

Warum Unternehmen Instagram nutzen sollten!



KONTOR4
Agentur für neue Medien

KONTOR4 GmbH, Agentur für neue Medien, Georgstraße 48, 30159 Hannover, Telefon: 0511-99 99 58 90,
E-Mail: info@kontor4.de, Website: www.kontor4.de

Ich hab keinen blassen Schimmer von Instagram!

Das ist kein Problem, für diese Personen haben wir eine Definition zum Einstieg: Instagram ist eine Social Media Plattform, die zu Facebook gehört. Nutzer:innen und Unternehmen können über die eigenen Profile Bilder und Videos mit Beschreibungen und Schlagworten (sogenannte Hashtags) veröffentlichen und so die Instagram-Gemeinde an Ihren Informationen teilhaben lassen. Privatpersonen können ihr Profil auf "privat" stellen, sodass nur ausgewählte Accounts die Inhalte sehen dürfen. Für Unternehmen ist die Einstellung "öffentlich" relevant, denn dadurch können alle Instagram-Nutzer einen Einblick in Ihr Unternehmen bekommen. Die Anmeldung ist kostenlos und finanziert wird das Social Media Netzwerk durch Werbung.

Nicht nur für junge Menschen interessant

Instagram eilt teilweise immer noch dem Ruf nach, ein soziales Netzwerk für ausschließlich junge Leute zu sein, die gerne Fotos von Essen, ihren Klamotten & Co. posten. Das Bilder-Netzwerk hat ihr Spektrum jedoch schon längst erweitert und hat mit "Instagram for Business" einen ersten Grundstein dafür gelegt.

Mit einer deutschlandweiten Nutzeranzahl von 17 Mio. Nutzer:innen haben Unternehmen - aus verschiedensten Bereichen - definitiv die Möglichkeit Fuß zu fassen und bei richtigem Einsatz die passende Zielgruppe anzusprechen.

Analyse Funktionen für Unternehmen

Mit [Instagram Insights](#) erhalten Unternehmen einen Überblick über die Personengruppe, die sich auf Instagram für ihr "Angebot" interessieren, um so besser abschätzen zu können, wie sich Ihre derzeitigen und zukünftigen Kundenkreise zusammensetzen (könnten). Natürlich erhalten Sie auch eine detaillierte Übersicht, welche Posts besonders beliebt waren und welche eher nicht so viel Zuspruch in der Community gefunden haben.

Unter den Reitern "Aktivitäten", "Inhalte" und "Zielgruppe" ist es für Unternehmen ein leichtes seine Inhalte zu analysieren.

Gepostete Bilder lassen sich direkt als Werbung umdeklarieren

Beliebte Posts können direkt aus der App heraus als Anzeigen geschaltet werden. Instagram schlägt daraufhin ein Budget und eine oder mehrere Zielgruppen vor.

Drückt man auf "Hervorheben" kann man einstellen, wie viel Budget man ausgeben möchte, und schon bekommt der Beitrag mehr Reichweite.

Warum Unternehmen Instagram nutzen sollten!

Firmenprofile werden zur direkten Kontaktaufnahme mit einer Telefonnummer und E-Mail-Adresse hinterlegt

Mit einem Fingertipp können Nutzer:innen nun direkt Kontakt zu dem Unternehmen aufnehmen. Sollte auch ein Facebook-Account vorhanden sein, lassen sich diese Informationen ganz simpel importieren - inklusive Bezahlinformationen.

Maps

Bei Bedarf kann auch eine Karte angezeigt werden, um es Nutzer:innen zu erleichtern ein Unternehmen aufzufinden. Optimal für Restaurants!

Offene Community

Anders als bei Facebook sind Instagram-Nutzer:innen sehr offen für Unternehmensinhalte. Firmen oder Marken, die sich gut verkaufen können, haben auf Instagram gute Chancen wahrgenommen zu werden.

Einfache Handhabung

Instagram ist zu dem sehr einfach zu bedienen: Foto hochladen, Filter wählen, Beschreibung und Hashtags hinzufügen, Veröffentlichen, Fertig. Es gibt im Gegensatz zu Facebook keine komplexen Einstellungsmöglichkeiten, die man erst kennenlernen muss.

