

**Berufs-
begleitend
weiterbilden!**



Instagram-Marketing-Fundamentals - OMR Academy

Ein kurzer Überblick

Instagram ist mehr als schöne Bilder! Es erfordert ein hohes Maß an strategischer Arbeit und Planung – aber natürlich darf es auch an Content-Erstellung nicht fehlen. Der Kurs bereitet dich optimal darauf vor, als Marke oder Unternehmen auf Instagram so richtig durchzustarten. Auf unserem interaktiven Online-Campus arbeitest du dich zeitlich flexibel durch die spannenden Lerninhalte. Eine geführte Learning Journey sowie vielseitige und top aufbereitete Formate helfen dir, das Thema tiefgreifend zu verstehen und in der Praxis anzuwenden. In der Slack-Community kannst du dich mit Branchen-Expert*innen und anderen Teilnehmenden austauschen.

Nutze bei deiner Anmeldung den Code IBB10 und spare 10 %!

Folgende 10 Schwerpunkte erwarten dich, weitere Details findest du unten bei den Lerninhalten:

1. Basics
2. Strategisches Fundament
3. Set-up und Kanäle
4. Content Formate
5. Content Prozess: Ideation
6. Content Prozess: Creation und Publishing
7. Content Prozess: Distribution
8. Content Prozess: Reporting und Evaluation
9. Instagram Shoppin

Kursnummer

BA-3491

Beratung und Anmeldung

Telefon: 04161 5165-89

E-Mail: akademie@ibb.com

Die nächsten Starttermine

02.05.24 - 29.08.24 03.06.24 - 30.09.24

01.07.24 - 28.10.24 01.08.24 - 28.11.24

02.09.24 - 30.12.24 01.10.24 - 28.01.25

Und 2 weitere Starttermine verfügbar

Trainingsdauer

Zugang für 120 Tage

Teilnahmegebühr

ab 1.799,00€



Berufs- begleitend weiterbilden!



10. Workflow und Trends

Kursinhalte

! Vergiss nicht den **IBB10** Code bei deiner Buchung zu verwenden. Hiermit sparst du satte 10 % gegenüber dem regulären Preis!

Lektion 1 - Basics

Wenn du diese Lektion durchgearbeitet hast, kannst du:

- die Eigenschaften von Social-Media-Marketing benennen.
- die Chancen und Herausforderungen von Instagram Marketing zusammenfassen.
- den grundlegenden Aufbau von Instagram und die wichtigsten Features beschreiben.
- die Unterschiede zwischen den verschiedenen Account-Typen erklären.
- die möglichen Maßnahmen zur Account-Absicherung beschreiben.

Lektion 2 - Strategisches Fundament

Nachdem du die Lerninhalte in dieser Lektion absolviert hast, kannst du:

- Gründe für Relevanz einer Strategie für Instagram Marketing benennen.
- die Schritte zur Entwicklung einer fundierten Strategie wiedergeben.
- die Vorgehensweise bei der Formulierung eines Mission Statements und Zielen erklären.
- den Ansatz zur Definition einer Zielgruppe erläutern.
- die Vorgehensweise zur Findung und Überprüfung eines passenden Themas für deinen Account erklären.
- die Bedeutung von visuellen Codes im Instagram marketing formulieren.
- die Ansätze für die Gestaltung des Unternehmens- oder Markenprofils sowie eines Postings-Schemas wiedergeben.

Lektion 3 - Set-up & Kanäle

Nachdem du die Lerninhalte in dieser Lektion absolviert hast, kannst du:



Berufs- begleitend weiterbilden!



- das Set-up für einen Business Account darstellen.
- die wichtigsten Punkte hinsichtlich des Profils-Auftritts benennen.
- die Bedeutung des Business Managers im Kontext von Instagram Marketing erfassen.
- die Schritte des Set-ups für den Business Manager zusammenfassen.
- die Rolle des Datenschutzes beim Instagram Marketing erläutern.
- die Kanäle und Touchpoints von Instagram sowie ihre Funktionsweise beschreiben.
- den Einsatz der Kanäle entlang des Instagram Funnels erklären.

Lektion 4 - Content-Formate

Nachdem du die Lerninhalte in dieser Lektion absolviert hast, kannst du:

- die Content-Formate des jeweiligen Kanals benennen.
- die Zusammenhänge zwischen Reichweite und Interaktion bei den Content-Formaten erläutern.
- die inhaltlichen und technischen Anforderungen der verschiedenen Content-Formate benennen.
- die Gestaltungsmöglichkeiten des jeweiligen Content-Formats beschreiben.

