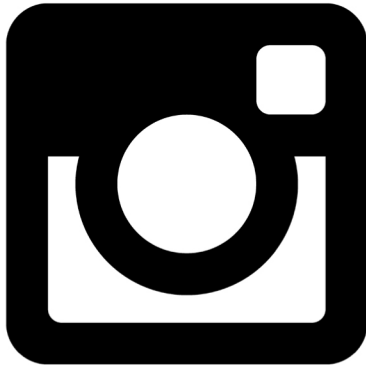


HAYSTACK

in beeld met instagram

in **60** minuten



digitale trends en tools

Kirsten Jassies

*Social media is about the people. Not about
your business. Provide for the people and
the people will provide for you.*

Matt Goulart

Eerste druk juni 2015

Uitgeverij Haystack

0418-680180

www.haystack.nl

needle@haystack.nl

In samenwerking met Frankwatching

www.frankwatching.com/60

redactie@frankwatching.com

Auteur: Kirsten Jassies

Corrector: Carolien van der Ven

Vormgeving: Levin den Boer

Opmaak: Debbie Brok

ISBN: 9789461261342 | NUR 800

© 2015 Kirsten Jassies | Uitgeverij Haystack

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm, geluidsband, elektronisch of op welke wijze ook en evenmin in een retrieval system worden opgeslagen zonder schriftelijke toestemming van de uitgever. Hoewel dit boek met veel zorg is samengesteld, aanvaardt schrijver noch uitgever enige aansprakelijkheid voor schade ontstaan door eventuele fouten en/of onvolkomenheden in dit boek.

Inhoud

Inleiding	11
1 Instagram: de app, het bedrijf en de statistieken	19
Waarom zou je Instagram gebruiken?	20
Het bedrijf Instagram en de statistieken	24
Hoe verhoudt Instagram zich tot andere kanalen?	27
2 Strategie	33
Vertel een sterk verhaal	34
Wees herkenbaar	40
Instagram als onderdeel van je (content)marketingstrategie	43
Welke doelen wil je behalen?	45
Doel: meer verkopen	48

Doel: een community opzetten	50
Strategie uitvoeren	54
Managementtools	58
3 Contentcreatie: foto's, video's en teksten	61
Wat ga je fotograferen en hoe?	62
Foto's bewerken in Instagram	64
Foto's maken en bewerken in andere apps	66
Creatieve ideeën voor je fotofeed	69
Video's maken en bewerken	71
Tekst en taal	74
Het gebruik van hashtags	76
Locatie	80
Mentions en shout-outs	81
4 Volgen en volgers	85
Hoe vind ik relevante Instagram-accounts om te volgen?	86

Hoe krijg ik zelf volgers?	89
Adverteren	98
5 Analyseren	103
Iconosquare	104
Andere apps om mee te analyseren	109
Drie accounts met verschillende engagement rates	111
Je strategie aanpassen	114
Over de auteur	117



INLEIDING

Even stilstaan en genieten van je omgeving: het licht, de kleuren, de lijnen. Doe je dat wel eens? Ik doe het de hele dag en het maakt mijn leven aangenamer, rustiger en mooier. Sinds ik mijn smartphone heb, fotografeer ik meer dan ooit en ben ik beter gaan kijken naar alles om me heen. En sinds ik Instagram op mijn smartphone gebruik, ben ik fotografie steeds serieuzer gaan nemen omdat het mij een platform biedt waarop ik mijn dagelijkse vondsten of momenten van geluk makkelijk kan delen met de hele wereld. Zoals veel Instagram-gebruikers heb ik ontdekt dat het delen van de beelden die ik interessant vind, ook zakelijk effect

heeft. Klanten en andere relaties zien wat ik zie, en dat versterkt onze band.

Zien en gezien worden

Als je iets bijzonders ziet en erbij stilstaat, kun je er echt van genieten. Wat is er mooier dan zo'n vondst te delen? Wanneer ik een mooi uitzicht heb of zie dat het licht prachtig op iemands gezicht valt, dan maak ik snel een foto, bewerk deze en plaats hem op Instagram. De likes die dan binnenstromen, ervaar ik als waardering voor mijn werk, voor mijn kijk op het leven op dat moment, *in real life* ofwel IRL, zoals dat op sociale media vaak wordt genoemd.

En dat is Instagram: je legt de wereld om je heen op een mooie manier vast en krijgt er waardering voor. Je wordt er blij en enthousiast van. En dat enthousiasme is de sleutel tot succes. Als je Instagram voor je eigen bedrijf inzet, ben je waarschijnlijk heel enthousiast over je eigen producten of

diensten, en over de afbeeldingen die je deelt. Als je Instagram door medewerkers van een bedrijf laat inzetten, moet hetzelfde gelden: iedereen die het gebruikt, moet enthousiast zijn. Alleen dan worden de juiste foto's gedeeld en door volgers gewaardeerd.

Sociale media draaien om de persoonlijke relatie tussen mensen: laat jezelf zien en je wordt gezien.

Wie heeft er iets aan dit boekje?

