

elevate your brand

Workbook

Dein Instagram-Branding

Professionell
Intentional
Soul Client focused

Sarine Turhede



Inhaltsverzeichnis

Vorwort (3)

Worum geht es beim Instagram-Branding?

Was gehört zum Branding dazu? (4)

& Was Du vorab noch wissen solltest

Profilbereiche (5-7)

Dein Feed (5)

Deine Biografie (5)

Deine Highlights (6)

Deine Stories (7)

So findest Du heraus, wie Dein Branding aussieht (8)

Werte, Qualitäten & Emotionen (9-14)

Deine Seelenklientin (9)

Deine Stimme (10-11)

Deine Werte (12)

Deine Mission, Deine Geschichte (13-14)



Vorwort

Worum es beim Instagram-Branding geht

Dein Branding ist dazu da, dass Deine Seelenklientin auf den ersten Blick auf Dein Profil erkennen kann, dass sie bei Dir richtig ist - und sich dazu entscheidet, Dir zu folgen.

That's it, in a nutshell.

Wie so oft ist es simpel und zugleich eine Kunstform. Mit diesem Workbook möchte ich Dir alles Wissen an die Hand geben, was Du brauchst, um das Thema Branding zu verstehen und Deine maßgeschneiderte Antwort auf die Frage „Wie funktioniert (mein) Branding?“ zu kreieren.

Ich wünsche Dir viel Freude und Erkenntnisse beim Ausfüllen dieser Seiten.

Empfehlung zur Nutzung: Mach es Dir leicht. Ich möchte Dir mit diesem Workbook zwar gerne all mein Wissen an die Hand geben - aber nicht immer ist ALLES gleich wichtig.

Mach Dich frei von dem Gedanken, (jetzt) alles ausfüllen zu müssen. Beantworte die Fragen, die Dir jetzt wichtig erscheinen. Wenn Du auf eine Frage keine Antwort weißt, spür hinein, ob es jetzt darum geht, genau hier Klarheit zu finden - oder ob es darum geht, eben nicht alles abzuarbeiten, sondern Dich dem zuzuwenden, wo die Antworten schon da sind.

Dieses Buch ist dazu gedacht, Dich mehr als einmal zu begleiten. Wir entwickeln uns immer weiter und das bedeutet auch, dass es nicht das eine "Für-Immer-Branding" geben wird. Fang einfach an und hab Freude an dem, was Du jetzt kreierst.

Alles Liebe,

Sarine

Was gehört zum Branding dazu?

Der erste Eindruck:

Bildsprache
Schriften
Farben

Beim genaueren Hinsehen wichtig:

Inhalte
Sprache

Was Du vorab noch wissen solltest

**Welche Bereiche deines Instagram Profils
es gibt und welche Rolle sie spielen ...**

Profilbereiche

Dein Feed

Das "Kachel"-Muster Deiner einzelnen Posts. Hieraus ergibt sich der erste visuelle Eindruck, der sofort ein Gefühl vermittelt. Bei Instagram steht das Visuelle im Vordergrund, also ist dieser Teil (mit Ausnahmen) am wichtigsten.

Du kannst bis zu drei Posts "anpinnen", d. h., sie werden - so lange sie gepinnt sind - als die ersten drei Posts angezeigt.

Deine Biografie

Wenn der visuelle Eindruck neugierig macht, schaut man auch die Biografie an.

Wenn Du dabei bist, Dir Deine Community an Seelenklientinnen aufzubauen, sollte idealerweise aus dem Satz/Text in der Biografie sofort hervorgehen, was Dein Angebot ist und für wen.

Die „Formel“, die hier immer wieder in Instagram-Business-Kontexten auftaucht ist:

| | |
|----------------|--|
| Wem hilfst Du? | „Ich helfe feinfühligem Frauen |
| Mit was? | mithilfe von Shifts auf der Herzesebene |
| Wobei? | ihre Leadership-Qualitäten zu erwecken.“ |

Profilbereiche

Alternativ: Kurze Beschreibung Deiner Dienstleistung

Gut zu wissen: Das, was in Deiner Biografie als Name erscheint (das ist der den man ändern kann, der Login-Name bleibt immer gleich), ist suchbar. Bedeutet: Wenn jemand bei Instagram z. B. "Mentoring Freiburg" sucht, erscheinen als erstes alle Profile, die diese beiden Begriffe im Namen haben. Ob es sinnvoll ist, dies zu berücksichtigen, kommt sicher auf den Einzelfall an. Ich persönlich habe mich bewusst dagegen entschieden, finde diese Info jedoch wichtig zu kennen.

