

THE ATELIER WHERE BRANDS ARE LED.

Feed wie ein Flagship-Store.

Das Architektur-System für wiedererkennbare Instagram-Auftritte.

VORWORT

Dein Feed ist kein Sammelplatz.

Dein Instagram-Feed ist kein Sammelplatz für Einzelposts. Er ist ein System.
Oder er sollte es sein.

Dieses Arbeitsheft zeigt dir, wie du deinen Auftritt so aufbaust, dass er sofort einordnet, Vertrauen schafft und klar führt – ohne täglich neu entscheiden zu müssen, was als nächstes kommt.

SO IST ES AUFGEBAUT

Fünf Kapitel. Klare Struktur. Direkt anwendbar.

Für Personal Brands, Coaches und Beraterinnen, die einen Feed wollen, der wie eine echte Marke wirkt.

KAPITEL IM ÜBERBLICK

01 Flagship-Store-Denken

Das strategische Zielbild

02 Markenfundament

Was Vertrauen wirklich aufbaut

03 Feed-Architektur

Wie du deinen Grid als System baust

04 Module & Content-Säulen

Dein System für den Alltag

05 Storyline & Rhythmus

Wie dein Feed eine Linie bekommt

DAS STRATEGISCHE ZIELBILD

01

Flagship-Store-Denken

Kein Flagship-Store stapelt Produkte beliebig. Er hat Zonen, eine Logik und eine Wegeführung. Dein Feed kann dasselbe leisten – wenn er als System gebaut ist.

DIE DREI ZONEN

Die drei Zonen deines Profils.

Ein starker Instagram-Auftritt funktioniert wie ein Flagship-Store: Er zieht Blicke an, er führt klar, er macht den nächsten Schritt einfach.



Zone 1 · Schaufenster

Profilbild, Bio, die ersten 6–9 Kacheln, angepinnte Posts.



Zone 2 · Wegeführung

Grid-Rhythmus, Highlights, Carousel-Struktur.



Zone 3 · Kassenbereich

Link in Bio, CTAs, angepinnte Posts, DM-Einstiege.

ZIELBILD

Dein Zielbild schärfen.

Bevor du über Format, Farbe oder Frequenz nachdenkst, braucht es ein klares Zielbild. Beantworte diese drei Fragen in je einem Satz:

- 1 **Für wen?** Wer genau soll dich auf Instagram finden und sofort verstehen, dass du für sie relevant bist.
- 2 **Welches Ergebnis?** Was wird für diese Person besser, klarer oder einfacher, wenn sie mit dir arbeitet.
- 3 **Welcher Auftritt passt dazu?** Welches Gefühl soll dein Feed ausstrahlen? Drei Leitworte reichen.

BEISPIEL

Eine Business-Mentorin für selbstständige Frauen. Ergebnis: mehr Klarheit über Angebot und Positionierung. Auftritt: ruhig, hochwertig, substanziell.

Der 10-Minuten-Feed-Audit.

Öffne dein Profil wie eine fremde Person und scanne in dieser Reihenfolge:

Ersteindruck

Versteht man in 5 Sekunden, für wen du da bist und was der nächste Schritt ist? Gibt es mindestens zwei sichtbare Vertrauenssignale?

Lesbarkeit

Sind die Cover-Texte deiner Posts klar und kontrastreich lesbar – auch auf dem kleinen Smartphone-Screen?

Konsistenz

Erkenkst du beim Scrollen eine visuelle Linie? Gleiche Farben, ähnliche Struktur, wiederkehrende Formate?

MERKSATZ

Notiere zu jedem Punkt: stark / ausbaufähig / fehlt. Das sind deine drei größten Hebel.

Welches Format hat welche Aufgabe.

Jedes Format hat eine Rolle. Wenn alles alles darf, wird nichts klar.

- **Grid** – Orientierung und Wiedererkennung. Dein visuelles System im Überblick.
- **Reels** – Reichweite und Erstkontakt. Neue Menschen auf dich aufmerksam machen.
- **Stories** – Beziehung und Aktivierung. Für Menschen, die dich schon kennen und mögen.
- **Highlights** – Navigation und Evergreen. Die wichtigsten Inhalte dauerhaft zugänglich.

