

Wie du Instagram nutzt, um neue Vertriebspartner:innen zu gewinnen & Produkte authentisch zu vermarkten

Kapitel 1: Einführung

1. Das richtige Mindset für deinen Instagram-Erfolg

Viele Menschen starten mit Instagram voller Unsicherheiten und Zweifel. Sie denken: „Ich bin nicht interessant genug“, „Ich traue mich nicht, mich zu zeigen“ oder „Ich weiß nicht, ob das jemand sehen will“. Doch genau hier liegt das Problem: Diese Glaubenssätze blockieren dich, bevor du überhaupt angefangen hast.

Typische Glaubenssätze und warum sie nicht stimmen

- **„Ich habe nicht genug zu erzählen.“** → Jeder Mensch hat eine Geschichte. Dein Alltag, deine Erfahrungen mit proWIN und dein Weg in die Selbstständigkeit sind wertvolle Inhalte. Menschen folgen dir, weil sie sich mit dir identifizieren können – nicht, weil du jeden Tag spektakuläre Erlebnisse teilst.
- **„Ich will nicht aufdringlich wirken.“** → Social Media ist kein Verkaufsgespräch, sondern eine Plattform für Austausch und Inspiration. Wenn du dein Business mit Leidenschaft zeigst, hilfst du anderen, eine Entscheidung zu treffen – ohne Druck oder Zwang.
- **„Ich habe Angst vor negativen Kommentaren.“** → Die meisten Menschen reagieren positiv oder gar nicht. Negative Kommentare sind selten und oft ein Zeichen dafür, dass du Reichweite bekommst. Bleib bei dir und fokussiere dich auf die Menschen, die von deinem Content profitieren.
- **„Ich kenne mich mit Instagram nicht gut genug aus und es ist so aufwändig.“** → Niemand startet als Experte. Du lernst mit der Zeit, was funktioniert und wirst routinierter, indem du ausprobierst. Wichtig ist, dass du beginnst.
- **„Es gibt schon so viele andere, die das machen – warum sollte ich?“** → Weil du es machst. Es gibt viele Vertriebspartner:innen, aber keine:n gibt es mit deiner Persönlichkeit, deiner Sichtweise und deiner Art zu kommunizieren. Menschen folgen dir wegen dir.

2. Warum Instagram für dein proWIN Business?

Instagram ist mehr als nur eine Plattform für schöne Bilder. Es ist ein Werkzeug, um dich als Unternehmer:in sichtbar zu machen, Vertrauen aufzubauen und langfristig ein erfolgreiches Team und Kund:innen zu gewinnen. Besonders für den Direktvertrieb bietet Instagram eine riesige Chance, weil du hier authentisch zeigen kannst, wie dein Business funktioniert und welchen Mehrwert es bietet.

Vorteile von Instagram für dich als proWIN Vertriebler:in:

- Du kannst dich als Person und deine Werte sichtbar machen.
- Potenzielle Kund:innen und neue Vertriebspartner:innen lernen dich kennen, bevor sie mit dir in Kontakt treten.
- Du erreichst genau die Menschen, die sich für dein Business und deine Produkte interessieren.
- Du kannst dein Business in deinen Alltag integrieren und deine Erfolge teilen, ohne aufdringlich zu sein.

3. Instagram ABC – Die wichtigsten Begriffe einfach erklärt

In den folgenden Kapiteln wirst du viele neue Begriffe hören. Hier sind die Wichtigsten im Überblick:

Bio

Der kurze Text in deinem Profil unter deinem Namen. Hier erklärst du in wenigen Worten, wer du bist, was du machst und warum man dir folgen sollte. Auch dein Impressums-Link ist hier hinterlegt.

Feed

Dein Instagram-Profil, bestehend aus allen Beiträgen (Posts), die du veröffentlichst. Der Feed ist wie deine Visitenkarte – hier entsteht der erste Eindruck.

Story

Kurze Inhalte (Fotos oder Videos), die 24 Stunden sichtbar sind. Ideal, um deinen Alltag zu zeigen, spontane Einblicke zu geben oder Fragen zu stellen.

Highlight

Stories, die du dauerhaft speichern möchtest, kannst du als Highlight im Profil anlegen. Zum Beispiel: „Über mich“, „Produkte“, „Fragen“, „Team“.

Reel

Kurzes, unterhaltsames Video (bis zu 90 Sekunden), das dir hilft, viele neue Menschen zu erreichen. Reels haben aktuell die größte organische Reichweite.

Hook

Der erste Satz in deinem Post oder Reel – er soll Aufmerksamkeit erzeugen und Lust machen, weiterzulesen oder -zuschauen. Beispiel: „Das hätte ich nie gedacht...“

Caption

Der Text, den du zu einem Post oder Reel schreibst – oft eine persönliche Geschichte, ein Tipp oder eine Erklärung zum Bild.

Call-to-Action (CTA)

Eine Handlungsaufforderung wie z. B. „Schreib mir eine DM“, „Kommentiere mit JA“, „Klick auf den Link in meiner Bio“.

Hashtags (#)

Suchbegriffe mit Rautezeichen (z. B. #prowin #nachhaltig), die dabei helfen, dass dein Beitrag von neuen Menschen gefunden wird.

Karussell-Post

Ein Beitrag mit mehreren Bildern oder Grafiken zum Durchwischen. Perfekt, um mehrere Tipps, Schritte oder Infos zu einem Thema zu zeigen.

Engagement

Die Reaktionen auf deine Inhalte – z. B. Likes, Kommentare, Nachrichten, Speicherungen. Zeigt dir, wie gut dein Content ankommt.

Insights

Statistiken zu deinen Beiträgen: Wie viele Menschen haben deinen Post gesehen? Wie oft wurde er geteilt oder gespeichert? Nur sichtbar bei Business- oder Creator-Konten.

Algorithmus

Das System von Instagram, das entscheidet, welche Inhalte wem angezeigt werden. Es bevorzugt Inhalte mit viel Engagement und Interaktion.

DM (Direct Message)

Direktnachricht. Über die DM-Funktion kannst du persönliche Nachrichten verschicken – oft der erste Schritt in einen echten Austausch.

Content

Alle Inhalte, die du auf Instagram veröffentlichst: Storys, Reels, Bilder, Texte, Videos, Lives – alles zählt als Content.

Funnel

Ein geplanter Weg, um Interessierte Schritt für Schritt zu begleiten – von der Aufmerksamkeit bis zur Entscheidung (z. B. Vertriebspartner:in werden oder Party buchen).

Nächster Schritt: Im nächsten Kapitel geht es um dein Profil – die Basis für deinen Erfolg auf Instagram.

Kapitel 2: Dein Profil – Die Basis für deinen Erfolg

Dein Instagram-Profil ist dein digitales Schaufenster. Es entscheidet oft innerhalb von Sekunden, ob jemand dir folgt oder nicht. Ein klarer, professioneller und authentischer Auftritt hilft dir dabei, das Vertrauen potenzieller Kund:innen und neuer Vertriebspartner:innen zu gewinnen.

1. Dein Instagram-Bio – In wenigen Sekunden überzeugen

Business- oder Creator-Account – Was ist der Unterschied?

Wenn du dein Instagram-Konto professionell nutzen möchtest, solltest du es von einem privaten auf ein **Business- oder Creator-Konto** umstellen. Beide Optionen bieten erweiterte Funktionen wie Insights, Kontaktbuttons und Werbemöglichkeiten, unterscheiden sich aber in einigen Details.

Business-Account

- ✓ Ideal für Unternehmen, Selbstständige und Marken
- ✓ Zugriff auf detaillierte Insights zu Beiträgen und Zielgruppen
- ✓ Möglichkeit, Werbung direkt über Instagram zu schalten
- ✓ Kontaktbuttons für E-Mail, Telefon oder Wegbeschreibung
- ✓ Verbindung mit Drittanbieter-Tools zur Content-Planung

Creator-Account

- ✓ Geeignet für Einzelpersonen, Influencer und Content-Creator
- ✓ Erweiterte Insights für Follower-Wachstum und Interaktionen
- ✓ Zusätzliche Musik-Optionen für Reels (manchmal mehr als beim Business-Account)
- ✓ Möglichkeit, Nachrichtenanfragen nach Priorität zu filtern
- ✓ Keine direkte Shop-Integration wie beim Business-Account

Welches Konto solltest du wählen?

- Wenn du dein Instagram-Konto stark geschäftlich nutzt, z. B. für den direkten Verkauf oder Werbeanzeigen, ist der **Business-Account** sinnvoll.

- Wenn du dich als Personal Brand positionierst und flexibler mit deiner Kommunikation sein möchtest, ist der **Creator-Account** eine gute Wahl.
- Beide Konten bieten wertvolle Insights, sodass du jederzeit entscheiden kannst, welches besser zu deinem Geschäftsmodell passt.

