

STORY NEXT LEVEL - SO SETZT DU DAS FEATURE RICHTIG UM



Lars Kroll & Rahel Härdter



© SO.real GmbH

A large, light blue circular graphic on the left side of the slide. Inside it is a smaller, darker blue circle containing the word 'AGENDA' in white, bold, uppercase letters. Behind the circles is a faint image of a tablet displaying a colorful event scene.

AGENDA

- 1. Darum das Story-Feature nutzen**
- 2. Storyplanung**
- 3. Live-Begleitung bei Events**
- 4. Beispiele**
- 5. GIFs**
- 6. Highlights & Learnings**
- 7. Q&A**

DARUM SOLLTEST DU DAS STORY-FEATURE NUTZEN!

- Nähe & Transparenz für Follower
- Live-Coverage macht Events „erlebbar“
- Live-Einblicke: Stimmung & Menschen
- Reichweite und Sichtbarkeit steigern
- Content-Pool für die Zukunft
- Arbeitgeber- und Markenimage stärken

STORY
= COMMUNITY PFLEGE!

STORY-FUNNEL

Worauf zählt die Story ein?

ZIEL

AWARENESS

Sichtbarkeit
Bekanntheit
Marke aufbauen

INTEREST

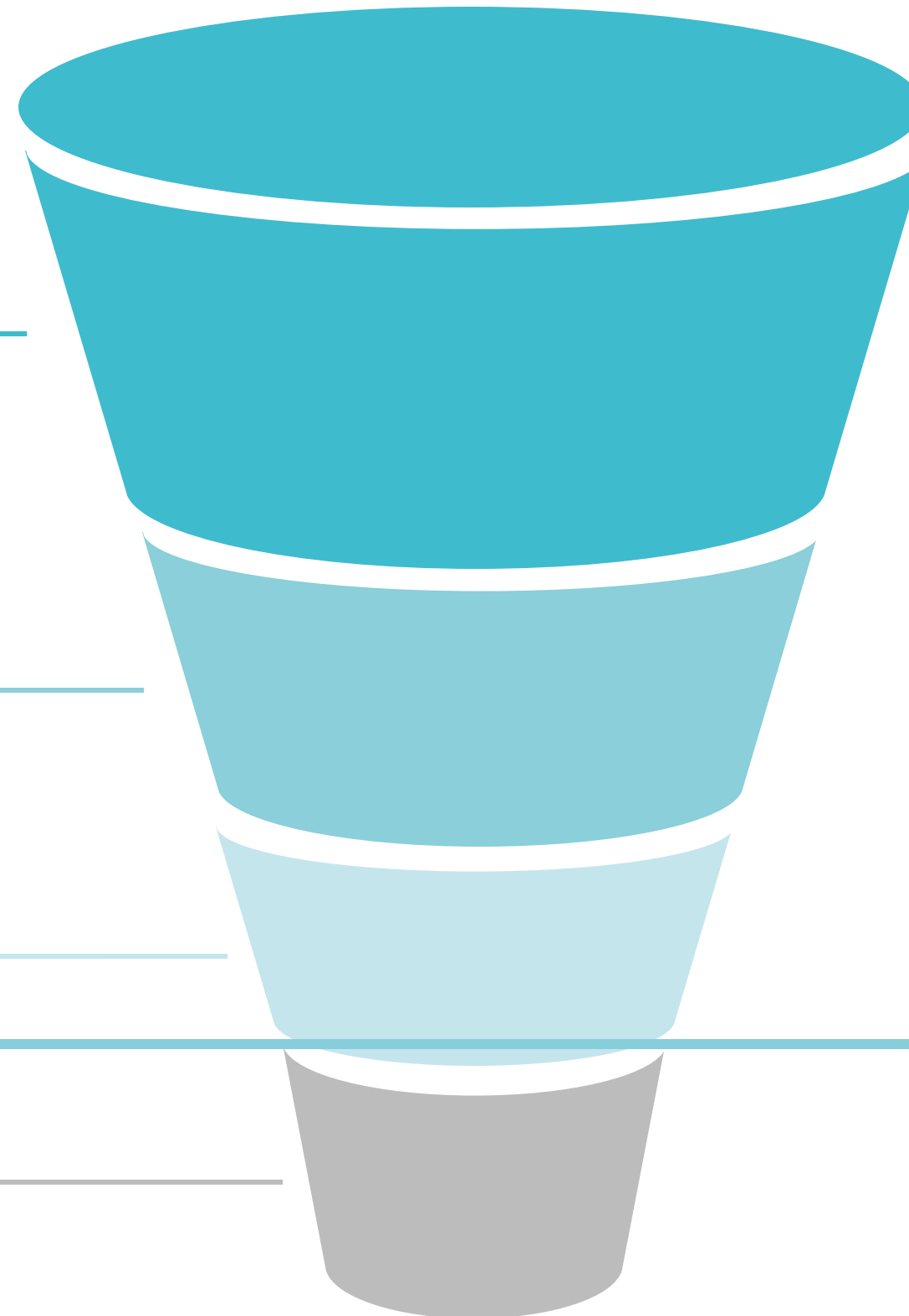
Marke schärfen
Marke differenzieren
Themen, Service, Knowhow platzieren