MERKSATZ

Wenn du heute anfängst: Entscheide für jedes Format eine Hauptaufgabe. Nicht mehr.

Die drei Grundprinzipien.

Wiederholung schlägt Varianz.

Eine starke Marke erkennt man nicht an ständiger Neuerfindung, sondern an konsistenter Wiederkehr.

Reduktion erhöht Wert.

Nicht mehr Formate und Ideen machen deinen Feed stärker. Bessere Entscheidungen tun es.

Wirkung vor Geschmack.

Nicht entscheidend ist, ob du etwas schön findest. Entscheidend ist, welche Wirkung es erzeugt.

DEINE NÄCHSTEN SCHRITTE

Aus Kapitel 1 mitnehmen.

- 01 Formuliere dein Zielbild in drei Sätzen: Für wen. Welches Ergebnis. Welcher Auftritt.
- 02 Führe den 10-Minuten-Audit durch und markiere deine drei größten Hebel.
- 03 Entscheide für jedes Format eine klare Hauptaufgabe.
- 04 Setze drei angepinnte Posts: Start hier – Stärkster Proof – Aktuelles Angebot.

WAS VERTRAUEN WIRKLICH AUFBAUT

02

Markenfundament

Bevor jemand kauft, muss sie vertrauen. Und Vertrauen entsteht nicht durch schöne Posts – sondern durch Konsistenz, Klarheit und den richtigen Beweis zur richtigen Zeit.

ZIELGRUPPE

Verstehe, was deine Zielgruppe denkt.

Die meisten Personal Brands kennen ihr Angebot sehr gut. Aber nicht immer die Sprache ihrer Wunschkunden. Beantworte diese drei Fragen in der Sprache deiner Zielgruppe:

Was ist ihre konkrete Situation, bevor sie zu dir kommen?

Beispiel: Sie posten regelmäßig, haben aber das Gefühl, dass ihr Profil nicht widerspiegelt, wie professionell sie wirklich arbeiten.

Was haben sie schon versucht – und warum hat es nicht gereicht?

Beispiel: Canva-Templates, einzelne Designer, Feed-Überarbeitungen. Aber nichts hat zu einer echten Markenstruktur geführt.

Was wollen sie am Ende wirklich?

Nicht die Leistung. Sondern das Gefühl danach: Sicherheit. Klarheit. Einen Auftritt, der sie trägt.

VERTRAUENSBeweise

Vertrauensbeweise – was du bereits hast.

Inventarisiere, was du bereits hast:

- ✓ Kundenstimmen, Screenshots, Feedback
- ✓ Vorher/Nachher-Vergleiche (wenn relevant und erlaubt)
- ✓ Zahlen, die etwas aussagen – Kunden, Jahre, Ergebnisse
- ✓ Ausbildungen, Zertifizierungen, Medienerwähnungen
- ✓ Sichtbare Arbeitsprozesse, Behind-the-Scenes

Wie du es in den Feed bringst

Nicht alles auf einmal. Verteile Vertrauenssignale gleichmäßig. Eine einfache Regel: Jeder dritte Post zahlt auf Vertrauen ein – durch einen konkreten Beweis, eine Kundenstimme oder einen Einblick in deine Arbeitsweise.

MERKSATZ

Kontext schlägt Claim. Zeigen ist stärker als behaupten.

Deine Botschaft auf den Punkt.

Jeder Post braucht eine klare Botschaft und einen klaren nächsten Schritt.
Eine einfache Struktur:

- H** **Hook** – Was ist das Problem oder die Erkenntnis, die sofort relevant wirkt?
- K** **Kern** – Was ist die Lösung, der Gedanke, der konkrete Nutzen?
- B** **Beweis** – Ein kurzes Beispiel, eine Zahl, eine Kundenstimme.
- A** **Handlung** – Was soll die Person als nächstes tun? Immer nur eine Sache.

BEISPIEL

Hook: Dein Feed sieht nicht so professionell aus, wie du arbeitest – das liegt selten an den Inhalten.

Kern: Es liegt an fehlender Struktur. Nicht an mangelnder Kreativität.

Beweis: Das war auch der Ausgangspunkt bei mehreren meiner Kundinnen – alle Coaches mit starker Expertise.

Handlung: Speichere diesen Post, wenn du das kennst.

