DEINE ZUKUNFT IST BUNT
AUSBILDUNG IM MALER- UND STUCKATEURHANDWERK

INSTAGRAM-POSTINGS

MEHR REICHWEITE

Erweitern Sie Ihre Reichweite, indem Sie Ihre Feed-Beiträge oder Story-Postings mit einem Budget hinterlegen. Das bedeutet, dass Sie bestimmte Zielgruppen gezielt ansprechen können, indem Sie Werbeanzeigen schalten, die genau wie herkömmliche Postings aussehen.

Die Beiträge werden dann nicht nur von Ihren Followern gesehen, sondern darüber hinaus allen Nutzern im Netzwerk angezeigt, die zu Ihrer definierten Zielgruppe gehören. Bei der Erstellung des budgetierten Postings können Sie beispielsweise das Alter, die Interessen oder die Region auswählen, in der Ihre Anzeige ausgespielt wird. So können Sie gezielt Jugendliche in Ihrem direkten Umfeld ansprechen.

Zunächst einmal kann man auf Instagram **zwei verschiedene Arten von Werbung** schalten.

1. **Anzeige im „Feed“**
   Dabei wird die Anzeige der Zielgruppe ganz normal wie andere Postings auch innerhalb von Instagram im Feed angezeigt. Der Unterschied ist nur, dass bei einer Werbeanzeige unter dem Accountnamen „Gesponsert“ steht.

2. **Anzeige innerhalb einer Instagram-Story**
   Sie können auch Bilder oder Videos als sogenannte Story-Anzeige ausspielen, die dann für mehr als 24 Stunden sichtbar ist. Eine solche Werbeanzeige kann entweder als Foto oder als Video von maximal 15 Sekunden zwischen den Storys von verschiedenen Nutzern eingebucht werden, sodass es den Nutzern weniger auffällt, dass es sich um bezahlte Inhalte handelt.

Es gibt **sieben Schritte**, die durchlaufen werden müssen, um Werbung auf Instagram schalten zu können:

Schritt 1 und die Voraussetzung:
Sie haben einen Facebook-Account und das damit verbundene Business-Management-Konto.

Schritt 2:
Werbeanzeigenmanager öffnen: www.facebook.com/ads/manager/creation
Anschließend legen Sie Ihr Kampagnenziel fest. Zu jedem Kampagnentyp gibt es eine kurze Erklärung. Für Ihren Betrieb empfehlen wir den Kampagnentyp „Traffic“. „Traffic“ bedeutet, dass die Menschen auf Ihre Webseite geleitet werden. Wichtig dabei ist, dass die Website für Mobilgeräte geeignet ist. Nach der Auswahl des Kampagnentyps klicken Sie einfach auf „Weiter“.

Schritt 3:
Nun können Sie Ihre **Zielgruppe** anhand verschiedener Merkmale **definieren**. Merkmale sind beispielsweise Alter, Geschlecht, Standort oder Interessen der Personen, die Sie ansprechen möchten. Auch die Kombination von verschiedenen Merkmalen ist möglich.
Tipp: Für die gezielte Ansprachen von potenziellen Azubis empfehlen wir Ihnen eine Ausrichtung der Altersklassifizierung von 15 bis 20 Jahren.
Nach Eingabe und Speicherung der entsprechenden Merkmale können Sie auf der rechten Seite die **Reichweiteneinschätzung definieren**.

Schritt 4:
Wo möchten Sie Ihre Anzeige schalten?
Klicken Sie auf die Bearbeitung im Bereich „Platzierung der Anzeige“. Nun können Sie festlegen, ob Ihre Werbung auch auf Mobilgeräten geschaltet werden soll. Zusätzlich können Sie auswählen, auf welchen Plattformen Sie die Anzeige veröffentlichen möchten. Setzen Sie das Häkchen bei Instagram. Sie haben die Möglichkeit, Ihre Werbung parallel auch auf Facebook zu schalten.
Tipp: Wir empfehlen die Schaltung einer Anzeige im News-Feed als auch in Form einer Story. Erstellen Sie deswegen das Bild- oder Videomaterial in beiden Maßen.

