

INSTAGRAM TIPS & TRICKS



dsocials

social media marketing



WIE IS DEBRA

Afgestudeerd als journalist en daarna juist een vak gekozen wat daar precies tegenover staat: marketing. Toch vertaalt ik het "echte" wel door in social media. Daar laat ik wél mijn ware ik zien door middel van storytelling. Want marketing is niet alleen je product laten zien, nee wie zit er achter het merk? Tegenwoordig willen we zaken doen met mensen en niet met bedrijven. Mensen beschrijven mij als nuchter, down to earth, ambitieus en een harde werker. Geen poespas bij mij!

Ik heb alle kanten van social media gezien, ook de mindere kant. Toen ik 17 jaar was werd ik slecht beïnvloed door social media waardoor mijn zelfbeeld erg slecht werd. Ik heb uiteindelijk dit om kunnen draaien naar een positieve kijk op social media en daarom laat ik mezelf op de meest authentieke manier zien.

Ik heb in 6 maanden tijd mijn bedrijf succesvol kunnen opbouwen na jarenlang elke dag content te hebben gemaakt voor online platformen.

De liefde voor Instagram is begonnen met een persoonlijk account @debshealthylife, wat nu @debravanderheide heet. Ik was een fanatiek sporter nadat ik 15 kilo was afgevallen. Door Instagram werd ik gemotiveerd om door te gaan met mijn gezonde levensstijl, ook al was dat met vallen en opstaan. Het platform hielp mij omdat ik in contact kwam met andere gelijkgestemden. Het account groeide naar 10.000 volgers!

Wow, dit had ik nooit verwacht. Nu werk ik elke dag met ondernemers en mensen die willen groeien om de beste strategie te maken zodat zij ook sneller kunnen groeien.

@dsocials.nl

START BIJ 0

Ik begon met 0 volgers op Instagram vorig jaar januari. De twijfel sloeg toe want ik was al mijn volgers op mijn persoonlijke account 'kwijt'. Die vonden dit account toch niet interessant? Moet ik misschien doorgaan op dat account want anders begin ik weer bij 0.

'Hoe kan het dat jij minstens 10.000 volgers hebt op je persoonlijke account, maar bijna geen interactie?' Een vraag die mij vaak wordt gesteld, een hele logische vraag ook.

Mijn persoonlijke account ben ik bijna 10 jaar geleden begonnen om mensen te inspireren met voeding en sport. Elke dag plaatste ik 3!! foto's van slechte kwaliteit, maar het groeide als een gek. Na een tijd was ik er klaar mee omdat ik merkte dat social media mij op een verkeerde manier beïnvloedde. Als meisje

van 17 was het een soort drugs voor goedkeuring en zag ik alleen maar nog betere accounts. Ik werd dunner en dunner omdat ik te fanatiek ging sporten en ik at alleen nog kwark en fruit... not good.



Gelukkig zag ik op tijd in dat het tijd was voor een break van social media. Ik ben een tijd gestopt en heb het jaren daarna opgepakt als lifestyle blog. Omdat ik al 1,5 jaar niets doe met dat account is het 'doodgebloed' en is in de interactie bijna niets. Ik gebruik zelfs geen hashtags meer en post 1 keer in de twee weken iets. Vooral nog voor mensen die ik persoonlijk ken. Mijn relatie met sporten en voeding is weer helemaal gezond, net zoals mijn zelfbeeld. Ik begon mijn business account met een duidelijke strategie die ik elke week heb aangepast tot een formule die werkt. Ik volg zelf vooral inspirerende accounts die ook een menselijke kant laten zien van het ondernemerschap. En die ook wel eens een down dag laten zien.

Moraal van dit verhaal? Je moet actief blijven op je account om de interactie hoog te houden! Er bestaat helaas geen quick fix die jouw Instagram laat groeien met oprechte volgers. Geef het elke dag liefde en dan krijg je dit net zo hard terug! En het gaat bij iedereen met ups&downs! Geef niet op.

In dit e-book geef ik je tips & tricks om te groeien en Instagram beter te gebruiken.

Everybody
STARTS AT THE BOTTOM

ALGORITME

Ik vertel je wat het algoritme nou precies is en hoe je ermee kan werken.

Het algoritme is niet slecht. Het algoritme is een formule die bepaalt wat jij te zien krijgt. Maar aan de andere kant bepaal jij zelf wat je te zien krijgt want door jouw gedrag vorm je het algoritme. Als jij iets liked, een comment geeft of iets deelt dan pikt het algoritme dit op als interessante content. Andere content met hetzelfde onderwerp komen dan weer sneller op jouw tijdlijn.