So wechselst du dein Konto:

1. Öffne die **Instagram-App** und gehe auf dein **Profil**.
2. Tippe oben rechts auf das **Menü (drei Striche)** und wähle **Einstellungen & Privatsphäre**.
3. Scrolle nach unten zu **Kontotyp und Tools** und tippe auf **Kontotyp wechseln**.
4. Wähle zwischen **Business** oder **Creator** und folge den weiteren Anweisungen.

Facebook & Instagram verbinden

https://www.facebook.com/help/instagram/356902681064399/?locale=de_DE

Wenn du auf Instagram etwas postest, kannst du in den Einstellungen anhaken, dass es gleichzeitig auch auf deiner Facebook Seite (nicht auf deinem persönlichen Facebook Profil) geteilt werden darf. So bedienst du automatisch auch Facebook ohne Zusatzaufwand.

So baust du eine überzeugende Bio auf:

1. **Dein Name oder Business-Name** (max. 30 Zeichen)
2. **Deine Positionierung** (Was machst du?)
3. **Was die Follower erwarten können** (Mehrwert)
4. **Call-to-Action mit einem Link zu einem Angebot oder deiner Vertriebspartner-Seite**

Wichtiger Hinweis: Dein Impressum und Datenschutzerklärung müssen leicht zugänglich sein. Da Instagram keine direkte Möglichkeit für ein Impressum oder Datenschutzerklärung bietet, solltest du diese über einen Linktree-Anbieter, wie Wonderlink, hinterlegen.

Beispiel für eine proWIN Bio

OBEN: WER BIST DU?

Name + Berufsbezeichnung/Schlagwörter
Wichtig: Sei präzise! Hierüber kannst du bei der Suche gefunden werden

CALL TO ACTION

Aufruf zur Handlung zB.:
"Mehr Infos" + Link



UNTEN: WEM HILFST
DU WOBEI (WOMIT)?
(max 150 Zeichen)

Weitere Beispiele:

Dein Weg in die Selbstständigkeit mit proWIN

Natürlich, alltagstauglich & mit echter Verbindung.

...

Ich begleite Frauen in ihre Selbstständigkeit mit proWIN –

ehrlich, natürlich & im echten Miteinander.

...

Aufgabe: Optimierte deine Bio

Schreibe hier deine aktuelle Bio auf:

Überlege nun, wie du sie klarer, ansprechender oder persönlicher formulieren kannst:

2. Dein Profilbild – Der erste Blickkontakt

Ein professionelles und einladendes Profilbild schafft Vertrauen und Wiedererkennung. Es sollte:

- Ein klares Bild von dir sein (kein Logo oder Gruppenbild)
- Gut ausgeleuchtet und freundlich wirken
- Dich als Person repräsentieren (z. B. mit einem Lächeln oder in einer passenden Umgebung)

Aufgabe: Überprüfe dein Profilbild

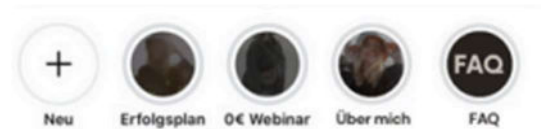
- | | |
|---|---|
| • Ist dein Gesicht gut erkennbar? | ☐ Ja ☐ Nein |
| • Wirkt es einladend und freundlich? | ☐ Ja ☐ Nein |
| • Passt es zu deinem Business-Auftritt? | ☐ Ja ☐ Nein |

Falls du eine oder mehrere Fragen mit „Nein“ beantwortet hast, erstelle oder wähle ein neues Bild aus.

3. Highlights – Dein Schaufenster für neue Besucher:innen

Instagram-Story-Highlights sind deine Mini-Website auf Instagram. Bei jeder Story kannst du entscheiden, ob diese dauerhaft in deinen Highlights zu sehen sein soll.

Story-Highlights helfen dabei, wichtige Inhalte dauerhaft sichtbar zu machen. Sie sollten klar strukturiert sein und zeigen, worum es bei dir geht.



Mögliche Highlight-Kategorien:

- „Über mich“ – Wer du bist und warum du proWIN machst
- „Produkte“ – Deine Lieblingsprodukte und Tipps
- „Team“ – Infos zum Arbeiten mit dir und Erfolgsgeschichten
- „Kundenstimmen“ – Feedback und Testimonials
- „Erfolge mit proWIN“ – Selbständigkeit mit proWIN
- „0€ Angebote“ – Gratis Produkte, Downloads, Links
- „FAQ“ – Die häufigsten Fragen rund um Produkte/Selbständigkeit

Aufgabe: Erstelle oder optimiere deine Highlights

Welche Highlights hast du bereits?

Welche Highlights möchtest du hinzufügen?

4. Dein Auftreten als Unternehmerin – Sichtbarkeit mit Wirkung

Als proWIN-Beraterin bist du nicht nur Produktexpertin, sondern auch Unternehmerin. Dein Instagram-Profil ist ein Spiegel deiner Professionalität – sowohl im äußeren Auftreten als auch in deiner Kommunikation.

Ein glaubwürdiger und seriöser Auftritt stärkt das Vertrauen und zeigt deiner Community: Du nimmst dein Business ernst.

Worauf du achten solltest:

- **Kleidung:** Achte auf ein gepflegtes, ordentliches Erscheinungsbild – auch in Reels, Storys und auf Fotos. Du musst nicht „overdressed“ sein, aber du solltest bewusst ausstrahlen, dass du dein Business ernst nimmst.
- **Hintergrund & Umgebung:** Achte darauf, was im Bildhintergrund zu sehen ist. Entferne gut sichtbar platzierte Produkte von Wettbewerbern oder Unordnung. Nutze bewusst neutrale oder passende Hintergründe.
- **Energie & Sprache:** Deine Stimme und Haltung transportieren deine Haltung zum Business. Sprich klar, positiv und selbstbewusst. Du musst kein Profi sein – aber präsent und verbindlich.
- **Marke = du:** Deine Marke bist du – nicht proWIN. Deshalb ist dein ganz persönlicher Stil wichtig. Sei du selbst – aber achte auf Klarheit, Struktur und Wertigkeit.

Aufgabe: Reflektiere deinen Auftritt auf Instagram

Beantworte die folgenden Fragen für dich selbst:

- Wirke ich auf meinem Profil als Unternehmerin?
- Passt mein Auftreten zu dem Business, das ich aufbauen möchte?
- Gibt es etwas, das ich ab sofort bewusster gestalten möchte?

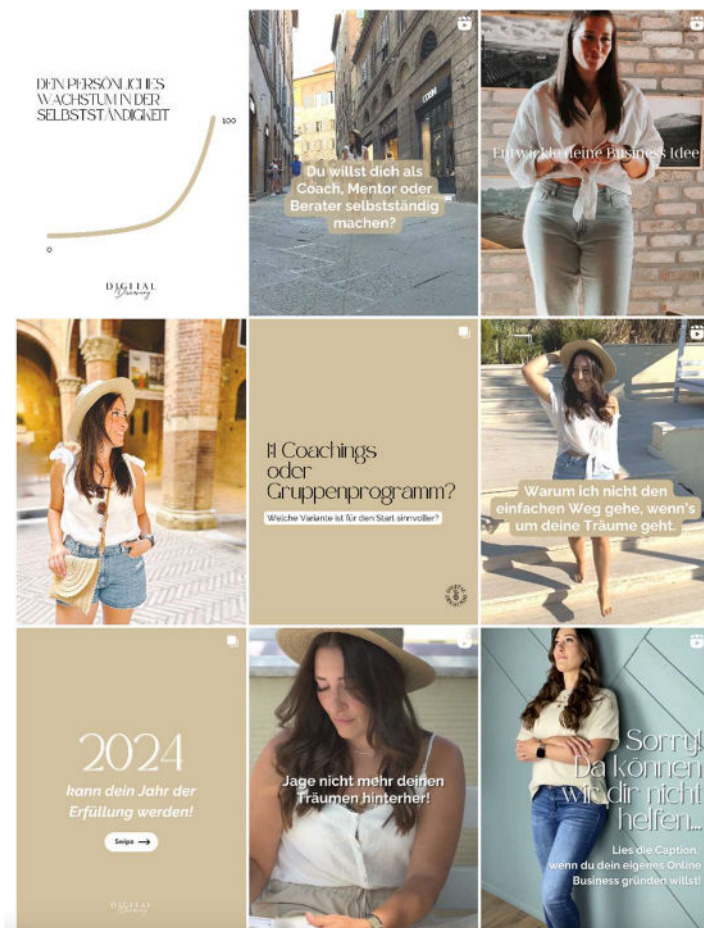
Nächster Schritt: In Kapitel 3 lernst du die verschiedenen Content-Formate von Instagram kennen und wie du sie gezielt für dein Business nutzt.