Dit zestigminutenboekje is interessant voor iedereen die het leuk vindt om met Instagram aan de slag te gaan of er al mee is gestart en die meer wil weten over wat wel en niet werkt. Het is in het bijzonder geschreven voor mensen die Instagram zakelijk willen gebruiken en bijvoorbeeld verantwoordelijk zijn voor het managen van de socialemediakanalen van een bedrijf of merk. Gebruik dit boekje om ideeën op te doen, een strategie op te stellen of bepaalde doelstellingen te behalen.

Instagram inzetten is de moeite waard. Met meer dan driehonderd miljoen gebruikers en de zeventig miljoen foto's die dagelijks worden gepost, is Instagram een van de favoriete sociale netwerken geworden, met name bij mensen tussen veertien en vierendertig jaar. Gebruikers posten foto's met tekst, locaties en hashtags om te laten zien wie ze zijn, waar ze zijn, wat ze doen en wat ze mooi vinden. Ook jij kunt op Instagram een visueel verhaal vertellen van jezelf, je bedrijf of je merk en een relevante volgersgroep opbouwen. Het is leuk en zelfs verslavend, want je leert dankzij Instagram meer over fotograferen, fotobewerking, filters en de sociale regels van Instagram zelf, en bovendien over het opbouwen van een groep volgers of een community.

Wanneer je dit boek hebt gelezen, ben je in staat om Instagram in te zetten als onderdeel van je onlinemarketingstrategie, met als doel je merk beter op de kaart te zetten, de band met je klanten

te versterken, meer verkeer naar je site te leiden en verkopen te bevorderen. Maar natuurlijk ontdek je ook hoe je jezelf goed op de kaart kunt zetten!

Over mijzelf

Als ik een nieuwe foto op Instagram upload, staar ik enkele minuten naar het scherm, wachtend op likes en comments. Of ik nou weinig of veel likes ontvang, elke keer vraag ik me af hoe het komt dat de ene foto zo succesvol is en de andere niet. En waarom heeft de ene gebruiker zoveel volgers en de andere niet?

Om het antwoord op deze vragen te vinden volg ik duizenden accounts, lees ik me suf over nieuwe concepten op dit kanaal en praat ik veel met invloedrijke Instagrammers. En die ervaringen deel ik nu graag met jou, omdat jij ook wilt weten hoe dat nu precies werkt op Instagram. Mede dankzij mijn Instagramverslaving geef ik work-

shops en lessen over sociale media en bloggen. Ook blog ik zelf over mijn bevindingen op mijn eigen blog justK.nl en op Frankwatching.

Voorbeelden en updates

Om de inhoud van dit boek goed te kunnen begrijpen raad ik aan om de app Instagram te downloaden op je smartphone en het account @IGmarketingNL te volgen, dat ik speciaal voor dit boekje heb opgezet. Alle voorbeelden die ik in dit boekje geef, vind je in chronologische volgorde op dit account. De eerste foto op het account is dan ook het eerst genoemde voorbeeld in dit boek, namelijk mijn persoonlijke account, @kirst_enj. Ik zal het account regelmatig updaten met nieuws over Instagram en met Instagramtips.

Het is natuurlijk vreemd om een boek uit te brengen over een app die draait om foto's en een community. In dit boekje staan geen foto's, je kunt de inhoud niet liken en je kunt er niet op reageren.

Toch is dit format volgens mij heel handig. Niet alleen omdat het maar een uurtje kost om dit boek te lezen, maar bovenal omdat het een uur is zonder afleiding! Als je het uit hebt, kun je de app moeiteloos gebruiken en alle mogelijkheden uitproberen.



1

INSTAGRAM: DE APP, HET BEDRIJF EN DE STATISTIEKEN

Instagram is een van de populairste mobiele fotoapps van de wereld, voor zowel iPhone als Android. Het sociale netwerk heeft meer dan driehonderd miljoen gebruikers die er hun foto's en video's mee maken en delen. Daarnaast kunnen ze foto's en video's bewerken en er filters over plaatsen. Instagram is een van de actiefste mobiele community's waarin niet alleen veel wordt gedeeld en geliked, maar ook gereageerd.

Waarom zou je Instagram gebruiken?

Redenen om als bedrijf Instagram te gebruiken zijn er genoeg. Zo is Instagram een van de grootste socialemediakanalen en zijn er veel actieve gebruikers. Ook kun je er je doelgroep goed vinden dankzij de mogelijkheid om hashtags te gebruiken. De voordelen op een rij:

- Het is een van de vijf grote socialemediakanalen en de kans is groot dat jouw doelgroep daar aanwezig is.
- Jij en je merk of bedrijf kunnen hier een persoonlijk, door beeld gedragen verhaal vertellen waarop betrokken mensen graag reageren.
- Met behulp van Instagram kun je producten of diensten verkopen die populair zijn bij het deel van de doelgroep dat Instagram gebruikt.

- Dankzij het gebruik van de juiste hashtags kun je je producten en diensten onder de aandacht van nieuwe doelgroepen brengen.