Automatische mobile Anpassung

Instagram ist hauptsächlich für die mobile Nutzung gedacht, Bilder die nicht im Instagram-Format sind, werden automatisch zugeschnitten. Sie sehen natürlich direkt beim Einstellen der Bilder, wie sie zugeschnitten werden und können Anpassungen vornehmen.

Alle Vorteile im Überblick:

- Analyse Funktionen für Unternehmen vorhanden
- Werbung ist schnell erstellt
- Direkte Kontaktaufnahme über Instagram möglich
- Maps können angezeigt werden, um Kontaktaufnahme zu erleichtern
- Offene Community: Hohes Engagement der Instagram-Nutzer:innen
- Einfache Handhabung
- Mobile Nutzung im Vordergrund

Unternehmensziele mit Instagram:

Typische Unternehmensziele, die mit Instagram erreicht werden sollen, können folgende sein:

- Markenbekanntheit schaffen
- Produktverkäufe erhöhen
- Mitarbeiter:innen gewinnen
- Image verbessern
- Reichweite erhöhen
- Zielgruppe auf anderen Kanälen erreichen

Ein Instagram Account für Unternehmen?

In unserer Welt nennt man den Instagram-Business-Account. Was unterscheidet den Instagram-Business-Account vom "Privat-Account"? Wenn wir die Antwort kurz halten, wäre sie: Nicht viel! Optisch betrachtet, sehen die beiden Accounts identisch aus, beim Instagram-Business-Account ist es jedoch möglich Kontaktinformationen zu hinterlegen, wie zum Beispiel bei McDonalds die E-Mail Adresse:

Eine weiterer Unterschied zwischen dem Instagram-Business-Account und dem "Privat-Account" ist für die User gar nicht einsehbar, aber Sie profitieren stark davon: die Instagram Insights. Hier können Unternehmen sich einen Überblick über die Zahlen, Daten und Fakten verschaffen. Es ist praktisch die Analyse-Funktion von Instagram. Kennzahlen wie Reichweite, Accountbesucher:innen, Impressionen, Abonnements, Interaktionen werden hier unter anderem aufgelistet.

Wie sieht so ein Instagram-Business-Account im Allgemeinen aus? Das möchten wir Ihnen mit Hilfe von unserem Account zeigen:

Die Hälfte der Nutzer folgen Firmen schon!

„Wir sind auf 200.000 aktiv Werbetreibende bei Instagram angewachsen, und die deutliche Mehrheit sind kleine bis mittlere Unternehmen. [...] 50 % der Instagram Nutzer folgen einer Firma, 60 % informieren sich über Produkte oder Dienstleistungen.“

erklärt James Quarles - Global Head of Business and Brand Development bei Instagram - in einem Gespräch mit Techcrunch.

Instagram erzählt vor allem Stories - ein Snapchat-Double?

Nicht komplett - aber die Funktionen, die Instagram Anfang August 2016 eingeführt hat, erinnern stark an den Instant-Messaging-Dienst. Wie der englische Fachbegriff für Snapchat verrät, handelt es sich bei dem neuen Instagram-Feature um die Möglichkeit, schnell Videos und Bilder erstellen zu können, diese anschließend bearbeiten, bemalen (siehe Foto) und aneinanderreihen zu können. Die sogenannten "Stories", die dadurch zustande kommen, stehen Nutzern 24 Stunden zur Verfügung und verfallen danach wieder.

Jetzt fragt man sich: Wozu braucht man dieses Snapchat-ähnliche Feature - und, vor allem, was sollen Unternehmen mit dieser Funktion anfangen können? So viel ist sicher: Damit wird dem Insta-typischen Vorgehen, perfekt vorbereitete, inszenierte Bilder zu produzieren, entgegen gewirkt. Mit den Stories haben Firmen die Chance, spontanere, ehrlicher wirkende Momentaufnahmen für deren Instagram-Profil zu erstellen.

