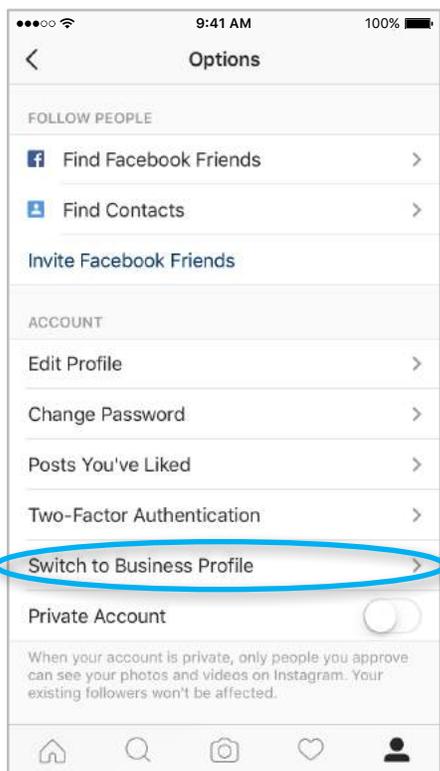


Instagram-Unternehmensprofil

Eine schrittweise Anleitung zur Erstellung eines Unternehmensprofils

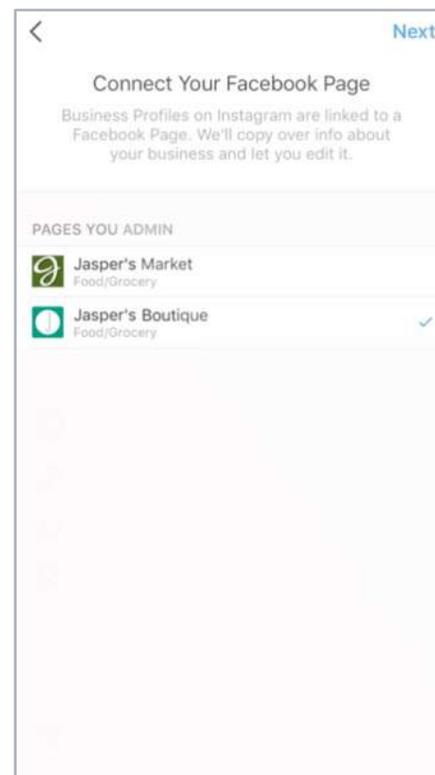
Dein Unternehmensprofil auf Instagram ermöglicht es Kunden, Verbindung zu deinem Unternehmen aufzunehmen. Nach der Umstellung kannst du zusätzliche Informationen über dein Unternehmen in dein Profil aufnehmen und die Kunden können dich einfach erreichen, indem sie auf eine „Kontakt“-Schaltfläche klicken. Mit deinem Unternehmensprofil werden auch andere neue Funktionen wie Statistiken und Hervorhebung aktiviert. Sie sollen dir helfen, deine Zielgruppe besser zu verstehen und zu erreichen.

Es folgt eine schrittweise Anleitung zu den ersten Schritten.



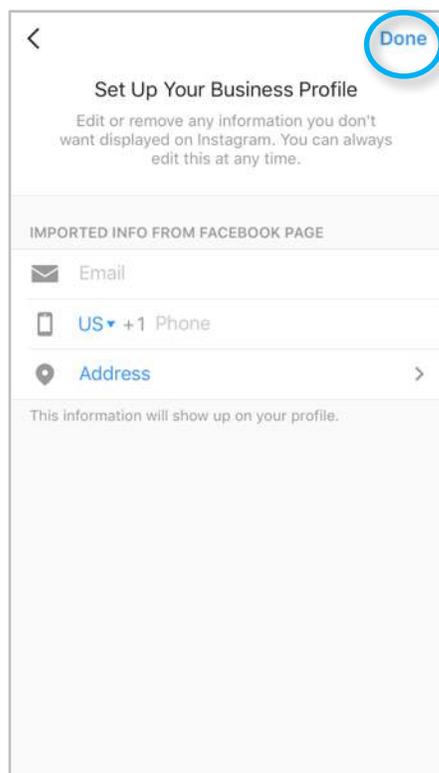
1. Umstellen deines aktuellen Profils auf ein Unternehmensprofil

Melde dich über ein Mobilgerät beim öffentlichen Instagram-Konto deines Unternehmens an. Gehe zu deinem „Profil“ und tippe auf das Zahnradsymbol oben rechts. Tippe auf „Zum Unternehmensprofil wechseln“.