Kapitel 3: Content-Formate verstehen und gezielt nutzen

Um Instagram strategisch zu nutzen, ist es wichtig, die verschiedenen Content-Formate zu verstehen und gezielt einzusetzen. Jedes Format hat eine eigene Funktion und kann dir helfen, Reichweite zu generieren, Vertrauen aufzubauen und dein Business erfolgreich zu präsentieren.

1. Der Feed – Deine digitale Visitenkarte

Dein Feed ist das Erste, was neue Besucher:innen sehen, wenn sie auf dein Profil kommen. Er sollte ein klares Bild davon vermitteln, wer du bist und was du machst.



Was gehört in den Feed?

Hochwertige Bilder & ansprechende Grafiken im Format 4:3

Persönliche Einblicke und authentische Geschichten

Inspirierende oder informative Beiträge, die Mehrwert bieten

Karussell-Posts für tiefere Einblicke zu einem Thema

Posts, die immer oben stehen sollen, z.B. mit deinem Angebot, sind oben angepinnt

Es ist empfehlenswert, dass auf deinen Grafiken, Fotos und Reel-Covern sofort zu erkennen ist, um was es auf deinem Profil geht. Wenn du nur Fotos und Reels ohne Text postest, wird oft die Absicht dahinter nicht klar.

Aufgabe: Überlege dir drei Themen für Feed-Posts, die dein Business und deine Persönlichkeit widerspiegeln.

2. Einzelposts – Deine persönliche Botschaft auf den Punkt gebracht

Einzelposts sind klassische Instagram-Beiträge mit nur einem Bild oder einer Grafik. Sie eignen sich perfekt, um eine konkrete Botschaft, ein starkes Zitat, eine persönliche Erfahrung oder ein Highlight in den Fokus zu rücken. Die Details findet man dann in der Caption (dem Text darunter).

Wofür eignet sich ein Einzelpost?

- Persönliche Geschichten oder Anekdoten
- Erfahrungsberichte mit proWIN Produkten
- Ein klares Statement zu deiner Vision oder Motivation
- Ein Zitat oder eine Botschaft, die deine Zielgruppe anspricht
- Aufmerksamkeit für ein Angebot, ein Event oder eine Online-Party

Tipp:

Nutze Grafiken mit Text (z. B. erstellt in Canva), damit beim Scrollen direkt sichtbar ist, worum es geht. Nur ein schönes Bild ohne Aussage führt selten zu Interaktion.

Beispiel-Ideen für Einzelposts:

- „Warum ich mit proWIN gestartet habe“

- „Mein Lieblingsprodukt im Alltag – und warum ich es nie mehr missen möchte“
- „So sieht mein Tag als selbstständige Unternehmerin aus“
- „Was mich an Direktvertrieb begeistert – auch wenn ich skeptisch war“

Aufgabe:

Lade dir die Vorlagen für Einzelposts hier herunter und integriere sie in [Canva](#): [Posting-Vorlagen](#)

2. Karussell-Posts – Tieferer Mehrwert auf einen Blick

Karussells sind Beiträge mit mehreren Bildern oder Grafiken, durch die deine Community wischen kann. Sie eignen sich hervorragend, um Wissen kompakt aufzubereiten, Geschichten zu erzählen oder Schritt-für-Schritt-Anleitungen zu geben.

Nutze dafür eine aufmerksamkeitsstarke Einzelgrafik und ergänze dann weitere Grafiken in ähnlichem Stil mit mehr Text und Inhalt.

Vorteile von Karussells:

- Halten die Aufmerksamkeit länger
- Vermitteln mehr Inhalt in einem Post
- Ideal für edukativen Content, FAQ-Formate oder „Vorher–Nachher“-Inhalte

Beispiele für Karussell-Post-Ideen:

- 5 häufige Fehler beim Start mit proWIN – und wie du sie vermeidest
- Meine tägliche Reinigungsroutine mit proWIN Produkten
- So läuft der Einstieg bei proWIN Schritt für Schritt
- Kundenfeedback: Was meine Kund:innen an den Produkten lieben

Aufgabe:

Plane einen Karussell-Post zu einem Thema aus deinem Business. Welche Botschaft möchtest du mitgeben?

2. Storys – Nähe und Vertrauen aufbauen

Storys (Format: 9:16) sind ideal, um deine Community in deinen Alltag mitzunehmen und eine persönliche Bindung aufzubauen. Sie verschwinden nach 24 Stunden, was sie perfekt für spontane Einblicke macht.

Beispiele für Story-Content:

- Dein Tagesablauf und persönliche Routinen
- „Behind the Scenes“ von deinem Business
- Kundenstimmen und Erfahrungsberichte
- Fragerunden oder Umfragen zur Interaktion mit deiner Community

Aufgabe: Plane eine Story-Sequenz für einen Tag. Welche Inhalte möchtest du teilen?

3. Reels – Reichweite und Sichtbarkeit erhöhen

Reels sind kurze, unterhaltsame Videos im Format 9:16, die besonders hohe Reichweite erzielen können. Sie eignen sich perfekt, um auf kreative Weise dein Business zu präsentieren. Wichtig: Wenn du in den Reels etwas sagst, dann packe immer Untertitel drunter und hinterlege ein Bild in 9:16 für deinen Feed.

Ideen für Reels:

- Vorher-Nachher-Ergebnisse mit den Produkten
- Tipps & Tricks zu Reinigung, Beauty oder Business
- Deine persönliche proWIN-Geschichte
- Lustige oder motivierende Trends, die zu deiner Nische passen

Aufgabe: Überlege dir ein Thema für dein nächstes Reel.

Tipp für schnelle Reels, ohne großen Aufwand:

- Filme dich oder einen Hintergrund, der sich bewegt für ca. 5-10 Sekunden
- Lege einen kurzen Text drauf (direkt über die Instagram App oder Canva)
- Schreibe eine knackige Caption
- Und raus damit

4. Lives – Direkter Austausch mit deiner Community

Live-Videos sind eine großartige Möglichkeit, um direkt mit deiner Community zu sprechen, Fragen zu beantworten und Vertrauen aufzubauen. Das Video kann im Feed gepostet werden.

Themen für Live-Videos:

- Produktvorstellungen und Anwendungstipps
- Erfahrungsberichte und Erfolgsgeschichten
- Q&A-Sessions mit häufigen Fragen deiner Community
- Selbständigkeit mit proWIN - so einfach geht's

Aufgabe: Plane ein Live-Video. Was möchtest du präsentieren?

5. Wie ist ein guter Post aufgebaut?

Ein erfolgreicher Post besteht nicht nur aus einem guten Bild oder Video – auch die Caption inkl. Hook und die Hashtags spielen eine große Rolle.

1. Das Bild oder Video

- Hochwertig, klar und ansprechend
- Zeigt dich, dein Business oder dein Produkt authentisch



- Gute Beleuchtung und keine überladenen Hintergründe
- Reels: Denke an das Vorschaubild für deinen Feed

2. Die Hook - bei der man hängen bleibt.

Dieser Satz, den du entweder in dein Reel oder in eine Grafik passt, ist das erste, das hängen bleibt und dazu führt, dass Menschen weiterlesen oder -schauen.

Hier einige Beispiele für gute Hooks:

- Wenn du [x] weiter machst, wird es dir nur schaden.
- Niemand spricht darüber, aber das ist der wahre Grund, warum [etwas] nicht funktioniert.
- Ich habe [x] 30 Tage lang getestet – und das ist passiert.
- Der größte Fehler, den die meisten bei [etwas] machen – und wie du ihn korrigierst.
- Machst du das noch? Hör damit auf, wenn du [Ziel] erreichen möchtest!
- Diese kleine Änderung hat alles bei [x] für mich verändert.
- Fünf Minuten am Tag für [Ergebnis] – das kannst du tun.
- Dieser einfache Trick wird deine Sicht auf [x] komplett verändern.
- 3 schnelle Anpassungen, die sofort [etwas] verbessern.
- Alle machen [x], aber hier ist, warum es tatsächlich Zeitverschwendung ist.
- Verschwende nicht deine Zeit mit [x] – probier stattdessen [y].
- Was dir wirklich niemand über [Thema] sagt (aber du wissen solltest).

Aufgabe: Schreibe die Hooks auf, die du als nächstes verwenden möchtest:

3. Die Caption – deine Bildunterschrift

Die Caption gibt deinem Post Kontext und lädt zur Interaktion ein.

Aufbau einer guten Caption:

- **Aufmerksamkeit erregen:** Starte mit einer starken ersten Zeile (z. B. „Das hätte ich vor proWIN nie gedacht...“ oder „Kennst du das auch?“).