Door een grotere betrokkenheid van likes, reacties en deelacties kom jij weer sneller tevoorschijn als iemand zijn Instagram opent. Door heel veel volgers, maar weinig betrokkenheid zal het algoritme jouw post niet snel laten zien aan jouw volgers. Want deze hebben geen interactie of interesse meer getoond. Hoe meer je post hoe meer mensen jouw profiel misschien zien, maar als je betere content maakt dan heb je juist weer meer interactie.



Je hebt liever meerdere volgers die zelf weinig mensen volgen dan hele grote accounts die duizenden volgers volgen. Snap je hem nog? Hoe meer mensen Pietje namelijk volgt, hoe kleiner de kans dat jij gezien wordt tussen al die duizenden foto's die worden getoond. Maar het is niet waar dat jouw foto helemaal niet wordt vertoond, als Pietje maar lang genoeg op Instagram zit dan komt jouw foto vanzelf tevoorschijn. Het probleem is dat veel mensen dit niet doen.

Reageer snel en altijd als iemand een reactie achterlaat. Naast dat het niet lief van jou is om niet te reageren, is het ook niet goed voor het algoritme.

Leer het algoritme kennen

Het algoritme is een mechanisme die nieuwe content laat zien op basis van jouw geschiedenis. Dus wat jij eerder hebt geliked.

Zelfs als jij precies dezelfde accounts volgt als iemand anders, dan krijg je nog steeds een persoonlijke feed te zien. Dit is dus echt bij iedereen anders. Instagram kijkt het meeste naar wat jij interessant vindt.

- Welke content je liked
- Waar je op reageert
- Wie je volgt
- Welke hashtags je volgt
- Welke stories je kijkt
- Met wie je een interactie hebt of DM
- Op welke advertenties je klikt.

Hoe werkt het?

Als je het Instagram algoritme goed begrijpt dan kun je de kans dus vergroten dat je content getoond wordt aan je volgers. Meer bereik dus, met alle positieve gevolgen van dien!

Hoe bepaalt Instagram hoe hoog je Instagram post getoond

wordt in het nieuwsoverzicht van je volgers? Dat hangt voornamelijk af van 3 factoren:

interesse bij je doelpubliek

recentheid van je posts

je relatie met je doelpubliek op Instagram

Verder zijn er nog 3 bijkomende factoren die een rol spelen:

frequentie: hoe vaak een gebruiker Instagram opent

aantal volgers per gebruiker

hoe een gebruiker z'n tijd spendeert op Instagram



Als je goede content plaats in jouw markt dan is de kans dat Instagram jouw post aan mensen laat zien die je nog niet volgen, maar wel geïnteresseerd zijn in jouw markt groter.

Relatie met volgers:

Hoe vaak kijk je naar een profiel

Hoe vaak heb je een DM met iemand

Tag je andere mensen

Van wie sla je foto's op

Hoe lang kijk jij iemand z'n stories hoe beter die relatie is, hoe hoger je post in iemand zijn tijdlijn komt te staan. Daarom is het belangrijk om een goede band met je volgers op te bouwen! Zo denkt Instagram dat je volgers ook echt een relatie met je hebben zoals je vrienden en familie. Hoe meer volgers je hebt hoe moeilijker dit dus is! Meer volger is dus niet per se goed!



HASHTAGS

De vraag die altijd weer komt: moet ik mijn hashtags in mijn bericht of in mijn eerste reactie plaatsen? Want er gaat een fabel rond dat je hashtags minder goed werken als ze in je eerste reactie staan. Dit is niet waar!

Hashtags zijn lelijk en functioneel. Dus zet ze gewoon in je eerste reactie met wat witregels. Hierdoor heb je ook meer tekst tot je beschikking! Dus kan je meer ouwehoeren zoals ik altijd doe

Vraag twee: hoeveel hashtags mag ik gebruiken? Ook hier zijn de meningen over verdeeld. De ene zegt dat je de beste interactie krijg je met slechts 4 of 5 hashtags en de ander (a.k.a dsocials) zegt pak er lekker 20-30.

Hashtags zijn je vindbaarheid op Instagram, gebruik ze dus ook! Ik heb zelf niet gemerkt dat mijn interactie lager is met het maximaal aantal hashtags.

