



Sell it Social

**FEMALE
SOCIAL
MEDIA CLUB**



DEIN UNIQUE SELLING POINT - DEINE POSITIONIERUNG

Deine Nische: Was bietest du an?

Dein Alleinstellungsmerkmal: Was hebt dich ab? Dein Versprechen



Deine Zielgruppe: für wen sind deine Produkte gemacht?

Brand Book

Definiere den visuellen Kern deines Markenauftritts auf Instagram:

BRANDFARBEN - FEED

Wähle bis zu **vier harmonisierende Farben** aus, welche du stets für deine Contenterstellung nutzt.

Farbe	-	HEX / RGB
1.		
2.		
3.		
4.		



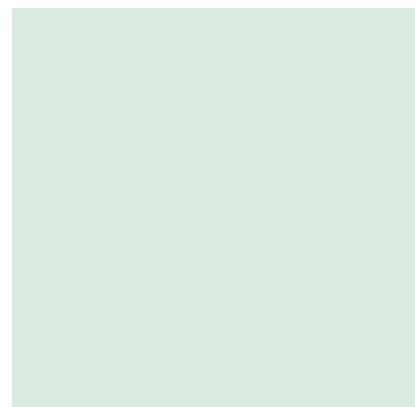
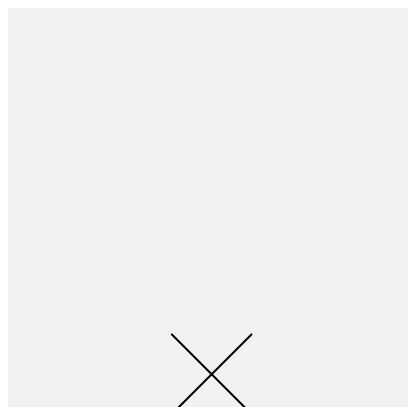
Beispiel:

Hellrosa - #F1E3E3

LOGO PLATZIERUNG

Kreuze an, wo du dein Logo in deinen Postings platzierst:

Beispiel:



Brand Book

SCHRIFTEN

Wähle 2-3 Schriften für deine Contenterstellung aus.

Beachte: Deine Schrift muss gut lesbar sein, wenn ein Nutzer durch den Feed scrollt.

Verwendung	Schrift
1. Titel	
2. Untertitel	
3. Textkörper	



Brand Book



AUFTRETEN - LOOK AND FEEL

Wie möchtest du und deine Marke wahrgenommen werden?
Verspielt, verträumt, seriös, familiär?



EMOJIS

Welche Emojis möchtest du vornehmlich verwenden und welche überhaupt nicht?


|
|

Dein Personal Branding

WAS IST PERSONAL BRANDING?

Hierbei steht nicht die Marke im Vordergrund sondern du mit deinem Gesicht, deiner Persönlichkeit. Du erweckst deine Brand, & dein Business zum Leben. Du erschaffst dadurch eine echte **Beziehung zu deiner Community**, da du Inhalte, Mehrwert teilst, den deine WunschkundIn **direkt anspricht**.



WARUM IST ES FÜR DICH WICHTIG EINE PERSONAL BRAND AUFZUBAUEN?

Menschen kaufen von Menschen, weil diese bei einem selbst Emotionen auslösen. Diese Emotionen bringen einen dazu, dir zu vertrauen, dich zu mögen und ein Gefühl von "ich kenne dich" oder "ich mag dich" aufzubauen.

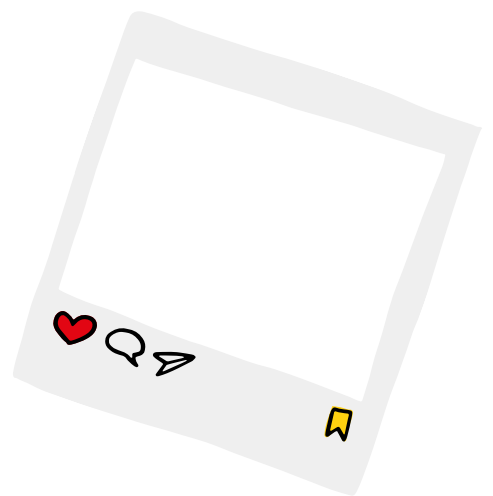
Du bist inspirierend , ein Role Model, eine echte Vertrauensperson.

Als Personal Brand hast du nicht nur FollowerInnen sondern **echte Fans**.

Dein Personal Branding

WO FINDET PERSONAL BRANDING STATT?