- **Mehrwert oder Geschichte erzählen:** Teile eine persönliche Erfahrung, einen Tipp oder eine Erkenntnis.
- Strukturiere den Text durch **Absätze**, für eine bessere Lesbarkeit. Integriere Aufzählungen mit Bullet-Points bei langen Texten.
- Nutze, zur Verstärkung deiner Aussagen, auch gerne **Emojis**.
- Achte darauf, dass dein Text die wichtigsten **Suchbegriffe** beinhaltet, die deine potentiellen KundInnen/VertriebspartnerInnen suchen würden.
- **Call-to-Action (Handlungsaufforderung):** Frage deine Community etwas oder bitte sie, etwas zu tun (z. B. „Was ist deine größte Herausforderung im Direktvertrieb?“ oder „Kommentiere mit „Info“/Schreib mir eine DM, wenn du mehr erfahren möchtest.“).

Aufgabe: Schreibe eine Caption für deinen nächsten Post und überlege, welche ersten Worte neugierig machen.

4. Hashtags – So wirst du gefunden

Hashtags helfen dabei, deine Inhalte sichtbarer zu machen.

Tipps zur Hashtag-Nutzung:

- Verwende **5–10 relevante Hashtags**, die zu deinem Thema passen.
- Mixe **große Hashtags** (#direktvertrieb, #netzwerkmarketing) mit **kleineren, spezifischen Hashtags** (#prowinteam, #nachhaltigereinigung).
- Setze sie am Ende der Caption oder in den ersten Kommentar.

Aufgabe: Erstelle eine Liste mit 10 Hashtags, die zu deinem Thema passen.

Nächster Schritt: In Kapitel 4 geht es um die richtige Content-Strategie: Was sollst du wann posten, um deine Ziele zu erreichen?

Kapitel 4: Content-Strategie – Was soll ich posten?

Jetzt, da du die verschiedenen Content-Formate kennst, geht es darum, eine sinnvolle Strategie für deine Inhalte zu entwickeln. Eine klare Content-Strategie hilft dir dabei, regelmäßig zu posten, gezielt neue Vertriebspartner:innen zu gewinnen und dein Publikum langfristig zu binden.

1. Die richtige Balance: Recruiting vs. Produktvermarktung

Da dein Hauptziel ist, neue Vertriebspartner:innen zu gewinnen, sollte dein Content überwiegend darauf ausgerichtet sein. Gleichzeitig ist es wichtig, dass du auch deine Produkte präsentierst, da sie ein wichtiger Teil deines Geschäfts sind. Eine sinnvolle Aufteilung könnte so aussehen:

- **60 % Recruiting-Content** (z. B. Erfahrungsberichte, Business-Möglichkeiten, dein Arbeitsalltag, Community-Gefühl)
- **30 % Produkt-Content** (z. B. Anwendungstipps, Produkterfahrungen, Vorher-Nachher-Bilder)
- **10 % Persönlicher Content** (z. B. dein Alltag, deine Motivation, hinter den Kulissen)

Recruiting-Content:

- ✓ Warum du proWIN gestartet hast und wie es dein Leben verändert hat
- ✓ Welche Vorteile dein Team bei dir hat (Schulungen, Unterstützung, Community)
- ✓ Die häufigsten Vorurteile über Direktvertrieb und die Realität dahinter
- ✓ Erfolgsgeschichten aus deinem Team
- ✓ Ein Blick hinter die Kulissen: Wie du mit proWIN arbeitest

Produkt-Content:

- ✓ Anwendungstipps für deine Lieblingsprodukte
- ✓ Vergleichsbilder („Vorher/Nachher“)
- ✓ Kundenstimmen und Erfahrungen mit den Produkten
- ✓ Produkt-Bundles oder Angebote des Monats
- ✓ Einblicke in deine persönliche Produkt-Routine

2. Storytelling & die 4 Säulen des Social Media Marketings

Menschen lieben Geschichten – besonders echte und persönliche. Teile deine eigene Reise mit proWIN, um dein Publikum zu inspirieren und Vertrauen aufzubauen.

Storytelling-Ansätze für dein Business:

- **Dein Start mit proWIN:** Was hat dich dazu gebracht, Vertriebspartner:in zu werden? Welche Ängste hattest du?
- **Deine Erfolge & Learnings:** Was hast du bereits durch proWIN erreicht? Welche Herausforderungen hast du gemeistert?
- **Dein Alltag mit proWIN:** Wie sieht ein typischer Tag in deinem Business aus? Welche Freiheiten genießt du?

Aufgabe: Schreibe eine kurze Instagram-Post-Idee zu deiner persönlichen proWIN-Geschichte:

Die 4 Säulen des Social Media Marketings

Für deinen Content ist es essentiell, dass du deine Zielgruppe, ihre Probleme und Wünsche gut kennst. Denn das ist die Basis für deinen Content. In Kapitel 6 gehen wir darauf noch einmal gesondert ein.

Um abwechslungsreichen und wirkungsvollen Content zu produzieren, kannst du dich an diesen vier Säulen orientieren:

1 Emotionen wecken

- Welche Gefühle löst proWIN aus? (z. B. Freude über ein erreichtes Ziel, Erleichterung durch ein funktionierendes Produkt)
- Zeige Momente, die inspirieren oder motivieren, z. B. der Stolz auf deinen Weg und den deiner Vertriebsmitarbeiter:innen oder ein Team-Event.
- Nimm deinem Publikum Ängste und schaffe Vertrauen (z. B. „Ich hatte auch Zweifel, aber dann...“).



Aufgabe: Über welche emotionalen Momente möchtest du sprechen? Sammle ein paar Themen:

2 Information & Mehrwert bieten

- Teile schnelle Tipps, die man sofort umsetzen kann und direkt Erfolge erzielt.
- Erkläre klar: Warum sollte sich jemand für proWIN interessieren?
- Beantworte häufige Fragen (z. B. „Wie viel kann ich verdienen?“ oder „Wie funktioniert der Einstieg?“).
- Erkläre Abläufe und den Nutzen des Business oder der Produkte verständlich.

Aufgabe: Überlege, welche Informationen wichtig für deine Community sind?

3 Benefits herausstellen

- Welche Vorteile bietet proWIN gegenüber anderen Möglichkeiten (sich selbständig zu machen)?
- Zeige, wie das Business dein Leben verändert hat (Flexibilität, finanzielle Freiheit, persönliche Entwicklung).
- Präsentiere die Vorteile der Produkte im Alltag.

Aufgabe: Sammle hier alle Benefits von und über proWIN (Selbständigkeit, wie auch die Produkte):

4 Exklusiver Content & Behind-the-Scenes

- Nimm deine Follower:innen mit hinter die Kulissen.
- Zeige jeden Step, z. B. von der Produktbestellung bis zur Anwendung.
- Teile echte Einblicke in dein Team und deinen Arbeitsalltag.



- Wichtig: Es ist deine Entscheidung, wie viel Privates du zeigen möchtest. Du kannst auch Persönlichkeit zeigen, ohne private Themen zu teilen.

Aufgabe: Welche Einblicke könntest du (regelmäßig) geben?

3. Einfache Content-Planung: So bleibt dein Instagram aktiv, ohne viel Zeitaufwand

Damit du regelmäßig postest, ohne ständig neuen Content zu erstellen, hilft eine gute Planung.

Schritt 1: Wähle deine Posting-Frequenz

Starte mit einer Frequenz, die du realistisch durchhalten kannst. Hier ein Beispiel:

- **3 Feed-Posts pro Woche** (davon 2 Recruiting, 1 Produkt)
- **Tägliche Storys** (kurze Einblicke, Umfragen, Interaktion)

Schritt 2: Erstelle einen einfachen Wochenplan mit realistischen Zielen

Ein fester Plan hilft dir, deine Posts stressfrei vorzubereiten. Nutze zum Beispiel diese Struktur:

Wochentag	Format	Thema
Montag	(Story)	„Behind the Scenes“ meines Business
Dienstag	Karussell	Ein Mythos über Direktvertrieb
Mittwoch	(Story)	Meine proWIN-Erfolgsgeschichte
Donnerstag	Foto/Grafik	Produkt-Tipp der Woche
Freitag	(Story)	Kundenerfahrung teilen

Samstag	Reel	Vorher-Nachher-Ergebnis
Sonntag	(Story)	Q&A-Runde mit meiner Community

Hinweis: Stories solltest du an 6 von 7 Tagen in der Woche machen.

Aufgabe: Erstelle deine eigene Wochenplanung:

Wochentag	Format	Thema

Nächster Schritt:

Im nächsten Kapitel erfährst du, wie du einen klaren Instagram-Funnel aufbaust – also wie du Menschen vom ersten Kontakt gezielt zu einem Gespräch, einer Party oder dem Einstieg ins Business führst.