DECISION

Nutzer zum Handeln bewegen

ACTION

Abschlüsse
Verkauf
Bewerbungen



KENNZAHL

- Impressionen
- Reichweite
- Fan-/Follower-Wachstum

- Engagement-Rate
- Klick-Rate
- Video-View-Rate

- Links-Klicks
- Visits
- Verweildauer

- Downloads
- Leads
- Verkäufe / Bestellungen
- Lebensläufe

STORYPLANUNG

Ziele & KPIs festlegen

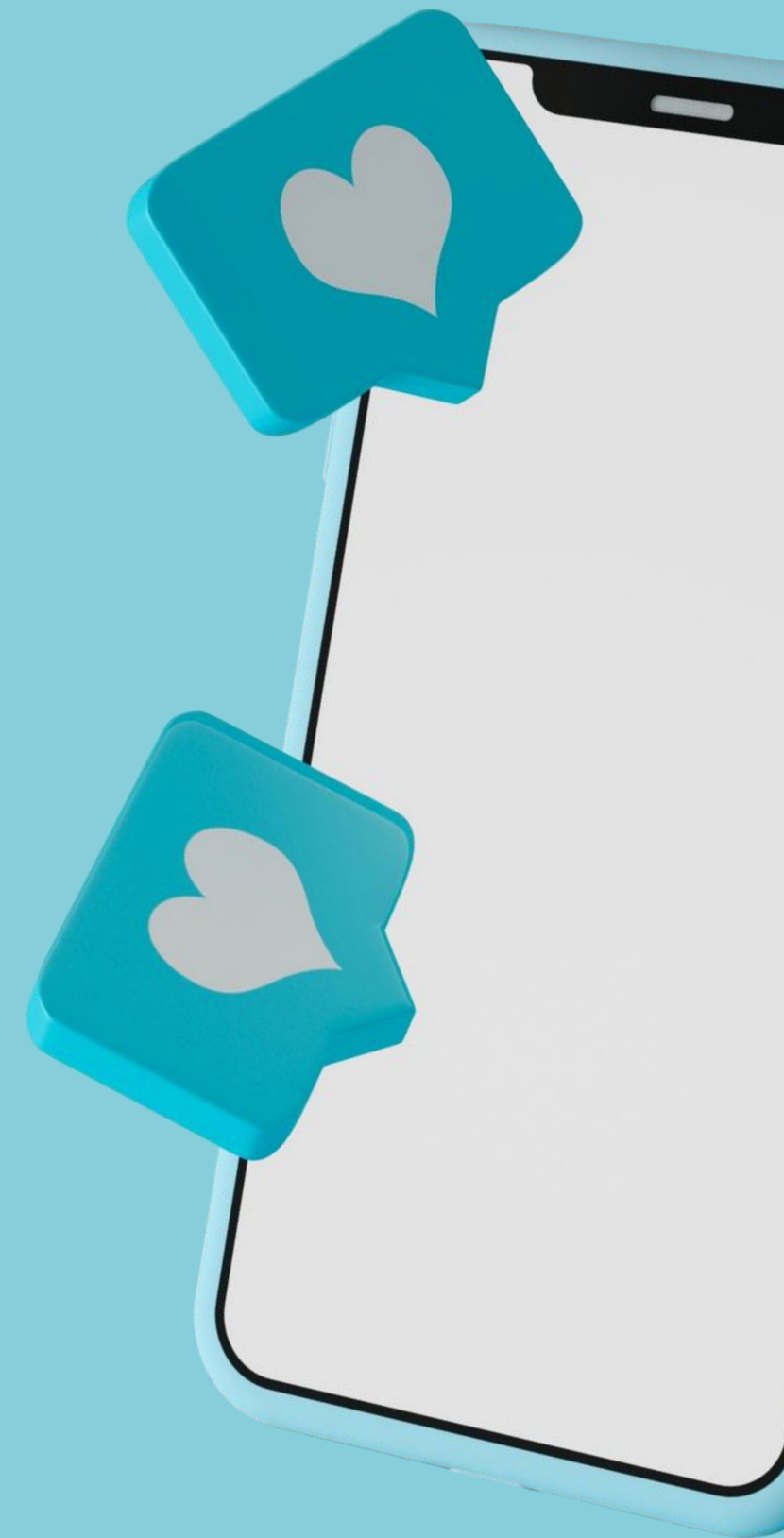
Story-Completion, Antworten/DMs, Link-Klicks, Profil-Besuche, einheitliches Konzept