INSTAGRAM-POSTINGS

MEHR REICHWEITE

Schritt 5a:
Das Kampagnenbudget

1. Mit der Option „Anzeigenschaltung optimiert für“ kann festgelegt werden, **wie die Anzeige ausgeliefert werden soll**. Diese Auswahl sollte mit der Zielsetzung aus dem 1. Schritt übereinstimmen.
2. Anschließend legen Sie fest, **wie viel Ihnen ein Klick** auf beispielweise den Link **wert ist**.
3. Geben Sie ein Tages- oder Laufzeitbudget ein, sowie den Zeitraum, in welchem die Werbeanzeige geschaltet werden soll.

Tagesbudget – der maximale Betrag, den die Kampagne am Tag kosten darf, mindestens aber 1 €. Diese Kampagne hat kein Enddatum und wird somit fortlaufend geschaltet. Halten Sie dafür Ihre Ausgaben im Blick.
Laufzeitbudget: Anders als beim Tagesbudget kann hier ein Anfangs- und Enddatum eingegeben werden, sowie der maximale Betrag, den die Kampagne insgesamt kosten darf. Eine weitere Option ist die „Werbeanzeigenplanung“. Hier kann eingestellt werden wenn die Anzeige nur zu bestimmten Uhrzeiten und an ausgewählten Wochentagen gezeigt werden soll.

Die Option „Auslieferungsart“ sollte bei der Voreinstellung „Standard“ bleiben, da diese Einstellung verhindert, dass das Budget zu schnell ausgegeben wird.

Schritt 5b:
Verknüpfung des Instagram-Profils mit dem Werbeanzeigenmanager
Unter dem Hauptpunkt befindet sich die Option **„Instagram-Konto“**. Fügen Sie hier Ihren Instagram-Account ein und melden Sie sich mit Ihren Daten an. Daraufhin wird die Verknüpfung hergestellt.

Schritt 6:
Passendes Anzeigenformat auswählen

1. **Karussell**: die Möglichkeit, zwei oder mehr Bilder/Videos scrollbar anzuzeigen
2. **Einzelnes Bild oder Video**
3. **Sammlung**: Diese Option hebt ein Bild/Video hervor, darunter erscheinen passende weitere Bilder/Videos. Diese Option ist insbesondere für Unternehmen geeignet, die ihre Produkte auf Instagram auf diese Weise präsentieren möchten.

Schritt 7:
Anzeige hochladen
Dabei sollten Sie auf die „Bildempfehlungen“ vom Werbeanzeigenmanager achten – diesen finden Sie rechts neben „Bilder hochladen“.

Schritt 8:
Weiterbearbeitung der Anzeige
Verfassen Sie nach dem Hochladen einen passenden Text, der unter der Anzeige stehen wird und vergeben Sie einen Titel für die Anzeige.
„Call-To-Action“-Button
Hier können Sie beispielsweise einen Button mit „Kontaktiere uns“ oder „Mehr erfahren“ einsetzen. Dahinter verbirgt sich Ihre Website-URL, auf die die Nutzer weitergeleitet werden.

INSTAGRAM-POSTINGS

MEHR REICHWEITE

- Sofern Sie alle Schritte erfolgreich abgeschlossen haben, wird Ihnen auf der rechten Seite eine Vorschau der Anzeige angezeigt.
- Mit dem Button „Veröffentlichen“ schließen Sie den Vorgang ab und Ihre erste Werbeanzeige wird hochgeladen.
- Über den Werbeanzeigenmanager können Sie die Wirkung und den **Erfolg Ihrer Werbeanzeige** verfolgen und diese bei Bedarf anpassen.

Bei Fragen kontaktieren Sie uns gerne:

dzib@brillux.de
+49 251 7188-8090