

Start > Dental > How to: Instagram für Marken im Dentalbereich

DENTAL

How to: Instagram für Marken im Dentalbereich

Lars Kroupa am 6. April 2019

Auf Facebook teilen Tweet auf Twitter LinkedIn Xing



Foto: Instagram

Instagram entwickelt sich zur Benchmark für eine emotionale und authentische Ansprache für Marken. Was Instagram für Dentalmarken im B2B-Bereich leisten kann und wie Sie als Media Manager Instagram Ads optimal einsetzen.

Anwender in Zahnarztpraxen haben frühzeitig das Potenzial von Instagram erkannt: Der **Singing Dentist** schafft es, mit 188.000 Abonnenten eine hohe mediale Aufmerksamkeit auf sein Kerngeschäft, die Zahnarztpraxis, zu lenken. Zahnarzt **Matteo Negri** hat 223.000 Abonnenten und produziert enormen Content rund ums Thema Dentalpraxis. Beide Beispiele zeigen eine gelungene Möglichkeit, dentalen Content mit der Zielgruppe Patienten zu verknüpfen. Sie zeigen auch, dass mit der Faustformel „People want to be entertained“ viel Aufmerksamkeit für Marken generiert werden kann.



Doch auch im B2B-Bereich ergibt sich ein großes Potenzial. Eine Milliarde Menschen weltweit hat Instagram in 2019 genutzt, mehr als 15 Millionen Nutzer gibt es in Deutschland. Im Werbeanzeigenmanager von Facebook wird im Januar 2019 für Instagram eine potenzielle Reichweite von 18 Millionen Menschen in Deutschland ausgewiesen. Angesichts dieser Zahlen sollten Sie Instagram nicht ignorieren!

Was leistet Instagram im B2B-Bereich?

1. Unternehmensimage und Markenbildung

Die **Identität einer Marke** kann über ihre Bildsprache und hier speziell über den Kanal Instagram gut vermittelt werden. Menschen suchen nach Persönlichkeit und diese suchen sie auch in einem Unternehmen. Sie wollen Ihre Kunden an sich binden? Dann sollten diese an Ihrer Geschichte, den Prozessen und dem Angebot teilhaben dürfen. Die Kundenbindung erfolgt dann auf emotionaler Ebene und fördert das **Vertrauen** zu Ihrem Unternehmen.

2. Wissensvermittlung

Bildungsinhalte bieten die Möglichkeit neue Geschäftsmöglichkeiten zu schaffen. In Verbindung mit **In-App-Tools von Instagram** gibt es eine Reihe von Möglichkeiten, **Bildungsinhalte** so zu verpacken, dass sie Spaß machen und spielerisch konsumiert werden können. Je nach Serviceangebot und Branche Ihres Unternehmens können zum Beispiel Fragen und Antworten mit bestehenden Kunden oder Mitarbeitern eine **Wissensvermittlung** ermöglichen.

3. Employer Branding

Der **Bewerbungsprozess** vor dem eigentlichen Bewerbungsgespräch ist zunehmend digital und beinhaltet die Recherche auf der Firmen-Webseite, dem Corporate Blog, Facebook, Twitter und eben auf Instagram. Wie ist das Unternehmen vertreten? Wie modern und sympathisch stellt es sich dar?

4. Produktkommunikation in differenzierten Formaten

Der wichtigste Aspekt des Auftritts einer Firma sowie Ihrer Produkte auf Instagram ist **Authentizität**. Das reine Posten von perfekt inszenierten Werbefotos und unpersönlichem Stockmaterial genügt nicht mehr, vielmehr geht es um den Aufbau einer emotionalen Bindung zu Ihren potenziellen Kunden.

Instagram Ads im B2B-Bereich: Präzise Keywords wählen

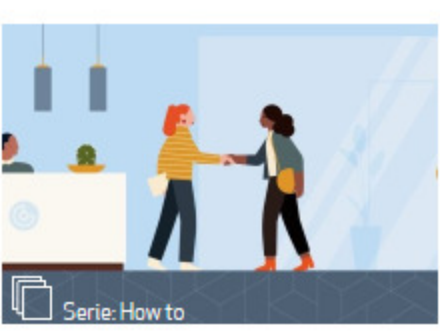
Zusätzlich zum Aufbau eines aussagekräftigen Instagram-Profiles können Firmen potenzielle Kunden im B2B-Bereich mit Instagram Ads erreichen. Hierbei existieren fünf unterschiedliche Werbeformate: **Fotos, Videos, Karussell-Posts, Canva Story Ads sowie Story Ads**. Da Ads auch in den Facebook Ad Manager integriert sind, haben Sie automatisch Zugriff auf Facebooks Benutzerinformationen und können somit Ihre Zielgruppe präzise definieren und erreichen.

