

MEER SUCCES MET INSTAGRAM!

De complete handleiding voor impactvolle Instagram marketing



INKIJKEXEMPLAAR

Rik Keijzer

DIGITALMOVES

we are social

Meer succes met Instagram!

De complete handleiding voor impactvolle
Instagram marketing

Rik Keijzer

DIGITALMOVES
we are social

Copyright en auteursrechten

ISBN: 978-90-830968-4-1

NUR: 802, 811

Trefwoorden: Instagram, Social media, Marketing, Sales

Eerste druk: Juni 2021

© Copyright 2021 Rik Keijzer, Amersfoort: www.digitalmoves.nl

Een uitgave van Some Books Uitgeverij: www.somebooks.nl

Design omslag en opmaak binnenwerk: Rik Keijzer – New Flavours

Foto auteur: Yvette Wolterinck - Eyescream

Eindredactie: Roelof Broekman

Alle rechten zijn voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veelevoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt worden, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande toestemming van de auteur of uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B Auteurswet 1912j het besluit van 20 juni 1974, St.b. 351, zoals gewijzigd bij Besluit van 23 augustus 1985, st. b. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de stichting Reprerecht. Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere werken of andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912), in welke vorm dan ook, dient men zich tot de auteur te wenden.

Ondanks alle aan de samenstelling van dit boek bestede zorg kan noch de redactie, noch de auteur, noch de uitgever aansprakelijkheid aanvaarden voor schade die het gevolg is van enige fout in deze uitgave of veranderingen die door Instagram doorgevoerd zijn sinds de uitgifte van dit boek.

Voor zover er auteursrecht op de afbeeldingen in dit werk rust, hebben wij geprobeerd de bronnen immer nauwkeurig te vermelden.

Je kunt Rik Keijzer voor tips, nieuws en de laatste ontwikkelingen op gebied van social media en digitale marketing volgen op de volgende socialmedia-kanalen en websites:



Volg ons op Insta:

www.instagram.com/digitalmoves/



Volg ons op Facebook:

www.facebook.com/corinnekeijzer.digitalmoves/



Yes, ik zit ook op Twitter:

www.twitter.com/rikkeijzer



Link met mij op LinkedIn:

www.linkedin.com/in/rikkeijzer/

www.linkedin.com/company/digital-moves/



Onze workshops, blogs en (online video) trainingen:

www.digitalmoves.nl



We geven onze boeken over social media uit via:

www.somebooks.nl

Voorwoord

Vanaf het moment dat ik de schoolbanken verliet om te gaan werken, heb ik mij beziggehouden met niet alleen mezelf nieuwe dingen aan te leren, maar vooral met het doorgeven van mijn kennis aan anderen. Wanneer collega's bij mij langskwamen om over een onderwerp te praten, gaf ik ze zo veel mogelijk informatie als ik maar had, waardoor we samen tot een betere prestatie kwamen.

Ook was ik altijd blij met stagiaires die ik begeleidde tot de dag dat hun stage ten einde was en ze helaas weer hun vleugels uitspreidden en verder gingen met hun studie. Velen van hen zie en spreek ik nog regelmatig, en ik vind het fantastisch om te zien hoe iedereen zijn weg heeft weten te vinden in de maatschappij.

Het doorgeven van kennis om samen beter te worden, zit dus al heel lang in mijn bloed en is de reden dat ik begonnen ben met het trainen van bedrijven en organisaties op het gebied van digitale en socialmedia-marketing. Het doorgeven van mijn kennis en ervaring aan andere marketeers en socialmedia-managers is ontzettend leuk en waardevol om te doen, en het geeft mij bijzonder veel voldoening als ik een bedrijf zie groeien.

