



DEHOGA
Akademie

Erfolgreiches Social Media Marketing für Gastgeber

Referent: Markus Michels, Geschäftsführer creazwo

 @DEHOGA Akademie
 @dehoga_akademie
 www.dehoga-akademie.de

1



DEHOGA
Akademie

Kurzvorstellung

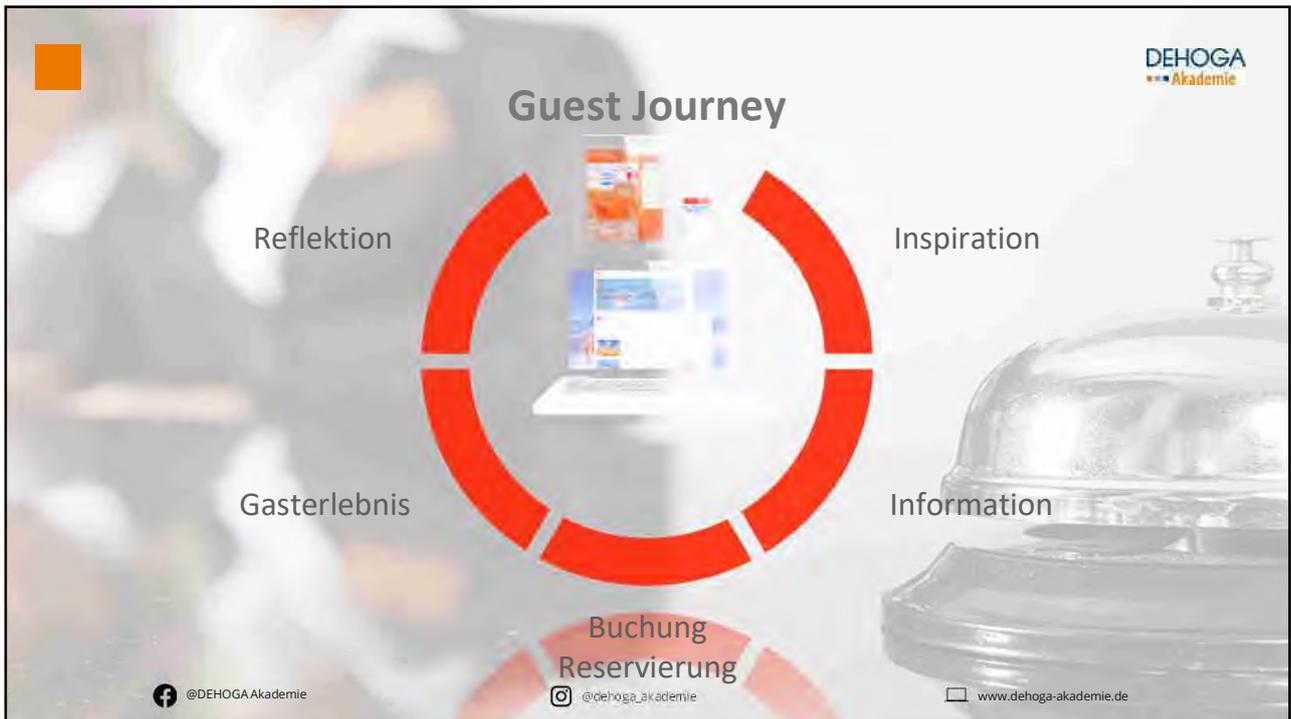
Ihr Referent: Markus Michels

- ▶ Berater, Speaker, Trainer
- ▶ Geschäftsführer creazwo Marketingagentur
- ▶ Gegründet 1992, 23 Mitarbeitende
- ▶ „Marketing, das Gäste bewegt.“
 - Internetauftritte & SEO
 - Online-Marketing (Google & Meta Ads)
 - Social Media Marketing
 - Newsletter-Marketing
 - KI-Integrationen (Chatbots, Tools & Co.)
- ▶ Kunden in Deutschland und Österreich
- ▶ Förderpartner des DEHOGA