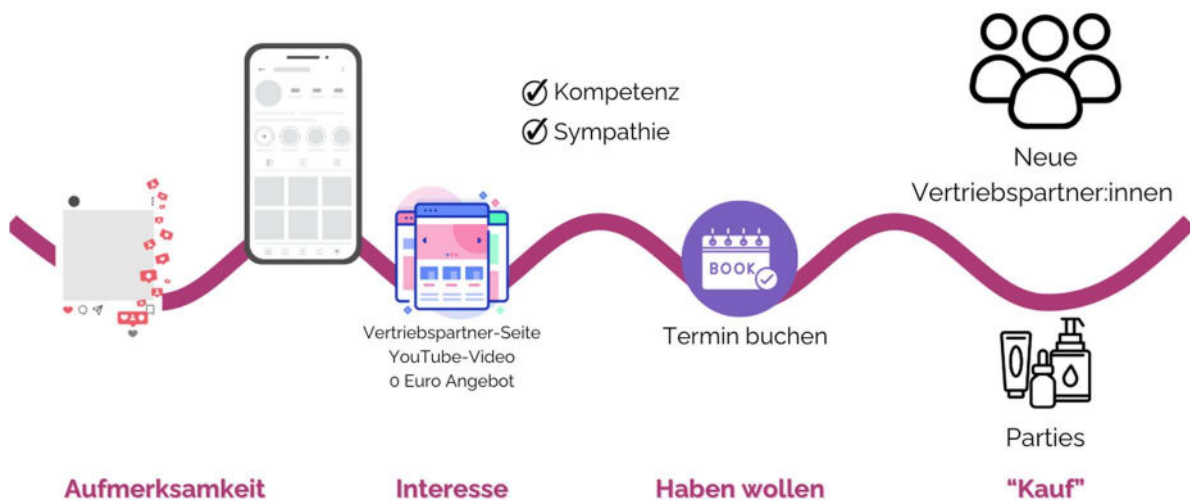
Kapitel 5: Der Instagram-Funnel – Vom Scrollen zum Starten

Instagram ist nicht nur ein Ort, um sichtbar zu sein – sondern ein echtes Werkzeug, um Menschen strukturiert zu einem Ziel zu führen:

Vertriebspartner:in werden oder eine Party buchen.

Das funktioniert am besten, wenn du dir deinen Kanal wie einen **Funnel (Trichter)** vorstellst. Menschen starten oben mit einem ersten Impuls und kommen – Schritt für Schritt – deinem Angebot näher.

Die Grafik zeigt diesen Weg bildlich:



Der Weg durch deinen Funnel – Schritt für Schritt

1. Aufmerksamkeit erzeugen

→ Ziel: Menschen stolpern über dich, weil du ihnen auffällst.

Wie?

- Reels mit starken Hooks
- Storys, die in den Alltag mitnehmen
- Karussell-Posts mit „Aha“-Effekt
- Unterhaltsame oder provokante Inhalte

Menschen, die dich noch nicht kennen, sehen deinen Content und bleiben hängen.

2. Interesse wecken

→ Ziel: Du wirst nicht nur gesehen, sondern bleibst im Kopf.

Wie?

- Ein durchdachter Feed (siehe Kapitel 3)
- Klare Positionierung in deiner Bio
- Story-Highlights mit Mehrwert („Über mich“, „Produkte“, „Fragen“, „Mein Team“)
- Persönlicher Content, der zeigt: Du bist vertrauenswürdig & echt.

Hier entsteht der erste Eindruck von **Kompetenz und Sympathie**.

3. „Haben wollen“-Phase: Mehr erfahren

→ Ziel: Menschen wollen wissen, was genau hinter deinem Angebot steckt.

Wie?

- Der **Link in deiner Bio** führt zu deinem Funnel:
 - Vertriebspartner-Seite (z. B. mit einem YouTube-Video und 0 € Angebot)
 - Persönliches Video oder Landingpage
 - Calendly-Link zur Terminbuchung

In dieser Phase entscheiden sich viele, dir zu schreiben oder einen Termin zu buchen.

4. Terminbuchung & Kontaktaufnahme

→ Ziel: Der direkte Kontakt. Jetzt wird's konkret.

Wie?

- Story-Call-to-Actions wie:
 - „Du willst mehr wissen? Schreib mir das Wort START.“
 - „Hier kannst du dir dein kostenloses Infogespräch buchen.“
- DMs aktiv nutzen, z. B. mit vorgefertigten Nachrichten (siehe Kapitel 10)
- Im Gespräch: Bedürfnisse herausfinden, Ängste nehmen, Klarheit schaffen.

5. Entscheidung – Vertriebspartner:in werden oder Party buchen

→ Ziel: Die Person wird aktiv – entweder als Kund:in oder Teammitglied.

Wie?

- Präsentiere zwei klare Wege:
 - **"Du willst testen?"** → **Online- oder Home-Party anbieten**
 - **"Du willst mehr?"** → **Einstiegspaket erklären, konkrete Schritte anbieten**
- Authentisch und nicht druckvoll. Es geht darum, **zu begleiten, nicht zu überreden.**

Funnel-Ziele & Inhalte gezielt verknüpfen

Funnel-Stufe	Format auf Instagram	Inhalt/Beispiel
Aufmerksamkeit	Reel, Story, Hook-Post	„Was du über Direktvertrieb wissen solltest...“
Interesse	Feed, Bio, Highlights	„Warum ich mit proWIN gestartet habe“
Haben wollen	Story, Link, Video	„Schreib mir START und ich sende dir mein proWIN-Starterpaket“
Kontaktaufnahme	DMs, Terminbuchung	„Wann hättest du 15 Minuten für ein Gespräch?“

Entscheidung	Live, Info-Post, Gespräch	„So kannst du loslegen – entweder mit einer Party oder als Partner:in“
--------------	------------------------------	---

Aufgabe: Baue deinen Funnel aktiv auf

1. Überprüfe deinen Feed: Vermittelt er, wer du bist und was du bietest?
2. Hast du Story-Highlights, die Neugier wecken und Vertrauen aufbauen?
3. Ist dein Link in der Bio so aufgebaut, dass er bei Interesse weiterführt?
4. Hast du eine klare Handlungsaufforderung in Storys oder Posts bzw. auch in deinem Link?
5. Bist du in der Lage, in der DM oder im Gespräch sympathisch & klar einzuladen?

Fazit:

Menschen folgen dir nicht zufällig. Wenn du sie mit einem klaren, strukturierten Funnel begleitest, fühlen sie sich verstanden, inspiriert – und sind eher bereit, den nächsten Schritt zu machen.

Du brauchst keinen perfekten Funnel. Aber du brauchst einen klaren Weg, den du zeigen kannst. Denn: Klarheit verkauft – auf deine Art.

Nächster Schritt: In Kapitel 6 lernst du, wie du deine Reichweite authentisch erhöhst und mit deiner Community interagierst, um noch mehr potenzielle Vertriebspartner:innen anzusprechen.

Kapitel 6: Reichweite & Community-Wachstum durch Authentizität

Instagram funktioniert nicht über Perfektion oder komplizierte Strategien. Viel wichtiger ist, dass du dich authentisch zeigst, deine Community mit einbeziehst und deine Inhalte sich natürlich anfühlen. Du bist deine Nische – indem du dich genau so zeigst, wie du bist.

1. Du bist deine Nische – Positionierung ohne starre Strategie

Viele fragen sich: „Was ist meine Nische?“ Die Antwort ist ganz einfach: **Du bist deine Nische**. Es geht nicht darum, dich auf ein enges Thema festzulegen, sondern darum, dass Menschen dir wegen dir folgen. Deine Persönlichkeit, deine Interessen und deine Art, dein Business zu führen, machen dich einzigartig.

Warum das funktioniert:

- Menschen folgen Menschen, nicht Produkten.
- Wenn du dich echt zeigst, ziehst du die richtigen Leute an – ohne künstliche Verkaufsmasche.
- Es geht nicht darum, perfekt zu sein, sondern greifbar und nahbar.
- Um VERTRAUEN aufzubauen

Trotzdem kann es helfen, eine **Person vor Augen** zu haben, für die du Content machst. Stell dir deine ideale Vertriebspartnerin oder Kundin vor:

- Wer ist sie?
- Welche Herausforderungen hat sie?
- Warum könnte proWIN die Lösung für sie sein?

Aufgabe: Beschreibe deine Wunsch-Vertriebspartner:in als würdest du sie persönlich kennen oder Kundin in ein paar Stichpunkten. Welche Herausforderungen hat sie gerade und warum ist proWIN mit seinen Angeboten die perfekte Lösung für sie?

