

# RSG Instagram Communication Check

---

**RSG**  
MARKETING  
RESEARCH



# Was der INSTAGRAM COMMUNICATION CHECK bietet



## Pre-Testung von First Ideas

- Wie werden erste Ideen von Beiträgen/ Kommunikationsstrategien von meiner Community erlebt?
- Welche Optimierungen leiten sich daraus ab?



## Life/ Post-Testing von Aktivitäten

- Wie werden aktuell geschaltete Inhalte von meiner Community erlebt?
  - Gelingt es, die Community zu aktivieren?
  - Wie lassen sich die Reaktion bewerten und verstehen?
- Welche Optimierung für folgende Aktivitäten leiten sich hieraus ab?

- ✓ Realitätstreue Wahrnehmung der Aktivitäten auf Ihrer Instagram Page
- ✓ Erfassung intuitiver und spontaner Empfindungen
- ✓ Durch Interaktion mit der Community Generierung von Insights, die über die Analyse von Liking und Postings hinausgehen

## 2 PHASEN: Spontanität & tiefgreifende Analyse



### 1. Phase: Instagram Community

- » Wir nutzen Instagram als Forschungstool, um **möglichst nah an die junge Zielgruppe heranzutreten**.
- » Denn diese Art der Kommunikation (z.B. Setzen von Storys, Postings & Verwendung von Smileys, Gifs) **entspricht dem heutigen Zeitgeist**.
- » Ungefiltert & direkt erhalten wir somit eine **Vielzahl an spontanen, authentischen Reaktionen der Nutzer**, die uns einen ersten Einblick in das emotionale Erleben der Teilnehmer gewähren.



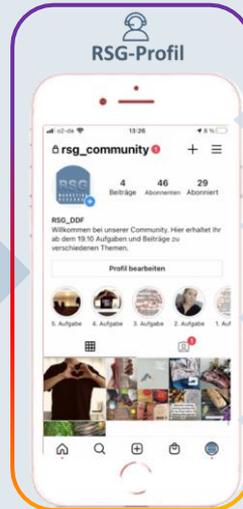
### 2. Phase: Qualitative Vertiefung

- » Wir nutzen eine anschließende qualitative Vertiefung, um auf Basis der ungefilterten, spontanen Reaktionen aus der Instagram Community **ein tieferes Verständnis der emotionalen Treiber** zu erhalten.
- » Hierbei geht es primär darum, **den Kern der Sache zu verstehen** – d.h. es gilt herauszuarbeiten, weswegen bestimmte Kampagnenbeiträge triggern oder gar Reaktanzen hervorrufen.
- » Dies gelingt durch die von uns **angewandten tiefenpsychologischen Moderationstechniken**, die das Unterbewusste aufbrechen.

# Nutzung der kanalspezifischen Vorteile

Anders als klassische Forschungssetups ermöglicht das Studiensetup direkt auf Instagram, die Erfahrungen & Erlebnisse der Zielgruppe stärker in die Diskussion einzubeziehen. Ohne „Umwege“ über ein anderes Medium können Teilnehmer unmittelbar teilen, wie sie die Kampagnenbeiträge erleben. Dabei können die gelernten Tools wie Stories, Fotos und Markierungen verwendet werden. **Dieses offene und dynamische Vorgehen erlaubt es, eine Vielzahl von Insights zu generieren.**

**Moderator präsentiert ausgewählte Einsendungen, leitet Diskussion in Form von Beiträgen auf RSG-Profil an, lenkt & stellt Fragen**



Wiederkehrender Prozess

**Teilnehmer können ihre Eindrücke zu den Kampagneninhalten auf der RSG-Instagram Seite teilen**



# Interaktionen aus einer Community

## Anonymisierte Beispiele

The image displays three screenshots of Instagram community polls, each with several German annotations in speech bubbles and boxes. The first screenshot shows a poll about DM impressions with a 'Huh?' speech bubble and a GIF of a woman. The second screenshot shows a poll about meme opinions with a 'Stimmt bitte ab!' slider and a '43 Personen haben geantwortet.' progress bar. The third screenshot shows a poll about info posts with a 'Schreibe etwas ...' input field and a yellow hand pointing at a 'GIF' button.