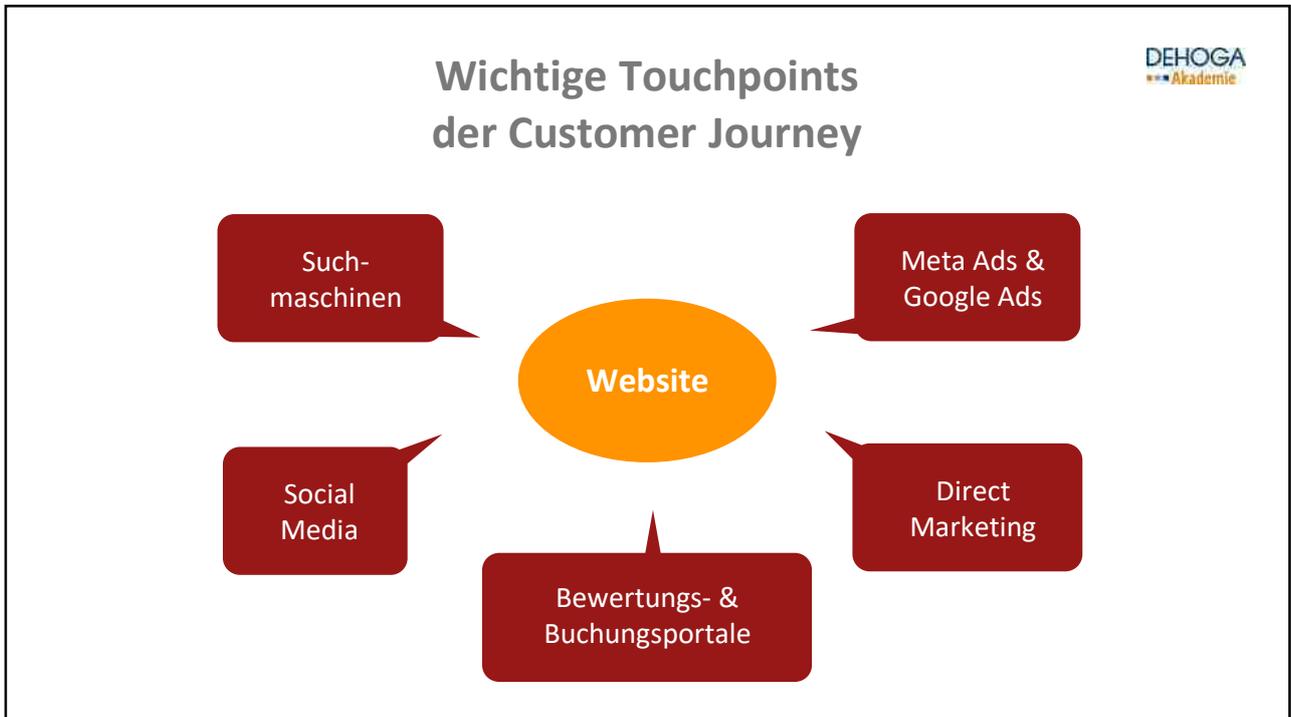


 @DEHOGA Akademie
 @dehoga_akademie
 www.dehoga-akademie.de

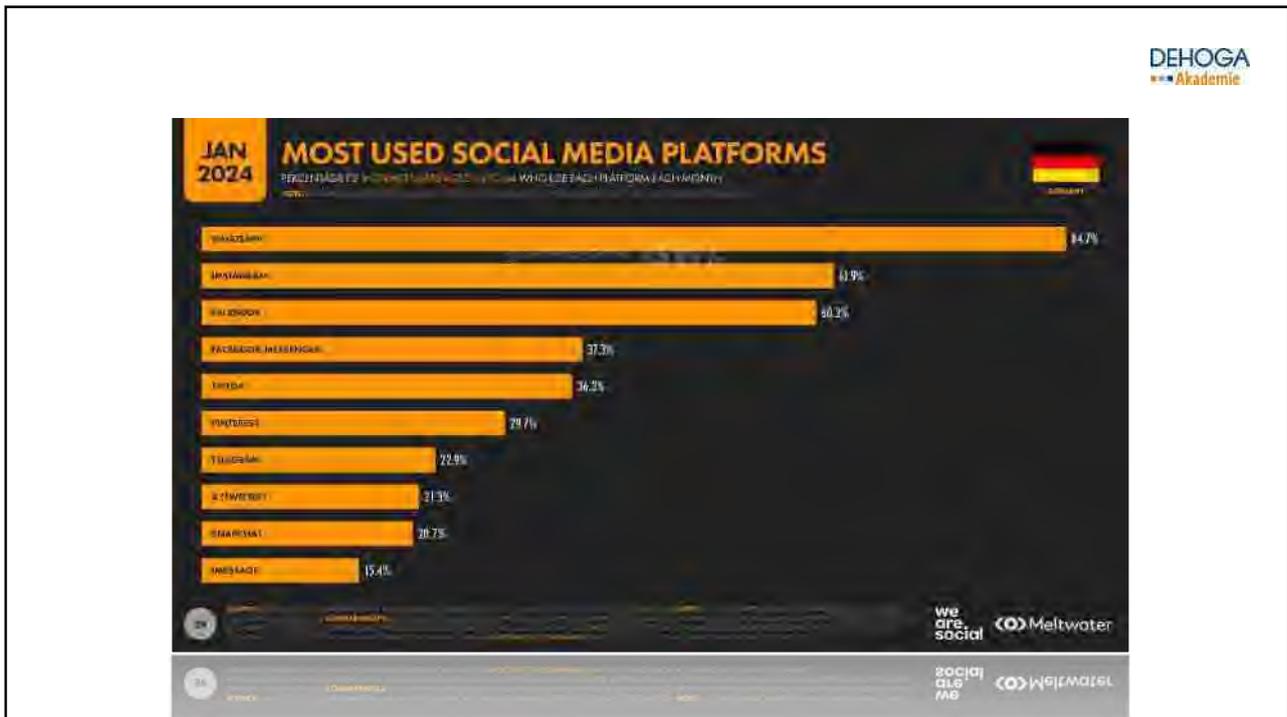
2



3



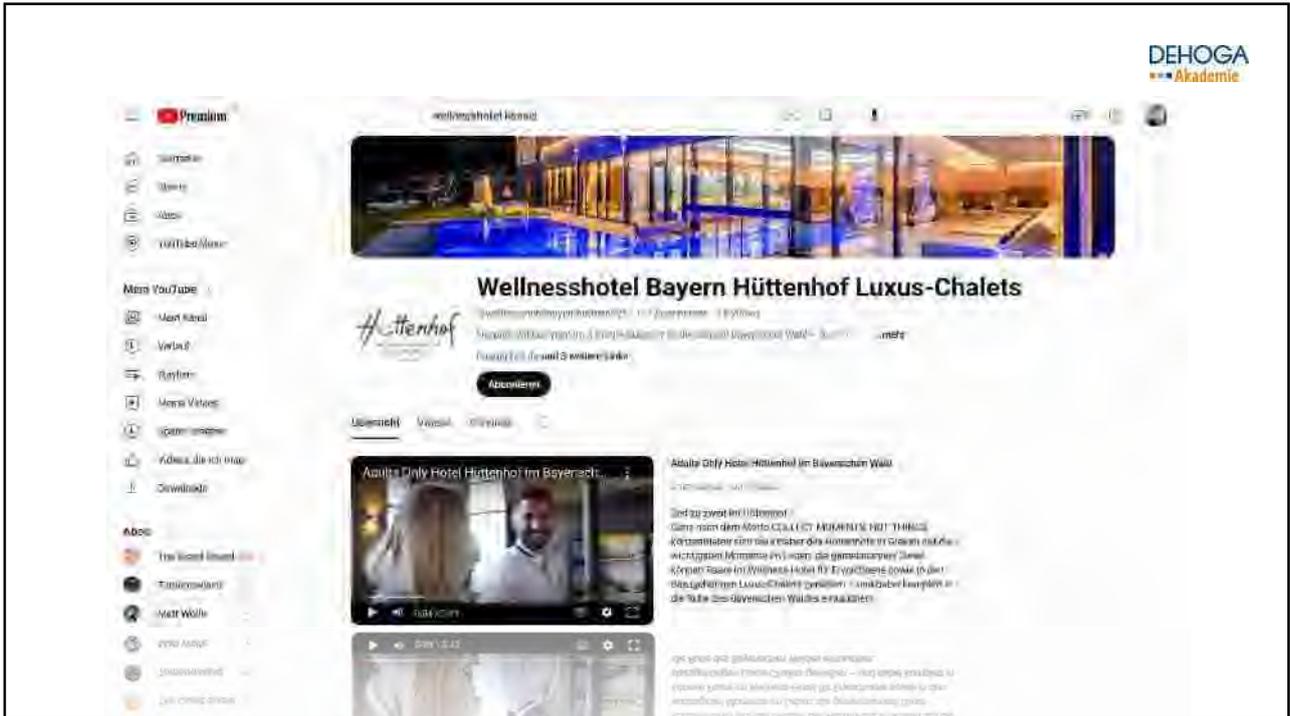
4



5



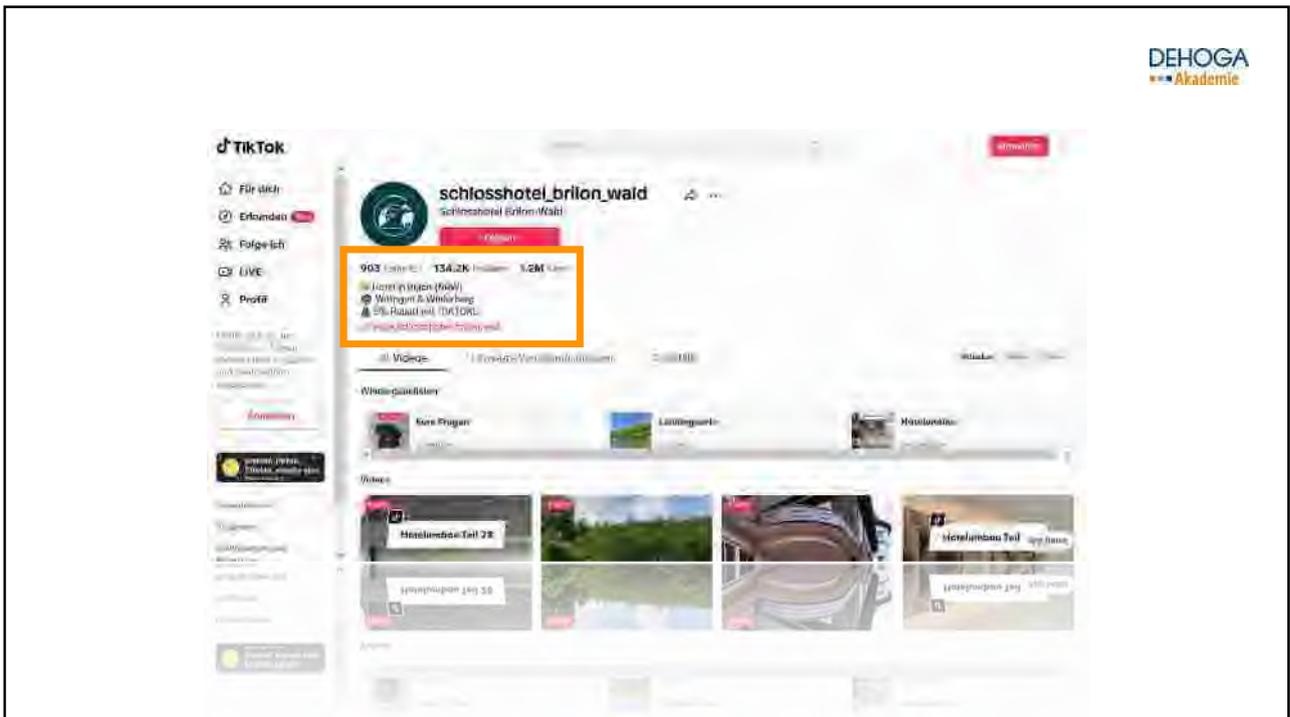
6



7



8

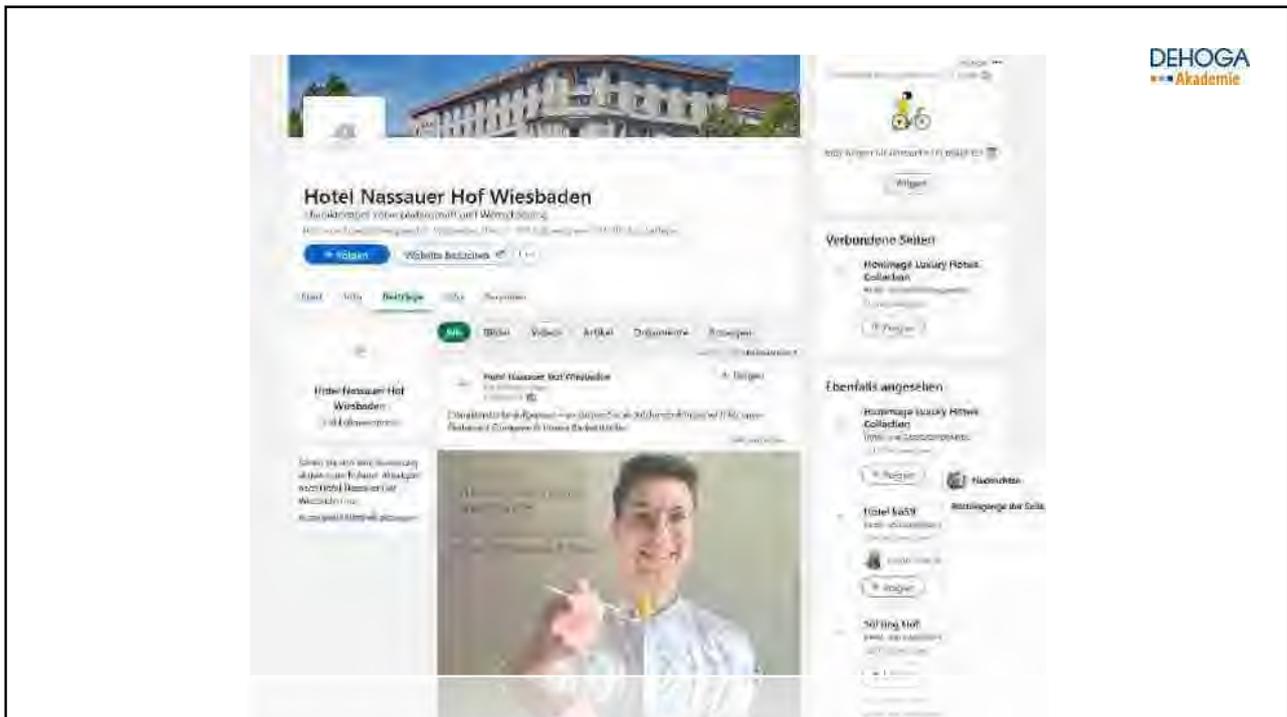


9



Das soziale Business-Netzwerk

10



11





Exkurs: So nutzen Sie LinkedIn optimal

Wie kann man das Business Netzwerk als Gastgeber einsetzen?

- ▶ Erstellen Sie eine LinkedIn-Seite für Ihr Hotel oder Restaurant
 - Stellen Sie sicher, dass Ihr Profil vollständig ausgefüllt ist, um die Sichtbarkeit zu erhöhen. Fügen Sie relevante Informationen hinzu, z.B. Ihre Adresse, Buchungsmöglichkeiten, Bilder und Beschreibungen.
- ▶ Veröffentlichen Sie regelmäßig Beiträge
 - Teilen Sie Neuigkeiten, Angebote, Veranstaltungen und andere relevante Inhalte, um Ihre Expertise und Einzigartigkeit zu präsentieren. Es ist wichtig, regelmäßig neue Beiträge zu haben, um Ihre Sichtbarkeit auf der Plattform zu erhöhen.
- ▶ Vernetzen Sie sich mit Branchenexperten
 - LinkedIn bietet eine großartige Möglichkeit, sich mit anderen Branchenexperten zu vernetzen. Bauen Sie Beziehungen zu anderen Hotels, Restaurants oder Personen auf, die für Ihr Geschäft von Vorteil sein können.


@DEHOGA Akademie


@dehoga_akademie


www.dehoga-akademie.de

12





Exkurs: So nutzen Sie LinkedIn optimal

Wie kann man das Business Netzwerk als Gastgeber einsetzen?

- ▶ Engagieren Sie sich in LinkedIn-Gruppen
 - Suchen Sie nach Gruppen, die für Ihren Betrieb relevant sind und treten Sie ihnen bei. Teilen Sie Ihre Expertise, stellen Sie Fragen und bauen Sie Beziehungen zu anderen Gruppen-Mitgliedern auf.
- ▶ Schalten Sie LinkedIn-Anzeigen
 - LinkedIn bietet eine Vielzahl von Anzeigenformaten, z.B. Sponsored Content, Sponsored InMail oder Textanzeigen. Nutzen Sie diese, um Ihre Zielgruppe zu erreichen und Ihre Marke zu stärken.
- ▶ Rekrutieren Sie Mitarbeiter über LinkedIn
 - LinkedIn bietet eine großartige Möglichkeit, potenzielle Mitarbeiter zu finden und anzusprechen. Stellen Sie sicher, dass Ihr Profil auf LinkedIn optimiert ist, um potenzielle Kandidaten anzuziehen.
- ▶ Werten Sie LinkedIn Analytics aus
 - Nutzen Sie die Analysefunktionen von LinkedIn, um die Leistung Ihrer Beiträge und Anzeigen zu messen. So können Sie Ihre Strategie optimieren und Ihre Ergebnisse verbessern.