2. Verbinden deines Profils mit Facebook

Sobald du „Zum Unternehmensprofil wechseln“ geklickt hast, wirst du aufgefordert, das Profil mit einer Facebook-Seite zu verbinden, deren Administrator du bist. Falls du über mehrere Seiten verfügst, solltest du die Seite auswählen, die dein Unternehmen am häufigsten nutzt, um Neuigkeiten und Aktualisierungen mit deinen Followern zu teilen.



3. Eingeben deiner Unternehmensdaten

Sobald die Verbindung hergestellt ist, importiert dein Instagram-Profil die in deiner Facebook-Seite enthaltenen Unternehmensdaten. Achte darauf, dass du über eine Telefonnummer, eine physische Adresse oder eine E-Mail-Adresse verfügst, damit die Kunden Kontakt mit dir aufnehmen können. Tippe zum Speichern auf „Fertig“.



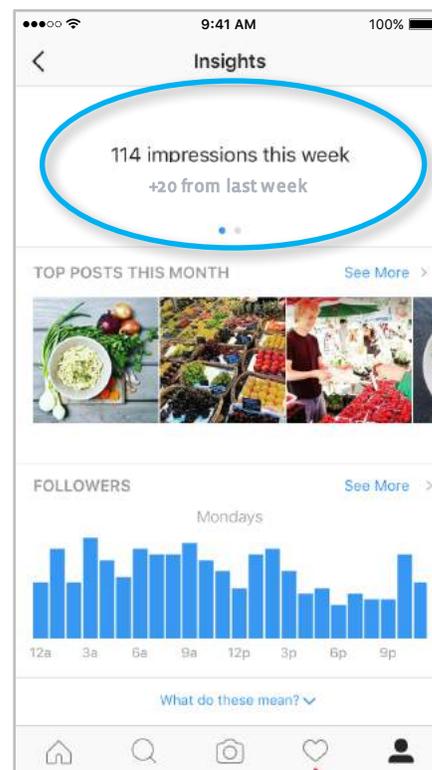
4. Dein Instagram-Unternehmensprofil

Damit ist dein Unternehmensprofil schon fertig! Du kannst die Informationen in deinem Unternehmensprofil bearbeiten, indem du auf das Zahnradsymbol tippst, dann auf „Profil bearbeiten“ und dann auf „Geschäftliche Kontaktinformationen“.

Statistiken

Eine schrittweise Anleitung zur Erkundung von Statistiken

Die Business-Funktion „Statistiken“ hilft dir dabei, schnell zu verstehen, wer deine Follower sind und an welchem Inhalt sie am stärksten interessiert sind. Die Statistiken ermöglichen es dir, deine Beiträge so maßzuschneidern, dass sie relevanter für deine Zielgruppe sind. Zum Zugriff auf die Statistiken musst du über ein Instagram-Unternehmensprofil verfügen.

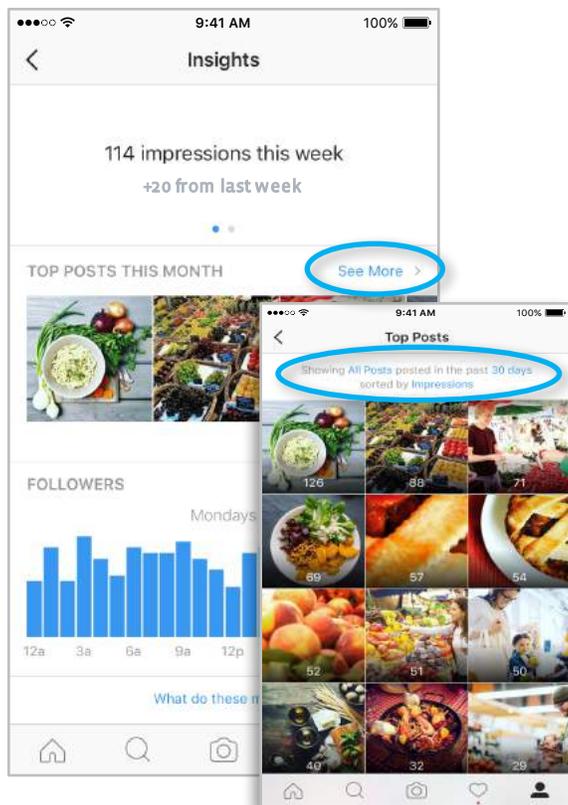


1. Zugreifen auf Statistiken

Melde dich über ein Mobilgerät bei deinem Instagram-Unternehmenskonto an. Besuche dein „Profil“ und tippe auf das Balkendiagramm-Symbol (in der Abbildung eingekreist) oben rechts in deinem Profil. Das Balkendiagramm-Symbol wird nur angezeigt, wenn du zuvor dein Konto auf ein Unternehmensprofil umgestellt hast.