Tag-Kit vorbereiten

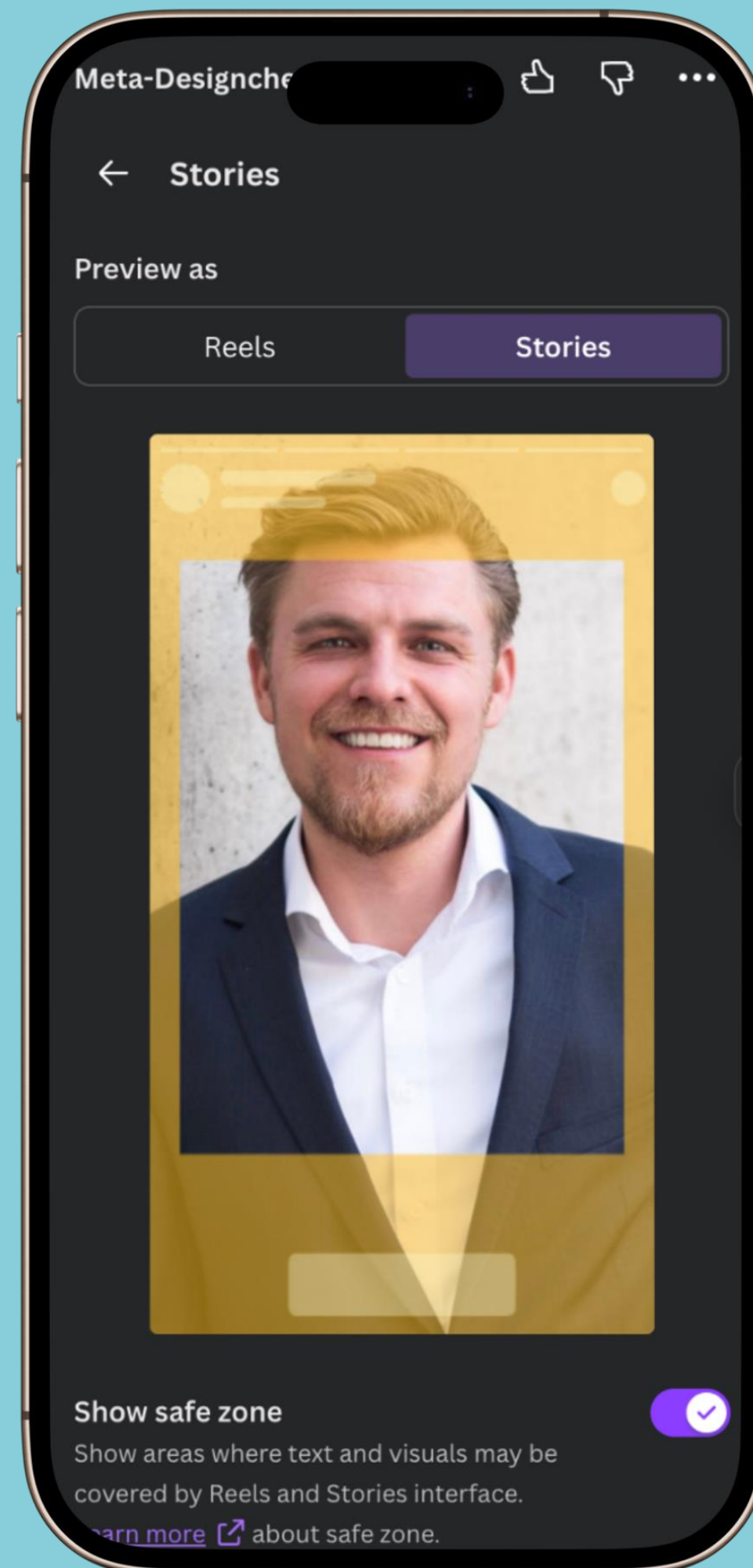
Reposts anfragen, mehr Reichweite über mehrere Profile

Story-Templates und Design-Kit

Technik-Test: Stories vorab prüfen, achte auf die Save-Zone
-> Tipp: Canva „Meta Design Check“-[App](#)



STORYPLANUNG



Ziele und KPIs

Im Voraus festlegen

- **Wie viele Inhalte möchte ich veröffentlichen?**
- **Welche KPIs sind mir wichtig zu erreichen?**

Tag-Kit

Teilnehmer, Speaker, Partner

- **Profile involvierter Personen im Voraus suchen, speichern, notieren**
- **Reposts ggfls. im Voraus anfragen**
Mehr Reichweite und Sichtbarkeit



Story-Templates und Design-Kit

Farben, Schriften, Icons, Sticker

- **Sorgt für Wiedererkennung und klare Qualitätsstandards**
- **Struktur der Stories festlegen**
Hook - Info - CTA

Story Test

Stories & Live vorab prüfen

- **Per Screenshot oder Bildschirmaufnahme Story mit KI prüfen**
Beugt Flüchtigkeitsfehler vor



TIPP:
In Fotobibliothek
oder Notizen
speichern! Dann
mit dem Color-
Picker arbeiten!



LIVE-BEGLEITUNG

- Stories alle 10–30 Minuten posten
- Stories mit Hook + Info + CTA (Frage, Umfrage, Add Yours)
- Lives einplanen (z. B. Opening, Panel, Ende)
- Fehler vermeiden (Screenshot-Test, KI-Prüfung)
- Barrierefreiheit (Untertitel und klare Kontraste)
- Hohe Qualität sichern
- PS: Solange Zugriffe steigen, Personen interagieren:
Story, Story, Story! (Meist aber 10–20 max.)



BEISPIEL WMST AMSEL e.V.