Tijdens deze trainingen werd mij vaak gevraagd om een handleiding voor het opzetten van een strategie, een naslagwerk als houvast. Het was voor mij een logische stap om dit verzoek te vertalen naar het schrijven van een boek om dat houvast te geven. En dit boek heb je nu in handen: ***Meer succes met Instagram!***

Instagram is één van die fantastische platformen waar je als bedrijf, artiest, zzp'er, mkb'er, stichting of organisatie ontzettend veel uit kunt halen... Als je er maar de juiste energie in stopt. Ik wil je daar graag bij helpen. Helpen om alle geweldige mogelijkheden te ontdekken, je creativiteit te ontplooiën en je business beter te maken.

Ik wens je heel veel succes met dit boek en met je reis door Instagram!

Rik Keijzer

Digital Moves

Voorwoord	4
1. Het belang van Instagram	11
<i>Geschiedenis van Instagram</i>	11
<i>Vershil in opties en lay-out</i>	13
<i>De cijfers van Instagram.....</i>	13
2. Instagram-profiel inrichten	16
<i>Voor wie nog geen Instagram heeft</i>	16
Instagram-account aanmaken via je iPhone of Android smartphone	16
Instagram-account aanmaken via de computer of laptop	18
<i>Voor wie al een profiel heeft</i>	19
<i>Persoonlijk account vs bedrijfsaccount vs makersaccount.....</i>	19
<i>Persoonlijk Instagram-account.....</i>	19
<i>Bedrijfsaccount (Business Account)</i>	20
<i>Makersaccount (Creator Account)</i>	21
<i>Hoe maak je van je Instagram-profiel een bedrijfsaccount of makersaccount?</i>	21
<i>Jouw profiel</i>	22
<i>Jouw profielfoto.....</i>	23
Check wat anderen van jouw profielfoto vinden.....	28
<i>Biografie</i>	29
Wat plaats je allemaal in je biografie?	30
<i>Website informatie</i>	32
SEO in je biografie	33
Hashtags in je biografie	34
<i>Naam vs gebruikersnaam</i>	35
<i>Het kiezen van de juiste categorie.....</i>	36
<i>Plaats je adres, je telefoonnummer en</i>	37
<i>e-mailadres</i>	37
<i>Checklist na hoofdstuk 2.....</i>	39
3. Instellingen	40
<i>Vrienden volgen en uitnodigen</i>	40
<i>Je activiteit</i>	41
<i>Meldingen</i>	41
<i>Bedrijf.....</i>	42
<i>Privacy</i>	43

Beveiliging	47
Account	48
Checklist na hoofdstuk 3	49
4. Bepaal wat je wilt bereiken met Instagram	50
<i>Wat is je doel?</i>	51
<i>Wat zijn je doelstellingen?</i>	52
<i>Wie is jouw doelgroep?</i>	55
<i>Wie is écht jouw doelgroep? – Segmentatie, focus en verdieping</i>	56
Checklist na hoofdstuk 4	58
5. Jouw content-strategie.....	59
<i>Ga brainstormen</i>	59
<i>Maak een Contentkalender</i>	61
De belangrijke voordelen van een contentkalender	62
Hoe ziet een contentkalender eruit	63
Download mijn gratis Instagram-contentkalender	66
<i>Wat voor content ga je plaatsen?</i>	66
<i>Waar ga je je content plaatsen?</i>	73
<i>Hoe werkt het algoritme van Instagram</i>	73
<i>Wat maakt jouw Instagram-account nu succesvol?</i>	78
<i>Diverse onderdelen van Instagram</i>	78
Checklist na hoofdstuk 5	79
6. Instagram-tijdslijn	80
<i>Let hierop als je content plaats op je Instagram-tijdslijn</i>	82
<i>Tips voor een succesvolle Instagram-tijdslijn</i>	82
<i>Post een Instagram Carrousel</i>	83
<i>Hoe maak je een Instagram Carrousel post?</i>	85
Ideeën voor een Instagram Carrousel	88
Checklist na hoofdstuk 6	91
7. Instagram Stories.....	92
<i>Hoe werken de Instagram Stories?</i>	93
<i>Hoe maak je een Instagram Story</i>	94
<i>Instagram Story Stickers</i>	99
De Locatie Sticker	101
De Hashtag Sticker	102