Der 3-Sekunden-Vertrauens-Test.

Öffne dein Profil. Starte einen Timer. Nach 3 Sekunden: Stopp. Prüfe:

- ✓ Ist sofort klar, für wen du da bist?
- ✓ Gibt es mindestens einen sichtbaren Vertrauensbeweis – ohne scrollen zu müssen?
- ✓ Ist der nächste Schritt erkennbar?

Zeige den Screenshot einer Person, die dich nicht kennt. Frage sie: Worum geht es hier? Für wen? Was soll ich tun? Ihre Antwort zeigt dir, wo dein Fundament noch Lücken hat.

DEINE NÄCHSTEN SCHRITTE

Aus Kapitel 2 mitnehmen.

- 01** Beantworte die drei Fragen zur Zielgruppen-Sprache – schriftlich, in ihren Worten.
- 02** Inventarisiere deine Trust-Assets und plane, welche in den nächsten 4 Wochen sichtbar werden.
- 03** Schreibe einen Post nach der Hook-Kern-Beweis-Handlung-Struktur.
- 04** Führe den 3-Sekunden-Test durch und notiere, was sofort klar ist – und was nicht.

WIE DU DEINEN GRID ALS SYSTEM BAUST

03

Feed-Architektur

Ein Feed ohne Architektur ist wie ein Laden ohne Wegeführung. Die Produkte mögen gut sein – aber der Besucher weiß nicht, wo er hinschauen soll. Er geht wieder.

Die fünf Architektur-Typen.

Wähle den Typ, der zu deinen Ressourcen, deinem Stil und deinem Angebot passt – nicht den, der auf anderen Profilen gut aussieht.



O1 Magazin

Abwechselnde Schwerpunkt-Kacheln mit unterschiedlichen Rollen. Editorial-Feeling, dynamisch, storytelling-stark.

Geeignet für: Personal Brands mit Themenvielfalt und gestalterischer Erfahrung.

Risiko: Ohne klare Rubriken schnell inkonsistent.



O2 Regal

Jede Reihe steht für ein Thema oder Format. Erkennbare Böden, die sich wiederholen.

Geeignet für: Coaches und Beraterinnen mit klaren Content-Säulen und regelmäßigem Posting.

Risiko: Wenn du unregelmäßig postest, brechen die Reihen.

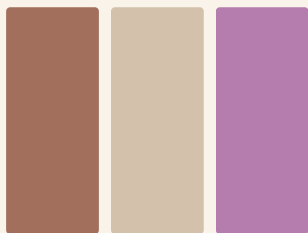


O3 Schachbrett

Abwechselnde Kacheltypen im 2er-Rhythmus – zum Beispiel Foto und Textkachel im Wechsel.

Geeignet für: Solo-Creator mit wenig Designzeit und hoher Posting-Frequenz.

Risiko: Abweichungen fallen sofort auf.

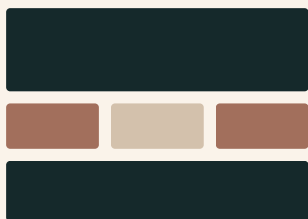


O4 Spalten

Jede der drei Grid-Spalten hat ein festes Thema – zum Beispiel Expertise, Proof, Persönlichkeit.

Geeignet für: Personal Brands mit drei klar definierten Content-Säulen.

Risiko: Die Posting-Reihenfolge muss strikt eingehalten werden.



O5 Hero-Row

Jede dritte Reihe wird als visueller Schwerpunkt gestaltet – drei zusammenhängende Kacheln als Einheit.

Geeignet für: Launches, Ankündigungen, starke Kampagnen.

Risiko: Nur einsetzen, wenn du konsequent in Dreierschritten postest.

Welcher Typ passt zu dir?

Vier Entscheidungsfragen:

- 01 **Wie viel Zeit hast du für Design pro Woche?** Wenig: Schachbrett oder Spalten. Mittel: Regal. Viel: Magazin oder Hero-Row.
- 02 **Wie oft postest du?** 2–3× pro Woche: Schachbrett oder Spalten. 4–5×: Regal oder Magazin.
- 03 **Hast du drei klare Content-Säulen?** Ja: Spalten. Noch nicht: Schachbrett oder Regal.
- 04 **Planst du regelmäßige Launches?** Ja: Hero-Row ergänzend zu einem stabilen Grundsystem.