Der große Vorteil der Geschichten ist außerdem, dass diese in einem Stück abgespielt bzw. erzählt werden und weder durch andere Follower:innen noch durch den allgemeinen Algorithmus des Bildernetzwerks unterbrochen werden. Als Gegenleistung für die gesteigerte Aufmerksamkeit eines Users muss ein Unternehmen sich diese jedoch auch verdienen: Der Content muss spannend und interessant gestaltet sein, sodass die Follower:innen im wahrsten Sinne des Wortes dran bleiben. Was sich zunächst wie ein Ersatz für Snapchat anhört, soll langfristig - so glauben wir es - die bestehende Funktionsweise von Instagram lediglich ergänzen. Für ein Unternehmen, das sich bereits eine Community auf Instagram aufgebaut hat, ist der Einstieg in die Instant Stories zumindest leichter, als in Snapchat bei nahezu Null anzufangen.

Story-Highlights

Durch die Story-Highlights auf Instagram ist es den Unternehmen seit einiger Zeit sogar möglich, eine Art "Menü" in ihrem Account zu entwickeln.

Wie das ganze funktioniert? Man erstellt zu den verschiedensten Themen Storys, diese können gespeichert werden und einer Kategorie zugeordnet werden - das war's auch schon!

Der Vorteil an diesen Storys ist, dass sie nicht direkt nach 24 Stunden gelöscht werden, sie bleiben so lange als Highlight in Ihrem Account, bis Sie sie selbst entfernen.

So legen Sie sich Ihren eigenen Instagram-Business-Account an:

Haben Sie schon einen privaten Instagram-Business Account? Dann können Sie in den Einstellungen den Business-Account einrichten:

1. Ins eigene Profil gehen
2. Auf die drei Streifen oben recht klicken
3. Ganz unten auf "Einstellungen" klicken
4. Auf "Konto" klicken
5. "Zu professionellem Konto wechseln" anklicken und individuelle Einstellungen vornehmen.

Sie haben noch keinen Account und fangen ganz von vorne an? Das geht so:

1. App auf einem Smartphone herunterladen und öffnen
2. Mit E-Mail Adresse oder Facebook-Account anmelden
3. Nach dem die individuellen Daten eingegeben worden sind, muss der Account umgewandelt werden, das geht so:
 - a) Ins eigene Profil gehen
 - b) Auf die drei Streifen oben recht klicken
 - c) Ganz unten auf "Einstellungen" klicken
 - d) Auf "Konto" klicken
 - e) "Zu professionellem Konto wechseln" anklicken und individuelle Einstellungen vornehmen.

Tricks beim Account-Erstellen

1. Wenn noch möglich sollten die Benutzernamen auf allen Social Media Accounts gleich sein. Ist dies nicht mehr umsetzbar (weil der Name z. B. schon vergeben ist), denken Sie sich einen Zusatz aus, der zu Ihrem Unternehmen passt, aber trotzdem gut zu merken ist.
2. Geben Sie auf jeden Fall eine Kurzbeschreibung an und verwenden Sie Schlagworte: Sie können in aussagekräftigen Stichpunkten Ihr Unternehmen kurz und knackig beschreiben. Seien Sie kreativ, das zählt sich aus. Achtung: Vergessen Sie aber nicht den Link zum Impressum in der Kurzbeschreibung.
3. Nutzen Sie Ihr Logo als Profilbild, um den Wiedererkennungswert zu steigern.

Tipps & Tricks für einen Unternehmensaccount auf Instagram

- **Instagram-Strategie festlegen:**

Es ist besonders wichtig, nicht einfach blind irgendwelche Bilder auf dem Kanal zu veröffentlichen. Alle Bilder sollten vorher geprüft und einer festgelegten Strategie folgen. Dazu ist es wichtig als ersten Schritt die Ziele festzulegen. Fragen Sie sich deshalb: Was wollen Sie mit Ihrem Instagram Account erreichen? Möchten Sie mehr Markenbekanntheit, sich eine Community aufbauen, von ihrem Themenbereich berichten und mehr Reichweite generieren? All das sind mögliche Ziele. Danach sollten Sie sich Gedanken darüber machen, welcher Content wann veröffentlicht wird und vor allem: welche Hashtags passen zu ihrem Content?