- **Profilbild:** Headshot ab Brusthöhe
ggfls Name: Vorteile von Klarnamen vs. Themennamen
- **In deiner Bio:** Hier solltest du mit deinem Namen zu sehen sein
- **In deinem Feed:** Personal Brand Bilder mit Produkt, Reels, ausgeschnitten in Grafikinhalten
- **Stories!**



FILTER FÜR DEINE STORIES

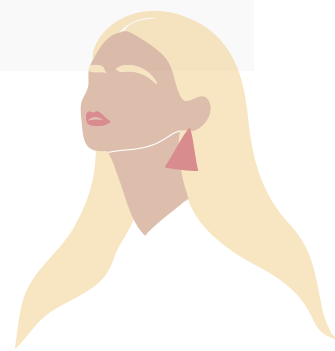
Wähle max. 3 Filter, die du über deine Personal Brand Bilder legst



AUSSEHEN & KLEIDUNG

Frage dich, wie du passend zu dir und deiner Produktmarke optisch aussehen möchtest. Hast du einen bestimmten Stil, den du verkörperst? Business chic, Casual, sportlich elegant? Welche Accessoires gehören zu dir?

Mein Stil	Meine Accessoires
1.	
2.	
3.	



AUFTRETEN

Wie möchtest du und deine Marke wahrgenommen werden?
Selbstbewusst, humorvoll, seriös, ernst etc.?



DEINE BRAND SPRACHE

Welche Worte benutzt du öfters? Sie dienen deiner Wiedererkennung.



PRO TIPP

DEIN PERSONAL-SIGNATURE-CONTENT

Welches **persönliche Wiedererkennungsmerkmal** hast du?



DIGITALES CHARISMA GEGEN DIE ANGST VOR DER KAMERA



ACHTE AUF DEINE KÖRPERSPRACHE

Verharre nicht steif vor der Kamera, sondern setze deine Hände ein, bewege deinen Kopf und halte direkten Augenkontakt mit der Kamera



STIMME

Achte auf eine angemessenen Stimmlage und vermeide zu hohes oder zu tiefes Sprechen.



MIMIK

Das Ziel ist bei deiner Community Emotionen zu wecken, dabei spielt weniger das WIE als das WAS eine primäre Rolle. Da du hierfür lediglich einen kleinen Bildausschnitt zur Verfügung hast, halte hier die Präsenz.



BALANCE ZWISCHEN MACHT UND WÄRME

Um eine FollowerIn zu einem echten Fan zu machen, gilt es hier eine perfekte Balance zwischen Macht und Wärme, also deiner Herzlichkeit

PRODUKTFOTOGRAFIE - TIPPS

Arten der Bildformate

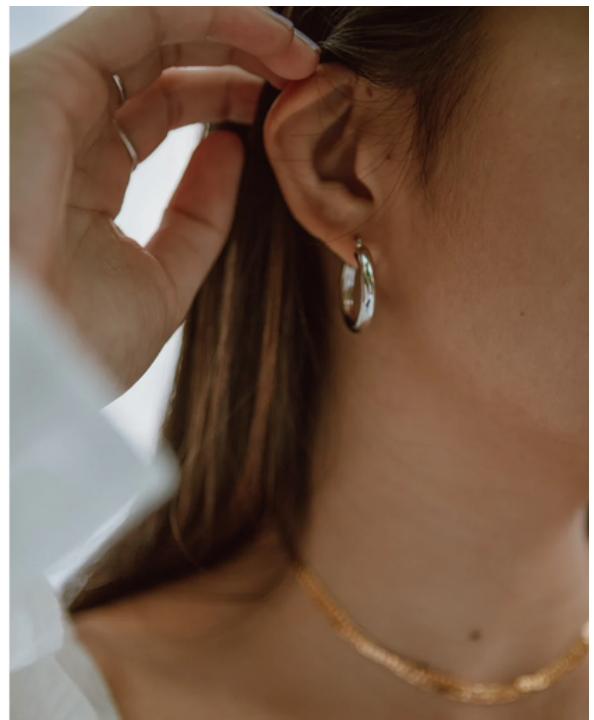
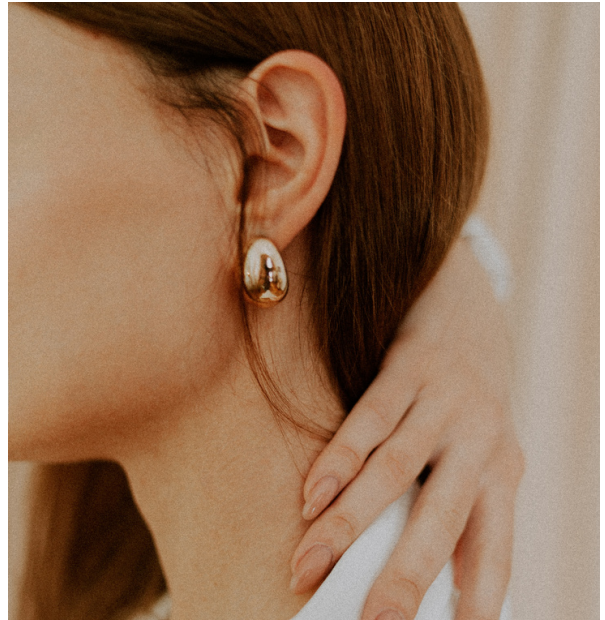
1. Produkt - Freistellen mit Canva oder kostenlos
<https://www.remove.bg/de>