Lektion 5 - Content-Prozess: Ideation

Nachdem du die Lerninhalte in dieser Lektion absolviert hast, kannst du:

- die einzelnen Phasen des Content-Prozess erklären.
- das Mindset für die Ideation-Phase beschreiben.
- die Vorgehensweise zur Entwicklung von ersten Ideen, Erzählsträngen und Geschichten erläutern.
- die Kriterien und Inhalte eines guten Briefings aufzeigen.
- die Einflussfaktoren auf die Umsetzung von Geschichten in passenden Content-Formaten benennen.
- die Praktik zur Festlegung von Timings und Verantwortlichkeiten erklären

Lektion 6 - Content-Prozess: Creation & Publishing

- Nachdem du die Lerninhalte in dieser Lektion absolviert hast, kannst du:
- die Arbeitstechniken der Creation-Phase erläutern.

Berufs- begleitend weiterbilden!



- die wichtigsten Punkte zur Erstellung von Brand-Generated Content darstellen.
- die zentralen Anforderungen bei der Nutzung von User-Generated Content beschreiben.
- die wesentlichen Aspekte für die Verwendung von Influencer-Generated Content nennen.
- die Kriterien für ein erfolgreiches Publishing aufzeigen.
- die Prinzipien der Instagram-Search-Funktion zusammenfassen.

Lektion 7 - Content-Prozess: Distribution

Nachdem du die Lerninhalte in dieser Lektion absolviert hast, kannst du:

- das Ziel der Distributions-Phase benennen.
- die Praktik des Cross-postings beschreiben.
- die Aufgaben und das Vorgehen im Community Management erläutern.
- die Relevanz von Paid Social Media benennen.
- das Vorgehen beim Bewerben von Beiträgen in der Instagram App erklären.
- den Aufbau einer Werbekampagne im Werbeanzeigenmanager erläutern.
- das Vorgehen beim Schalten von Werbeanzeigen im Werbeanzeigenmanager erklären.

Lektion 8 - Content-Prozess: Reporting & Evaluation

Nachdem du die Lerninhalte in dieser Lektion absolviert hast, kannst du:

- die Umsetzungsschritte der Reportings- und Evaluations-Phase benennen.
- die verschiedenen Account Insights skizzieren.
- die jeweiligen Content Insights darstellen.
- die Benchmarks zur Einordnung deiner Performance wiedergeben.
- das Vorgehen zur Erstellung eines Reportings beschreiben.
- die zwei Faktoren "Analyse" und "Learnings" in der Evaluation erklären.

Lektion 9 - Instagram Shopping

Nachdem du die Lerninhalte in dieser Lektion absolviert hast, kannst du:

- die Bedeutung von Social Commerce im Kontext von Instagram Marketing



Berufs- begleitend weiterbilden!



erfassen.

- die verschiedenen Features von Instagram Shopping beschreiben.
- die Relevanz von Instagram Shopping zusammenfassen.
- die Chancen und Herausforderungen von Instagram Shopping benennen.
- den Aufbau eines Instagram Shops darstellen.
- die Funktionen im Instagram Shop ausführen.
- das Vorgehen für die Einrichtung eines Instagram Shops erklären.
- die Gestaltungsoptionen für die Produktmarkierungen darlegen.

Lektion 10 - Workflow & Trends

Nachdem du die Lerninhalte in dieser Lektion absolviert hast, kannst du:

- da die Gestaltungsmöglichkeiten für die Arbeit im Team und mit Externen beschreiben.
- die verschiedenen Social Media Marketing Tools und ihre Funktionsweisen überblicken.
- die aktuellen Social Media Trends benennen.
- den Umgang mit Social Media Trends erklären.
- die Trends für Instagram aufzeigen.

Teilnahmevoraussetzungen

Du musst die Instagram-App bereits auf dem Smartphone installiert und idealerweise einen Account erstellt haben. Grundkenntnisse im Social Media (Marketing) und strategischem Arbeiten helfen dir, dich schnell im Kurs zurechtzufinden.

Allen Interessierten stehen wir in einem persönlichen Gespräch zur Abklärung ihrer individuellen Teilnahmevoraussetzungen zur Verfügung.

Zielgruppe

Angesprochen sind Online Marketer, Quereinsteiger und Generalisten, die das Potenzial der Marketing-Maschine Instagram verstehen und nutzen wollen.



Berufs-
begleitend
weiterbilden!



Ihre Vorteile

- **Praxis:** Nachhaltiges Lernen durch direkte Anwendung der Inhalte
- **Up to date:** Aktuelles Wissen durch OMR-Lernmaterialien
- **Community:** Hohe Motivation durch Austauschmöglichkeiten in der Gruppe
- **Live & interaktiv:** Live Sessions und Q&A mit Branchenexperten*Innen
- **Online-Campus:** E-Learning on demand – im Büro und von zu Hause

Herausgeber:

IBB Institut für Berufliche Bildung AG
Bebelstr. 40
21614 Buxtehude

Telefon: 04161 5165-89
E-Mail: akademie@ibb.com

Vorstand
Katrin Witte (Vorsitz)
Lea Tornow
Sabine Ulrichs

Aufsichtsratsvorsitzende
Sigrid Baumann-Tornow



ibb.weiterbildung



IBB_AG



pages/ibbbusinessakademie



company/ibb-business-akademie