Een van de belangrijkste redenen om actief op Instagram te worden is dat visuele content alsnaar belangrijker wordt – beeld heeft de toekomst. Video is het snelst groeiende mediaformat en dat komt omdat het makkelijk te consumeren is, een eigenschap die met name millennials waarderen (vijftien- tot vijfendertigjarigen), en zij zijn de grootste groep (73 procent) op Instagram.

De meeste mensen gebruiken Instagram als een visueel dagboek: wat ben ik vandaag aan het doen, met wie en waar? Ze maken een foto, posten deze en praten over de foto's en gebeurtenissen met hun volgers. De meeste gebruikers zijn vooral volgers: ze kijken wel maar posten niet zo vaak; sommigen liken en reageren wel actief. Er is slechts

een kleine groep gebruikers die heel veel foto's plaatst.

Je kunt Instagram daarnaast ook gebruiken om foto's te posten over een bepaald onderwerp, zoals eten of architectuur, of van je collectie wanneer je een kledingmerk hebt. Hoe specifieker, hoe beter. Je krijgt sneller volgers als je account uit herkenbare en voor hen relevante beelden bestaat, die snel te categoriseren zijn.

Het mooiste wat je met je merk op Instagram kunt bereiken, is dat je een specifieke groep mensen raakt: een groep die visuele content waardeert en zelf ook kwalitatieve en originele content produceert. De populariteit van acties en community's geeft weer dat Instagrammers graag actief meedoen, en ook enthousiast zijn om samen te werken met merken.

En als mijn merk (of mijn leven) nu niet sexy is?

Jouw merk niet sexy? Als je relevant bent voor

je doelgroep en een goed verhaal vertelt, hoeft je merk niet sexy te zijn. Een stofzuigerfabriek kan stofzuigende klanten in beeld brengen met tips om stofzuigen leuker te maken of om 'schoonmaakgeheimen' te delen. Een softwarebedrijf kan mensen op de hoogte brengen van updates met korte instructievideo's en een accountant kan foto's maken van zijn klanten met het advies dat bij hen past. Met andere woorden: zorg niet per definitie voor sexy foto's, maar zorg gewoon voor content die goed bij je product of dienst past en goed gefotografeerd is, en zorg dat mensen iets aan de content hebben.

Heb je echt geen idee, dan kun je altijd brainstormen met collega's of andere betrokken mensen om je heen, of experimenteren met foto's en zo ontdekken wat jouw visuele verhaal kan worden. Geloof me, er is altijd een onderwerp en een stijl die bij jou of jouw bedrijf past.

Het bedrijf Instagram en de statistieken

In oktober 2010 lanceerden de Amerikaanse oprichters Kevin Systrom en Mike Krieger de app Instagram via de App Store van Apple. In april 2012 werd Instagram verkocht aan Facebook, dat geïnteresseerd was in het mobiele fotosharing-platform omdat het een grote concurrent dreigde te worden en Facebook op dat moment achterliep op de mobiele ontwikkeling van de app.

Instagram kan zich inmiddels tot de *big five* van sociale media rekenen, samen met Twitter, Facebook, LinkedIn en YouTube. Snapchat en Pinterest volgen op de hielen!

Miljoenen gebruikers

Uit onderzoek van Newcom Research in juni 2014 bleek dat 1,4 miljoen Nederlanders gebruikmaken van Instagram, van wie 536.000 dagelijks. Wereldwijd zijn er meer dan driehonderd miljoen men-

sen die Instagram gebruiken, die samen tientallen miljoenen foto's per dag delen en meer dan een miljard likes uitdelen. Uit een onderzoek van Iconosquare blijkt dat van de gebruikers 64 procent vrouw en 36 procent man is.

De meeste interactie vindt plaats tussen 20.00 en 21.00 uur 's avonds. Ongeveer de helft van de gebruikers bestaat uit werkende professionals, die een hogere opleiding hebben afgerond. De meeste Instagrammers volgen zo'n vijf merken.

Qua techniek is er ook veel bekend over gebruikers: de meeste mensen gebruiken geen filter voor hun foto, en nog minder mensen zijn dat gaan doen sinds de app meer opties biedt om je foto handmatig te verbeteren, zoals voor helderheid, verzadiging en schaduwen.

Instagramweetjes

- De meest gevolgde Nederlander op Instagram

Deel alles wat je ziet met de wereld via Instagram. In dit praktische boek staat beschreven hoe je dit populaire platform privé en zakelijk kunt inzetten en hoe je snel meer likes en comments kunt verzamelen.

Kirsten Jassies is als sociale media-expert gespecialiseerd in Instagram. Ze adviseert bedrijven en geeft workshops.

Weinig tijd, maar veel ambities? Informeer jezelf snel en grondig met de boeken in de serie *Digitale trends en tools in 60 minuten*. De serie is een initiatief van Uitgeverij Haystack in samenwerking met Frankwatching.com, het toonaangevende platform over online trends, tips & tricks.



in samenwerking met
Frankwatching
www.frankwatching.com



9 789461 261342