Während des Events

Panels, Vorträge,
Workshops



Emotionen im Publikum,
Applaus, Networking

Text-Sticker: „Top 3
Learnings bis jetzt“

Community-Interaktion:
„Add Yours – Dein
Highlight des Abends“

Story-Templates und Design-Kit

Farben, Schriften, Icons, Sticker

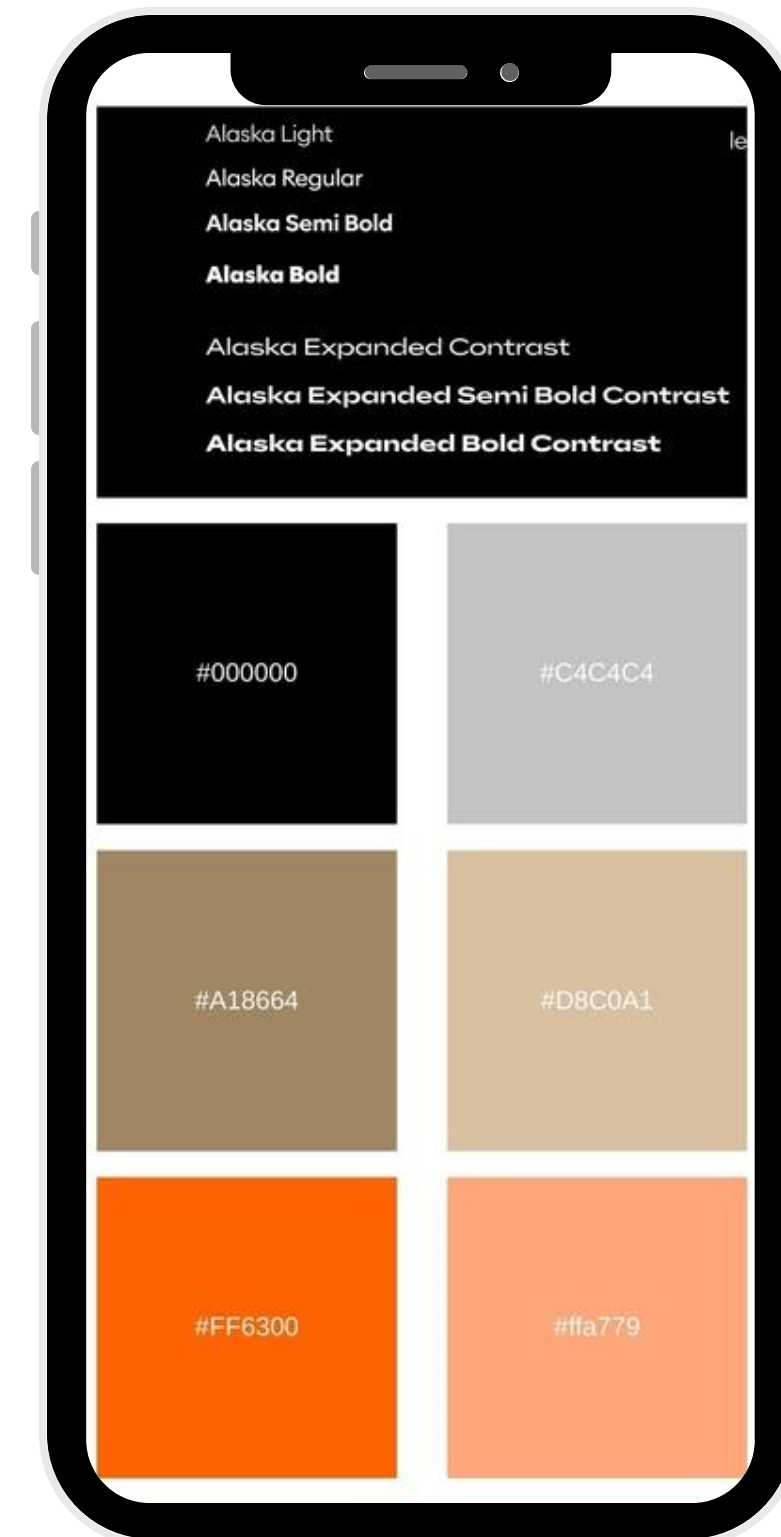
- **Sorgt für Wiedererkennung und klare Qualitätsstandards**
- **Struktur der Stories festlegen**
Hook - Info - CTA