Deine Highlights

Kannst und solltest Du wie Unterseiten einer Webseite nutzen - und werden so auch von vielen genutzt, die über Instagram ihre Angebote verkaufen.

Häufige Kategorien, die auch auf einen Blick erkennbar machen „Ich habe ein Angebot für Dich“ sind 1:1, 0€, Kurse/Programme/ ..., Über, Feedback.

Das Schöne daran ist, dass sich diese Highlights leichter & schneller aktualisieren lassen, als eine Webseite - eine spontan aufgesprochene Story zu einem Angebot kannst Du direkt im Highlight des Angebots hinzufügen - und dafür ggf. eine veraltete Info daraus verschwinden lassen.

Bei aller Spontaneität macht es gleichzeitig jedoch auch Sinn, Dir Story Slides für Deine Angebote zu kreieren, die professionell und hochwertig aussehen - so dass eben der Eindruck der Highlights (und damit der Angebote) auch Deinem Standard entspricht. Diese Art von Slides sind in Deinem Branding-Paket mit drin, so dass Du die Möglichkeit hast, zu variieren.

Profilbereiche

Deine Stories

Während der Feed sozusagen das Schaufenster ist, geben die Stories die Möglichkeit, Einblick hinter die Kulissen zu geben. Aber was gehört eigentlich dazu - und was nicht? Alles, was für Deine Seelenklientin relevant ist, ist es wert, hier geteilt zu werden. Dazu gehört:

Über Deine Angebote sprechen

Deine Seelenklientin möchte natürlich wissen, inwiefern Deine Angebote ihr helfen - darüber lohnt es sich also in den Stories zu sprechen. Das können mal ein paar schriftliche Slides sein (sowohl spontan als auch strategisch geplant mit professioneller Grafik → Highlight), ein Live oder gesprochene Slides.

Du als Mensch

Deine Seelenklientin interessiert sich auch für Dich als Person - wofür Du stehst, welche Werte Dir wichtig sind, wie Du so drauf bist. Menschen kaufen von Menschen und wenn wir Ähnlichkeiten zu jemandem feststellen, dann stärkt das die Sympathie und auch das Vertrauen. Also gehören auch Dinge, die das veranschaulichen hierher, obwohl sie nicht immer auf den ersten Blick etwas mit Deinem Angebot zu tun haben.

Verkörperung

Gehört natürlich zu Dir als Mensch dazu, ist aber so wichtig, dass es noch einmal für sich genannt sei: Alles, was im Alltag zeigt, inwiefern Du das, was Du lehrst, wofür Du stehst, wofür Du bekannt sein möchtest, auch lebst. Stärkt das Vertrauen, bei Dir gut aufgehoben zu sein.

Kundenstimmen

Neben den üblichen Testimonials von Klientinnen kannst Du hier gut auch den ein oder anderen Screenshot eines Kommentars oder einer DM nutzen, die jemand zu einem Beitrag o.ä. an Dich geschickt hat. Alles, was zeigt, dass Deine Arbeit von Klientinnen als auch Deiner Community wertgeschätzt wird.

Überprüfe, ob das für Dich stimmig ist, indem Du beobachtest, worauf Du selbst achtest. Was hat Dich dazu bewogen, den Profilen zu folgen, denen Du folgst? Und: Bei wem hast Du etwas gekauft? Und warum?

So findest Du heraus, wie Dein Branding aussieht

Beim Branding geht es um Emotionen und Qualitäten. Und zwar um die Emotionen Deiner Seelenklientin und um Deine Qualitäten. Um die Essenz zusammen zu fassen:

Schritt 1

Finde Klarheit darüber, welche Emotionen Du bei Deiner Seelenklientin erwecken möchtest. Wie soll sie sich fühlen, wenn sie auf Dein Profil schaut?

Z. B.

Meine Seelenklientin soll beim Besuch meines Profils das Gefühl haben von ... Ankommen, Gehalten und gut aufgehoben sein

Oder

Meine Seelenklientin soll beim Besuch meines Profils das Gefühl haben von ... Aktiviert, motiviert und „empowered“ sein

Genauso wichtig: Klarheit darüber, wie Du von Deiner Seelenklientin wahrgenommen werden möchtest - hier geht es um Deine Werte und Deine Qualitäten.