De Vermelding Sticker	103
De Vragen Sticker	104
De Poll Sticker	105
De Quiz Sticker.....	106
De Countdown Sticker	110
De Muziek Sticker	111
De GIF Sticker.....	112
<i>De teksttool</i>	<i>113</i>
<i>De tekentool.....</i>	<i>115</i>
<i>Tips voor succesvolle Instagram Stories strategie.....</i>	<i>116</i>
<i>Instagram Stories Highlights</i>	<i>122</i>
Hoe maak je een Highlight	123
Hoe pas je de cover en naam van een Highlight aan?	124
Ideeën voor Instagram Stories Highlights	125
<i>Checklist na hoofdstuk 7.....</i>	<i>126</i>
8. Instagram TV (IGTV)	127
<i>Hoe werkt Instagram TV?.....</i>	<i>128</i>
<i>Creëer je eigen IGTV-serie.....</i>	<i>133</i>
<i>Wat voor content plaats je op Instagram TV?.....</i>	<i>144</i>
<i>IGTV Statistieken</i>	<i>150</i>
<i>Tips voor een succesvol Instagram TV kanaal.....</i>	<i>151</i>
<i>Checklist na hoofdstuk 8.....</i>	<i>153</i>
9. Instagram Reels	154
<i>Hoe werkt Instagram Reels?</i>	<i>155</i>
<i>Wat voor content plaats je op Instagram Reels?</i>	<i>158</i>
<i>Tips voor succesvolle Instagram Reels</i>	<i>159</i>
<i>Checklist na hoofdstuk 9.....</i>	<i>159</i>
10. Instagram LIVE	160
<i>Hoe werkt Instagram LIVE?</i>	<i>161</i>
<i>Instagram LIVE ROOMS - Split-screen live functie.....</i>	<i>162</i>
<i>Wat voor content bied je aan via Instagram LIVE?.....</i>	<i>164</i>
<i>Tips voor succesvolle Instagram LIVE</i>	<i>166</i>
Maak van tevoren een leidraad.....	169
<i>Checklist na hoofdstuk 10.....</i>	<i>170</i>

11. Instagram Shopping	171
<i>Hoe werkt Instagram Shopping?</i>	172
<i>Checklist na hoofdstuk 11</i>	183
12. Instagram Direct Messenger (DM)	184
<i>Tips & tricks om Instagram Messenger te gebruiken</i>	184
<i>Checklist na hoofdstuk 12</i>	186
13. #Hashtags	187
<i>Hoe maak je hashtags?</i>	188
<i>Hoeveel hashtags gebruik je?</i>	189
<i>Welke hashtags ga jij gebruiken?</i>	190
<i>Gebruik een eigen 'branded hashtag'!</i>	194
<i>Checklist na hoofdstuk 13</i>	195
14. Hoe krijg je (meer) Instagram volgers?	196
<i>De basis: een top profiel!</i>	196
<i>Fantastische content</i>	196
<i>Bedenk een goed werkende digitale strategie!</i>	196
<i>Timing is everything</i>	197
<i>Laat je Instagram-content zien op andere platformen</i>	197
<i>Gebruik een branded hashtag</i>	199
<i>Ga de samenwerking aan</i>	199
<i>Bedenk een uitdagende challenge en maak een virale hit!</i>	201
<i>Zet een leuke prijsvraag in</i>	202
<i>Volg andere Instagram-accounts</i>	204
<i>Reageer op andere Instagram-accounts</i>	204
<i>Broadcast live video op Instagram</i>	205
<i>Vraag hulp aan je familie en vrienden</i>	205
<i>Schakel je medewerkers in</i>	206
<i>Adverteer op Instagram</i>	206
<i>Checklist na hoofdstuk 14</i>	207
15. Hoe krijg je (meer) interactie?	208
<i>Start een gesprek met je volgers</i>	208
<i>Reageren op reacties</i>	211
<i>Mentions en Tags</i>	213
<i>Hoe plaats je een mention of een tag?</i>	214
<i>Checklist na hoofdstuk 15</i>	216