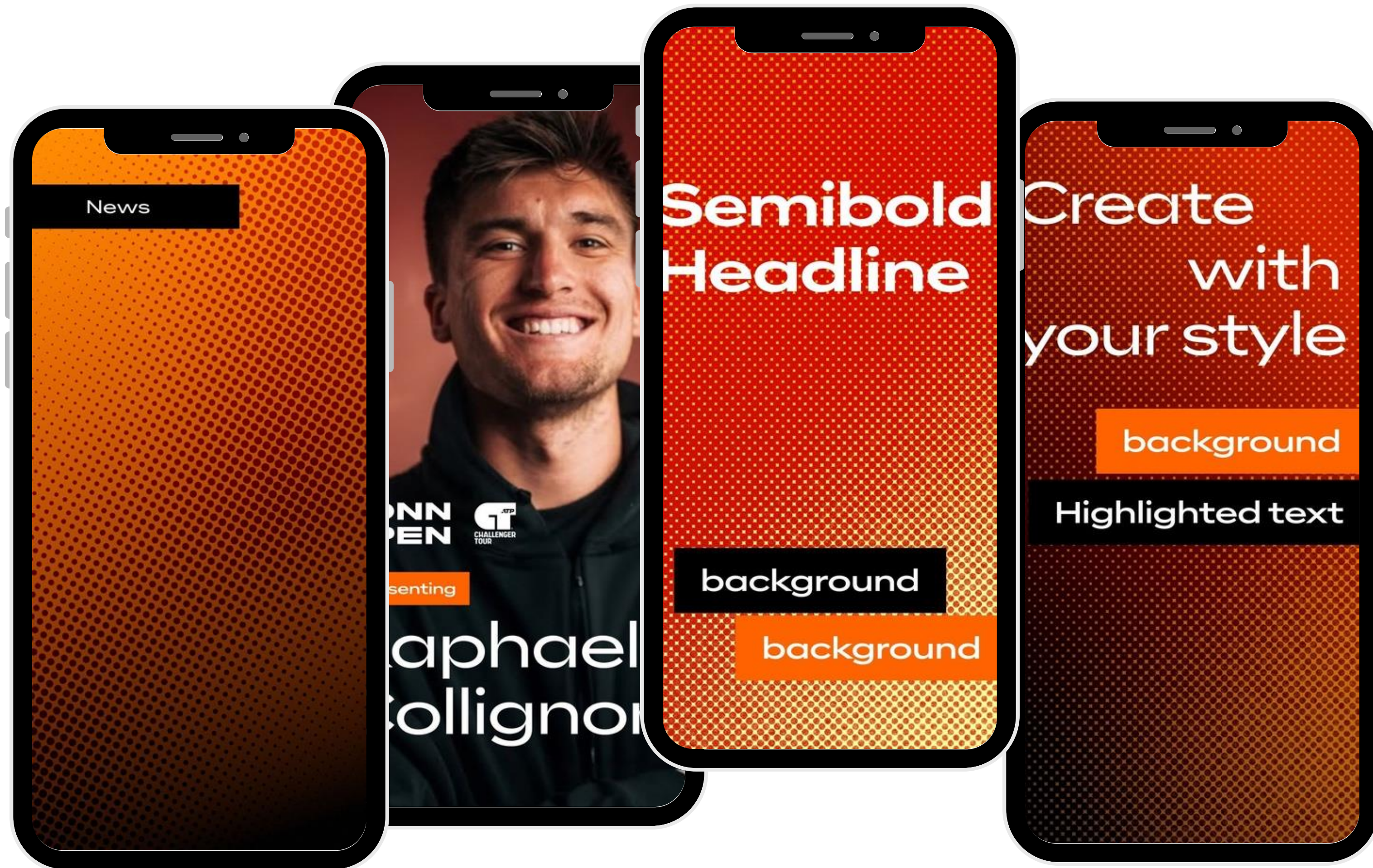
Story Test

Stories & Live vorab prüfen

- **Per Screenshot oder Bildschirmaufnahme Story mit KI prüfen**

Beugt Flüchtigkeitsfehler vor + Korrektur mit Languagetool



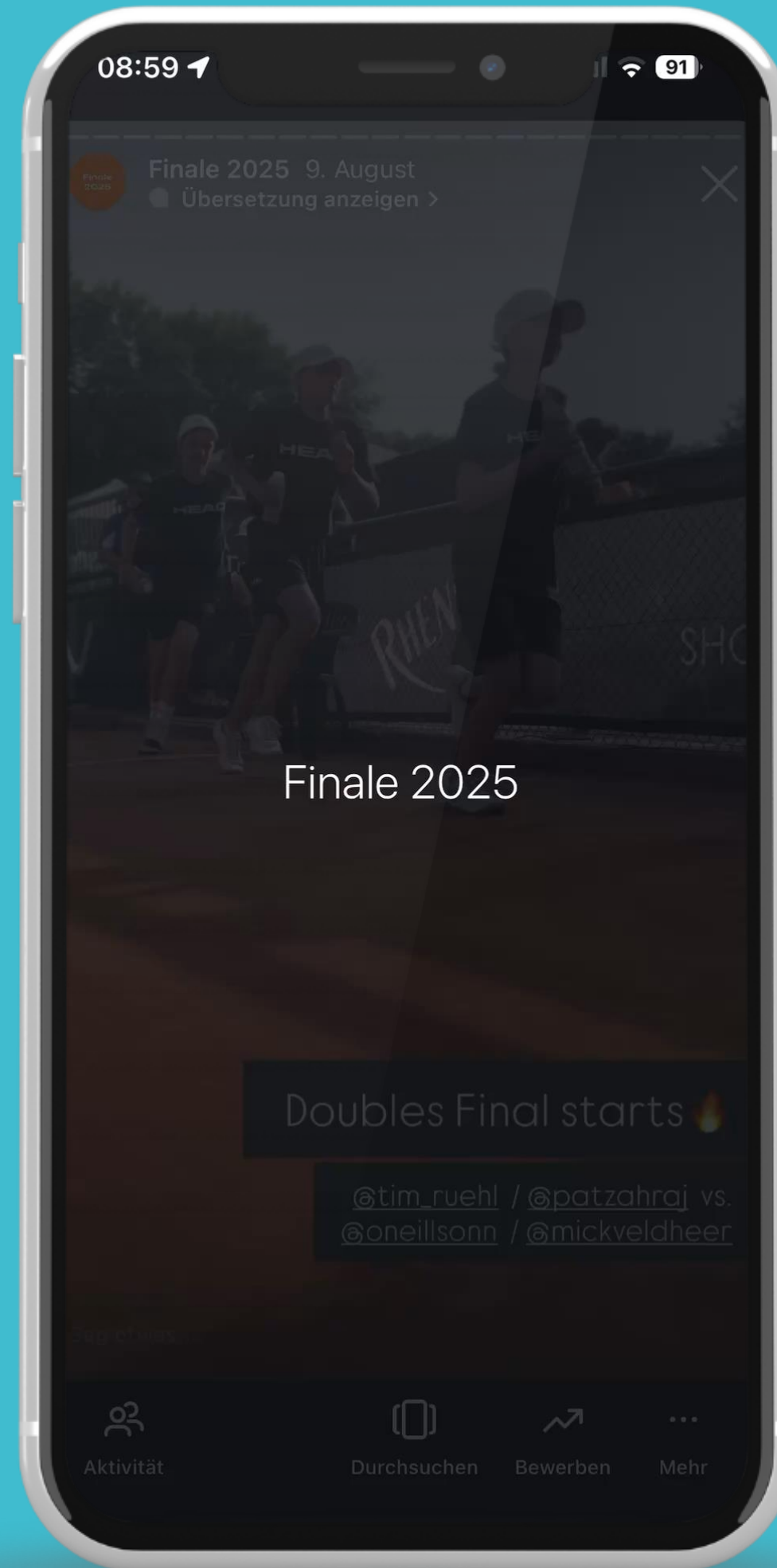


Designs und Templates in bspw. Canva oder Adobe Express App vorbereiten

BEISPIEL PROFI TENNIS TURNIER

Während des Events

statt Ballwechsel →
Panels, Vorträge,