Achtung: Achten Sie darauf, dass Sie einen einheitlichen Firmenauftritt auf Instagram vorweisen können - bildlich sowie textlich. Legen Sie sich dafür vorher Regeln fest, die immer eingehalten werden.

Warum Unternehmen Instagram nutzen sollten!

- **Hashtags nutzen:**

Um bei Instagram eine große Reichweite erlangen zu können, ist es wichtig, dass sie Hashtags nutzen. Denn mittlerweile können Instagram-Nutzer:innen auch Hashtags abonnieren und so Beiträge in diesem Bereich im Newsfeed angezeigt bekommen. Das heißt: Anna P. liebt Hunde und hat den Hashtag "Hundeliebe" abonniert. Sie nutzen nun den Hashtag "#hundeliebe" in einen Ihrer Beiträge, dann erscheinen Sie im Newsfeed von Anna P. obwohl Sie vorher noch nie von Ihrem Account gehört hat bzw. obwohl sie Ihren Account nicht abonniert hat.

Achtung: Nutzen Sie Hashtags, die nicht all zu häufig (über 1.000.000 Mal) aber auch nicht all zu selten (unter 1.000 Mal) verwendet werden.

Der Großteil der Nutzer bedient Instagram über das Smartphone - deshalb ist es wichtig, dass die Beiträge an die mobile Ansicht angepasst werden. Das heißt: Keine riesigen Texte, Bilder IMMER quadratisch zuschneiden bzw. bearbeiten (Größe: 1080px x 1080px), Videos ebenfalls quadratisch und ggf. mit Untertitel erstellen, sodass es auch ohne Ton verständlich ist.

- **Qualität vor Quantität:**

Achten Sie auf die Qualität Ihrer Bilder und nutzen Sie nur hochwertige Bilder, die Ihr Unternehmen, Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung visuell ansprechend in Szene setzt. Die Bilder sollten selbsterklärend und auch ohne Text nachvollziehbar sein.

- **Regelmäßig Beiträge veröffentlichen:**

Bleiben Sie im Newsfeed Ihrer Zielgruppe indem Sie regelmäßig Beiträge veröffentlichen! Dabei ist es wichtig ein gesundes Mittelmaß zu finden: Spamen Sie Ihre Zielgruppe nicht mehrmals am Tag mit Beiträgen zu, einmal in der Woche hingegen könnte schon wieder zu wenig sein. Wir empfehlen: 2-3 Beiträge in der Woche!

Warum Unternehmen Instagram nutzen sollten!

- **Testen, testen, testen:**

Gerade zu Beginn sollten Sie verschiedene Beiträge veröffentlichen und austesten, welcher Content angenommen wird und welcher ggf. nicht funktioniert. Wir empfehlen dringend die Entwicklung Ihres Instagram Profils immer zu beobachten und Ihre eigenen Beiträge immer zu analysieren. Durch den Reiter "Statistik" können Sie sich mittels der Reichweite einzelner Beiträge einen Einblick davon verschaffen, wie Ihre Beiträge angenommen werden.

Fazit

Instagram wächst über die bloße Darstellung von perfekten Bildern hinaus - sowohl durch die Business-Funktionen als auch durch Snapchat-ähnliche Features. Für Unternehmen haben diese Änderungen viele Vorteile. Ein extra Firmenprofil, ein erweiterter Analysebereich, eine spannende Insta-Story oder natürlich die direkte Kontaktaufnahme zum Unternehmen sind gute Gründe für den Instagram-Einstieg.

Es darf nur nicht der Fehler gemacht werden, Instagram genauso zu nutzen wie den großen Bruder Facebook oder wie Snapchat. Denn der stark visuell geprägte "Charakter" gehört nun mal zu dem Bildernetzwerk. Interessant und vor allem entscheidend ist es, die Aktivitäten innerhalb der verschiedenen Netzwerke richtig zu kombinieren. Hashtag-Projekte, InstaMeets oder ein schnelles Video aus dem Büroalltag sind Grundzutaten für eine erfolgreiche Instagram-Strategie - und die sollte nicht vernachlässigt werden.