2. Intuition über Strategie – Posten aus dem Bauchgefühl

Viele Social-Media-Guides legen den Fokus auf komplexe Strategien, aber Wahrheit ist: **Die besten Inhalte entstehen aus dem Bauch heraus.** Deine Intuition sagt dir oft genau, was dein Publikum hören muss. Die Strategie sollte nur ein Gerüst sein – der Kern ist dein Gefühl für deine Community.

Was bedeutet das für dich?

- Ein Plan und die Vorbereitung der Posts und Inhalte helfen, damit du konstant dran bleibst. Poste aber nicht nach Zwang, sondern wenn du etwas zu sagen hast.
- Teile Inhalte, die dich selbst inspirieren – dann inspirieren sie auch andere.
- Wenn du einen Impuls hast, eine Story oder einen Post zu machen: Tu es direkt.

Aufgabe: Schreibe drei Dinge auf, über die du aus dem Bauch heraus gerne sprechen würdest. Auch, wenn du jetzt gerade das Gefühl hast, es passt thematisch nicht rein.

3. Engagement: Deine Community wächst durch echte Gespräche

Reichweite entsteht nicht durch perfektes Design, sondern durch echte Interaktion. Instagram belohnt Engagement – je mehr du mit anderen interagierst, desto sichtbarer wirst du.

Tipps für mehr Engagement:

- Antworte auf Kommentare und DMs persönlich und schnell.
- Stelle Fragen in deinen Storys, um Konversationen zu starten.
- Reagiere auf Storys von potenziellen Vertriebspartner:innen und zeige echtes Interesse.
- Nutze Umfragen und Quiz-Funktionen in Storys, um Interaktion zu fördern.
- Kommentiere bei Accounts aus deiner Zielgruppe – nicht nur liken, sondern echte Gespräche führen.

- Blocke dir täglich Zeit dafür, damit du dran bleibst.

Aufgabe: Entwickle eine kleine Engagement-Routine für dich. Was kannst du täglich tun, um mit deiner Community in Kontakt zu bleiben? Wann willst du das tun?

4. Reichweite erhöhen: Natürliche Sichtbarkeit statt Tricks

Es gibt viele Tipps, um schneller Reichweite zu bekommen, aber langfristig funktioniert nur eine Methode: **Relevanter Content + aktive Community**.

Natürliche Wachstumsstrategien:

- Poste regelmäßig, aber nicht zwanghaft – lieber Qualität als Quantität.
- Nutze Reels und Karussell-Posts, um neue Menschen zu erreichen (sie werden bevorzugt ausgespielt).
- Verwende Hashtags gezielt, aber übertreibe es nicht (5–10 relevante Hashtags sind genug).
- Kommentiere bei anderen Accounts, wo deine Zielgruppe unterwegs ist.
- Teile deine Inhalte auf anderen Plattformen oder in WhatsApp-Gruppen, um mehr Sichtbarkeit zu bekommen.
- Arbeite mit anderen Vertrieblerinnen zusammen – gegenseitiges Taggen erhöht die Reichweite.

Aufgabe: Welche der oben genannten Strategien möchtest du ausprobieren? Notiere zwei konkrete Schritte.

Aufgabe: Bei welchen 3-5 großen Instagram Accounts, wo deine Zielgruppe aktiv ist, möchtest du regelmäßig kommentieren?

5. Social Media als langfristiges Spiel betrachten

Erfolg auf Instagram kommt nicht über Nacht, sondern durch Konstanz. Es ist normal, dass nicht jeder Post direkt durch die Decke geht – das Ziel ist es, über die Zeit hinweg eine stabile Community aufzubauen.

So bleibst du langfristig motiviert:

- Mach dir keinen Druck – Social Media soll Spaß machen.
- Analysiere nicht jeden Post, sondern schaue langfristig auf deine Entwicklung.
- Erinnere dich daran, warum du gestartet hast und wen du erreichen möchtest.
- Verbinde dich mit anderen proWIN-Berater:innen und motiviert euch gegenseitig.

Aufgabe: Setze dir ein Ziel für die nächsten 3 Monate. Was möchtest du erreichen?

6. Wie männliche Vertriebspartner gezielt weibliche Vertriebspartnerinnen ansprechen, ohne dass es unangenehm wirkt

Im Direktvertrieb sind viele Vertriebspartner:innen weiblich, doch auch männliche Vertriebler bauen erfolgreiche Teams mit Frauen auf. Der Schlüssel ist eine **respektvolle und professionelle Ansprache**, die auf Business und Mehrwert fokussiert ist, statt persönlich oder unangenehm zu wirken.

Tipps für eine authentische Ansprache:

- Betone die **Business-Möglichkeiten** und die Unabhängigkeit, die proWIN bietet – statt auf persönliche Themen einzugehen.
- Nutze eine **neutrale Sprache**, die professionell und wertschätzend ist, z. B.:
 - ✗ „Hey, du bist so sympathisch, du würdest super ins Team passen!“
 - ✓ „Ich sehe, dass du dich für nachhaltige Produkte interessierst – vielleicht wäre das proWIN-Business auch spannend für dich?“

- Positioniere dich als **Unterstützer und Mentor** für ein starkes Team, anstatt als „Recruiter“ mit Verkaufsabsicht.
- Teile **Erfolgsgeschichten von anderen Frauen im Team**, um zu zeigen, dass das Business für sie funktioniert.

Nächster Schritt: In Kapitel 7 geht es darum, wie du Social Media nachhaltig in deinen Alltag integrierst.

Kapitel 7: Nachhaltig wachsen & dranbleiben

Instagram ist kein Sprint, sondern ein Marathon. Erfolg auf der Plattform kommt nicht über Nacht – es geht darum, langfristig präsent zu sein und mit Freude und Leichtigkeit Inhalte zu teilen.

1. Social Media in deinen Alltag integrieren

Damit Instagram keine zusätzliche Belastung wird, ist es wichtig, es so in deinen Alltag einzubinden, dass es sich natürlich anfühlt.

Tipps, um Social Media langfristig zu nutzen:

- Plane feste Zeiten für Instagram ein (z. B. 15 Minuten morgens, 15 Minuten abends).
- Dokumentiere deinen Alltag, anstatt extra Content zu produzieren.
- Arbeite die To Dos in "Blöcken" ab:
 - Brainstürme Ideen (abgeleitet von guten, vergangenen Posts)
 - Schreibe Skripte für Reels oder Hooks für Bilder
 - Drehe oder schneide Reels bzw. erstelle Grafiken in Canva:
<https://www.canva.com/>
 - Plane deine Posts und Stories vor z.B. mit der Meta Business Suite:
<https://www.facebook.com/business/m/meta-business-suite>
- Nutze Vorlagen in Canva und wiederkehrende Formate z.B. Motivation Monday, um Zeit zu sparen.

Easy Tipp:

Wenn du es am Anfang unkompliziert halten möchtest, kannst du auch direkt mit der Instagram App deine Beiträge erstellen inkl. Text und Untertitel.

Aufgabe: Überlege, wann und wie du Instagram stressfrei in deinen Tagesablauf integrieren kannst.

2. Motivation und Dranbleiben – Social Media ohne Druck

Es gibt Tage, an denen du keine Lust hast zu posten – das ist völlig normal. Wichtig ist, dass du den Spaß an Social Media nicht verlierst und dir keinen unnötigen Druck machst.

Es kann sich manchmal so anfühlen, als wärst du ein Alleinunterhalter, weil kaum jemand auf deine Inhalte reagiert. Doch vergiss nicht: **Du wirst wahrgenommen, auch wenn nicht jeder sofort aktiv wird.** Viele Menschen schauen zu, denken über deine Inhalte nach und brauchen vielleicht einfach Zeit, um sich zu melden. Bleib dran, auch wenn die Interaktionen noch zurückhaltend sind – du baust gerade eine Community auf.

Es gibt Tage, an denen du keine Lust hast zu posten – das ist völlig normal. Wichtig ist, dass du den Spaß an Social Media nicht verlierst und dir keinen unnötigen Druck machst.

Strategien, um motiviert zu bleiben:

- Erwinnere dich an dein „Warum“ – warum nutzt du Instagram für dein Business?
- Tausche dich mit anderen Vertriebspartner:innen aus und motiviert euch gegenseitig.
- Setze dir realistische Ziele, die dich nicht überfordern.
- Feiere kleine Erfolge – jeder neue Follower und jede Interaktion zählt.

Aufgabe: Notiere drei Dinge, die dich motivieren, regelmäßig auf Instagram aktiv zu sein.

3. Analysiere, was funktioniert – aber bleib flexibel

Es kann helfen, sich gelegentlich anzusehen, welche Inhalte gut ankommen. Gleichzeitig solltest du dich nicht zu sehr auf Zahlen versteifen – Intuition geht vor Strategie.