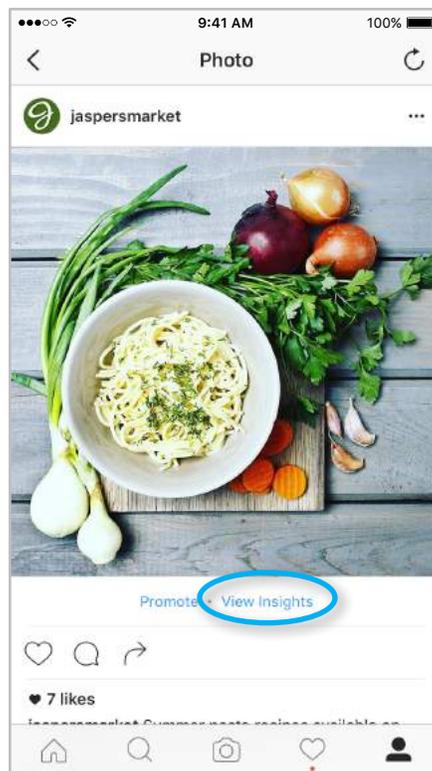
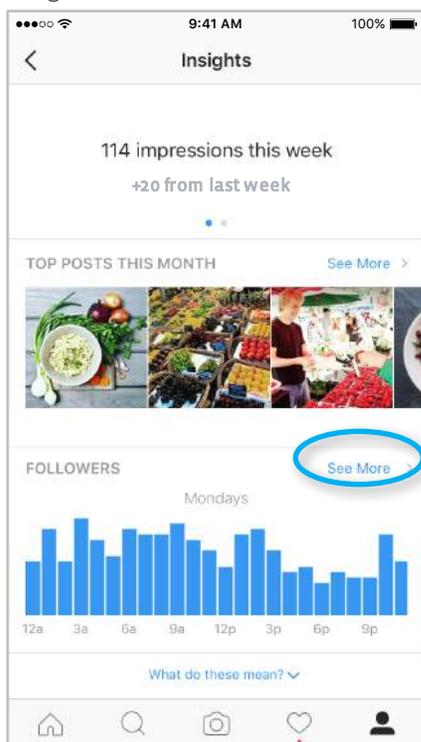
2. Statistiken-Bereiche

Der erste Bereich auf der Statistiken-Seite zeigt dir die Gesamtzahl der Impressionen. Diese Zahl sagt aus, wie oft deine Beiträge auf Instagram in den letzten sieben Tagen gesehen wurden. Wische auf den Impressionen nach links, um zu sehen, wie viele Personen dein Beitrag in den vergangenen sieben Tagen erreicht hat.



3. Anzeigen beliebter Beiträge

Tippe auf „Mehr anzeigen“, um zu sehen, welche Beiträge deines Unternehmens am beliebtesten sind. Die Beiträge sind nach der Gesamtanzahl der Impressionen sortiert. Du kannst auf den blauen Text klicken, um die Filterung und Sortierung deiner Beiträge zu ändern.

