

instagram workshop.

Mit Instagram sichtbar werden &
echte Wirkung erzielen



tägliche nutzung von social media in deutschland.

14-29 Jährige

30-49 Jährige



82 %

50 %



27 %

51 %



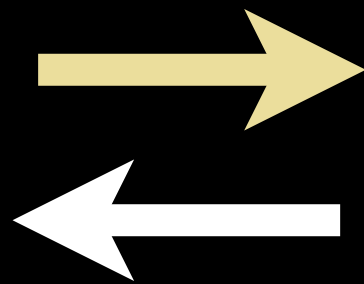
52 %

21 %



sichtbarkeit

wirkung



wie *gewinne* ich
kunden & mitarbeiter?



branding.

- baut Wahrnehmung auf
- macht euch relevant
- wirkt langfristig

VERTRAUEN

- ▶ hoher Aufwand
- ▶ dauert lange
- ▶ kostenlos

performance.

- bringt eure Botschaft gezielt raus
- liefert schnelle Ergebnisse
- funktioniert kurzfristig

LEADS

- ▶ geringer Aufwand
- ▶ messbar & skalierbar
- ▶ budgetgetrieben





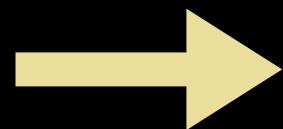
kurzfristig:

performance schlägt branding.



langfristig:

branding schlägt performance.



brandformance 

warum instagram nicht funktioniert.

- Posten ohne Ziel
- Trends ohne Strategie
- Kein Community-Invest
- Wenig Authentizität & Transparenz
- Kein klarer Funnel



**das problem ist kein
algorithmus, sondern die
*herangehensweise.***



wirkung auf instagram =

Relevanz

konkret, zielgruppenspezifisch

+

Mehrwert

Nutzen und neue Perspektiven

+

Konsistenz

regelmäßig & einheitlich



euer *content* macht
instagram zur ultimativen
branding maschine.



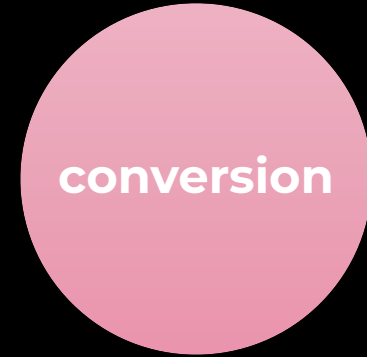
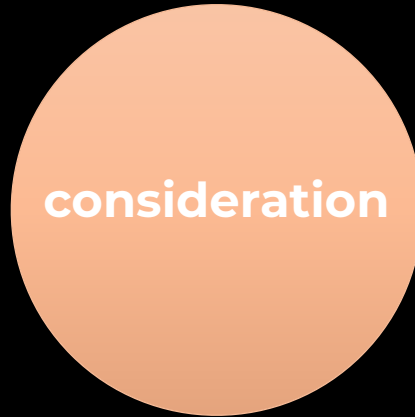
**die reise
durch den
awareness funnel.**



potentielle kunden & mitarbeiter

- ▶ müssen dein Unternehmen wahrnehmen
- ▶ müssen Vertrauen aufbauen
- ▶ müssen sich für dich entscheiden





Sichtbarkeit

Vertrauen

Handlung

- Trends / Unterhaltung
- kurze Insights
- Relatable Content

- Testimonials
- MA Story
- Behind the Scenes

- Stellenanzeige
- Konkretes Angebot



MEHR DAZU

DOWNLOAD

BEWERBEN



über instagram könnt ihr
alle *awareness* stufen
ansprechen.



content matrix.

MA Story	BTS	FAQ
Stellen- anzeige	Produkt	Trend

awareness consideration conversion

- ▶ abwechslungsung
- ▶ awareness balance
- ▶ planungssicherheit



1996

content is king.



2026

hook is king.



die *hook* entscheidet
über den erfolg eures
contents.



eine starke hook ...

sorgt für einen

Überraschungsmoment



weckt

Neugier & Spannung



und gibt ein

Versprechen



mit drei hebeln zum erfolg.

Auffälligkeit

z.B.

Bewegung & Perspektive
WOW-Faktor
Ästhetik

Relevanz

z.B.

Konkretes Problem
Direkte Ansprache
Zahlen

Unterbrechung

z.B.

Irritierende Aussage
Schockmoment
Unerwartete Weiterführung



beispiele **text hooks**.

- 3 Dinge, die dir über [x] keiner sagt
- Was passiert, wenn du [x] machst?
- Warum [x] trotz [x] nicht funktioniert
- Der größte Fehler bei [x]
- 3 Wege, wie du [x] erreichst



stop or swipe.

**Wir zeigen euch heute
unser neues Produkt!**

VS.

