

UTM-Anleitung

Damit wir sehen, woher die Anmeldungen wirklich kommen.
Für alle, die Links posten, verschicken oder in Storys packen.

Das Prinzip in einem Satz: Du hängst an deinen Link ein Stück Text an. Alles daran bleibt **immer exakt gleich**, nur die **[gelb markierten Stellen]** tauschst du aus. Die eckigen Klammern schreibst du dabei **nicht** mit.

1 · Instagram Story mit Link-Sticker

Wenn Laura eine Story macht und den Link direkt als Sticker draufklebt.

SO SIEHT ES AUS

```
?utm_source=ig&utm_medium=organic&utm_campaign=workshop&utm_term=story&utm_content=[kurzname]
```

FERTIGES BEISPIEL — SO KÖNNTEST DU ES GENAU SO NEHMEN

```
?utm_source=ig&utm_medium=organic&utm_campaign=workshop&utm_term=story&utm_content=story-3-fehler
```

Was gehört in [kurzname]? Ein kurzer Name, den du dir selbst ausdenkst und an dem du später wiedererkenntest, welche Story das war. Zum Beispiel story-3-fehler, story-montag-teaser, story-erfahrung-anna.

2 · Instagram Beitrag oder Reel

Wenn der Link im Beitrag, in der Bildunterschrift oder im Reel steht.

SO SIEHT ES AUS

```
?utm_source=ig&utm_medium=organic&utm_campaign=workshop&utm_term=[post oder reel]&utm_content=[kurzname]
```

FERTIGES BEISPIEL

```
?utm_source=ig&utm_medium=organic&utm_campaign=workshop&utm_term=reel&utm_content=reel-3-fehler
```

[post oder reel]: Schreib post für einen normalen Beitrag, reel für ein Reel.

[kurzname]: Worum es in dem Beitrag geht, z. B. reel-3-fehler, beitrag-erfahrung-anna, beitrag-montag.

3 · Link in Bio

Der feste Link im Instagram-Profil.

SO SIEHT ES AUS

```
?utm_source=ig&utm_medium=organic&utm_campaign=workshop&utm_term=bio&utm_content=[kurzname]
```

FERTIGES BEISPIEL

```
?utm_source=ig&utm_medium=organic&utm_campaign=workshop&utm_term=bio&utm_content=linkinbio
```

[kurzname]: Hier reicht linkinbio. Nur wenn du den Bio-Link regelmäßig austauschst, häng das Datum an: linkinbio-05-08.

4 · „Kommentiere mit WORKSHOP" unter einer STORY (ManyChat)

Laura macht eine **Story** ohne Link und ruft zum Kommentieren auf. ManyChat schickt den Link danach per Direktnachricht.

SO SIEHT ES AUS

```
?utm_source=manychat&utm_medium=dm&utm_campaign=workshop&utm_term=story-kommentar&utm_content=[kurzname]
```

FERTIGES BEISPIEL

```
?utm_source=manychat&utm_medium=dm&utm_campaign=workshop&utm_term=story-kommentar&utm_content=3-fehler
```

Wichtig: Dieser Link kommt in ManyChat hinein, nicht in die Story. Die Story selbst enthält ja keinen Link.
[kurzname]: Das Thema oder das Datum, z. B. 3-fehler, erfahrung-anna, 05-08.

5 · „Kommentiere mit WORKSHOP" unter einem BEITRAG (ManyChat)

Dasselbe, aber unter einem **Beitrag oder Reel** statt in einer Story. **Bitte nicht mit Nummer 4 verwechseln**, sonst landen Story und Beitrag in derselben Auswertung und wir sehen nicht mehr, was besser läuft.

SO SIEHT ES AUS

```
?utm_source=manychat&utm_medium=dm&utm_campaign=workshop&utm_term=beitrag-kommentar&utm_content=[kurzname]
```

FERTIGES BEISPIEL

```
?utm_source=manychat&utm_medium=dm&utm_campaign=workshop&utm_term=beitrag-kommentar&utm_content=3-fehler
```

Der einzige Unterschied zu Nummer 4: story-kommentar wird zu beitrag-kommentar. Alles andere bleibt gleich.

6 · E-Mail aus Quentn

Alle E-Mails an den Bestand: Newsletter, Einladungen, Erinnerungen.

SO SIEHT ES AUS

```
?utm_source=quentn&utm_medium=email&utm_campaign=workshop&utm_term=[newsletter, aktion oder reminder]&utm_content=[welche mail]
```

FERTIGES BEISPIEL

```
?utm_source=quentn&utm_medium=email&utm_campaign=workshop&utm_term=aktion&utm_content=mail-2-reminder
```

[newsletter, aktion oder reminder]: newsletter für den regulären Versand, aktion für eine Kampagnen-Mail, reminder für eine Erinnerung.

[welche mail]: Die wievielte Mail der Strecke, z. B. mail-1-einladung, mail-2-reminder, mail-3-letzte-chance.

7 · LinkedIn

Beiträge, Profil-Link oder Direktnachrichten auf LinkedIn.

SO SIEHT ES AUS

```
?utm_source=linkedin&utm_medium=organic&utm_campaign=workshop&utm_term=[post, profil  
oder dm]&utm_content=[kurzname]
```

FERTIGES BEISPIEL

```
?utm_source=linkedin&utm_medium=organic&utm_campaign=workshop&utm_term=post&utm_content=post-3-fehler
```

Was die Bausteine bedeuten

BAUSTEIN	BEANTWORTET DIE FRAGE	BEISPIELE
utm_source	Von welcher Plattform kommt der Klick?	ig, linkedin, quentn, manychat
utm_medium	Bezahlt oder organisch?	organic, email, dm
utm_campaign	Für welche Aktion?	workshop
utm_term	Welches Format?	story, post, reel, bio, newsletter
utm_content	Welches Thema?	story-3-fehler, mail-2-reminder

Drei Regeln

- 1. Nur Kleinbuchstaben.** Keine Umlaute, keine Leerzeichen, keine Sonderzeichen. Statt eines Leerzeichens einen Bindestrich: story-3-fehler, nicht Story 3 Fehler.
- 2. utm_campaign=workshop nie ändern.** Wer einmal workshop und einmal Workshop-August schreibt, bekommt zwei getrennte Auswertungen für dieselbe Sache.
- 3. Das Anhängsel kommt ganz ans Ende des Links.** Steht im Link schon irgendwo ein Fragezeichen, dann beginnst du mit & statt mit ?.