 @DEHOGA Akademie
 @dehoga_akademie
 www.dehoga-akademie.de

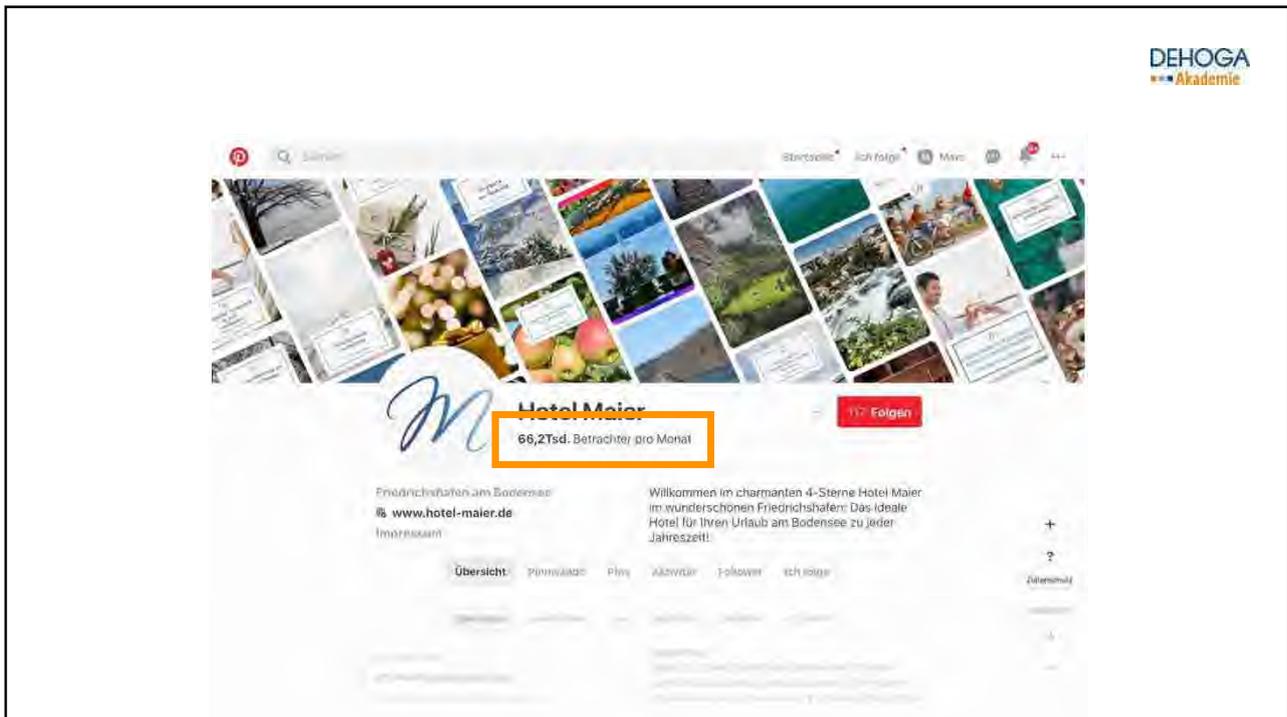
13



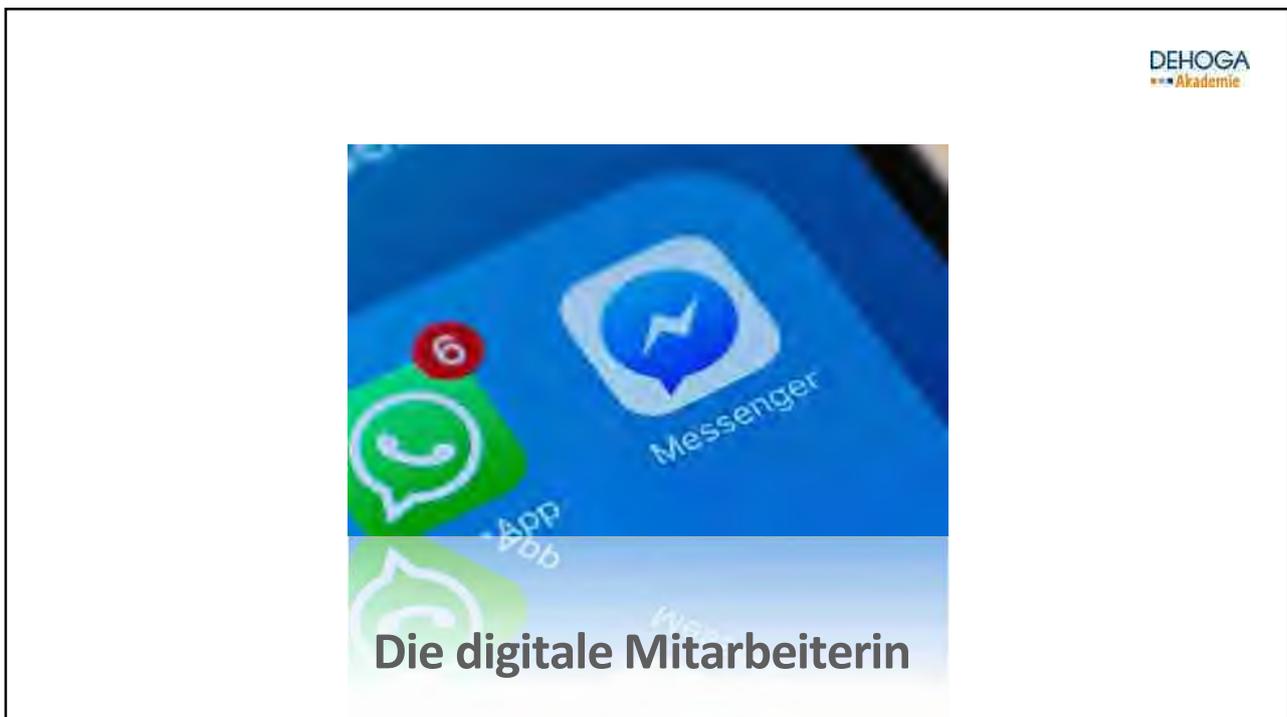


Die virtuelle Pinnwand

14



15



16



17



18



Erfolgsfaktoren



- ▶ Es gibt ein schlüssiges Marketingkonzept.
- ▶ Social Media ist Chefsache und wird vom Team verstanden und gelebt.
- ▶ Die Verantwortlichkeiten sind klar geregelt.
- ▶ Zeitliche & finanzielle Ressourcen sind geklärt.
- ▶ „Content is king.“ - es gibt eine Strategie, wie Inhalte generiert werden.
- ▶ Bereitschaft für transparente und authentische Kommunikation auf Augenhöhe ist vorhanden.
- ▶ Nachhaltige Ausdauer ist nötig, denn Social Media Engagement ist ein laufender Prozess!

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

19



Rechtliches



- ▶ Urheber-, Marken- und Persönlichkeitsrechte beachten
- ▶ Laufende Überprüfung auf rechtswidrige Inhalte und Einhaltung der Nutzungsbedingungen
- ▶ Datenschutz und Privatsphäre respektieren
- ▶ Impressum auf Instagram Profil hinterlegen
- ▶ Anforderungen der DSGVO berücksichtigen

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

20



Was macht Instagram aus?

21



Fakten über Instagram

DEHOGA
Akademie

- ▶ Instagram gehört seit 2012 zum Meta Konzern
- ▶ 2020 hat die Plattform Facebook als meistgenutztes soziales Netzwerk in Deutschland überholt
- ▶ Von 67 Millionen deutschen Internetnutzern sind ca. 14 Millionen wöchentliche Instagram-Nutzer
- ▶ Rund 12,7 Millionen Nutzer sind sogar täglich aktiv
- ▶ Instagram wird nahezu ausschließlich vom Smartphone genutzt, am Beliebtesten sind Stories und Reels
- ▶ Bei 53,6 Prozent der Business Profile liegt die Followerzahl unter 1.000.

 @DEHOGA Akademie

 @dehoga_akademie

 www.dehoga-akademie.de

22



Gute Gründe



- ▶ Instagram eignet sich als sehr bild- und videofokussierte Plattform hervorragend für unsere Branche.
- ▶ Die für den Erfolg wichtigen Interaktions-Raten liegen bei Instagram deutlich höher als bei anderen Plattformen.
- ▶ Über Hashtags werden auch Nutzer erreicht, die noch nicht mit dem Hotel oder Restaurant verbunden sind.
- ▶ Viele Gastgeber sind bereits auf Instagram aktiv und bieten damit zahlreiche Inspirationen und Möglichkeiten zum Austausch.
- ▶ Für eine Zusammenarbeit mit Influencern ist Instagram prädestiniert, da diese sich hier bevorzugt präsentieren.

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

23



Instagram vs Facebook



- ▶ Instagram eignet sich besser, um mit den Kunden zu interagieren, die Bekanntheit zu steigern, neue Angebote zu promoten und Influencer-Marketing zu nutzen.
- ▶ Facebook ist die bessere Lösung, um von älteren Zielgruppen wahrgenommen zu werden - sofern man auf bezahlte Werbung setzt. Außerdem ist es mit Facebook einfacher, Nutzer auf externe Angebote zu führen.
- ▶ Tipp: Nutzen Sie beide Plattformen mit ihren jeweiligen Stärken!

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

24



Instagram richtig einrichten

25







Navigationselemente Startseite

- ▶ **Nachrichten**
Senden und Empfangen von Direktnachrichten
- ▶ **Benachrichtigungen**
Informationen über Werbeanzeigen, Empfehlungen, Updates und Interaktionen wie Likes, Kommentare etc.
- ▶ **„Instagram“-Logo**
Auswahl der Feed-Ansicht (Gefolgt, Favoriten)

 @OEHOOGAAkademie
 @dehoga_akademie
 www.dehoga-akademie.de

26







Navigationselemente Profil

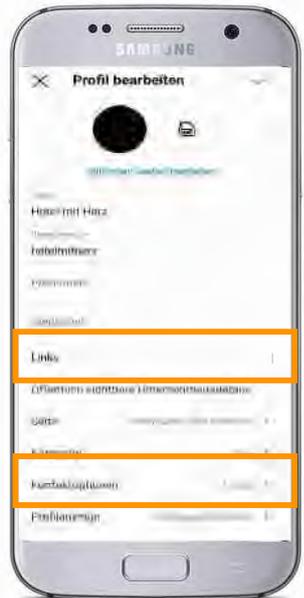
- ▶ **Feed**
Beiträge und Stories
- ▶ **Suche**
Profile („Konten“), Hashtags („Markierungen“) oder Orten finden
- ▶ **Content**
Erstellen eigener Inhalte
- ▶ **Reels**
Aufruf von empfohlenen Reels
- ▶ **Professional-Dashboard**
Übersicht für Business Profile
- ▶ **Profil**
Einstellungen bearbeiten

 @DEHOGAAkademie
 @dehoga_akademie
 www.dehoga-akademie.de

27







Profil ergänzen

- ▶ Laden Sie ein aussagekräftiges Profilbild hoch (runden Zuschnitt bedenken!)
- ▶ Fügen Sie bis zu 5 Links zum Profil hinzu (Website, Impressum, Datenschutz & drei weitere).
- ▶ Nutzen Sie die 150 Zeichen im Steckbrief für die Beschreibung Ihres Unternehmens – auch Hashtags und Erwähnungen können verwendet werden.
- ▶ Ergänzen Sie die Kontaktoptionen

 @DEHOGAAkademie
 @dehoga_akademie
 www.dehoga-akademie.de

28



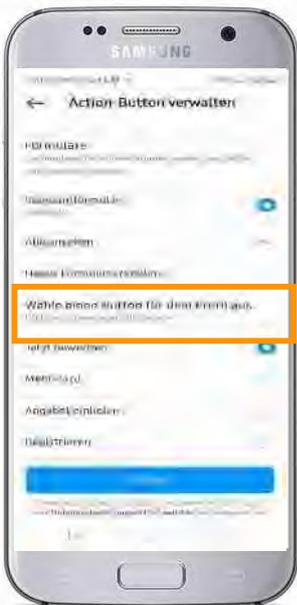


Kontaktdaten prüfen

- ▶ Geben Sie alle relevanten Unternehmensdaten an
 - Geschäftliche Telefonnummer
 - Geschäftsadresse
 - Ggf. WhatsApp Telefonnummer (Verbindung zu WA Business-Konto nötig)
- ▶ Aktivieren Sie die Anzeige der hinterlegten Kontaktinformationen

 @DEHOGAAkademie
 @dehoga_akademie
 www.dehoga-akademie.de

29





Action-Button hinzufügen

- ▶ Der **Action-Button** ist eine Möglichkeit, damit Nutzer direkt aus Ihrem Profil Kontakt aufnehmen können, z.B. zur Bestellung oder Reservierung durch Drittanbieter wie Open Table
- ▶ Alternativ können über ein Lead-Formular Anfragen oder Bewerbung entgegengenommen werden.
- ▶ Als Button-Text steht zur Auswahl:
Jetzt bewerben, mehr dazu, Angebot einholen, Registrieren

 @DEHOGAAkademie
 @dehoga_akademie
 www.dehoga-akademie.de

30



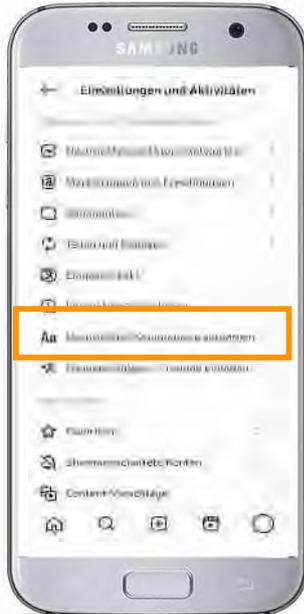


Profil Funktionen

- ▶ Über das Hamburger-Menü können viele weitere Funktionen und Einstellungen aufgerufen werden.
- ▶ Im **Archiv** werden Stories gespeichert.
- ▶ Die **Insights** bieten vielfältige Statistiken zu Profil & Content
- ▶ Unter **Zahlungen für Werbeanzeigen** werden die Zahlungsmittel hinterlegt
- ▶ Unter **Business-Tools und -Einstellungen** können u.a. die eigene Facebook Seite verknüpft, FAQ anlegt, eine Begrüßungsnachricht und schnelle Antworten hinterlegt werden

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

31





Einstellungen prüfen

- ▶ In der **Kontoübersicht** kann u.a. eine Zwei-Faktor-Authentifizierung über App, SMS oder Whatsapp eingerichtet werden
- ▶ Unter **Teilen und Remixen** kann festgelegt werden, wie Inhalte verwendet werden
- ▶ Die Konfiguration der Kommentar-Moderation kann unter **Nachrichten / Kommentare verbergen** vorgenommen werden

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

32







Kommentare moderieren

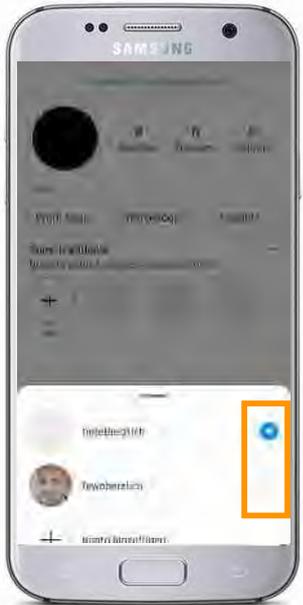
- ▶ In der Navigation „Nachrichten / Kommentare verbergen“ können alle Optionen zur Moderation aktiviert werden
- ▶ Es ist sinnvoll, unter „Eigene Begriffe und Ausdrücke festlegen“ Namen von Wettbewerbern oder Mitarbeitenden zu hinterlegen, um diese automatisch zu filtern.
- ▶ Es können auch unerwünschte Emojis in die Blockliste aufgenommen werden.

 @DEHOGA_Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

33







Konto wechseln

- ▶ Es können mehrere Instagram-Konten in einer App verwaltet werden
- ▶ Um zwischen verschiedenen Konten zu wechseln (oder einen neuen Account anzulegen) muss der Profil-Button länger gedrückt gehalten werden
- ▶ Alternativ kann man auch über **Einstellungen -> Konto** zwischen Konten wechseln oder durch einen Doppelklick auf den Profilbutton

 @DEHOGA_Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

34





QR-Code erstellen

- ▶ Mit der QR-Code Funktion können Sie ganz einfach Ihr Instagram Profil promoten
- ▶ Die Funktion kann über „Profil teilen“ in der Profilübersicht aufgerufen werden
- ▶ Das Design kann leicht angepasst und nach Fertigstellung exportiert werden
- ▶ Der QR-Code kann mit Instagram oder jeder QR-Code App gelesen werden
- ▶ Es gibt vielfältige Einsatzmöglichkeiten
 - Website, YouTube, LinkedIn, Drucksachen, Visitenkarten, Tischaufsteller, Aushang ...