Workshops



statt Jubel →
Emotionen im Publikum,
Applaus, Networking

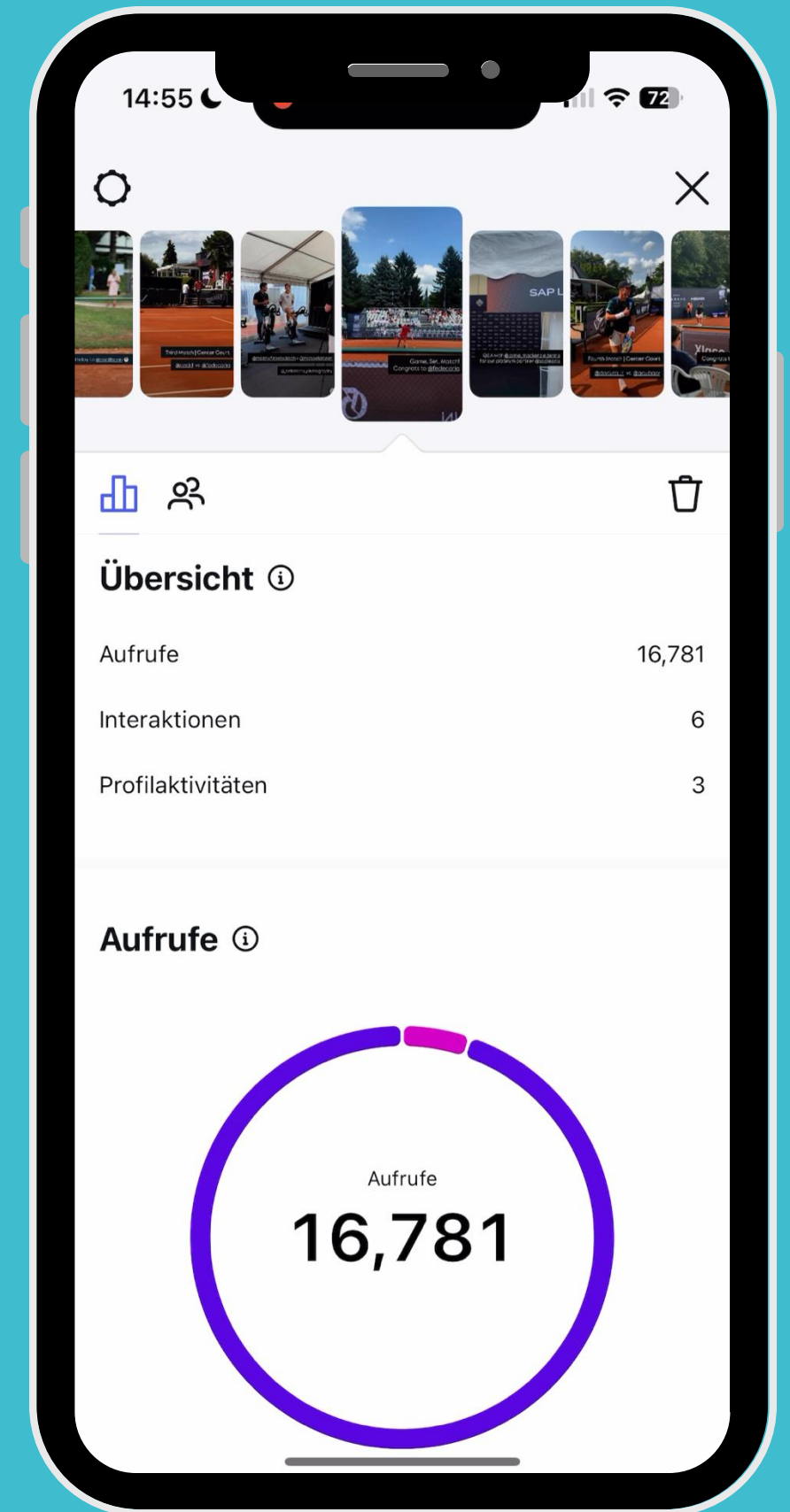
statt Zwischenstände →
Text-Sticker: „Top 3
Learnings bis jetzt“

Community-Interaktion:
„Add Yours – Dein
Highlight des Abends“

INSIGHTS STORIES

Der getaggte
Tennis Profi hat die
Story gerepostet

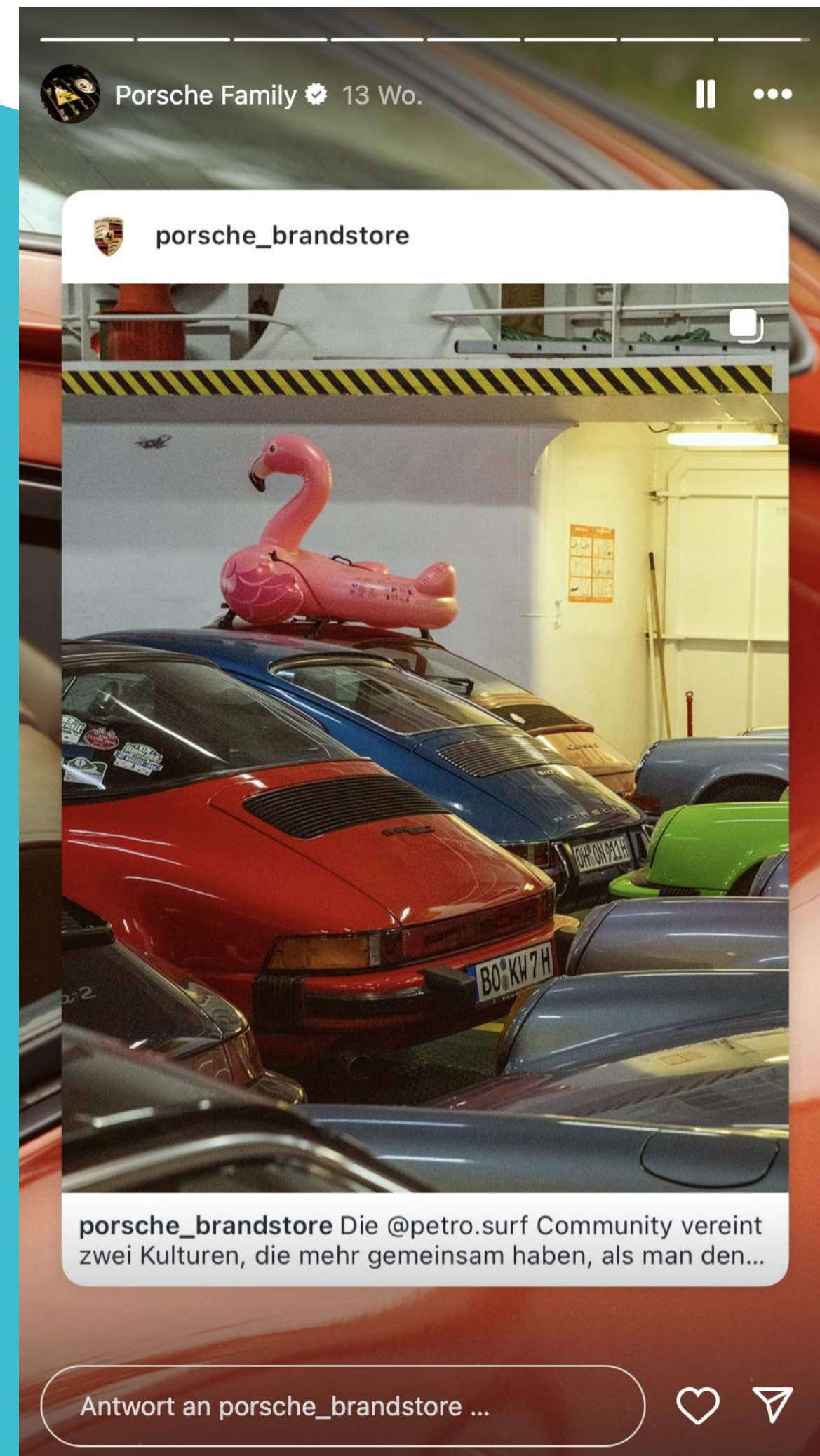
Anstelle der
durchschnittlichen
3.000-5.000 Views
→ über 16.000 Views