**Screenshot 1: DM Impressions**

- Find ich nicht so gut weil... Ich das nicht verstehe und ich nichts damit anfangen kann
- Finde es nicht so gut, zu aufdringlich nicht so interessant
- NACHDEM IHR EUCH DIE BEIDEN HIGHLIGHTS ANGESCHAUT HABT, WÜRDIE ICH EUCH BITTEN: A) EURE SPONTANEN EINDRÜCKE VIA DM ZU TEILEN. WAS WÜRFET IHR EINEM FREUND. IN DARÜBER ERZÄHLEN
- Huh?
- Diese Challenges würde ich Freunden weiterempfehlen, da sie echt Spannend und cool aussehen
- fühle mich bei diesen 'Challenges' wie bei Dora the explora oder Mickey Maus
- GIF

**Screenshot 2: Meme Opinions**

- Manche sind ganz witzig man könnte bei manchem aber denken da sitzt ein 60 Jähriger
- Sympathisch, weil die Witze meistens schon witzig sind und man sie nachvollziehen kann.
- Ich würde gern eure Meinung wissen 🤔
- Wie findet ihr diese Memes?
- Stimmt bitte ab!
- 43 Personen haben geantwortet. Durchschnittsantwort.
- GIF

**Screenshot 3: Info Post Opinions**

- Könnten interessantere Fakten sein die die Jugend von heute auch interessiert
- Hmmm als würden sie mich bemuttern
- Sie wirken nett, locker lustig
- Wie erwachsene aber ist ein bisschen lächerlich obwohl 2-3 coole dabei waren
- Tell me your opinion.
- Wie wirken durch solche Info Postings auf Euch?
- Schreibe etwas ...
- GIF

Die Community bietet spontane Eindrücke in die Wahrnehmung der jungen Erwachsenen bezogen auf bestimmte Themen und/ oder gezeigtes Stimulusmaterial. Die Teilnehmer sind auf Instagram „zuhaus“. Dadurch ist kein langes Warm-Up erforderlich. Die Aktivität ist bereits mit dem Start der Community hoch.

# Vertiefende Analyse in Phase 2



## Die Kommunikation auf Instagram erfolgt:

- Spontan und kurzweilig: Man wendet sich Inhalten zu, die faszinieren, wendet sich aber genauso von diesen wieder ab, wenn andere interessante Beiträge erscheinen
- Dieses Verhalten prägt gleichermaßen den Kommunikationsstil auf Instagram
  - Sie spiegeln in erster Linie die unbewussten und spontane Reaktionen der Community wider
  - Diese gilt es, in einem 2. Schritt besser zu verstehen, d.h. die Beweggründe für die Hinwendung oder Abwendung zu einem Beitrag aufzudecken

Die interessantesten Teilnehmer aus der Instagram Community werden daher zu qualitativen Interviews eingeladen

### Zielgruppe 1) Phase: Instagram Community



Teilnehmer werden aus dem gleichen Pool re-kontaktet

### Zielgruppe 2) Phase: Qualitative Vertiefung



Besonders interessante Teilnehmer werden im Verlauf der Community identifiziert. Dabei finden sowohl die Responsivität der Teilnehmer als auch Quantität und Werthaltigkeit ihrer Beiträge Berücksichtigung.

# So läuft der COMMUNICATION CHECK ab



## 1. Auswahl der Community-Mitglieder

- » Gemeinsame Definition der relevanten Zielgruppe und Sicherstellung einer qualitativ sowie quantitativ hohen Community-Aktivität durch Rekrutierung von Teilnehmern über einen Feldpartner



## 2. Insight-Phase über das private RSG-Instagram-Profil

- » Profil stellt privaten Bereich dar, nur von der RSG gesteuert
- » Teilnehmer haben die Möglichkeit alles einzusenden, was ihnen zu dem gegebenen Thema/ Beiträgen einfällt
- » RSG-Moderator lenkt die Community-Phase nach psychologischen Gesichtspunkten, stellt Fragen, greift Einsendungen auf, vertieft diese und regt zu weiterem Austausch zwischen den Community Teilnehmer an



## 3. Tiefenpsychologische Analyse der Reaktionen mittels Online-Gruppendiskussionen

- » Mit ausgewählten Teilnehmern werden die Reaktionen in der Community tiefgehend analysiert und die dahinterliegenden psychologischen Beweggründe der Reaktionen aufgedeckt



Melanie Sommer

Geschäftsführerin  
0211 – 6704 – 306  
m.sommer@selbstundich.de

# Haben wir Sie neugierig gemacht?

*Gerne stellen wir Ihnen unseren methodischen Ansatz auch persönlich vor.*