 @DEHOGA Akademie
 @dehoga_akademie
 www.dehoga-akademie.de

35



Beitrag vs. Story - der richtige Einsatz

36



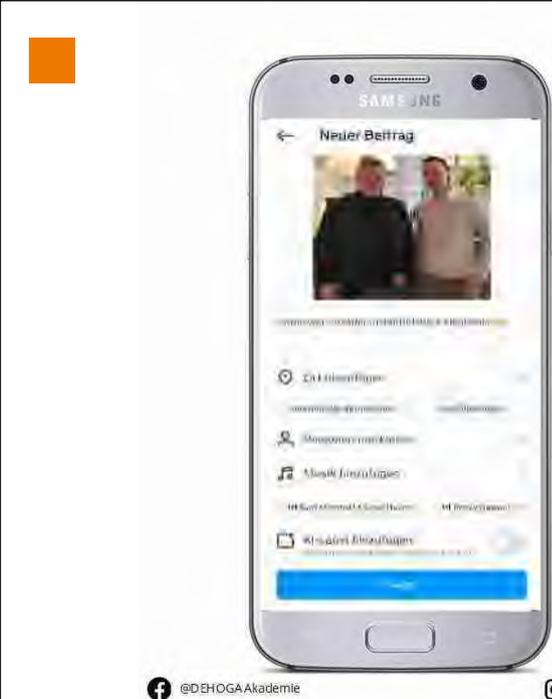
Beitrag vs. Story

DEHOGA Akademie

- ▶ Beiträge in Ihrem Feed sind dauerhaft verfügbar, erzählen Ihre Geschichte und dienen als Rahmen der Vermittlung Ihres „Warum“. Die Reichweite ist deutlich größer als bei Stories.
- ▶ Stories sind nur für 24 Stunden verfügbar und erzählen die kleinen, leichten Anekdoten in Ihrem Alltag als Gastgeber. Sie sind durch ihre interaktiven Elemente hervorragend für die Förderung des Engagements der Follower geeignet.
- ▶ Stories können in den Highlights gespeichert werden, um länger bzw. dauerhaft sichtbar zu sein

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

37



Beitrag erstellen

DEHOGA Akademie

- ▶ Klicken Sie auf das „+“ - Zeichen in der App.
- ▶ Nehmen Sie ein Foto bzw. Video auf oder wählen Sie es aus der Galerie.
- ▶ Danach kann eine einfache Bild- und Filterbearbeitung vorgenommen werden.
- ▶ Es folgt der Beitragstext und ggf. das Markieren von Personen, Collab-Partnern und Orten.
- ▶ Es kann Musik hinzugefügt werden.
- ▶ Unter „Weitere Optionen“ lassen sich weitere Einstellungen vornehmen

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

38





Beitragsoptionen

- ▶ In den „Erweiterten Einstellungen“ können einige weitere Optionen gewählt werden:
 - Veröffentlichung kann geplant werden (dann aber kein Crossposting oder Markieren von Collab-Partnern)
 - Kommentarfunktion deaktivieren
 - Crossposten des Beitrags über Facebook
 - Anzahl der „Gefällt mir“-Angaben ausblenden
 - Anzahl der geteilten Inhalte ausblenden

39

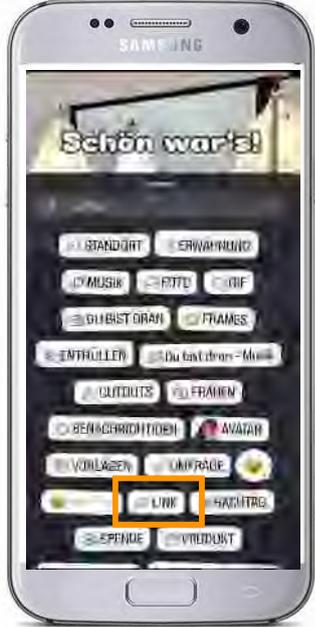




Story erstellen

- ▶ Zunächst wird ein Foto bzw. Video aufgenommen oder aus der Galerie ausgewählt.
- ▶ Mit der „Dual-Kamera“ – Option kann gleichzeitig ein Foto mit der Vorder- und der Rückkamera aufgenommen werden.
- ▶ Danach können Texte, Sticker, Filter und Freihand-Elemente hinzugefügt werden.
- ▶ Die fertige Story kann dann veröffentlicht oder heruntergeladen werden.

40



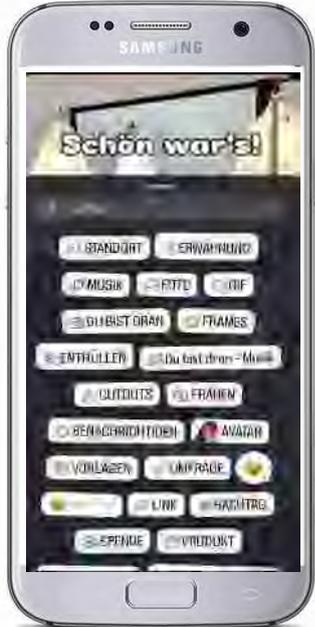


Interaktion? Sticker!

- ▶ Es gibt zahlreiche Sticker, die beim Erstellen einer Story genutzt werden können.
- ▶ Viele Sticker haben interaktive Elemente, die den User zur spielerischen Teilnahme animieren.
- ▶ Die Auswertungen der Interaktionen finden sich in den Insights einer Story.
- ▶ Tipp: unbedingt den Link-Sticker nutzen!

 @DEHOGA_Akademie
 @dehoga_akademie
 www.dehoga-akademie.de

41





Weitere Stickerfavoriten

- ▶ "standort": ort markieren
- ▶ "erwähnung": andere nutzer markieren
- ▶ „countdown": einen timer verwenden
- ▶ "du bist dran": aufforderung zur challenge
- ▶ "enthüllen": verdeckte inhalte nach pm zeigen
- ▶ "fragen": follower-fragen stellen
- ▶ "benachrichtigen": über neue inhalte informieren
- ▶ "umfrage": umfrage erstellen
- ▶ "hashtag": hashtags hinzufügen

 @DEHOGA_Akademie
 @dehoga_akademie
 www.dehoga-akademie.de

42



Exkurs: „Du bist dran“

DEHOGA Akademie

- ▶ Der Gastgeber beginnt und setzt mit seiner Story ein Thema, z.B. „Heimatliebe“.
- ▶ Die User, die den Story-Sticker sehen, können darauf in Form eines eigenen Fotos oder Videos antworten.
- ▶ Weitere Ideen für Gastgeber: „Foto von der letzten Familienfeier bei uns“, „Frühlingsgefühle“, „Dankbarkeit“
- ▶ „Du bist dran“ ist auch für Reels verfügbar

@DEHOGA Akademie @dehoga_akademie www.dehoga-akademie.de

43



Highlight erstellen

DEHOGA Akademie

- ▶ Highlights dienen der Hervorhebung wichtiger Inhalte, die prominent in Ihrem Profil (gruppiert) angezeigt werden sollen.
- ▶ Die Inhalte werden aus aktuellen oder archivierten Stories zusammengestellt.
- ▶ Tipp: Highlights in Kombination mit „Jetzt bewerben“- Action-Button für aktuelle Stellenausschreibungen nutzen!

@DEHOGA Akademie @dehoga_akademie www.dehoga-akademie.de

44



Schweizer Taschenmesser für Einsteiger

45



@DEHOGA_Akademie

@dehoga_akademie

www.dehoga-akademie.de

46



Der große Praxisteil in 10 Schritten

47



Der 10 Punkte Plan

DEHOGA
Akademie

So meistern Sie Ihr Instagram Marketing!

- Zusammenstellen des Social Media Teams
- Zielgruppe und Ziele festlegen
- Storytelling: Content is King!
- Come in & find out - Inspiration suchen
- Erstellung eines Themenplans
- Aufbau eines Redaktionsplans
- Entwicklung des eigenen Look & Feel
- Der perfekte Post
- Hashtags sinnvoll einsetzen
- Community Management

 @DEHOGA Akademie

 @dehoga_akademie

 www.dehoga-akademie.de

48



DEHOGA
Akademie

Der 10-Punkte-Plan

1. Organisation der Social Media Aufgaben

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

49



DEHOGA
Akademie

Vielfältige Aufgaben

- ▶ Für einen erfolgreichen Instagram-Auftritt gibt es einige Aufgaben zu organisieren:
 - Themen festlegen, Redaktionsplan erstellen, hochwertige Fotos schießen, ansprechende Texte erstellen, Postings koordinieren, entwerfen und veröffentlichen, aktiv sein und die Community betreuen, Werbeanzeigen schalten sowie Auswertung der Maßnahmen.
- ▶ Da Social Media Engagement kein Sprint, sondern ein Marathon ist, sollten je nach Betriebsgröße die Aufgaben verteilt werden.
- ▶ Achten Sie auf realistische Planungsvorläufe.

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

50



DEHOGA Akademie

Der 10-Punkte-Plan

2. Zielgruppe und Ziele festlegen

@DEHOGA Akademie @dehoga_akademie www.dehoga-akademie.de

This slide features a blurred background image of people in a meeting and a silver service bell on the right. It includes the DEHOGA Akademie logo in the top right corner and social media and website information at the bottom.

51

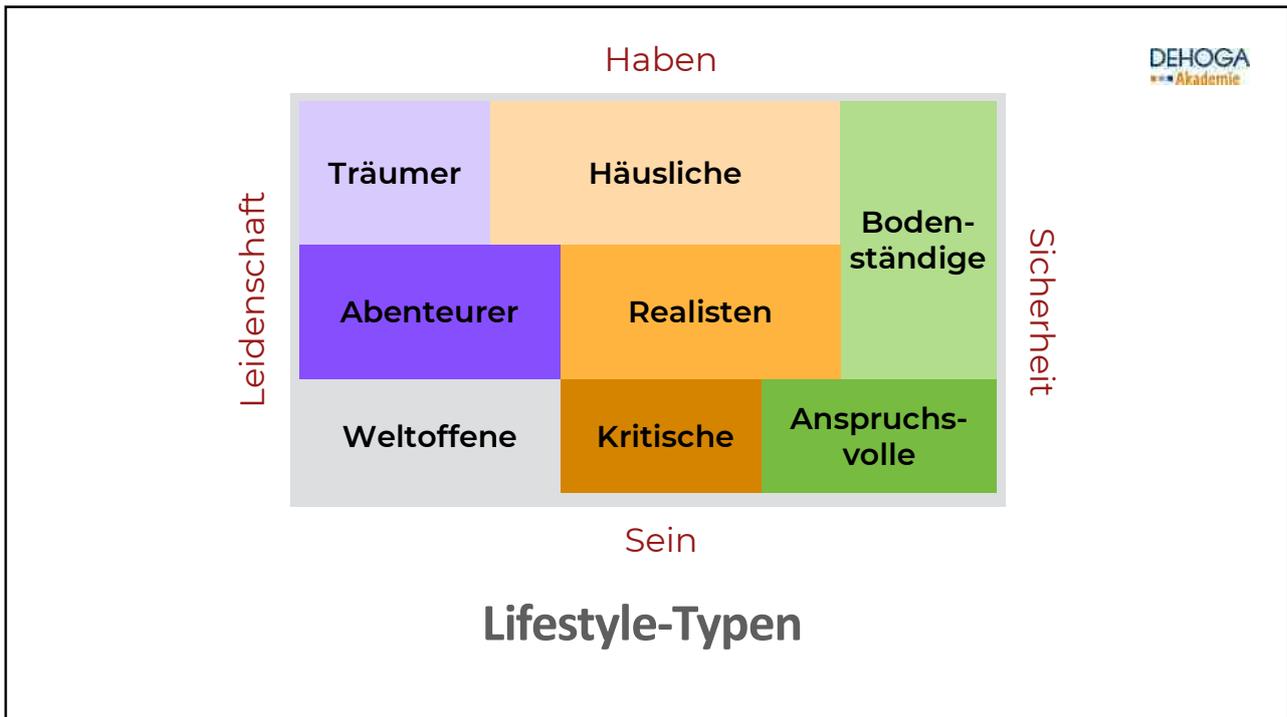


Einmal alle.
Man muss einen Kurs.

„Alle“ ist keine Zielgruppe!

This slide contains a graphic with a hand holding a megaphone, a glowing lightbulb, and a quote. The quote reads: 'Einmal alle. Man muss einen Kurs.' Below the graphic, the text states: '„Alle“ ist keine Zielgruppe!'

52



53

Zielsetzungen

DEHOGA Akademie logo is in the top right corner.