Möglichkeiten zur Analyse:

- Welche Posts haben besonders viel Engagement erhalten?
- Welche Themen kamen gut an?
- Welche Story-Formate haben besonders viele Reaktionen gebracht?

Aufgabe: Sieh dir deine letzten fünf Beiträge an und notiere, welcher am besten funktioniert hat und warum du denkst, dass das so war.

4. Nicht konsumieren und vergleichen

Eine der größten Blockaden auf Instagram entsteht durch ständiges Vergleichen mit anderen. Du siehst nur Ausschnitte – meistens die perfekten. Aber du kennst nicht den Weg, der dahinter steckt.

Wenn du ständig andere konsumierst, verlierst du den Fokus auf dein eigenes Tun. Instagram soll ein Ort sein, an dem du **gestaltest**, nicht nur schaust, was andere machen.

Was du dir merken solltest:

- Vergleich bringt dich nicht weiter – Authentizität tut es.
- Du musst nicht so posten wie jemand anderes – du darfst deinen eigenen Stil finden.
- Konsumiere bewusst und begrenzt – vor allem, wenn du gerade selbst unsicher bist.

Aufgabe:

Lege dir klare Instagram-Zeiten fest, in denen du nur **eigenen Content erstellst**, statt durch Profile zu scrollen.

5. Konsistenz schlägt Perfektion

Viele scheitern an Instagram, weil sie versuchen, alles perfekt zu machen. Doch das Wichtigste ist: **Dranbleiben ist wichtiger als Perfektion.**

Das bedeutet für dich:

- Lieber regelmäßig posten als wochenlang nichts veröffentlichen, weil es „nicht perfekt“ ist.
- Kleine Schritte sind besser als gar keine – auch ein kurzer Post oder eine spontane Story zählt.

- Hab Geduld – nachhaltiger Erfolg auf Instagram entsteht mit der Zeit.

Aufgabe: Setze dir eine kleine Challenge für die nächsten zwei Wochen: Was möchtest du regelmäßig auf Instagram umsetzen?

Fazit: Instagram ist kein „Schnell-Erfolg-Tool“, sondern ein langfristiger Begleiter für dein Business. Es wirkt dann für dich, wenn du es mit Klarheit, Ausdauer und Persönlichkeit nutzt. Nicht jeder Tag muss perfekt sein – aber je regelmäßiger du sichtbar bist, desto stärker wirst du wahrgenommen. Du darfst dabei deinen eigenen Stil entwickeln und in deinem Tempo wachsen. Bleib dir treu, bleib dran – und hab Geduld mit dir und dem Prozess.

Kapitel 7: Dein persönlicher Fahrplan

Jetzt hast du das nötige Wissen, um Instagram gezielt für dein proWIN-Business zu nutzen. Doch Wissen allein reicht nicht – es geht darum, in die Umsetzung zu kommen. Dieses Kapitel hilft dir, deinen individuellen Fahrplan zu erstellen und Schritt für Schritt ins Handeln zu kommen.

1. Dein individueller Instagram-Plan

Überlege dir: Wie möchtest du Instagram ab jetzt für dein Business nutzen? Notiere deine Ziele und die Maßnahmen, die du umsetzen möchtest.

Meine Ziele für Instagram:

z.B. 3 Posts pro Woche erstellen, täglich mind. 1 Story machen, jede Woche 2 neue Follower gewinnen

- _____
- _____
- _____

Meine ersten Schritte:

- _____
- _____
- _____

2. Zeitmanagement – Social Media effizient nutzen

Instagram soll dein Business unterstützen, aber nicht dein Leben dominieren. Plane feste Zeiten für Instagram ein und nutze smarte Tools, um effizient zu arbeiten.

Meine tägliche Instagram-Routine:

- Wann poste ich?

- Wann interagiere ich mit meiner Community?

- Wie viel Zeit möchte ich täglich investieren, um neuen Content zu erstellen?

3. Umsetzung & Reflexion – Bleibe flexibel

Erfolg auf Instagram ist ein Prozess. Manche Dinge funktionieren sofort, andere brauchen Zeit. Wichtig ist, dass du regelmäßig reflektierst und deine Strategie anpasst.

Fragen zur Reflexion:

- Was hat in den letzten Wochen gut funktioniert?

- Welche Inhalte kamen besonders gut an?

- Wo kann ich mich verbessern?

4. Austausch & Support – Gemeinsam wachsen

Du bist nicht allein! Tausche dich mit anderen Vertriebspartner:innen aus, hol dir Feedback und lerne von denen, die bereits erfolgreich sind. Ein starkes Netzwerk kann dir helfen, motiviert zu bleiben und neue Ideen zu entwickeln.

Finde einen Social Media Buddy

Ein Buddy kann dir helfen, dranzubleiben und regelmäßig Content zu erstellen. Verabredet euch, um euch gegenseitig zu unterstützen, Ideen auszutauschen und euch zu motivieren.

So könnt ihr euch unterstützen:

- Gemeinsam Story-Ideen entwickeln und testen.
- Feedback zu Postings geben und Verbesserungsvorschläge machen.
- Euch gegenseitig an eure Posting-Routinen erinnern.
- Erfahrungen austauschen und voneinander lernen.

Aufgabe: Suche dir eine Person aus deinem Team oder der Community, mit der du dich regelmäßig austauschen kannst. Notiere hier, wen du fragen möchtest:

5. Dein Commitment – Starte jetzt!

Alles beginnt mit dem ersten Schritt. Setze dir eine konkrete Aufgabe für die nächsten 24 Stunden, die dich ins Handeln bringt.

Meine erste Instagram-Aufgabe:

Fazit: Instagram ist ein starkes Werkzeug für dein Business – wenn du es regelmäßig und mit Freude nutzt. Bleib dran, entwickle dich weiter und nutze Social Media auf deine eigene Art und Weise. Dein Erfolg kommt mit der Zeit!

Die 30-Tage-Instagram-Challenge – Dein strukturierter Fahrplan

Um strukturiert mit Instagram zu starten, deinen Kanal aufzubauen und regelmäßig Inhalte zu erstellen, kannst du diese **30-Tage-Challenge** nutzen. Sie hilft dir, Schritt für Schritt einen professionellen und authentischen Instagram-Auftritt zu entwickeln – mit klaren Informationen, Story-Highlights und Content, der potenzielle Vertriebspartner:innen anspricht.

So funktioniert die Challenge:

- Jeden Tag eine spezifische Aufgabe umsetzen.
- Inhalte systematisch aufbauen – von der Bio über Highlights bis zu regelmäßigen Posts.
- Nach 30 Tagen hast du einen vollständigen, aktiven Instagram-Kanal.

Dein 30-Tage-Plan für einen erfolgreichen Instagram-Auftritt

Tag	Aufgabe	Erledigt
1	Optimiere deine Bio – Wer bist du, was machst du, warum sollte jemand dir folgen?	
2	Erstelle deine erste Story und erstes Story-Highlight „Über mich“ – Zeige, wer du bist und was dich ausmacht.	
3	Teile eine Story mit deiner persönlichen proWIN-Geschichte. Integriere sie in dein Story-Highlight „Über mich“	
4	Poste dein erstes Bild oder Karussell mit einer Einführung zu dir und deinem Business.	
5	Erstelle eine Story mit deinem liebsten proWIN Produkt und erstelle damit dein zweites Story-Highlight „proWIN Produkte“.	
6	Erstelle eine Liste mit 10 relevanten Hashtags für deine Postings.	
7	Erstelle eine Story zu deinem Team und damit dein drittes Story-Highlight „Mein Team“ – Zeige, was das proWIN-Business für dein Team bedeutet.	

8	Frage deine Community in einer Story nach ihrer größten Herausforderung beim Thema Haushalt oder Beauty. Integriere die Antworten in weiteren Storys und in dein Story-Highlight "proWIN Produkte".	
9	Erstelle und poste ein Reel zu einem typischen Vorurteil über Direktvertrieb und räume damit auf.	
10	Erstelle eine Instagram-Umfrage in der Story zu einem Thema rund um proWIN oder Selbstständigkeit. Gehe in weiteren Stories auf die Ergebnisse ein und integriere sie in das Story-Highlight "Team".	
11	Teile eine Kundenrückmeldung oder ein Erfolgserlebnis mit einem Produkt und poste es.	
12	Mache einen persönlichen Post über deine Motivation für das Business.	
13	Teste eine neue Posting-Uhrzeit für deine Beiträge und beobachte die Interaktion.	
14	Erstelle Stories zu den 3 häufigsten Fragen von Menschen zu den proWIN Produkten oder der Arbeit als Vertriebspartnerin und erstelle daraus das Story-Highlight "FAQ"	
15	Zeige in einem Reel eine einfache Anwendung eines Produkts und erkläre es kurz.	
16	Starte eine Q&A-Session in den Storys und beantworte mindestens 3 Fragen deiner Community.	
17	Teile einen Blick hinter die Kulissen deines proWIN-Alltags in den Storys. Speichere es im Highlight "Über mich", wenn du magst.	
18	Vernetze dich aktiv: Kommentiere und interagiere mit 5 Accounts aus deiner Zielgruppe.	
19	Teile deine größte proWIN-Erkenntnis oder ein Learning aus deiner Selbstständigkeit in einem Post oder Story.	
20	Erstelle einen „Mitmach“-Post: Eine Umfrage oder Challenge für deine Community.	
21	Teile ein Vorher-Nachher-Ergebnis mit einem Produkt in deiner Story oder als Reel.	