STORIES^2

Arbeitet mit allen Möglichkeiten, die das Story-Feature hergibt:

- Gifs (einspielen via Giphy)
- Ebenen (klicken & gedrückt halten)
- Farben (lange auf Hintergrund tippen)
- Bilder, Videos etc. nutzen
- Filter definieren
- Schriften definieren
- Sticker



STORY IM NACHGANG NUTZEN

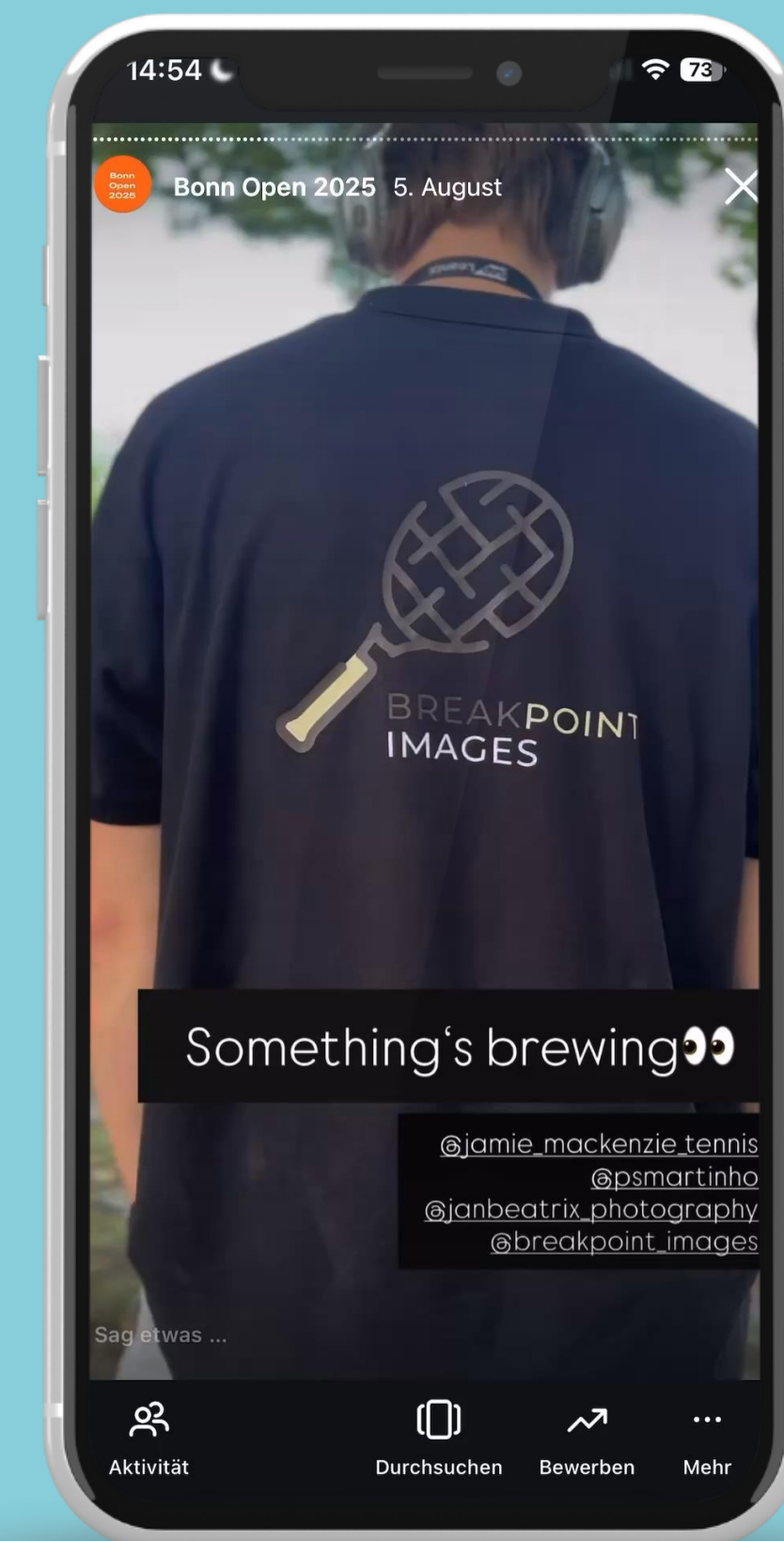
- Recap-Reel erstellen
- Best-of-Stories als Highlight speichern
- Recap-Post mit 3 Learnings
- Community-Feedback einholen
- Insights auswerten