- Kommunikation der Markenwerte
- Erhöhung der Kundenbindung
- Steigerung der Bekanntheit
- Neukunden-Gewinnung
- Umsatz-Steigerung
- Personal-Gewinnung
- Marktforschung

Wichtig: Achten Sie darauf, Ihre Ziele möglichst konkret zu formulieren!

@DEHOGA Akademie
 @dehoga_akademie
 www.dehoga-akademie.de

54



Wer Ziele richtig setzt, hat mehr Erfolg.

55

The slide features a blurred background image of people in business attire. In the foreground, a silver service bell is visible on the right side. The text is centered on the left side of the slide.

Der 10-Punkte-Plan

**3. Storytelling:
Content is King!**

DEHOGA Akademie

@DEHOGAAkademie @dehoga_akademie www.dehoga-akademie.de

56

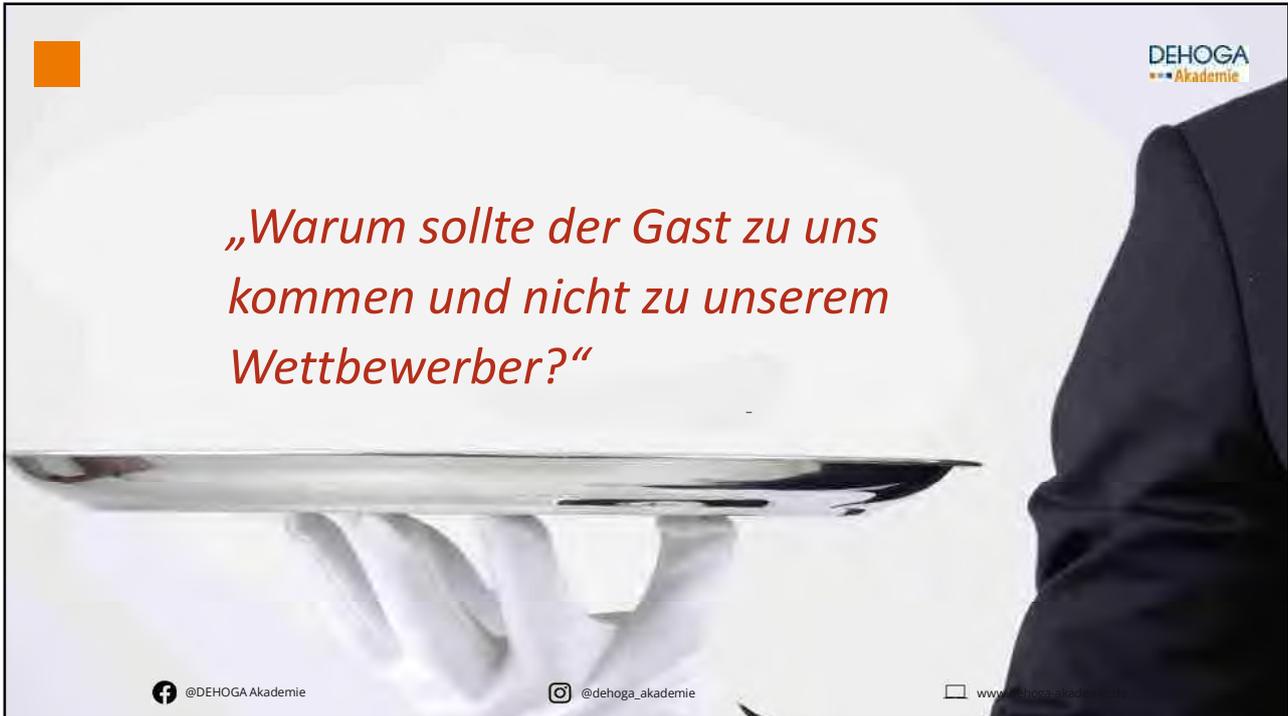


„Der goldene Kreis“

57



58



DEHOGA Akademie

„Warum sollte der Gast zu uns kommen und nicht zu unserem Wettbewerber?“

[@DEHOGA Akademie](#) [@dehoga_akademie](#) [www.dehoga-akademie.de](#)

59



DEHOGA Akademie

Was ist Ihr „Warum“?

- ▶ Positionierung ist nicht alles.
Aber ohne Positionierung ist alles nichts.
- ▶ Weg von „Wir bieten“, hin zu „Welche Bedürfnisbefriedigung sucht der Gast“.
- ▶ Ihr „Warum“ fordert eine klare Idee, eine konsequente Umsetzung in allen (digitalen) Bereichen und viel Ausdauer.
- ▶ Machen Sie den Selbsttest:
Zählen Sie auf Ihrer Webseite die Wörter „wir & uns“ und stellen Sie die Anzahl der Wörter „Sie & Ihre“ dagegen!

[@DEHOGA Akademie](#) [@dehoga_akademie](#) [www.dehoga-akademie.de](#)

60



Digital Detox Hotel

DEHOGA Akademie

Beispiel: Hotel Wiesergut

- ▶ „Das Wiesergut ist die perfekte Destination für Erholungsuchende, die Lust auf eine digitale Fastenzeit haben.“
- ▶ Entschleunigung, Achtsamkeit und bewusstes Erleben sind starke Markenkernere in Zeiten der Digitalisierung
- ▶ Marken-Claim: „Wir nennen es Glück.“



@DEHOGA Akademie @dehoga_akademie www.dehoga-akademie.de

61



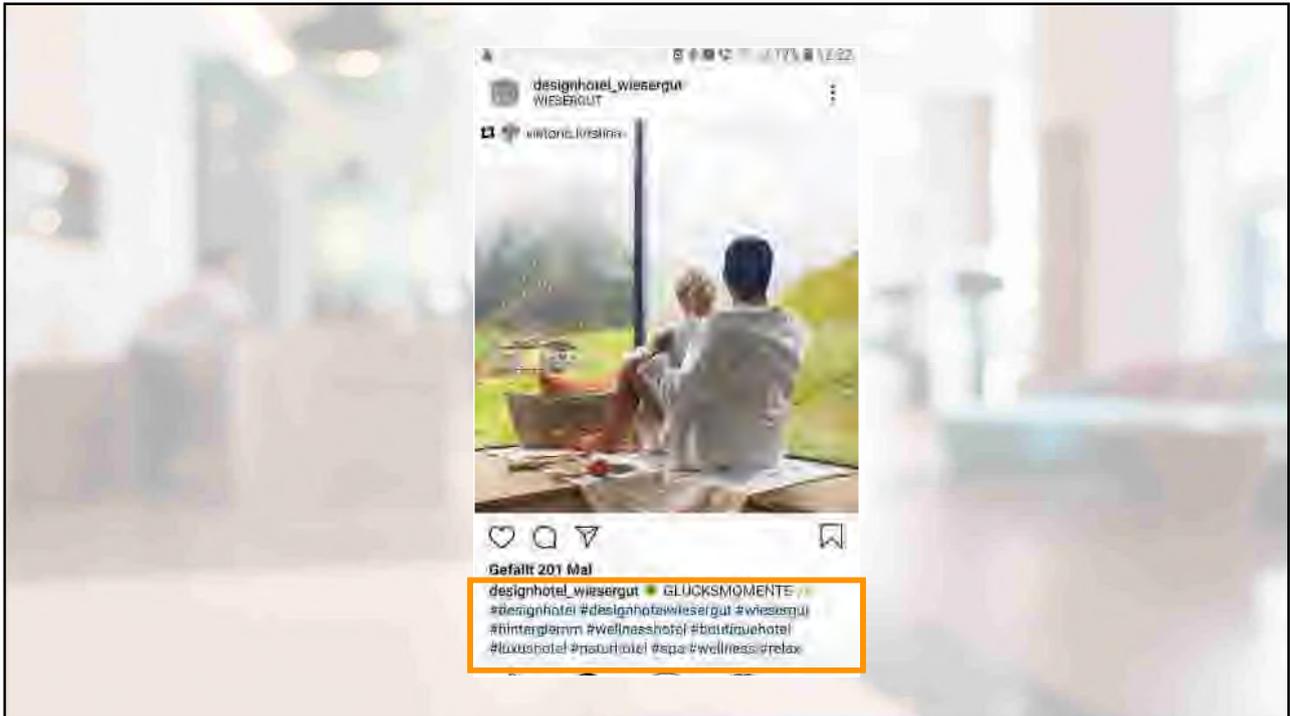
Digital Detox Hotel

DEHOGA Akademie



@DEHOGA Akademie @dehoga_akademie www.dehoga-akademie.de

62



63

Der 10-Punkte-Plan

4. Come in & find out - Inspiration suchen

DEHOGA Akademie

@DEHOGAAkademie @dehoga_akademie www.dehoga-akademie.de

64



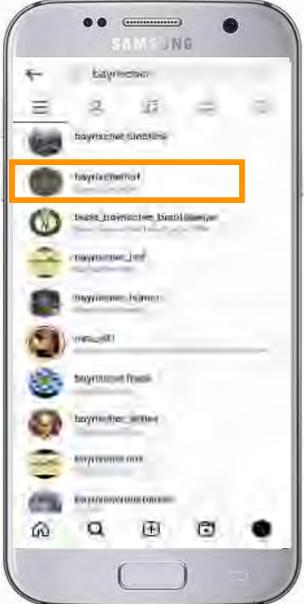
Inspiration sammeln

DEHOGA Akademie

- ▶ Gerade zu Beginn eines Engagements auf Instagram ist es wichtig zu verstehen, wie die Plattform „tickt“:
 - Welche Inhalte und Themen kommen gut an?
 - Wie werden diese präsentiert und promotet?
 - Welche Wettbewerber sind bereits auf Instagram?
 - Mit welchen Profilen macht eine Kooperation Sinn?
 - Welche Hashtags sind für meine Gäste relevant?
- ▶ Die Suchfunktion von Instagram bietet einen guten Ausgangspunkt für die Recherche.

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

65



Instagram Suche

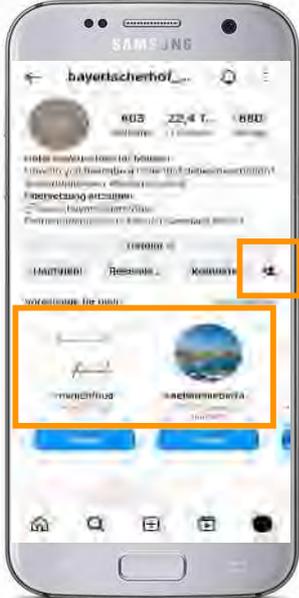
DEHOGA Akademie

- ▶ Die Funktion bietet eine Recherche nach „Für dich“, Konten, Reels (bei persönlichen Profilen), „nicht personalisiert“, Audio, Markierungen („Hashtags“) und Orten
- ▶ Zu den Ergebnissen werden jeweils Kontextinformationen angezeigt
- ▶ Sie können anderen Konten folgen

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

66



Ähnliche Profile („Konten“)

- ▶ Zu abonnierten Profilen werden im Kontextmenü weitere, ähnliche Profile vorgeschlagen.
- ▶ Diese Profile können direkt abonniert werden („folgen“).
- ▶ Durch „Wischen“ werden weitere Profile angezeigt.

 @DEHOGAAkademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

67




Der 10-Punkte-Plan

5. Erstellung eines Themenplans



 @DEHOGAAkademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

68



Der Themenplan



- ▶ Der richtige Mix an relevanten Themen ist auch auf Instagram entscheidend.
- ▶ Ein gut durchdachter Themenplan setzt die „Leitplanken“ für die laufende redaktionelle Arbeit und zahlt auf die Markenwerte ein.
- ▶ Touristische Themen sind sehr beliebt und relevant auf Instagram, beachten Sie bei der Planung aber immer die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe(n).

