

Inbound Marketing: Organische Reels – Sichtbarkeit aufbauen

Dieses Format dient nicht klassischer Werbung, sondern dem Aufbau von Vertrauen, Wiedererkennung und Inbound-Anfragen. Menschen sollen dich regelmäßig sehen und denken: **„Ah stimmt – der macht das ja.“**

Ziel von organischen Reels

- ✓ Wiedererkennung im eigenen Netzwerk und bei neuen Kontakten
- ✓ Gesprächsanlass schaffen (online & offline)
- ✓ Vertrauen aufbauen – ohne Druck, ohne Akquise
- ✓ Inbound-Anfragen: Menschen melden sich freiwillig

 *Wichtig: Niemand wird gezwungen zu folgen oder zu schreiben. Der Markt entscheidet – nicht du.*

Die bewährte Reel-Formel

1. Problem: Ein alltägliches, bekanntes Ärgernis (z. B. Papierkram, Unsicherheit, Zeitverlust)
2. Kurze Erleichterung: Es gibt eine einfache Lösung – ohne Details zu erklären
3. Call-to-Action: Einladung zur Kontaktaufnahme (z. B. „Schreib mir“)

Länge: 10–20 Sekunden

Format: Hochkant (9:16)

Stil: Roh, ehrlich, kein Hochglanz

Beispiel-Reel (Simplr App)

Hook: **„Kein Bock mehr auf Papierkram?“**

Kern: „Umzug, neue Bankverbindung, Versicherungen – alles nervig. Mit einer App regelst du das mit einem Klick.“

CTA: „Wenn du willst, zeig ich dir das kurz – schreib mir einfach.“

Mindset: Weg von Akquise – hin zu Inbound

Dieses Modell ersetzt keine Gespräche, aber es ersetzt kalte Akquise. Du musst niemanden überreden, niemanden anschreiben und niemanden überzeugen.

Menschen entscheiden selbst, ob sie dir folgen oder sich melden. Das ist der große Unterschied zum klassischen Strukturvertrieb. Sichtbarkeit ist kein Risiko – Unsichtbarkeit schon.

Wir haben viele Themen, viele Anknüpfungspunkte und viele Vorlagen. Du bist nicht allein – du nutzt ein System, kein Einzelkampf.