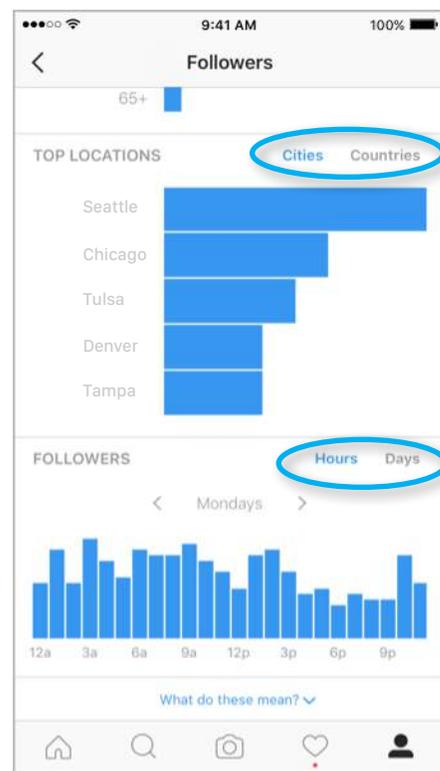
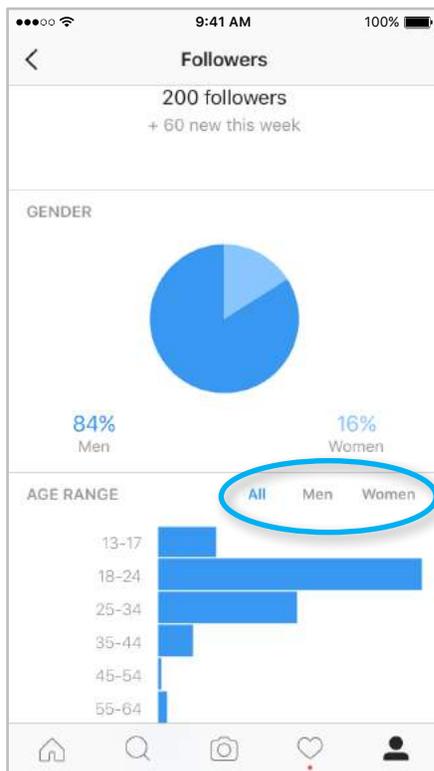


4. Anzeigen von Statistiken für einen einzelnen Beitrag

Wenn du die Statistiken für einen einzelnen Beitrag sehen möchtest, tippe auf den Beitrag, über den du mehr erfahren möchtest. Tippe dann auf „Statistiken anzeigen“ unter dem Beitrag. Für den Beitrag werden die Anzahl an Impressionen, die Reichweite und die Interaktionen angezeigt.

5. Anzeigen von Statistiken über deine Follower

Der dritte Bereich der Statistiken-Seite zeigt die Follower. Dieser Bereich zeigt dir, wann deine Follower auf Instagram besonders aktiv sind. Du kannst auf „Mehr anzeigen“ tippen, um zusätzliche Kennzahlen zu sehen.



6. Follower-Statistiken

Die Follower-Statistiken bieten dir eine aggregierte Aufschlüsselung zu Geschlecht, Alter und Standort deiner Follower. Außerdem erfährst du auf Tag und Stunde aufgeschlüsselt, wann sie sich am wahrscheinlichsten bei Instagram anmelden. Beachte, dass du über mindestens 100 Follower verfügen musst, damit diese Informationen angezeigt werden können. Für einige der Diagramme gibt es oben eine graue Auflistung von Optionen. Du kannst die Diagramme ändern, indem du auf diese Optionen klickst.

Hervorheben

Eine schrittweise Anleitung zum Hervorheben deiner Instagram-Beiträge

Nachdem du ein Unternehmensprofil eingerichtet hast, kannst du eine Hervorhebung erstellen, um neue Kunden in wenigen Schritten zu erreichen.

Es folgt eine schrittweise Anleitung zum Hervorheben eines Instagram-Beitrags.



1. Erste Schritte

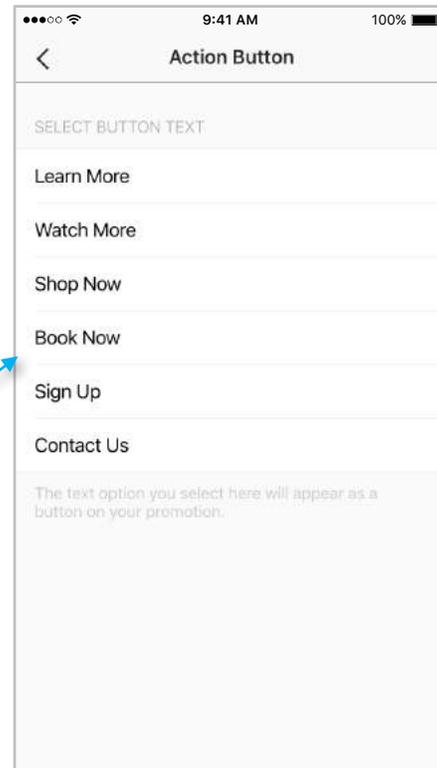
Rufe dein Unternehmensprofil auf und tippe auf einen Beitrag, den du bereits auf Instagram geteilt hast. Klicke dann auf die „Hervorheben“-Schaltfläche unter dem Foto.