16. Tag je locatie	217
<i>Maak je eigen locatietag.....</i>	220
<i>Gebruik de locatietag in jouw voordeel</i>	223
<i>Checklist na hoofdstuk 16.....</i>	224
17. Berichten inplannen	225
<i>De Facebook Creator Studio</i>	225
Koppel je Instagram aan Creator Studio (Studio voor makers)	225
Hoe plan je een bericht op je Instagram-tijdslijn?.....	227
Hoe plan je een bericht op je IGTV?.....	230
Overzicht van alle ingeplande berichten	232
<i>Hootsuite.....</i>	233
Koppel Instagram aan Hootsuite.....	233
Hoe plan je een bericht in via Hootsuite	235
<i>Wat is de beste tijd om te posten?.....</i>	236
Stap 1: bepaal je doelgroep en analyseer deze	236
Stap 2: bekijk de statistieken van Instagram, je andere socialmedia-kanalen én je website!	237
Stap 3: bepaal de doelstelling van je bericht.....	241
Stap 4: plaats berichten en houd alle statistieken bij	241
<i>Checklist na hoofdstuk 17.....</i>	242
18. Meten is weten – jouw statistieken.....	243
<i>Statistieken via Facebook Creator Studio.....</i>	244
<i>Stel jezelf doelstellingen</i>	248
<i>Werkt jouw Instagram-strategie?</i>	249
<i>Checklist na hoofdstuk 18.....</i>	250
19. Gebruik ook deze handige apps	251
<i>Instagram-apps voor fotobewerking.....</i>	251
Adobe Photoshop Express (Android en iOS).....	251
Camera +2 (iOS).....	252
Snapseed (Android en iOS)	253
Canva (Android en iOS)	253
Instagram Layout (Android en iOS)	254
Adobe Lightroom (Android en iOS).....	255

<i>Instagram-apps voor videobewerking</i>	256
Quik (Android en iOS)	256
Splice (Android en iOS)	257
Adobe Premiere Rush (Android en iOS)	257
InShot (Android en iOS)	259
Kinemaster (Android en iOS).....	259
Instagram Hyperlapse (iOS)	260
Instagram Boomerang (Android en iOS).....	261
MixCaptions (iOS).....	261
<i>Rechtenvrije muziek</i>	262
Waarom rechtenvrije muziek?	263
Audiojungle	263
Epidemic Sound	264
YouTube Audioblibrary	265
Incompetech	265
Artlist.....	266
<i>Checklist na hoofdstuk 19</i>	267
Dankwoord	268
Over de auteur	269
Workshops, sprekerssessies en trainingen	269
Online trainingen	270

6. Instagram-tijdslijn

De oudste van alle onderdelen: de tijdslijn. Ook wel de 'feed' genoemd. Dit zie je direct als je de Instagram-app opent. Op de tijdslijn zie je de foto's en video's die mensen die jij volgt plaatsen.



Op de tijdslijn heb je de mogelijkheid om drie verschillende soorten berichten te plaatsen:

- Een afbeelding
- Een video
- Een carrousel

De volgorde van de foto's en video's in je feed zal gebaseerd zijn in hoeverre Instagram denkt dat je geïnteresseerd bent in de inhoud. Als jij veel interactie hebt (een 'like' geeft, hoe lang je het filmpje bekijkt of een reactie plaatst) op een bericht met bijvoorbeeld een kat erin, dan zal

Instagram jou ook meer kattenfoto's en -filmpjes laten zien en minder posts met bijvoorbeeld honden. Dat werkt ook zo met de Instagram-accounts die jij volgt.

Instagram bekijkt namelijk ook jouw relatie met de persoon die het bericht plaatst. Hoe vaker jij interactie hebt met een bepaald account, is voor Instagram van belang om jou juist die berichten te laten zien.