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

69



Themenkategorien



- ▶ **Unterhaltung** (z. B. Shortfacts, Sprüche, Blick hinter die Kulissen, kleine Anekdoten)
- ▶ **Emotion** (z. B. Team, Persönlichkeit, Fernweh, Naturbilder, beeindruckende Impressionen)
- ▶ **Information** (z. B. Angebote, Aktivitäten / Ausflugstipps, FAQ, Veranstaltungen)
- ▶ **Allgemeines** (z. B. Feiertage, Baustellen)
- ▶ **Trends** (z. B. Nachhaltigkeit, Regionalität, Wellness, Sport- und Ernährungstrends)

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

70

DEHOGA
Akademie

Der 10-Punkte-Plan

6. Aufbau eines Redaktionsplans

@DEHOGA Akademie @dehoga_akademie www.dehoga-akademie.de

71

DEHOGA
Akademie

Redaktionsplan

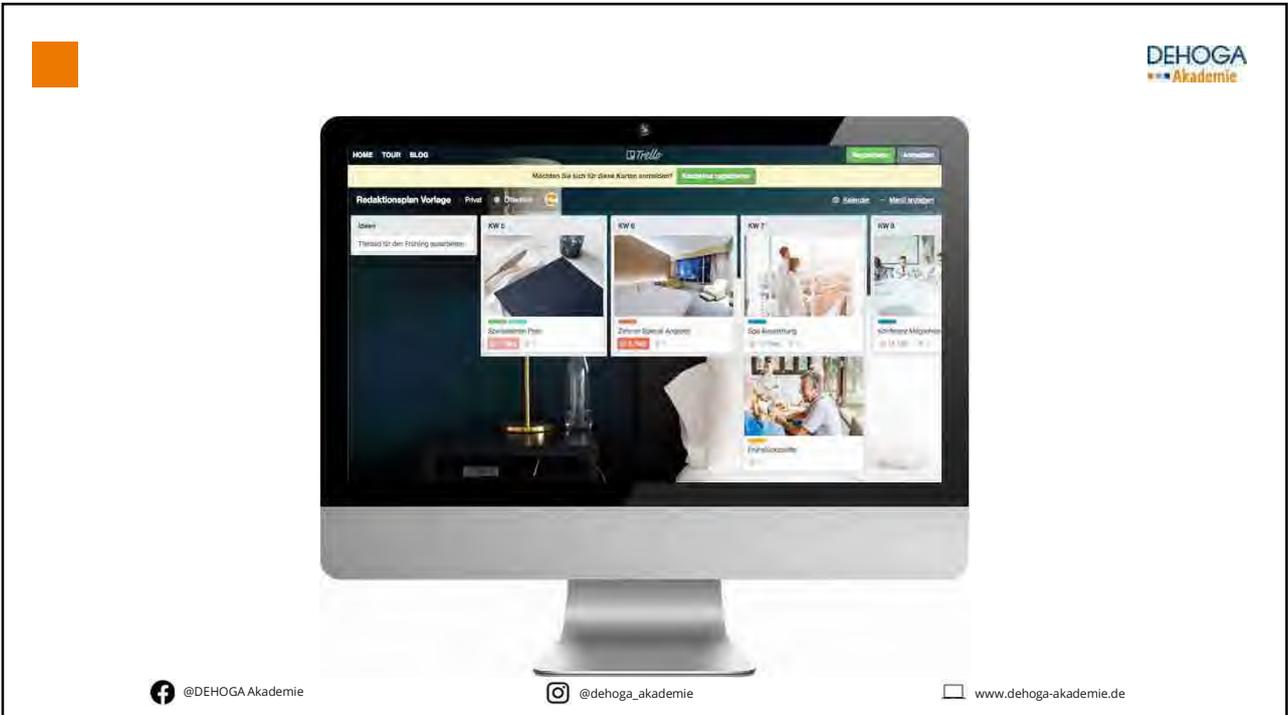
- ▶ Ein Redaktionsplan hilft Ihnen bei der Planung, Erstellung, Koordination und Veröffentlichung von Social Media Inhalten.
- ▶ Die Umsetzung kann sowohl in Papierform, als auch mit einer Excel-Tabelle oder einer cloudbasierten Software erfolgen.
- ▶ Der Redaktionsplan regelt, wann zu welchen Themen Beiträge oder Stories veröffentlicht werden.
- ▶ Als Vorläufe empfehlen sich 3 Monate für die Grob- und 2-4 Wochen für die Feinplanung.

@DEHOGA Akademie @dehoga_akademie www.dehoga-akademie.de

72



73



74



DEHOGA
Akademie

Der 10-Punkte-Plan

7. Entwicklung des eigenen Look & Feel

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

75



DEHOGA
Akademie

Look & Feel

- ▶ Erfolgreiches Social Media Engagement ist immer Teil eines stimmigen Marketingkonzepts.
- ▶ Das eigene Instagram-Profil muss vom Look & Feel zur Corporate Identity (und damit zum „Warum“) passen.
- ▶ Gestaltungselemente des Instagram Profils sind u.a. Tonalität, Bildsprache, Farbgebung & Fonts.
- ▶ Wichtig: Die Ansprache des Gastes vor Ort setzt auch den Maßstab für Social Media!

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

76



77

Ziele der Bildsprache

Was soll durch die Bildsprache erreicht werden?

- ▶ Optisch einheitliches Auftreten eines Gastgebers
- ▶ Wahrnehmung und Bindung positiv beeinflussen
- ▶ Kaufentscheidungen unterstützen
- ▶ Bildqualität als Qualitätsversprechen einsetzen
- ▶ Wiedererkennungseffekt und Abgrenzung zum Wettbewerb
- ▶ Eine einheitliche Bildsprache wirkt klar und vermittelt Professionalität

@DEHOGA Akademie

@dehoga_akademie

www.dehoga-akademie.de

78



Farbhelfer: colordesigner.io/tools

79



80



Der 10-Punkte-Plan

8. Der perfekte Post

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

81



Der perfekte Post

- ▶ Erzählen Sie kleine Geschichten und stellen Sie so Ihr „Warum“ heraus („Storytelling“)
- ▶ Nutzen Sie neben Bildern auch Reels
- ▶ Halten Sie Ihre Instagram Posts relevant und appellativ
- ▶ Wiederholen Sie Posts mit inhaltlichen Variationen und experimentieren Sie mit Formaten Beitrag, Story und Reel.

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

82



Der perfekte Post



- ▶ **Sprache**
Kurze präzise Sätze statt Schachtelsätzen. Kommen Sie auf den Punkt und texten Sie passend zum Bild.
- ▶ **Länge**
Die maximale Länge für eine Bildunterschrift beträgt 2.200 Zeichen. Nach zwei Zeilen wird der Text abgeschnitten.
- ▶ **Hashtags**
Bis zu 30 Hashtags sind möglich, Instagram empfiehlt 3-5 Hashtags pro Bild.

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

83



Der perfekte Post



- ▶ **Interaktion**
Instagram liebt Interaktionen. Animieren Sie Ihre Follower zu liken und zu kommentieren. Stellen Sie (ernst gemeinte) Fragen, bitten Sie um ein Like („Herzchen“), wenn der Content gefällt.
- ▶ **Emojis**
Emojis werden bei Instagram häufig verwendet und sind eine weitere Möglichkeit zur Interaktionssteigerung. Sollten Ihre Gäste eher konservativ sein, dürfen Sie trotzdem sparsam mit Emojis umgehen.

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

84



Exkurs: Collab-Partner Funktion



- ▶ Diese Funktion bietet die Möglichkeit, gemeinsame Feed-Posts zu veröffentlichen, d.h. ein Post erscheint im Feed aller Autoren-Accounts
- ▶ Multiplikationseffekt der Reichweite: für Unternehmen bietet die Funktion die Möglichkeit, schnell die Reichweite zu erhöhen
- ▶ Gerade für Kooperationen, Netzwerke und Influencer können Gastgeber das Format sinnvoll nutzen
- ▶ Hinweis: Die Collab-Partner Funktion ersetzt nicht das Branded Content Tool! Bei bezahlter Kooperation muss dies weiterhin genutzt werden
- ▶ Die Auswahl der Collab-Partner kann über die Funktion „Personen markieren“ vorgenommen werden.
- ▶ Markierte Collab-Partner müssen der Zusammenarbeit zustimmen.

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

85



Exkurs: Instagram Explore



- ▶ Instagram Explore ist ein Empfehlungsbereich, in dem die Plattform den Nutzern organische und bezahlte Inhalte vorschlägt, die ihren Interessen entsprechen und auf früheren Interaktionen basieren.
- ▶ Die Reichweite der eigenen Inhalte kann sich exponentiell erhöhen, da mehr als 50 % der Instagram-Nutzer jeden Monat die Explore-Seite besuchen.
- ▶ Instagram Explore bietet neben der Suche die beste Möglichkeit, neue Nutzer zu gewinnen, die Ihnen noch nicht folgen.

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

86



Tipps für Instagram Explore

DEHOGA Akademie

- ▶ Nutzen Sie Geotagging (Ortsangabe in Posts) und relevante Hashtags Ihrer Zielgruppe
- ▶ Teilen Sie Ihren Beitrag auch in Ihrer Story und laden Sie Nutzer ein, zu interagieren und den Inhalt zu teilen
 - Der Algorithmus der Explore-Seite basiert auf den Likes, Saves und Kommentaren der Nutzer. Achten Sie auf die Post-Insights!
- ▶ Veröffentlichen Sie Beiträge und Stories, wenn Ihre Nutzer aktiv sind
- ▶ Videos und vor allem Reels werden bei Instagram Explore bevorzugt und werden automatisch abgespielt.

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

87



Exkurs: Gewinnspiele

DEHOGA Akademie

- ▶ Gewinnspiele eignen sich auch auf Instagram sehr gut, um die Reichweite des Profils zu erhöhen, neue Nutzer anzusprechen und die Interaktion der Follower zu steigern.
- ▶ Wichtig ist darauf hinzuweisen, dass das Gewinnspiel nicht in Verbindung mit Meta steht und Teilnahmebedingungen mit folgenden Angaben verlinkt werden:
 - Veranstalter, Zeitraum, Teilnahme, Preise, Gewinnmechanik und -benachrichtigung
 - Hinweis auf Datenschutz und Namensnennung der Gewinner
- ▶ Die Benachrichtigung der Gewinner kann über die Kommentare erfolgen.
- ▶ Hinweis: nicht alle neu generierten Follower sind nachhaltig – manche gehen nach Ende des Gewinnspiels wieder verloren.

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

88



Exkurs: Gewinnspiele



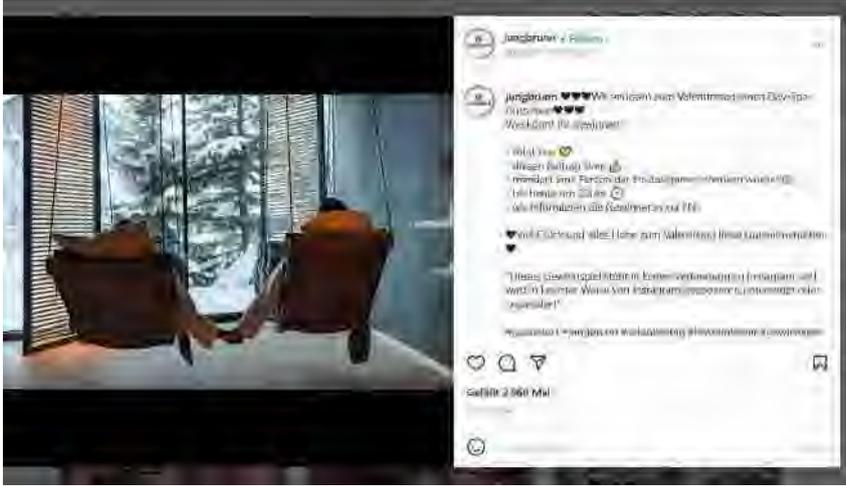
- ▶ Zulässige Gewinnspiel-Mechaniken:
 - Teilnahme durch einen Kommentar oder ein Like
 - Teilnahme durch eine private Nachricht
 - Verlosung unter allen Likes
 - Verlosung an den Kommentar mit den meisten Likes (nicht empfohlen)
 - Verlosung an den „besten“, „kreativsten“, „lustigsten“ etc. Kommentare
- ▶ Nicht zulässige Gewinnspiel-Mechaniken:
 - Inhalte falsch markieren, z.B. Teilnehmen müssen sich auf einem Bild markieren, auf dem sie gar nicht abgebildet sind.
 - Nutzer muss jemand anderes unter dem Post in den Kommentaren markieren

 @DEHOGA Akademie

 @dehoga_akademie

 www.dehoga-akademie.de

89



Gewinnspiel

90



Tipps für bessere Texte

DEHOGA Akademie

Was ist bei Texten im Online- und Social Marketing zu beachten?

- ▶ Wissen, worüber man schreibt. Unkenntnis produziert Worthülsen.
- ▶ Schreiben, wie man spricht. Schrift- und Amtsdeutsch will niemand lesen.
- ▶ Bleiben Sie stets anschaulich und konkret. Je allgemeiner desto langweiliger.
- ▶ Fassen Sie sich kurz: nicht mehr als 10-15 Wörter pro Satz und 5 Silben pro Wort.
- ▶ Schreibe dynamisch. Wechsle kurze und längere Sätze ab.
- ▶ Meiden Sie Modalverben, sie verwässern die Aussage.

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

91



Tipps für bessere Texte

DEHOGA Akademie

Was ist bei Texten im Online- und Social Marketing zu beachten?