Um Anzeigen auf Instagram schalten zu können, muss das entsprechende Instagram-Profil zuerst mit einer **Facebook-Businessseite gekoppelt** werden. Im Anschluss können im Ad Manager die Anzeigen erstellt sowie die Zielgruppen angepasst werden. Bei der Wahl der Zielgruppe im B2B-Bereich ist der **Fokus auf Keywords aus dem branchenbezogenen Fachjargon** essenziell. Anders als im B2C-Bereich, wo die Zielgruppe vor allem durch Ort, Alter und Geschlecht eingegrenzt wird, sollte in B2B eine Eingrenzung über das Feld „Interessen“ geschehen. Je spezifischer das Schlagwort, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Anzeige anderen Firmen aus Ihrer Branche angezeigt wird.

Autoren dieses Textes sind **Lars Kroupa**, Inhaber von **WHITE & WHITE** und die **Mode-Bloggerinnen und Instagram-Expertinnen Carolin Lauffenburger und Kimyana Hochmann**. Schwerpunkt der Berliner **Design-Agentur sind Kommunikationsstrategien für die Dentalbranche**. **WHITE & WHITE** veranstaltet **Instagram Strategie-Termine in 2019: Programm und Termine finden Sie hier**.

SCHLAGWÖRTE B2B Dental Instagram

WEITERE ARTIKEL DIESER SERIE ARTIKEL DES AUTORS



Serie: How to How to: LinkedIn für Healthcare – 5 Tipps für den perfekten Auftritt

Navigation arrows

TEILEN Facebook Twitter LinkedIn Xing

Author profile for Lars Kroupa: Markenstrategie und Creative Director, berät Healthcare-Unternehmen. Schwerpunkt seiner Berliner Kommunikations- und Design-Agentur WHITE & WHITE: Kommunikationsstrategien für die Dentalbranche. Die Agentur wurde für umgesetzte Filmprojekte bereits mehrfach ausgezeichnet, so mit Gold beim Cannes TV & Media Award 2013 für den Acteon Film „You are the voice“.

SCHREIBE EINEN KOMMENTAR

Eingeloggt als Silja Eifers. Log out?

Comment input field with placeholder text 'Kommentar:'

KOMMENTAR ABSCHICKEN

WEITERE ARTIKEL DIESER SERIE



How to: LinkedIn für Healthcare – 5 Tipps für den perfekten Auftritt

Navigation arrows

FOLGEN SIE UNS

f Instagram Twitter LinkedIn Xing

Anmelden, um Neuigkeiten per E-Mail zu erhalten.

E-Mail eintragen ABONNIEREN

MEIST GELESEN

Reicher Zahnarzt? So viel verdient der Praxisinhaber wirklich Silja Eifers am 16. August 2018

„Unterschätzt nie die Heilkraft des Humors!“ Lukas Hoffmann am 8. Januar 2019

Digital Hubs sind Lieblinge der Pharma-Unternehmen Silja Eifers am 29. März 2019

Pflege 4.0: Pflegeroboter können Personal entlasten. Mehr als eine Vision? Bettina Wax am 8. September 2016

Was niedergelassene Fachkräfte in Deutschland verdienen Lukas Hoffmann am 27. Februar 2018

WHITEPAPER

Pflegekräfte finden Silja Eifers - 19. Februar 2019 zum kostenlosen Download!

Recruiting in der Praxis Silja Eifers - 17. Januar 2019 zum kostenlosen Download!

Employer Branding in der Klinik Sonja Eckmann - 19. Dezember 2018 zum kostenlosen Download!

KATEGORIEN

- PHARMA KLINIK DENTAL TIERMEDIZIN WHITEPAPER

WÖCHENTLICHER NEWSLETTER

Anmelden, um Neuigkeiten per E-Mail zu erhalten.

E-Mail eintragen ABONNIEREN

FOLGEN SIE UNS

f Instagram Twitter LinkedIn Xing