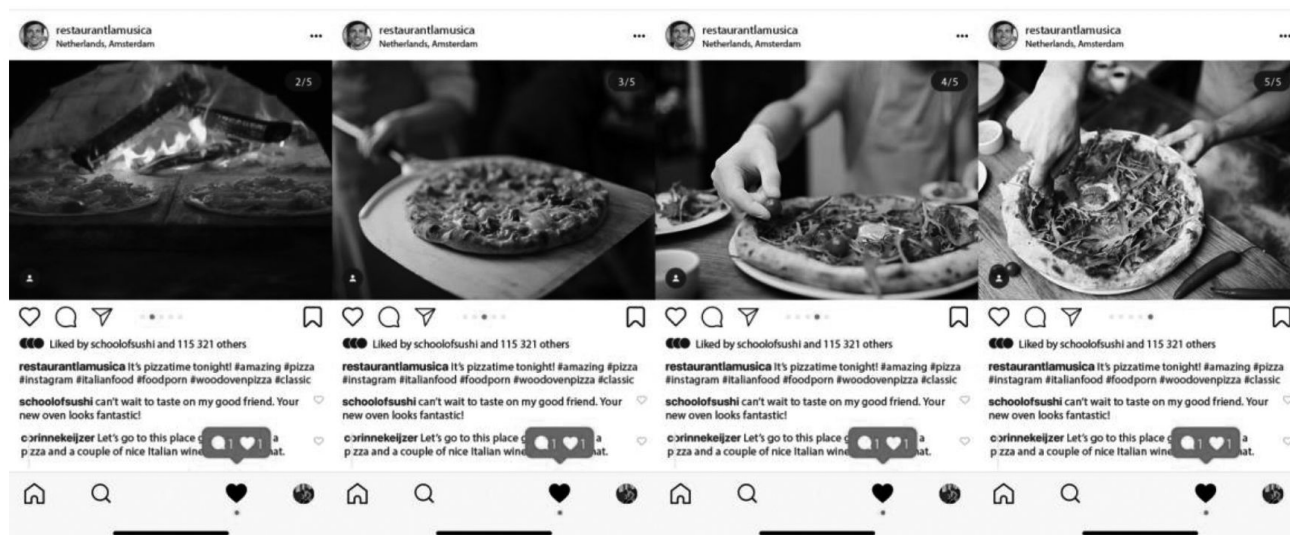
De laatste factor is de factor tijd. Instagram wil je graag berichten laten zien die recent en dus relevanter zijn voor jou.

Dit is natuurlijk ontzettend belangrijk om een succesvol Instagram-kanaal te maken. Daarom is interessante content van wezenlijk belang. Alleen de juiste berichten, waarbij je volgers veel interactie hebben, komen naar boven in de tijdslijn. De berichten die je op je Insta-tijdslijn plaatst, blijven daar voor altijd staan, tenzij je de berichten zelf verwijdert.

Het grote voordeel hiervan is, is dat je daardoor ook 'ontdekt' kan worden door mensen die jouw Instagram-kanaal nog niet volgen. De berichten van je tijdslijn komen namelijk ook terug in de **explore**-tab (klik onderaan op het vergrootglas icoontje om hier te komen), waar niet-volgers jouw berichten kunnen tegenkomen. Vanuit die berichten komen ze op je profiel terecht. Beschouw je eigen profiel als het officiële gezicht van jouw bedrijf op Instagram, waar je je bedrijf als een echt merk presenteert. Je snapt nu wellicht nog meer waarom het zo belangrijk is om hier fantastische content te plaatsen.



Een Carrousel-post is ontzettend leuk om bijvoorbeeld een mini-verhaal te vertellen zoals in dit voorbeeld van een pizza uit de steenoven:



Een fijne bijkomstigheid van een Instagram Carrousel is dat je langer de aandacht grijpt van je volgers. Ze scrollen immers door je frames heen en dat kost meer tijd dan wanneer je maar een enkele afbeelding of video laat zien. Hoe langer jij je volgers bezighoudt met jouw content, des te belangrijker gaat Instagram jouw account vinden. Dit is één van de pijlers van het algoritme van Insta, dus ook daarom is het goed om regelmatig Carrousels te plaatsen.