(Reichweite, Antworten, Klicks)



LEARNINGS

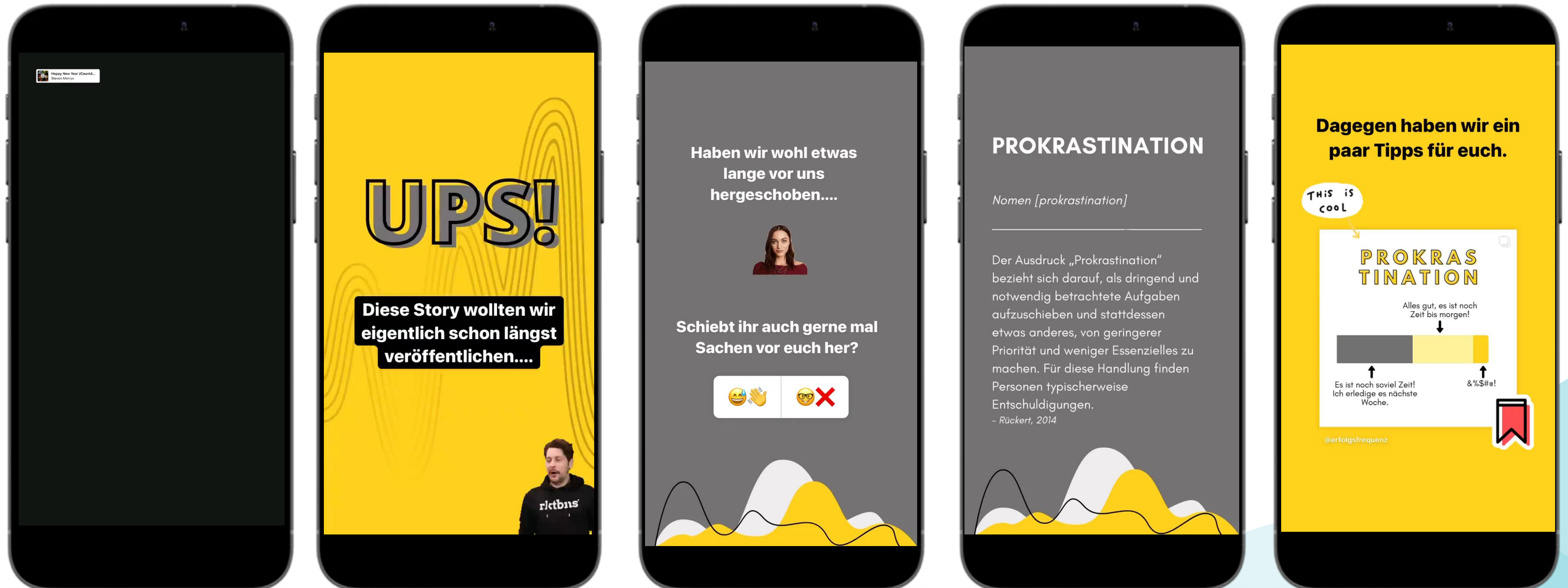
- **Abwechslungsreich bleiben**
- **Alle Features nutzen**
 - Animationen, Sticker, Gifs, Umfragen, Reaktionen, ...
- **Themen priorisieren**
 - Ein Thema pro Tag
- **Kreativ und mutig sein**
 - Geposteten Beitrag nicht nur lose in die Story posten – Erzähle die Geschichte dahinter



**ONE
MORE
THING**

STORY = GESCHICHTEN ERZÄHLEN

Aufmerksamkeit durch Storytelling: Beispiel mit Instagram-Stories



Q&A



ZUSAMMENFASSUNG

Und jetzt an die Stories fertig los!
Tagged uns gerne:

- Jens Becherer Business
- VR Social
- Lars Kroll
- S0.real
- ...



BE REAL.

GET DIGITAL.

STAY HUMAN.

VIELEN HERZLICHEN DANK!

STAY CONNECTED!

LARS KROLL
SO.real GmbH

Lars.Kroll@so-real.de
www.so-real.de

Gerne bieten wir weitere
Unterstützungsleistungen.

Meldet euch bitte gerne:
so-real.de/termine

Social-Media-Newsletter



KI-Verordnung 🤖



VIELEN DANK FÜR DEINE TEILNAHME



0711 / 25296081



Lars.Kroll@so-real.de



www.so-real.de



RECHTSHINWEIS

Die in der Präsentation dargestellten Ideen, Verfahrensweisen und Angebote stellen geistiges Eigentum dar, an der SO.real GmbH die ausschließlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte hält. Jegliche Nutzung, Weiterentwicklung oder Veränderung dieser Ideen, Verfahrensweisen und Angebote ist untersagt. Dies gilt auch für eine Nutzung der Ideen und Verfahrensweisen in einem anderen Produktkontext. Ausnahmen hier von bedürfen der vorherigen, schriftlichen Zustimmung von der SO.real GmbH.

Stuttgart, den 20.03.2020





RECHTSHINWEIS

Die in der Präsentation dargestellten Ideen, Verfahrensweisen und Angebote stellen geistiges Eigentum dar, an der SO.real GmbH die ausschließlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte hält. Jegliche Nutzung, Weiterentwicklung oder Veränderung dieser Ideen, Verfahrensweisen und Angebote ist untersagt. Dies gilt auch für eine Nutzung der Ideen und Verfahrensweisen in einem anderen Produktkontext. Ausnahmen hier von bedürfen der vorherigen, schriftlichen Zustimmung von der SO.real GmbH.

Stuttgart, den 19.10.2022