

LEITFADEN “HOW TO SOCIAL MEDIA”

Um Schülerinnen mehr für Ihr Unternehmen zu begeistern und sie an Ihr Unternehmen zu binden, sollten Sie eine effektive Social-Media-Strategie entwickeln. Hier ist ein Leitfaden, der Ihnen hilft, Ihre Social-Media-Präsenz zu verbessern. Für die SchülerInnen ist Instagram die bevorzugte Plattform, um sich über potenzielle Arbeitgeber zu informieren und Einblicke in deren Unternehmenskultur zu erhalten.

Dein Instagram-Feed: Fotos, Videos und Bildunterschriften richtig nutzen

Der Newsfeed bleibt zentral, obwohl die Story-Funktion an Beliebtheit gewinnt. Inhalte sollten kreativ und interaktiv sein.

Allgemeines

Foto: Format: 1:1 oder 4:5 für bessere Smartphone-Anpassung.

Video: Dauer: Maximal 60 Sekunden.

Posting-Text

Länge: Ideal sind 125–150 Zeichen und neun Hashtags.

Hashtags: Maximale Anzahl: 30. Mischung aus großen und kleinen Hashtags.

Tipps für Hashtags

- **Konkurrenz analysieren:** Lernen Sie von erfolgreichen Accounts.
- **Große und kleine Hashtags mixen:** Erhöhen Sie Reichweite und Relevanz.
- **Inhalt prüfen:** Vermeiden Sie unerwünschte Assoziationen.

Instagram-Stories

Instagram-Stories bieten neue Storytelling-Möglichkeiten. Unternehmen können authentische Einblicke geben, z.B. durch „Takeovers“ von Mitarbeitern oder Influencern.

Tipps für Storys

- **Highlights:** Speichern Sie relevante Inhalte dauerhaft.
- **Authentizität:** Zeigen Sie echte Einblicke in den Arbeitsalltag.

Instagram-Live

Mut macht authentisch

Instagram-Live bietet Echtzeit-Übertragungen und authentische Einblicke. Diese Funktion ist besonders wirkungsvoll, aber wenig genutzt.

Vorteile

- **Authentizität:** Livestreams sind unverfälscht.
- **Aufmerksamkeit:** Push-Nachrichten an Follower.
- **Schnelle Produktion:** Einfache Vorbereitung und Durchführung.

Instagram-TV

Die All-in-one-Entertainment-Plattform

Instagram-TV (IGTV) ermöglicht längere Videos (bis zu 60 Minuten). Obwohl die Verknüpfung zu IGTV nicht direkt auf dem Profil ersichtlich ist, bietet es tiefere Einblicke und Storytelling-Möglichkeiten.

Strategie

- **Werbung im Feed:** Nutzen Sie 60-sekündige Teaser im Instagram-Feed, um auf IGTV-Videos zu verlinken.
- Zielgruppenanalyse:** Testen Sie verschiedene Formate und analysieren Sie die View-Zahlen.