Hoe maak je een Instagram Carrousel post?

Je maakt een Instagram Carrousel door de Instagram-app te openen en op het **+** icoontje in de navigatie te klikken. Zorg er uiteraard eerst voor dat je alle foto's op je telefoon hebt staan in je foto-library. Klik daarna op het **Multiple** icoontje, zodat je meerdere foto's of video's kunt selecteren. Zoals gezegd mag je er maximaal tien selecteren. Doe dat in de volgorde waarin je ze wilt laten verschijnen. Je ziet op de foto een cijfer verschijnen als je deze selecteert.



Klik dan op **Volgende**. Daar kan je, als je wilt, filters of bewerkingen toepassen op elk frame. Schuif naar de foto die je wilt bewerken. Klik er vervolgens op om de bewerkingstools te openen. Doe dit eventueel bij elk frame, en als je klaar bent (of als je niet wilt bewerken en deze stap overslaan),

7. Instagram Stories

In 2016 werd opeens Stories toegevoegd aan het Instagram-platform. De ontwikkelaars van Insta hebben deze functie afgekeken van het geweldige succes dat Stories had op de populairste app onder jongeren: Snapchat. Dit specifieke onderdeel van Instagram is een sectie waarbij je snelle verhalen vertelt door middel van foto's en filmpjes. Deze verhalen verdwijnen automatisch na een periode van 24 uur. En dát is het grote succes achter Stories. Ze zijn na die 24 uur niet meer terug te kijken. Juist dit tijdsaspect zorgt ervoor dat een specifiek deeltje van het menselijk brein wordt aangeroepen: **Fear Of Missing Out (FOMO)**. De angst om iets te missen! Psychologisch gezien een meesterzet om dit in een socialmedia-app te gebruiken. Want je wilt immers toch niks leuks missen?



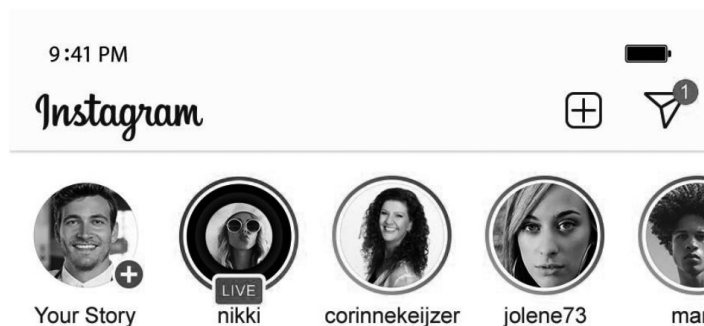
Het succes van Instagram Stories komt doordat je volgers bang zijn iets te missen. The Fear of Missing Out (FOMO). Houd dit in gedachten als je content maakt voor je Stories!



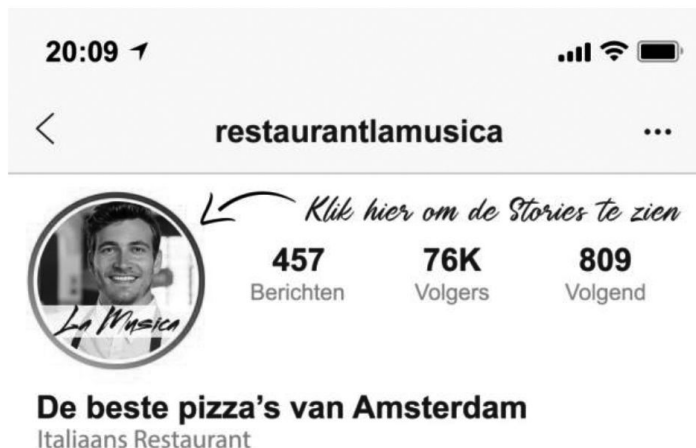
Hoe werken de Instagram Stories?

Instagram Stories zijn makkelijke hapklare snacks die je tot je neemt. Het maakt niet uit wat voor een account je hebt, zakelijk of privé, iedereen kan deze verhalen maken.