- ▶ Meiden Sie das Passiv. Es sorgt für Distanz zwischen dem Text und Ihrem Kunden.
- ▶ Benutzen Sie starke Verben. Sie beflügeln einen Text.
- ▶ Meide die Hauptwörterei der substantivierten Verben und Adjektive! Sie blähen einen Text unnötig auf.
- ▶ Verwende nur wenige Adjektive. Ein treffendes Verb oder Hauptwort ist meistens besser.
- ▶ Meide Schachtelsätze. Je weniger Einschübe, desto klarer der Text.
- ▶ Schreiben Sie positiv. Vermeiden Sie die Wörter „nicht“ und „kein“.

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

92



Links für bessere Texte

Diese Anbieter helfen Ihnen beim Optimieren Ihrer Texte

- 📄 **rechtschreibpruefung24.de**
<https://rechtschreibpruefung24.de>
- 📄 **Woxikon Synonyme**
<https://synonyme.woxikon.de>
- 📄 **Wortschatz der Uni Leipzig**
<https://corpora.uni-leipzig.de>
- 📄 **Answer the public**
<https://answerthepublic.com>
- 📄 **Kilian – KI-basierter Textgenerator**
<https://kilian.ai>

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

93



DEHOGA Akademie

OpenAI

94



DEHOGA
Akademie

Der 10-Punkte-Plan

9. Hashtags sinnvoll einsetzen

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

95



DEHOGA
Akademie

Hashtags

- ▶ Mit einem Hashtag („#“) lassen sich Posts verschlagworten.
- ▶ Da Hashtags („Markierungen“) explizit gesucht werden, kann sich dadurch die Reichweite von Beiträgen deutlich erhöhen.
- ▶ Es ist sinnvoll, eine gute Mischung aus generischen und spezifischen Hashtags zu finden.
- ▶ Hashtags sollten einen thematischen Bezug zum Betrieb bzw. dem Gastgewerbe haben („Hashtag-Content-Fit“)
- ▶ Hashtags können auch in Stories verwendet werden.
- ▶ Bis zu 30 Hashtags sind pro Beitrag erlaubt, Instagrams CEO Mosseri empfiehlt 3-5 Hashtags.
- ▶ Ein Mix aus fixen und flexiblen Hashtags ist sinnvoll.

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

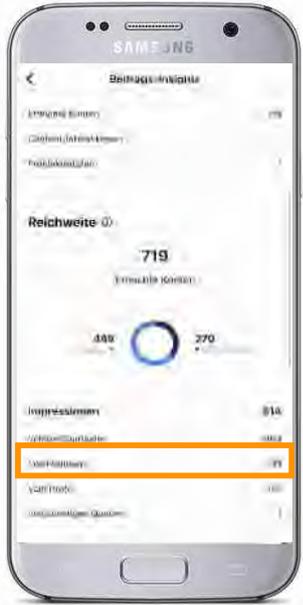
96



Hashtag Suchmaschine

97



Hashtags wirken!

- ▶ Beim richtigen Einsatz von Hashtags können diese gerade bei Nutzern, die dem eigenen Profil noch nicht folgen, eine signifikante Reichweite erzielen
- ▶ Hashtags können alternativ zur Bildunterschrift auch im ersten Kommentar untergebracht werden, ohne dass die Reichweite sinkt

 @OEHOOGAAkademie
 @dehoga_akademie
 www.dehoga-akademie.de

98



DEHOGA
Akademie

Der 10-Punkte-Plan

10. Community Management

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

99



DEHOGA
Akademie

Seien Sie aktiv!

- ▶ Nicht nur die Kommentare unter Ihrem eigenen Posting sind relevant. Es ist ebenfalls wichtig, selbst aktiv auf anderen Profilen zu kommentieren und Herzchen (Likes) zu verteilen.
- ▶ Passende Kommentare unter relevanten Postings können Sie interessant für andere Nutzer machen. Nehmen Sie sich etwas Zeit und geben Sie sich Mühe beim Verfassen.

Es lohnt sich!

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

100



DEHOGA
Akademie

Gastgeber-Marketing mit Instagram-Videos

Erstellung eines Reels

 @DEHOGA Akademie
 @dehoga_akademie
 www.dehoga-akademie.de

108



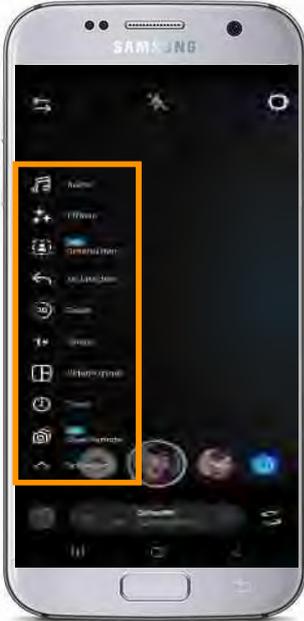
DEHOGA
Akademie

Reel erstellen

- ▶ Reels sind kurze Videoclips mit bis zu 15, 30, 60 oder 90 Sekunden Länge, die direkt in der App erstellt und mit Musik oder Effekten unterlegt werden können
- ▶ Reels sind für die Reichweite eines Profils bei Nicht-Followern wichtig und haben einen Startseiten-Tab
- ▶ Die Funktion ist über das „+“-Symbol oben und unten in der Instagram-App zu finden

 @DEHOGA Akademie
 @dehoga_akademie
 www.dehoga-akademie.de

109



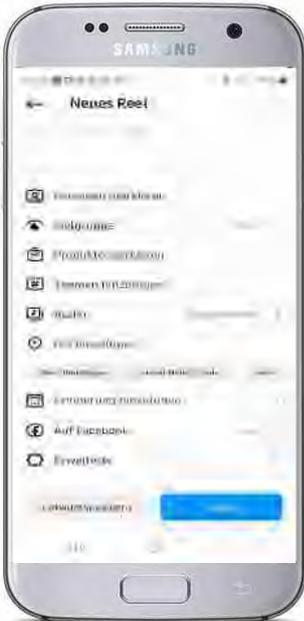


Wichtige Reel Features

- ▶ **Audio**
Datenbank mit Suchfunktion nach Musik oder Stimmung
- ▶ **AR-Effekte**
- ▶ **Greenscreen**
- ▶ **„Du bist dran“-Funktion**
- ▶ **Dauer**
- ▶ **Tempo**
Zeitraffer bzw. Slow-Motion-Modus
- ▶ **Video-Layout**
Aufteilung mit mehreren Videos
- ▶ **Timer**
Länge eines Clips vorab festlegen inklusive Countdown
- ▶ **Dual Kamera-Funktion**

 @DEHOGAAkademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

110





Reel Einstellungen

- ▶ Es können Personen markiert oder zu einer Collab eingeladen werden.
- ▶ Unter „Themen“ können bis zu 3 Kategorien angegeben werden, um bessere Zielgruppen zu erreichen.
- ▶ Das Hinzufügen eines Ortes erhöht die Sichtbarkeit.
- ▶ Mit „Erinnerung hinzufügen“ kann auf Veranstaltungen hingewiesen werden.
- ▶ Das Reel kann auch über Facebook geteilt werden.

 @DEHOGAAkademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

111



Wissenswertes über Reels



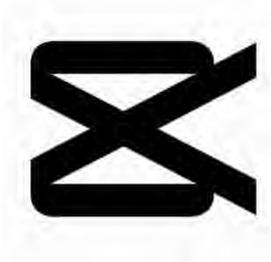
- ▶ Nach dem Hinzufügen eines ersten Clips erscheint eine weitere Option „Ausrichten“. Diese zeigt den zuvor gedrehten Clip verblasst im Hintergrund an, hierdurch werden „nahtlose“ Übergänge ermöglicht.
- ▶ Leider können (noch) keine Links in Reels gesetzt werden.
- ▶ Veröffentlichte Instagram Reels erscheinen im Feed, Reel-Tab und ggf. im Entdecken-Tab.
 - Tipp: Auch bei Reels können Titelbilder hinzugefügt werden!
- ▶ Insbesondere durch den Entdecken-Tab und die Nutzung von Hashtags kann eine hohe organische Reichweite mit Reels erzielt werden!

 @DEHOGA Akademie

 @dehoga_akademie

 www.dehoga-akademie.de

112



CapCut

<https://www.capcut.com>

113



DaVinci Resolve

<https://bit.ly/2EiVQBt>

114

The slide background features a blurred image of people in business attire on the left and a silver service bell on the right. A small orange square is in the top left corner.

DEHOGA
Akademie

Gastgeber-Marketing mit Instagram-Videos

Tipps & Empfehlungen für Reels

 @DEHOGAAkademie

 @dehoga_akademie

 www.dehoga-akademie.de

115



Tipps für Instagram-Reels

DEHOGA Akademie

- ▶ Nutzen Sie die ersten Sekunden
 - Instagram Nutzer „fliegen“ durch ihre Feeds. Nutzen Sie die ersten drei Sekunden für Bewegung, um Aufmerksamkeit und Interesse zu wecken.
 - Es sollte unmittelbar erkennbar sein, dass es sich um ein Video handelt.
- ▶ Fügen Sie Texte hinzu
 - Viele User schauen sich Videos ohne Ton an. Nutzen Sie also Untertitel, damit die Message nicht verloren geht.
 - Texte tragen dazu bei, die wichtigsten Botschaften, die Sie vermitteln wollen, zu verstärken. Zuviel Text lässt das Video allerdings unübersichtlich erscheinen.
 - Kurze Untertitel im Video helfen, das Interesse der Nutzer zu wecken, sodass sie das gesamte Video anschauen und sogar den Ton abspielen.

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

116



Tipps für Instagram-Reels

DEHOGA Akademie

- ▶ Optimieren Sie die Tonqualität
 - Nach Möglichkeit bei Sprachaufnahmen ein separates Mikrofon nutzen, dies erhöht die Tonqualität deutlich. Sie können auch ein „Voiceover“ hinzufügen und das Reel so kommentieren.
 - Das Mischungsverhältnis von Stimme und Unterlegmusik sollte bei geringer Lautstärke so eingestellt werden, dass die Sprache klar zu verstehen ist.
 - Instagram-Nutzer sehen Videos häufig über das Smartphone mit entsprechenden Umgebungsgeräuschen.
 - Daher sollten verschiedene Tonspuren („Audiotracks“) eines Videos zunächst untereinander angeglichen und anschließend in Summe auf Broadcasting-Qualität komprimiert werden.
 - Nutzen Sie „Adobe Podcast“ für die Optimierung Ihrer Sprachaufnahme.

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

117



Adobe Premiere Rush CC

<https://bit.ly/2HbCCyK>

118



Tipps für Video Ads

DEHOGA
Akademie

- ▶ Schaffen Sie Emotionen
 - Gut gemachte Video Ads stellen eine emotionale Bindung zu Ihnen her, sodass Ihre Dienstleistung nur noch den Weg der Bedürfnisbefriedigung darstellt – und die Preissensibilität sinkt.
- ▶ Fokussieren Sie auf ein Ziel
 - Ebenso wie redaktionelle Postings sollten sich auch Video Ads für die bestmögliche Wirkung in ihrer Aussage nur auf ein Ziel ausrichten.
 - Mögliche Ziele könnten die Steigerung der Bekanntheit, die Kommunikation Ihrer Markenwerte, die Neukunden- oder auch Personal-Gewinnung sein.
- ▶ Treten Sie weniger werblich auf
 - Video Ads sollten sich für die beste Wirkung natürlich in den Instagram-Feed einfügen und nicht übermäßig werblich sein. Aktivierende Inhalte, die dem Nutzer einen Mehrwert bieten, haben häufig eine größere Interaktionsrate.

 @DEHOGA Akademie

 @dehoga_akademie

 www.dehoga-akademie.de

119



Tipps für Video Ads

DEHOGA Akademie

- ▶ Optimieren Sie Ihre Webseite für mobile Endgeräte
 - Auf Instagram wird überwiegend von mobilen Geräten aus zugegriffen. Wenn also der Handlungsauftrag („Call-to-Action“) Ihrer Videoanzeige auf eine Webseite führt, so muss diese für mobile Endgeräte optimiert sein.
- ▶ Nutzen Sie ein eigenes Vorschaubild
 - Die Miniaturansicht ist der wichtigste Teil Ihrer Instagram-Videoanzeige
 - Sie bestimmt, ob jemand die Lautstärke einschaltet, um Ihre Anzeige zu sehen, auf Ihren Beitrag im Suchbereich klickt und schließlich in Ihrem Profil landet oder nicht.
 - Investieren Sie die Zeit, ein optimiertes Vorschaubild für Ihre Video Ad zu erstellen – es zahlt sich aus!

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

120



Photopea

<https://bit.ly/2EmzNKn>

121



Erfolgreich Werben auf Instagram & Co.