FAUSTREGEL

Wähle den Typ, den du 8 Wochen durchhalten kannst – nicht den, der auf anderen Profilen am besten aussieht.

GRID-REGELN

Die Grundregeln eines sauberen Grids.

Eine Hauptbotschaft pro Kachel.

Nicht jeder Post darf alles wollen. Ein Post, ein Gedanke, eine Handlung.

Genug Luft.

Volle Kacheln wirken billig. Raum ist kein verschwendeter Platz – er ist ein Qualitätssignal.

Lesbarkeit vor Optik.

Ein Text, der auf dem großen Bildschirm schön aussieht, aber auf dem Smartphone nicht lesbar ist, funktioniert nicht. Prüfe jeden Post auf dem Handy.

Konsistente Farbwelt und Typografie.

Nicht jede Kachel muss gleich aussehen. Aber sie müssen erkennbar aus derselben Marke stammen.

Plane 4 Wochen als Wireframe.

Ein Wireframe ist kein fertiger Redaktionsplan. Es ist ein visuelles Gerüst – Platzhalter, die zeigen, welcher Post welche Rolle hat.

- 01 Definiere 3–4 Content-Säulen (z.B. Expertise, Proof, Angebot, Persönlichkeit).
- 02 Lege eine Sequenz fest, die sich wiederholt – z.B. Expertise → Proof → Angebot.
- 03 Baue Platzhalter mit einer Bezeichnung (E1, P1, A1) und ordne jedem eine Themenidee zu.
- 04 Plane realistisch: Wie viele Posts kannst du pro Woche mit guter Qualität produzieren?

BEISPIEL · 4 WOCHEN, 3 POSTS/WOCHE

- **Woche 1:** Expertise (häufigste Ursache) – Proof (Kundenstimme) – Angebot
- **Woche 2:** Expertise (How-to) – Proof (Ergebnis einer Kundin) – Persönlichkeit
- **Woche 3:** Expertise (Checkliste) – Proof (Vorher/Nachher) – Angebot
- **Woche 4:** Expertise (häufiger Irrtum) – Proof (Zitat) – Persönlichkeit

Teste deine Wiedererkennung.

Führe diese drei Tests durch, bevor du dein System live schaltest:

3-Sekunden-Test

Zeige einer fremden Person eine Kachel. Thema erkannt? Marke erkennbar?

Miniatur-Test

Verkleinere deinen Feed auf 20%. Ist das visuelle Muster noch erkennbar?

Graustufen-Test

Exportiere eine Kachel in Schwarzweiß. Hält die Hierarchie auch ohne Farbe?

DEINE NÄCHSTEN SCHRITTE

Aus Kapitel 3 mitnehmen.

- 01 Entscheide dich für einen Architektur-Typ – und committe dich für mindestens 8 Wochen.
- 02 Definiere 3–4 Content-Säulen mit je einer klaren Hauptaufgabe.
- 03 Baue einen 4-Wochen-Wireframe mit Platzhaltern und Themenideen.
- 04 Führe die drei Erkennungstests durch – bevor du veröffentlichst.