22	Erstelle einen Karussell-Post, wie einfach es ist, bei proWIN seine Selbständigkeit zu starten.	
23	Erstelle eine Community-Umfrage über zukünftige Inhalte und Themen, die sie sehen wollen in der Story.	
24	Teile einen Einblick in deine Arbeitsroutine mit proWIN in einem Reel.	
25	Reposte eine positive Kundenrückmeldung und teile, warum dich das motiviert in deiner Story. Erstelle damit das Story-Highlight "Kundenstimmen".	
26	Teile eine Story über dein Team und warum Zusammenarbeit in proWIN so wertvoll ist.	
27	Starte ein Gespräch per DM mit einer neuen potenziellen Vertriebspartnerin, die vorher einen Beitrag geliked hat oder bei deinen Umfragen mitgemacht hat.	
28	Spreche in einem Karussell-Post über deine Selbständigkeit mit proWIN. Was waren Hoch und Tiefs und wo stehst du heute?	
29	Zeige ein Produkt in Aktion in einer Story und erkläre seinen Nutzen. Integriere die Story in dein Story-Highlight "proWIN Produkte"	
30	Feiere deinen Fortschritt, teile deine Erkenntnisse und mache einen Rückblick-Post.	

Aufgabe: Setze die Challenge um und hake ab, welche Aufgaben du bereits erledigt hast. Beobachte, welche Formate dir besonders Spaß machen und was gut funktioniert!

Fazit: Nach 30 Tagen hast du nicht nur einen **strukturierten Instagram-Auftritt**, sondern auch eine solide Basis, um regelmäßig und authentisch Inhalte zu posten. Dein Kanal enthält alle wichtigen Infos für potenzielle Vertriebspartner:innen und zeigt deine Persönlichkeit sowie dein Business klar und ansprechend. Bleib dran, bleib du selbst und entwickle deinen Content weiter!

Keine Idee? Dann bediene dich dich hier einfach:

Manchmal fehlt einfach die Inspiration für den nächsten Post, die nächste Story oder ein Reel. Diese Prompts helfen dir, strukturiert und mit wenig Aufwand Inhalte zu erstellen, die Vertrauen aufbauen, Mehrwert bieten und deine Community aktivieren.

Ideen für Storys

1. Teile einen „Behind the Scenes“-Moment aus deinem proWIN-Alltag. Was machst du gerade?
2. Zeige dein Lieblingsprodukt in Aktion – wie nutzt du es?
3. Teile eine Kundenfrage und beantworte sie direkt.
4. Starte eine Umfrage: „Welches Problem hast du im Haushalt / bei Hautpflege am meisten?“
5. Teile eine Story mit dem Thema: „Warum ich mit proWIN gestartet habe.“
6. Zeige deinen Arbeitsplatz und wie du dein Business in den Alltag integrierst.
7. Frage deine Community nach ihren liebsten Reinigungstricks oder Beauty-Routinen.
8. Zeige ein Vorher-Nachher-Ergebnis eines Produkts.
9. Teile eine lustige oder herausfordernde Situation aus deinem Alltag.
10. Erstelle eine Mini-Q&A-Session zu proWIN-Produkten oder dem Business.

Ideen für Feed-Posts & Karussell-Posts

1. „3 Dinge, die mich überrascht haben, als ich mit proWIN gestartet habe.“
2. „Häufige Mythen über Direktvertrieb – was wirklich stimmt.“
3. Teile eine Kundenbewertung oder eine persönliche Erfolgsgeschichte.
4. „Warum ich mich für proWIN entschieden habe – meine persönliche Geschichte.“
5. „Mein größter Fehler im Business und was ich daraus gelernt habe.“
6. „Wie ich mein Business in meinen Alltag integriere – praktische Tipps.“
7. „Diese 5 Vorteile hat der Direktvertrieb, die viele unterschätzen.“
8. „So hat sich mein Alltag durch proWIN verändert – ein persönlicher Einblick.“
9. „Meine Top 3 Lieblingsprodukte von proWIN und warum ich sie liebe.“
10. „Hast du dich schon mal gefragt, ob proWIN etwas für dich ist? Hier sind 5 Fragen zur Selbstreflexion.“

Ideen für Reels & Videos

1. Zeige in 15 Sekunden, wie einfach ein proWIN-Produkt funktioniert.



2. Mache ein lustiges „Expectation vs. Reality“-Reel über den Direktvertrieb.
3. Zeige deine tägliche proWIN-Routine in 3 schnellen Clips.
4. Reagiere auf eine häufige Kundenfrage mit einer kurzen Erklärung.
5. Erstelle ein „5 Dinge, die du über proWIN nicht wusstest“-Video.
6. Teile ein „Day in my Life“ als proWIN-Vertriebspartner:in.
7. Nutze einen aktuellen Instagram-Trend-Sound und verbinde ihn mit deinem Business.
8. Zeige einen Vorher-Nachher-Vergleich mit einem proWIN-Produkt.
9. Erstelle ein kurzes Tutorial: „So nutzt du dieses Produkt richtig.“
10. Erzähle eine persönliche Erfolgsgeschichte – was hat sich für dich verändert?

ChatGPT-Prompts für die Contenterstellung

Falls du noch tiefer in die Contenterstellung einsteigen möchtest, kannst du ChatGPT nutzen, um dir Ideen und Inspiration zu holen.

Dafür ist es sinnvoll, der KI einige Informationen über proWIN, deine Zielgruppe und die Produkte zu geben. So werden die Vorschläge präziser und besser auf dein Business abgestimmt.

Wichtige Informationen für ChatGPT:

- Was macht proWIN besonders? (z. B. Nachhaltigkeit, Direktvertrieb, innovative Produkte)
- Wer ist deine Zielgruppe? (z. B. Frauen, die sich nebenberuflich etwas aufbauen möchten, Menschen, die nachhaltige Produkte schätzen)
- Welche Art von Content möchtest du? (Storys, Feed-Posts, Reels, edukative Inhalte, inspirierende Erfolgsgeschichten)
- Gibt es ein spezielles Thema, auf das du dich fokussieren möchtest? (z. B. Recruiting, Produktpräsentation, Community-Aufbau)

Mit diesen Zusatzinformationen kann ChatGPT dir gezieltere Vorschläge liefern.

Hier sind einige Prompts, die dir helfen, relevanten und ansprechenden Content für dein proWIN-Business zu generieren:

1. „Nenne 5 kontroverse Meinungen über Direktvertrieb und erkläre, warum sie wahr oder falsch sind.“
2. „Formuliere eine provokante Frage zum Thema Nachhaltigkeit in Reinigungsprodukten, die meine Community zum Nachdenken anregt.“



3. „Was sind die 3 größten Fehler, die Menschen beim Einstieg in den Direktvertrieb machen, und wie kann man sie vermeiden?“
4. „Erstelle eine Liste von Mythen über proWIN-Produkte oder das Business-Modell, die viele Menschen glauben, aber eigentlich falsch sind.“
5. „Schreibe eine fesselnde Erfolgsgeschichte über eine Vertriebspartnerin, die durch proWIN ihr Leben verändert hat.“
6. „Erstelle eine FAQ-Liste mit den häufigsten Fragen, die sich Interessierte zum Direktvertrieb stellen, und beantworte sie klar und überzeugend.“
7. „Welche kreativen Wege gibt es, um proWIN-Produkte in Instagram-Stories zu präsentieren?“
8. „Gib mir 3 Ideen für unterhaltsame Instagram-Reels, die Vorurteile über Direktvertrieb humorvoll entkräften.“
9. „Welche Fragen könnte ich meiner Community stellen, um sie mehr in meinen Content einzubeziehen?“
10. „Wie kann ich meine persönliche proWIN-Reise als Storytelling-Serie in mehreren Instagram-Posts aufbauen?“

Nutze diese Prompts, um mit ChatGPT Content-Ideen zu generieren oder bestehende Ideen weiterzuentwickeln.