Social Media Advertising

Ads

DEHOGA Akademie

@DEHOGA Akademie @dehoga_akademie www.dehoga-akademie.de

122



Vorteile von Social Media Ads

- ▶ Es werden nur tatsächliche Anzeigen-Klicks abgerechnet, nicht die Auslieferung (Performance-Marketing)
- ▶ Die Auslieferung von Anzeigen kann sehr differenziert gesteuert werden, zum Beispiel nach Regionen, Geschlecht, Alter, Verhalten, Interessen, Persönlichen Lebensumständen ...
- ▶ Durch Klick- und Tageslimits ist eine volle Kostenkontrolle gegeben
- ▶ Der Erfolg von Ads im Meta Werbenetzwerk ist überwiegend präzise messbar

DEHOGA Akademie

@DEHOGA Akademie @dehoga_akademie www.dehoga-akademie.de

123



Funktionsweise

DEHOGA Akademie

- ▶ Anzeigen auf Facebook und Instagram können kurzfristig und punktuell eingesetzt werden, um beispielsweise Sonderaktionen zu promoten
- ▶ Neue Märkte und Zielgruppen können kostengünstig beworben werden
- ▶ Einfache Implementierung von A/B Tests
- ▶ Die Abrechnung erfolgt i.d.R. durch CPC (Cost-per-Click)
- ▶ Kampagnen sind strukturiert wie bei Google Ads
- ▶ Umfangreiche Remarketing-Möglichkeiten durch Einsatz eines Meta-Pixels auf der eigenen Webseite

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

124



Zielgruppen

DEHOGA Akademie

- ▶ Die Definition der Zielgruppen für eine Kampagne kann nach geografischen, demografischen, persönlichen oder interessenbasierten Merkmalen erfolgen.
- ▶ Mit Custom Audiences können darüber hinaus weitere Zielgruppen erstellt werden, die sich beispielsweise aus Kundendaten, Webseiten-Besuchern oder bestimmten Anzeigen- oder Social Media-Interaktionen generieren.
- ▶ Anhand von Custom Audiences ist es möglich, mit Meta Lookalike Audiences weitere Zielgruppen mit ähnlichem Profil und Verhalten zu erstellen.

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

125



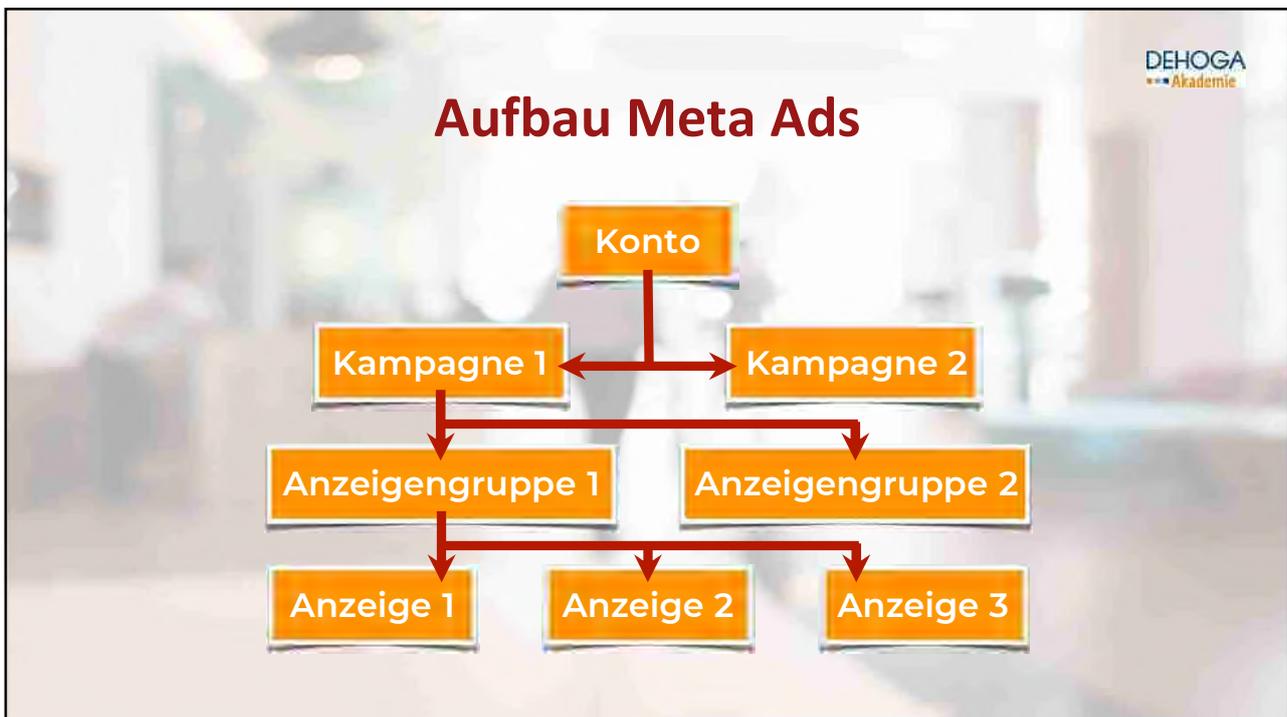


Kampagnenaufbau

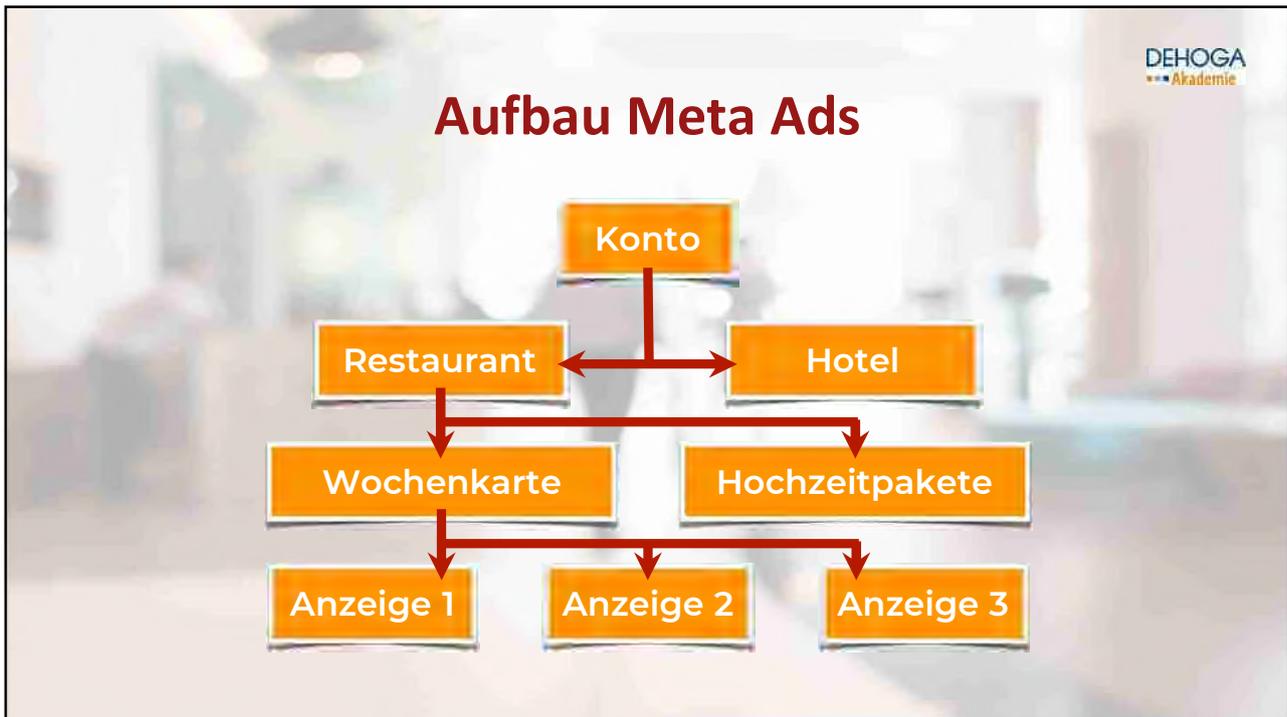
- ▶ Auf **Kampagnenebene** wird das Werbeziel festgelegt.
- ▶ Unter der Kampagne folgt die **Werbeanzeigengruppe**. Hier werden Parameter wie Zielgruppe, Budget, Zeitplan und Platzierungen definiert.
- ▶ Den Anzeigengruppen folgen schließlich eine oder mehrere **Werbeanzeigen** mit inhaltlichen oder visuellen Variationen.
- ▶ Der Kampagnenaufbau ist weitgehend ähnlich zu Google Ads.

 @DEHOGA Akademie
 @dehoga_akademie
 www.dehoga-akademie.de

126



127



128

Umsetzungstipps für Werbeanzeigen

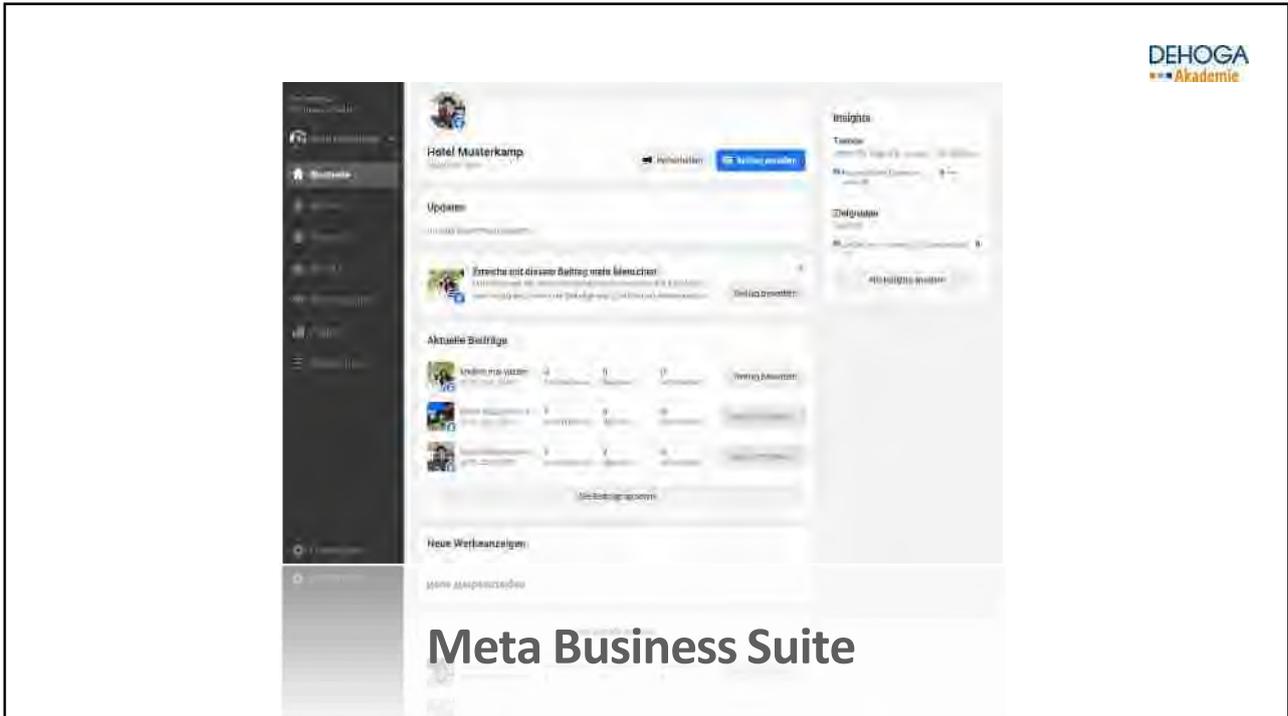


DEHOGA
Akademie

- ▶ Stellen Sie Ihr Angebot und den USP klar heraus
- ▶ Verlinkungen sollten direkt auf den beworbenen Inhalt verweisen – möglichst keine Links auf die Startseite
- ▶ Sprechen Sie den Betrachter direkt an! Beziehen Sie zudem Fragen und Aufforderungen (Call-to-Action) in die Ansprache ein
- ▶ Vermeiden Sie Floskeln, Grammatikfehler („einzigste“), Denglisch („Chill Deinen Tag“) oder Hilfsverben („können“, „sollen“)
- ▶ Aktivieren Sie den Betrachter bedürfnisorientiert („gewinnen“, „entspannen“, „profitieren“)

 @DEHOGA Akademie
  @dehoga_akademie
  www.dehoga-akademie.de

129



130




Viel Erfolg bei der Umsetzung!

Ihr Referent
Markus Michels

Kontakt über
m.michels@creazwo.de
www.creazwo.de



Bleiben Sie in Kontakt mit uns:

-  www.dehoga-akademie.de
-  [dehoga_akademie](https://www.instagram.com/dehoga_akademie)
-  [DEHOGAAkademie](https://www.facebook.com/DEHOGAAkademie)

 @DEHOGAAkademie
 @dehoga_akademie
 www.dehoga-akademie.de

131