DEIN SYSTEM FÜR DEN ALLTAG

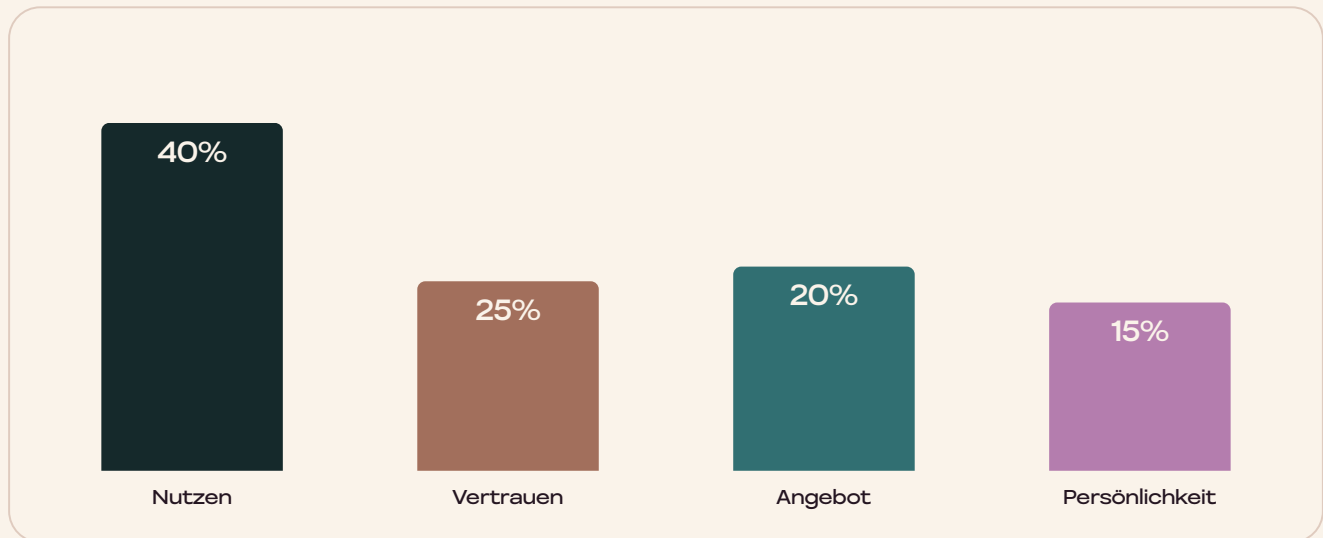
04

Module & Content-Säulen

Ein Feed ohne System bedeutet: täglich neu entscheiden, was du postest. Das kostet Zeit, erzeugt Inkonsistenz – und führt zu einem Profil aus guten Einzelposts ohne klare Linie.

Deine Content-Säulen.

Content-Säulen sind die tragenden Elemente deines Feeds. Empfohlene Grundstruktur für Personal Brands:



Nutzen · 40%

How-tos, Erklärungen, Checklisten. Ziel: als Expertin wahrgenommen werden.

Vertrauen · 25%

Kundenstimmen, Ergebnisse, Einblicke in deine Arbeitsweise. Ziel: Kompetenz sichtbar machen.

Angebot · 20%

Dein Service, dein Produkt, dein nächster Schritt. Ziel: klare Handlungsoptionen schaffen.

Persönlichkeit · 15%

Deine Haltung, deine Werte, dein Blick auf die Dinge. Ziel: die Marke menschlich machen.

WICHTIG

Kein starres Regelwerk: Bei einem Launch verschiebt sich das Verhältnis Richtung Angebot, beim Aufbau einer neuen Zielgruppe Richtung Nutzen.

Die fünf Modultypen.

Module sind wiederkehrende Bausteine mit einer festen Logik. Du definierst sie einmal – und produzierst danach schneller, konsistenter und mit weniger Reibung.

01 How-to

Schritt-für-Schritt-Erklärung eines konkreten Problems. Format: Carousel. Ein Problem, 3–5 Schritte, ein klarer nächster Schritt.

Beispiel: So strukturierst du deinen Feed in 4 Schritten – ohne täglich neu zu entscheiden.

02 Proof

Eine Kundenstimme, ein konkretes Ergebnis, ein Vorher/Nachher. Immer mit Kontext – wer, was, unter welchen Umständen.

Beispiel: Kundenstimme einer Beraterin nach dem Rebranding – mit Beschreibung der Ausgangssituation.

03 USP-Spotlight

Ein Merkmal deiner Arbeitsweise – mit einem Beweis und dem konkreten Nutzen daraus.

Beispiel: „Ich entwickle kein Design. Ich entwickle ein System.“ – mit Erklärung, was das bedeutet.

04 Haltungs-Post

Deine Meinung zu einem relevanten Thema in deinem Feld. Klar, direkt, ohne Absicherung.

Beispiel: Warum ein schöner Feed noch lange keine starke Marke ist.

05 Angebot

Dein Service oder Produkt – klar erklärt, ohne Druck. Aufbau: Problem → Lösung → Wer es braucht → Nächster Schritt.

Beispiel: Wenn dein Profil nicht widerspiegelt, wie du wirklich arbeitest – dafür gibt es eine Lösung.

Deine Modulübersicht.