2. Auswählen deines Geschäftsziels

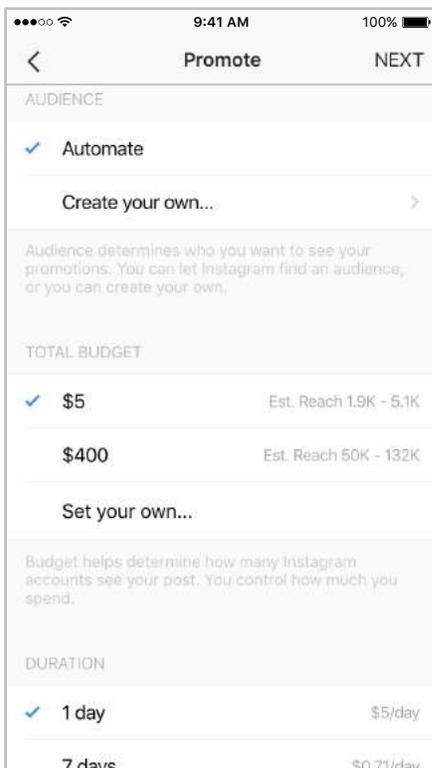
Als Nächstes wählst du dein Geschäftsziel aus. Dir stehen zwei Optionen zur Auswahl:

- Deine Webseite besuchen
- Dein Unternehmen anrufen oder besuchen



3. Wähle einen Call to Action aus

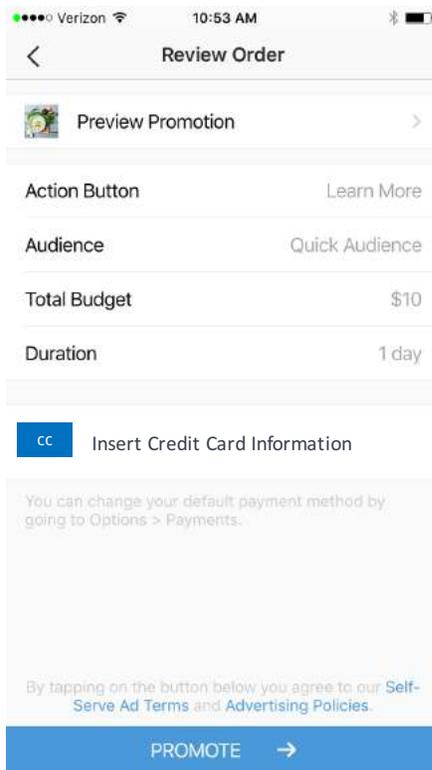
Tippe auf „Aktions-Button“, um eine „Call to Action“-Schaltfläche auszuwählen. Nachdem du deine „Call to Action“-Schaltfläche ausgewählt hast, kannst du je nach deinem Geschäftsziel deine Webseite, deine Geschäftsadresse oder deine Telefonnummer hinzufügen.



4. Auswählen deiner Zielgruppe, deines Budgets und der Zeitdauer

Als Nächstes kannst du deine Zielgruppe auswählen. Du hast 2 Möglichkeiten: Entweder kann Instagram eine Zielgruppe für dich finden oder du kannst anpassen, wen du je nach Alter, Geschlecht, Standort oder Interessen erreichen möchtest.

Als Nächstes wählst du das Budget für deine Hervorhebung aus und legst die Zeitdauer deiner Kampagne fest. Wähle aus den verfügbaren Budgets und Zeiträumen aus oder lege eigene Angaben fest. Tippe auf „Weiter“.



5. Überprüfe deine Bestellung

Zur Bezahlung deiner Hervorhebung kannst du die Zahlungsmethode deines bestehenden Facebook-Werbekontos verwenden. Wenn du kein Facebook-Werbekonto hast, kannst du eine Zahlungsmethode hinzufügen. Denke daran, dass du deine Zahlungsmethode jederzeit ändern kannst, indem du dein Profil aufrufst, auf das Zahnradsymbol tippst und dann „Zahlungen“ auswählst.

Tippe auf „Hervorheben“, um deine Promotion zu bestätigen.

Du kannst weiterhin den Werbeanzeigenmanager oder Power Editor verwenden, um erweiterte Geschäftsziele zu verwenden (z. B. Webseiten-Conversions).