**Wie wir 15.000 € pro Monat
mit diesem Produkt sparen!**



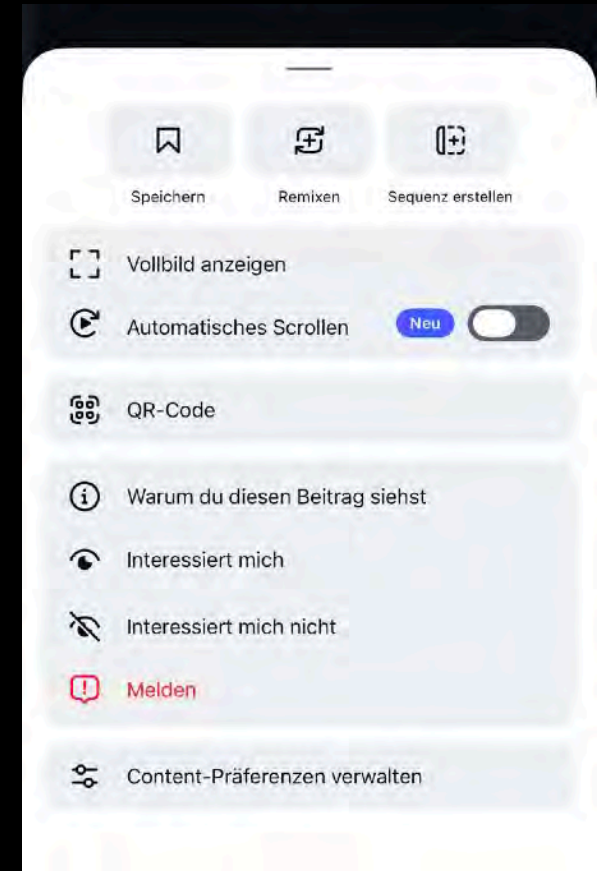
chatgpt - dein freund, helfer und *instagram coach*.

- Ideen generieren
- Hooks entwickeln
- Zielgruppe besser verstehen



nutzt die **features** von **instagram**.

- Interaktive Elemente (Umfragen, Sticker)
 - Kontext geben (Co-Autor, Markierungen, Ort)
 - Trends nutzen
 - Algorithmus steuern
- **Instagram will, dass ihr die Plattform nutzt**



wichtiger als jedes feature.

Hook

+

Inhalt

+

Klarheit



die *struktur* eures
creatives entscheidet
über den erfolg.



aufbau einer starken paid ad ...



Situation /
Problem



Bruch / Neue
Perspektive



Lösung /
Twist

beispiel recruiting.



„Du bist Metallbauer, gibts täglich Gas, aber bekommst kaum Wertschätzung?“



„Bei uns zählt nicht wie viel du schweißst, sondern was du bewegst.“



„Wir suchen keine Nummern in der Fertigung – sondern Metallbauer, die stolz auf ihr Werk sind.“

beispiel kundengewinnung.



„Deine Eventagentur läuft stabil – aber irgendwie bleibt zu viel liegen?“



„Das Problem ist nicht dein Team, sondern deine Prozesse im Hintergrund.“



„Mit automatisierten Prozessen sparst du täglich Stunden – und entlastest deine Mitarbeiter.“

spitz statt breit.

ANSTATT

„Wir sind ein innovatives Industrieunternehmen mit über 30 Jahren Erfahrung. Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir ab sofort engagierte Mitarbeiter (m/w/d).“

BESSER

„Du bist Elektriker und hast keinen Bock mehr, ständig Überstunden zu schieben und am Ende trotzdem nur Druck zu bekommen? Bei uns arbeitest du sauber, strukturiert und wirst für das geschätzt, was du kannst. Bewirb dich in 30 Sekunden – ganz ohne Lebenslauf.“



der meta
ads **manager.**



meta ads manager.

Kampagne

Ziel

Reichweite
Conversion
Traffic

**Anzeigen-
gruppe**

Zielgruppe

Budget
Pixel
Zielgruppe

**Werbe-
anzeigen**

Anzeige

Medium
Text
CTA



targeting recruiting.

- Stadt und Radius
- Kein Alter, Geschlecht und Interessen
- Targetierung läuft über Hook
(„Du bist Elektriker im Westerwald...)



targeting kundengewinnung.

- **Interessen Targeting**
- **Custom Audience**
(Websitebesucher, Interaktionen)
- **Lookalike Audience**
(Menschen, die bestimmten
Nutzern oder Kunden ähnlich
sind)



erfolg messen.

- **CPL (Cost per Lead)**

Was kostet mich ein Lead

- **CTR (Click Trough Rate)**

Wie viele klicken?

- **Link-Klicks ↔ Anfragen/Bewerbungen**

Wie ist die Conversion?



ganz wichtig.

- **Geduld haben**
3-5 Tage für aussagekräftige Daten
- **Varianten testen**
Varianten gegeneinander testen
- **Regional denken**
Zeig dich in deiner Region
- **Gewinner hervorheben**



targetierung bringt *kontakt.*
creative bringt *wirkung.*



was der wettbewerb macht.

<http://facebook.com/ads/library>



**production
hacks.**



was du brauchst.



top tools.



Edits



ChatGPT



Meta Ads
Library



CapCut



Perspective



Captions

smartphone cam.

- Raster aktivieren
- Fokus sperren (AF-Lock)
- Belichtung leicht unter Mittelwert
- Kamera auf Augenhöhe
- Statisch geht immer
- Bewegung nur auf einer Achse
- Ninja Walk



kontinuität entscheidet.

- ▶ **Regelmäßig umsetzen**
- ▶ **Dranbleiben**
- ▶ **Testen und verbessern**

- ▶ **Wenn euch Zeit oder Struktur fehlt:
Holt euch Unterstützung!**



feedback & fragen.



philipp@
goldmannmedia.com



@goldmannmedia
@phil2gold

goldmannmedia.com



FMF.