Fünf Module reichen, um einen konsistenten Feed zu bauen:

Modul	Säule	Format	Hauptziel
How-to	Nutzen	Carousel	Speichern
Proof	Vertrauen	Carousel / Bild	DM / Vertrauen
USP-Spotlight	Vertrauen	Carousel / Bild	Profil-Aufrufe
Haltungs-Post	Persönlichkeit	Bild	Kommentare / Teilen
Angebot	Angebot	Carousel	Link-Klick / DM

MERKSATZ

| Mehr Vielfalt kommt mit der Zeit – aber Konsistenz kommt zuerst.

CAPTION-LOGIK

Caption-Logik: einfach & wiederholbar.

Schreibe pro Modultyp einmal eine Vorlage – und passe sie inhaltlich an, aber nicht strukturell. Das reduziert den Schreibaufwand erheblich.

ZUR HANDLUNGSAUFFORDERUNG

Pro Post nur eine. Nicht „Speichere diesen Post, kommentiere unten und schreib mir eine DM.“ Das verwässert die Wirkung. Entscheide vor dem Schreiben, was der wichtigste nächste Schritt ist – und bitte nur darum.

DEINE NÄCHSTEN SCHRITTE

Aus Kapitel 4 mitnehmen.

- 01 Definiere deine vier Content-Säulen mit je einer Hauptaufgabe und einem groben Anteil.
- 02 Wähle drei bis fünf Modultypen aus, die am besten zu dir und deiner Zielgruppe passen.
- 03 Erstelle für jeden Modultyp eine Caption-Vorlage nach Hook-Kern-Beweis-Handlung.
- 04 Baue eine schlichte Modulübersicht – Format, Ziel, Handlungsaufforderung pro Modul.

WIE DEIN FEED EINE LINIE BEKOMMT

05

Storyline & Rhythmus

Einzelposts gewinnen keine Kunden. Sequenzen tun es. Vertrauen entsteht durch Wiederkehr – durch das Gefühl, dass jemand konsistent und klar ist.

Die drei Phasen der Kundenreise.

Ordne jeden Post einer Phase zu. Das gibt deinem Content eine Funktion – und verhindert, dass alles dasselbe leistet.

Phase 1 · Entdecken

Neue Menschen auf dich aufmerksam machen. Botschaft: Das ist relevant für dich.

Formate: Reels mit starkem Hook, polarisierende Aussagen, Haltungs-Posts.

Handlung: Teile mit jemandem, der das braucht.

Phase 2 · Vertiefen

Problem und Lösung strukturieren. Botschaft: So funktioniert es – und so denke ich.

Formate: How-to-Carousels, USP-Spotlights, Erklärungsformate.

Handlung: Speichere für später.

Phase 3 · Entscheiden

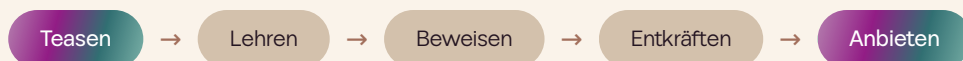
Kompetenz beweisen und den nächsten Schritt klar machen. Botschaft: Das ist die passende Lösung.

Formate: Proof-Posts, Angebots-Carousels, FAQ-Posts.

Handlung: Schreib mir eine Nachricht, Link in Bio, Termin buchen.

Story-Arcs: Sequenzen planen.

Ein Story-Arc verbindet mehrere Posts zu einer nachvollziehbaren Linie. Er reduziert die tägliche Entscheidungslast und führt dein Publikum schrittweise weiter.



- 01 **Teasen** – Spannungsaufbau durch einen Problem-Hook. Ziel: Neugier wecken.
- 02 **Lehren** – Klarer Mechanismus oder Methode. Ziel: Verständnis aufbauen.
- 03 **Beweisen** – Case, Kundenstimme, Vorher/Nachher. Ziel: Glaubwürdigkeit stärken.
- 04 **Entkräften** – Typische Einwände ansprechen. Ziel: Sicherheit geben.
- 05 **Anbieten** – Konkretes Angebot mit nächstem Schritt. Ziel: Entscheidung erleichtern.