2. Flatlays & Moodaufnahmen : Zusammenstellung und Inszenierung des Produktes



3. Produkt in Aktion mit Model:



PRODUKTFOTOGRAFIE

DO'S



- Arbeite mit Stativ: **Meine Stativ Empfehlung**
- Timer bei Auslöser für Schärfe
- Tageslicht (bewölkt) oder Softboxen
- Lichtbox: Selbstmachen mit weißem Hintergrund

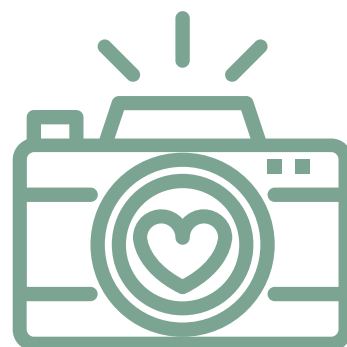
Klicke hier zum YouTube Video: **How To**

- Einheitliches Branding und Bildsprache

DON'TS



- Zu voll gepacktes Bild
- Immer anderes Licht auf den Bildern beeinflusst die Stimmung & Bild Qualität
- Keine IG Filter - verfälschen Produktfarben
- Nicht reinzoomen, da sonst unscharf



CONVERSIONSTARKER FEED

- KLARE BIO
- EINHEITLICHES BRANDING
- FESTE BILDFORMATE

Flatlay

Flattlay

Produkt Aktion

Flattlay

Produkt Aktion

Mood Bild

Produkt Aktion

Mood Bild

Personal Brand

CONVERSIONSTARKER FEED





CONTENT TO GROW

Erwecke deine Produkte zum Leben

Verkaufe niemals das Produkt - immer das Gefühl!

- Reels

Dein Produkt in

- Aktion: Bsp: Handykette

- in der Entstehung: Bsp. Donut

- Nutze Trend Musik

SMARTE REICHWEITENSTRATEGIEN

- Interaktionsmanagement - Täglich 30 min. mit Accounts interagieren: Herzen auf letzten 3 Postings hinterlassen & Stories ggfls.
- Gewinnspiele antizyklisch - kein Adventskalender
- Hashtag Gruppen - App **Leetags Hashtag-Generator**
- Shout-Out: Verlinke einen Account mit ähnlicher Zielgruppe. Stelle dich als Testimonial dar und dann verweise auf deine Produkte.
- Kontinuität - So schlägst du den Algorithmus

ERFOLGREICHES INFLUENCER MARKETING & KOOPERATIONEN (AUCH MIT 0€ BUDGET)

- Erstelle eine Liste mit möglichen KooperationspartnerInnen
InfluencerInnen: bis ca. 5K

- Checke vorher über **Infludata** die Engagementrate um zu sehen, wie "echt" die Community ist:

-> Gute Engagementrate bei kleineren Accounts bis 10%

-> Unter 3%: keine warme Community

Barter Deal: InfluencerInnen erhalten kostenlos das Produkt, bewerben es im Gegenzug auf deren Kanal

Wichtig: Schau dir genau an, ob deine Zielgruppe auf diesem Kanal vertreten ist.

Bsp: Kindermode -> Momblogs, Mom Influencerin

- Halte fest, welchen Umfang eure Kooperation hat:
Zeitraum, Anzahl der Stories, Inhalt, Verlinkungen

- Auswertung: Lasse dir die Storyviews zukommen,
Reichweite der Postings

Im Anhang: Kooperationsvertrag für
InfluencerInnenvereinbarungen.

PRODUCT SELLING

IG SHOP Strategisch nutzen

- Produktbilder: freigestellt, Produkt in Aktion oder Flatlay
- Größe der Produktbilder 500 x 500 px
- Shop Banner
- Griffiger Titel, ausführliche Produktbeschreibung & Beschaffenheit
- Shop Inhalte identisch mit Webseiten Inhalten
- Bis zu 5 Produkte pro Posting- Im Carousel bis 20 Produkte



Social Selling in Stories - Direkte Verlinkung

14 Touchpoints bevor Verkauf, 90 Tage - 2 Jahre
Baue dir eine aktive Community auf

Testimonial Marketing & UGC

Teile das Feedback deiner KundInnen regelmäßig

Highlights als Sales Funnel Aufbauen:

Produkte, Quick Sales, Aktionen, Launches



STUDY CASES - LEARN FROM THE BEST

Sissi von Hardenberg

Xouxou