Schritt 2

Wenn Du Klarheit über die Emotionen und auch Werte und Qualitäten hast, die Dein Profil ausstrahlen soll, dann stell Dir die Frage, was auf der visuellen Ebene für Dich gute Repräsentationen davon sind.

Du kannst Dich bei jeder der folgenden Fragen im Anschluss fragen: Welche Farben/Farbtöne, welche Schriften, welche Bilder/Symbole (das können auch z. B. Texturen wie Samt, Wasser, Glitzer, etc. sein) repräsentieren diese Antworten für mich? Welcher Stil repräsentiert inhaltlich diese Werte, Qualitäten und Emotionen?

Werte, Qualitäten & Emotionen

Folgende Fragen helfen Dir, herauszufinden, um welche Werte, Emotionen und Qualitäten es im Kern geht:

Deine Seelenklientin

1. Was wünscht sich Deine Seelenklientin (von Dir)? Wie möchte sie sich fühlen?

2. Wie möchte ich von meiner Seelenklientin gesehen werden?

Welche Farben/Farbtöne, welche Schriften, welche Bilder/Symbole (das können auch z. B. Texturen wie Samt, Wasser, Glitzer, etc. sein) repräsentieren diese Antworten für mich?

Werte, Qualitäten & Emotionen

Folgende Fragen helfen Dir, herauszufinden, um welche Werte, Emotionen und Qualitäten es im Kern geht:

Deine Stimme

1. Wofür will ich stehen?

2. Wofür sollen meine Angebote stehen?

3. Wie bist Du als Mensch, privat? Notiere Dir alle Eigenschaften, die Dich gut beschreiben.

Was repräsentiert diese Werte und Qualitäten für Dich? Bildlich wie inhaltlich.

Werte, Qualitäten & Emotionen

Folgende Fragen helfen Dir, herauszufinden, um welche Werte, Emotionen und Qualitäten es im Kern geht:

Deine Stimme

4. Welche Worte benutzt Du oft? Notiere Dir alle Worte, die Du immer wieder gebrauchst.

5. Wie kannst Du Dich am besten ausdrücken? Schriftlich? Gesprochen?

6. Wie möchtest Du nach außen wirken? (z. B. motivierend, ermutigend, professionell, unterstützend, inspirierend ...)

Was repräsentiert diese Werte und Qualitäten für Dich? Bildlich wie inhaltlich.

Werte, Qualitäten & Emotionen

Folgende Fragen helfen Dir, herauszufinden, um welche Werte, Emotionen und Qualitäten es im Kern geht:

Deine Werte

Über Deine Werte baut Deine Community, bauen Deine Seelenklientinnen eine Verbindung zu Dir auf. Deine Werte sollten sich in Deinem Unternehmen widerspiegeln.

1. Wofür ich stehe - Deine Kernwerte
2. Wofür ich bekannt sein möchte - bezieht sich auf Dein Unternehmen
3. Als wer ich bekannt sein möchte - bezieht sich auf Dich

Welche Farben/Farbtöne, welche Schriften, welche Bilder/Symbole (das können auch z. B. Texturen wie Samt, Wasser, Glitzer, etc. sein) repräsentieren diese Antworten für mich?

Werte, Qualitäten & Emotionen

Die folgenden Fragen geben tieferen Aufschluss über die Essenz Deiner Marke.

Deine Mission, Deine Geschichte

Dein Warum, Deine Vision, Deine Mission - viele Umschreibungen für das, worum es geht: den tieferen Sinn hinter Deinem Unternehmen.

Auch Teil Deiner Marke: Die Geschichte Deines Unternehmens
Indem Du Menschen daran teilhaben lässt, wie und vor allem warum Du Dein Unternehmen (gestartet) hast und warum Du tust, was Du tust, erkennen sie wer Du bist und warum Du für sie die richtige Adresse bist.

1. Warum hast Du Dein Unternehmen gegründet?

2. Warum machst Du das, was Du machst?

Werte, Qualitäten & Emotionen

Die folgenden Fragen geben tieferen Aufschluss über die Essenz
Deiner Marke.

Deine Mission, Deine Geschichte

3. Wodurch bist Du Expertin in Deinem Bereich?

4. Wie hilfst Du Deinen Seelenklientinnen?

5. Was macht Dich und Dein Unternehmen besonders?