BEISPIEL-TAKT · MO-FR

- **Mo (Teasen):** Warum dein Feed kleiner wirkt, als du arbeitest.
- **Di (Lehren):** Die drei Ursachen – und wie eine klare Architektur sie löst.
- **Mi (Beweisen):** Vorher/Nachher einer Kundin.
- **Do (Entkräften):** „Ich habe keine Zeit für ein komplettes Rebranding“ – und Antworten darauf.
- **Fr (Anbieten):** So sieht die Zusammenarbeit aus – das ist der erste Schritt.

POSTING-RHYTHMUS

Dein Posting-Rhythmus.

Konstanz schlägt Intensität. Wähle einen Rhythmus, den du durchhalten kannst – nicht den, den du dir wünschst.

Modell 1 · 3–2–1 (wochenbasiert)

3× Nutzen (Entdecken/Vertiefen) – 2× Proof (Vertrauen) – 1× Angebot (Entscheiden).

Gut für: breite Zielgruppe aufbauen und gleichzeitig konvertieren.

Modell 2 · Wochenformate

Mo: Haltungs-Post/Einordnung (Entdecken) · Mi: How-to/Erklärung (Vertiefen) · Fr: Proof/Angebot (Entscheiden).

Gut für: mit weniger Aufwand einen klaren Rhythmus aufbauen.

Modell 3 · Arc-Woche

Jede Woche ein vollständiger Arc von Teasen bis Anbieten. Erzeugt Erwartung und Wiedererkennung.

Gut für: klares Kernangebot und hohe Posting-Frequenz.

FORMATE

Formate strategisch einsetzen.

Reels

Reichweite und Erstkontakt. Neue Zielgruppen erschließen.

Carousels

Tiefe und Verständnis. Werden überdurchschnittlich oft gespeichert.

Statische Posts

Haltung, Meinung, Angebot auf den Punkt. Stark bei klarer Aussage.

DEINE NÄCHSTEN SCHRITTE

Aus Kapitel 5 mitnehmen.

- 01 Ordne deine bestehenden Post-Ideen den drei Phasen zu – Entdecken, Vertiefen, Entscheiden.
- 02 Wähle ein Rhythmus-Modell und mappe es auf konkrete Wochentage.
- 03 Plane einen vollständigen Story-Arc für die nächsten zwei Wochen.
- 04 Lege für jede Phase eine Standard-Handlungsaufforderung fest – und wechsle sie je nach Post.

DER NÄCHSTE KONKRETE SCHRITT

Was jetzt

Du hast jetzt fünf Kapitel und ein vollständiges System. Kein Post-by-Post-Chaos mehr. Sondern ein Feed mit Architektur, Funktion und Wiedererkennung.

Die fünf wichtigsten Entscheidungen.

- 01 **Dein Zielbild steht.** Für wen, welches Ergebnis, welcher Auftritt.
- 02 **Dein Fundament ist klar.** Vertrauen wird sichtbar – durch Beweise, nicht durch Behauptungen.
- 03 **Deine Architektur ist entschieden.** Ein Grid-Typ, eine Sequenz, ein Rhythmus.
- 04 **Deine Module stehen.** Fünf Bausteine, die deinen Feed konsistent und wiedererkennbar machen.
- 05 **Deine Storyline ist geplant.** Posts sind keine Einzelstücke mehr – sie führen.

Was Konsistenz wirklich bedeutet.

Nicht: jeden Tag posten.

Sondern: immer erkennbar sein. Immer eine klare Linie haben. Immer denselben Qualitätsanspruch zeigen – egal, ob du dreimal pro Woche oder einmal postest.

Die stärksten Feeds wachsen nicht durch Quantität. Sie wachsen, weil jeder Post das Vertrauen bestätigt, das der letzte aufgebaut hat.

MERKSATZ

 Das ist Markenführung durch Gestaltung. Kein Zufall. Kein Trend. Ein System.

BOTTEGA VIDONI

Wenn du den nächsten Schritt nicht alleine gehen möchtest – dafür gibt es Bottega Vidoni.

bottega-vidoni.de · [@bottega.vidoni](https://www.instagram.com/bottega.vidoni)

BOTTEGA VIDONI

Bottega Vidoni

Markenführung durch Gestaltung.

Deine Julia

BOTTEGA-VIDONI.DE · @BOTTEGA.VIDONI