Elk verhaal mag maximaal 15 seconden duren. Al deze verhalen worden één voor één achter elkaar gezet zodat het één groot verhaal wordt. Je vindt de Stories bovenaan het scherm met je tijdslijn. De eerste profielfoto is van jezelf, daarnaast zie je profielfoto's van accounts die je volgt met daaromheen een mooie gekleurde cirkel. Klik daarop en je komt op hun Stories terecht.



Een andere manier om de Stories van een account te bekijken is om simpelweg naar het desbetreffende account te gaan en dan bovenaan op de profielfoto te klikken indien er een gekleurd randje omheen zit. Het gekleurde randje geeft aan dat er een verhaal geplaatst is. Als je daar dan op klikt, dan zie je alle verhalen die maximaal 24 uur oud zijn, in chronologische volgorde.



Het oudste bericht zie je als eerste. Je kunt door de verschillende Stories heen 'zappen' door op **de rechter- of linkerkant** te klikken. Wil je naar een verhaal van een ander account? Geef dan een swipe naar rechts en je ziet de content van het volgende account dat een verhaal geplaatst heeft.

8. Instagram TV (IGTV)

In 2018 werd er een nieuwe tak toegevoegd aan Instagram: Instagram TV (IGTV), een YouTube-achtig platform met alleen video. Een uitkomst voor de creatievelingen op Instagram, want eindelijk konden ze zogeheten 'longform' video's plaatsen. Filmpjes die langer dan een minuut duren. Ook bedrijven en organisaties zagen de mogelijkheden in van deze nieuwe optie van Instagram en velen zijn flink aan de slag gegaan.



Instagram heeft natuurlijk gekeken naar het succes van YouTube en gezien hoe video een ontzettend belangrijke (misschien wel dé belangrijkste) rol heeft gekregen op het internet. Je ziet daarom ook continue verbeteringen van het platform. Ondersteunde het in het begin alleen verticale content, tegenwoordig is het geen probleem om horizontale content te bekijken. Even je mobile draaien en je hebt volledig beeld. Ideaal!

Geverifieerde gebruikers (met dat blauwe V-tje naast hun naam) kunnen IGTV-video's plaatsen die tot een uur lang zijn. Gewone gebruikers kunnen video's van maximaal 15 minuten uploaden.

En dat is het mooie van IGTV: ledere gebruiker kan een eigen IGTV-kanaal beginnen. Er zijn geen minimumeisen aan verbonden.

Verder heb je de mogelijkheid om bij het uploaden van je IGTV-clip aan te geven dat je een preview wilt laten zien in je Insta-feed. En dat wil je natuurlijk, omdat je dan veel meer exposure krijgt voor je IGTV-content. Ik vertel je zo hoe je dat doet.

Al deze content kun je via de Instagram-app vinden én via de aparte IGTV-app die Instagram hiervoor heeft gemaakt. Ik merk zelf dat ik die laatste niet of nauwelijks gebruik, want ik zit toch al in de Instagram-app zelf. Je vindt de filmpjes ook terug op iemands Instagram-profiel door te klikken op de IGTV-knop. Deze krijg je vanzelf op je profiel als je content plaatst op IGTV.



Video is hot. Ik zei het al. Het is dan ook ontzettend belangrijk om in video te investeren. Instagram TV is hier een ideaal platform voor. En je bent al bezig met het investeren in Instagram, anders was je nooit aan dit boek begonnen 😊. Investeer dus zeker ook in het maken van geweldige videocontent voor jouw doelgroep. Gebruikers besteden meer en meer tijd aan entertainment op hun mobiele apparaten. Grijp die kans en ga aan de slag met IGTV.

Hoe werkt Instagram TV?

Je hebt een Instagram-account nodig om gebruik te maken van Instagram TV en het enige wat je daarna moet doen is een filmpje uploaden dat langer is dan één minuut, en ziedaar: je bent je eigen kanaal gestart. *That's it.* Je krijgt dan meteen het eerdergenoemde icoontje op je profiel waar gebruikers jouw longform content kunnen bekijken.