* Ga op zoek naar relevantie hashtags die voor jouw bedrijf interessant zijn. Welke klanten wil je aantrekken? Nederlandse klanten? Zoek dan vooral op Nederlandse hashtags en niet op internationale hashtags. Deze zijn vaak veel groter en hierdoor verlies je focus.

* Er zijn Instagram apps zoals Hashtag Manager en Hashtag generator waardoor je goede hashtags kunt vinden, maar ik vind het persoonlijker veel beter om zelf op zoek te gaan naar hashtags.

In hashtag apps worden vaak de grootste hashtags gepakt. Maar door alleen grote hashtags te pakken ben jij binnen enkele seconden verdwenen in de feed van foto's. Gebruik dus geen hashtags met miljoenen foto's.

* Voeg grote en kleine hashtags samen om de perfecte combinatie te krijgen.

* Gebruik alle 20-30 hashtags! Het is een fabel dat dit niet mag of als spam wordt gezien

* Gebruik ook niet alleen hele kleine hashtags omdat minder mensen jouw post dan zien.

* Gebruik geen lange zinnen als hashtag of hashtags zoals #lovemylife #ikhebzininijs

* Kijk ook bij je concullega's! Welke hashtags gebruiken zij?

* Bij een hashtag krijg je onder de zoekbalk ook gerelateerde hashtags. Gebruik deze ook.

* Gebruik hashtags in Instagram story's! Deze komen in het zoekscherm bovenaan naast de volg knop.

* Maak een eigen hashtag! Hierdoor creëer je merkbekendheid!

Zijn hashtags het belangrijkste? Nee zeker niet. Stel dat je elke dag dezelfde hashtags gebruikt, maar er telkens verschil in bereik en engagement zit; dan ligt het niet aan de hashtags.



STORYTELLING

Mensen onthouden een verhaal minder snel als je alleen maar met feiten gaat strooien. Als je een bepaalde emotie kunt oproepen dan zullen mensen je onthouden. Zeker op Instagram kun je mensen heel goed betrekken bij jouw verhaal. En daarom is het belangrijk om je doelgroep zo goed mogelijk te leren kennen. Goede storytelling kun je ook niet 1,2,3 leren. Hiervoor moet je langer oefenen en jouw doelgroep onderzoeken.

Door als hoofdpersoon jezelf of de volger te gebruiken kun je echt een verhaal gaan vertellen. Je begint vaak met een beeldvorming waardoor mensen gelijk de tekst voor zich kunnen halen. Geef de oplossing van je probleem ook niet gelijk weg want dan is er niets meer aan. Daarom zijn berichten die alleen maar bezig zijn met zenden niet interessant om te lezen.

Als je jouw blogs en posts wilt verbeteren dan is schrijven in beeldtaal belangrijk. Hiermee krijg je jouw lezer echt mee in het verhaal.

Ik koppel hier een herkenbare situatie aan een ander probleem. Het moet sowieso de volgende elementen bevatten:

Een trigger

Beeldtaal

Uitleg – oplossing

Call to action

Moeten alle teksten dan mega lang zijn? Nee, zeker niet. Een korte tekst kun je net zo goed inzetten om reacties te krijgen. Als de boodschap van jouw tekst maar duidelijk is. Hebben foto's niet de meeste invloed? Een foto trekt de aandacht en hierdoor creëer je herkenning.

Nog wat top tips:

Ga dus niet teveel zenden in een post.

Geef ze een reden om te reageren

Zet een call to action onderaan je post

Gebruik geen stock foto's

Gebruik geen foto's die totaal niets met jou te maken hebben

Foto's met alleen objecten doen het minder goed

Verwijs in je post naar je stories zodat meer mensen een

actie uitvoeren na het lezen van je post. Ga in de stories bijvoorbeeld door op het onderwerp

Oefenen en testen

Het belangrijkste bij teksten schrijven is blijven oefenen en testen wat werkt.

Werkt iets goed? Kijk of je het nogmaals kunt doen. Twijfel je over teksten? Laat

iemand anders ernaar kijken!



VERKOPEN

Authentiek zijn en marketing lijken twee dingen die niet samengaan, maar niets is minder waar. Misschien heb je wel de ambitie om iets te gaan verkopen naast je blog. Je kunt op verschillende manieren toch verkopen zonder dat dit als verkopen aanvoelt. Hierdoor voel jij je fijner en zullen mensen ook weer sneller naar jou toe komen!

Gebruik je gezichtsuitdrukking en stem

Als je iets wilt overbrengen dan werkt video in de meeste gevallen beter dan tekst. Zeker als je geen hele goede schrijver bent dan kun je met video vaak dingen beter uitleggen. Tekst kan daarnaast ook verkeerd worden geïnterpreteerd. Laat je verkooppraatjes dan ook zeker uit normale Instagram posts. Niets is zo vervelend als een Instagram bericht te lezen waar onderaan nog even een verkooppraatje staat. Mensen haken af en je hebt geen interactie meer op je post. Hoe goed je bericht ook is, mensen vergeten dat omdat ze voelen dat je met dat bericht iets wilt verkopen. Niet doen dus!

Begin een tekst nooit gelijk met de oplossing of de vraag of iemand wat nodig heeft. Je kunt je tekst beter inleiden door een situatie te beschrijven. Hierdoor krijgt iemand sneller een duidelijk beeld van wat jij wilt zeggen. Als jij de doelgroep goed kent dan weet je ook precies tegen welke problemen ze aanlopen en waar je dus op in kunt spelen. Maak dingen niet dramatischer dan ze zijn, maar geef wel de gevolgen aan die de klant zal ervaren als ze geen actie ondernemen.



Aanzet tot actie en bewijs

Mensen willen graag bewijs voordat ze iets kopen dus geef duidelijke voorbeelden van mensen die jouw dienst of product al hebben gekocht en tevreden zijn. Reviews dus! Hoe meer informatie hoe beter. Als iemand twijfelt dan hebben ze simpelweg te weinig informatie. Geef dus ook antwoord op de meest gestelde vragen om meer informatie te geven. Dit kun je mooi in story vorm doen en opslaan in een highlight. Aan het einde van een tekst, story of videostory is het belangrijk dat je een Call To Action neerzet. Iets waardoor mensen actie ondernemen. Bijvoorbeeld: Stuur me een DM, Kijk op [www...](#), Kijk in de link in bio... Swipe up...

Verander van stories

Gebruik niet continu dezelfde stories, maar wissel af. Gebruik video's, stories met tekst, boomerangs, stickers en templates met elkaar af zodat je volgers niet continu hetzelfde zien. Zo kun je verschillende invalshoeken en onderdelen van jouw dienst of product uitlichten. Maak een video story waarin je start met het vertellen over een stukje uit je dienst of product en eindig dan met een Call To Action. Zo kom je minder over als iemand die iets wilt verkopen. Voorbeeld: Een informatieve video over SEO website teksten. Iemand geeft je tips hoe je dit efficiënt kunt doen en verwijst daarna naar een uitgebreide cursus voor de mensen die meer willen weten.

Verkopen heeft alles te maken met jouw doelgroep. Daarom is het belangrijk om altijd onderzoek te blijven doen. Sla ook alle vragen, opmerkingen en gesprekken op in een word document. Zet hier alle vragen in zodat je steeds een beter beeld krijgt van jouw doelgroep.

Connecties maken

Social media is stiekem gewoon online netwerken. Elke like, DM, reactie of emoji die jij geeft is een vorm van netwerken. Maak daar gebruik van. Deel daarom niet alleen maar zakelijke dingen in jouw Instagram stories. We connecten namelijk op verschillende manieren. De makkelijke manier om met iemand een connectie te maken is als de andere persoon iets gemeenschappelijks hebben zoals een hobby, ervaring, humor of probleem. Als jij jouw doelgroep goed kent dan weet jij ook tegen welke problemen of ervaringen deze mensen aanlopen en kun je hier goed op in spelen. Daarnaast ben jij ook nog steeds gewoon een mens en geen robot. We doen zaken met mensen en niet met robots dus toon je menselijkheid ook. Als iets jouw inspireert, ontroert, boos maakt of op een andere manier raak dan kun je dit gewoon delen. Probeer er wel altijd een context aan te hangen dat jouw volgers er ook iets uit kunnen halen. Moet je dan alles zomaar delen? Deel waar jij je prettig bij voelt, maar vaak kan en mag veel meer dan je denkt. Kies jouw eigen manier want dat is de enige goede manier!

Wil je meer leren over Instagram? Ik geef elke maand meerdere online en offline trainingen met verschillende onderwerpen. Daarnaast geef ik ook 1 op 1 advies.

Neem een kijkje op www.dsocials.nl en volg mij vooral op Instagram [@dsocials.nl](https://www.instagram.com/dsocials.nl)