Neem de volgende stappen om een video te uploaden naar jouw IGTV kanaal:

Selecteer je video

Ga naar je profiel toe en klik op **het + teken** en selecteer in het menu **IGTV-video**. Je komt nu in de gallery van je mobiel terecht waar al je video's staan. Scrol door je lijst en selecteer de video die je wilt plaatsen. Let op: de video moet tussen de 1 en 15 minuten lang zijn. In je lijst zie je dat alleen de video's die aan deze eis voldoen helder zichtbaar zijn. Dit zijn de filmpjes die je kunt gebruiken.

9. Instagram Reels

Je kon erop wachten dat Instagram een aanval zou gaan openen op het populaire platform TikTok en dat ze met een eigen versie zouden komen. In 2020 was het zover en werd Instagram Reels gelanceerd. Klaar om de uitdaging en strijd aan te gaan met TikTok. En dat is gelukt: want Instagram Reels is vanaf de lancering een groot succes. Veel bedrijven omarmen deze creatieve plek op Instagram en plaatsen hier unieke videocontent. Alles op Reels draait om video en dan vooral creatieve video's. Creatieve video's van max 30 seconden die makkelijk te maken zijn met de tools die al in Insta Reels zitten. En daar zit de kracht van Reels. Het is creatief, kort én krachtig (max 30 seconden) en zit daarmee precies tussen de foto's en video's op je tijdslijn en IGTV (long form video's) in.



Het grote voordeel van Reels ten opzichte van TikTok is dat het compleet geïntegreerd is binnen Instagram. Het is dus niet een nieuw ander platform waar je vanaf nul moet beginnen. Je volgers zien automatisch de Reels die jij maakt. Dat is een groot pluspunt.

11. Instagram Shopping

Instagram Shopping is een verzameling functies op Instagram waarmee mensen kunnen shoppen via je foto's en video's, ongeacht waar ze zich in de app bevinden. Superhandig als je producten verkoopt. Je doelgroep bevindt zich al op Instagram, dus het wordt hen alleen maar makkelijker gemaakt om bij je te shoppen als je daar je producten ook aanbiedt. Deze optie kan dan ook zeer waardevol zijn als jij een webshop hebt! Instagram Shopping geeft jou de optie om je eigen producten te taggen in je post. Net zoals je personen tagt, tag je jouw items. Jouw volgers kunnen dan op die tag klikken en worden direct naar dat specifieke product geleid waar ze het gelijk kunnen kopen.



13. #Hashtags

We kunnen vandaag de dag niet meer zonder hashtags. Dit bekende begrip is in 2007 ontstaan op Twitter en is nu ook op andere socialmedia-kanalen in gebruik. Niet alleen op Instagram maak je gebruik van hashtags, ook op LinkedIn is het tegenwoordig ingeburgerd om dit te gebruiken. Een hashtag is een trefwoord of groep van trefwoorden met het hekje-teken (#) ervoor en het ziet er dan zo uit: #hashtag. Deze hashtag wordt dan een linkje naar alle andere Instagram-berichten met dezelfde hashtag. Klik dus op een hashtag om alle content met die hashtag te zien op Instagram.



Vaak gebruikt men hashtags op social media voor grote gebeurtenissen zoals het nieuws (denk bijvoorbeeld aan #CoronaPandemie) of bij hele belangrijke sociale onderwerpen. Denk dan bijvoorbeeld aan de #metoo waarmee vele Instagrammers hun afschuw uitspraken over seksueel misbruik en seksuele intimidatie. Of over #BLM (#BlackLivesMatters) wat een statement is tegen racisme. Deze hashtags hebben ook direct een emotionele lading. Een ander goed voorbeeld van nieuws en sociale onderwerpen is de hashtag #JeSuisCharlie na de verschrikkelijke aanslagen in Parijs bij Charlie Hebdo, waarin eenieder zijn medeleven toonde.