

Instagram Business voor dummies®

SPIEBRIEF

Instagram-woordenlijst

Je voelt je sneller thuis in Instagram-land als je de taal een beetje kent. Met de volgende woordenlijst ben je in een mum van tijd op de hoogte!

- » Bericht. Een foto/video die, eventueel met een bijschrift en andere informatie, naar Instagram is geüpload.
- » Bibliotheek. Het deel van de opslag van je mobiele telefoon of tablet waarin de foto's zijn opgeslagen die je eerder hebt gemaakt. In Android wordt de naam Galerij gebruikt, op een iPhone of iPad heet het de Filmrol.
- » Bijschrift. Omschrijving van een foto of video in een bericht.
- » Feed. De voortdurend actueel gehouden lijst van berichten die geplaatst zijn door mensen die je volgt. Ook wel overzicht of startscherm genoemd. Tik op het huisje in de navigatiebalk om er te komen.
- » Filter. Een automatische bewerking voor foto's/video's die je kunt toepassen voordat je het bericht plaatst.
- » Gebruikersnaam. De naam van je account, die terugkomt in het internetadres van je profiel: <https://www.instagram.com/jegebruikersnaam>. Alle berichten die je plaatst, vind-ik-leuks (likes) die je uitdeelt en opmerkingen die je schrijft, zijn gekoppeld aan je gebruikersnaam, niet aan je naam.
- » Hashtag. Een trefwoord met een # ervoor. Wordt gebruikt om berichten in categorieën te plaatsen, waardoor je ze gemakkelijker kunt vinden in Zoeken en verkennen.
- » Hoogtepunt. Een verhaal dat permanent aan je profiel is toegevoegd.
- » IGTV. De 'televisiezender' van Instagram. Als Instagram-gebruiker heb je automatisch een eigen kanaal, waarnaar je video's van maximaal 60 minuten kunt uploaden.
- » Locatie. De plaats waar een bericht gemaakt of geplaatst is. Je kunt op Instagram zoeken op locatie.
- » Naam. De naam die jij jezelf geeft in je profiel. Niet te verwarren met je gebruikersnaam.
- » Noemen. Wanneer je in een bijschrift of opmerking wilt verwijzen naar een andere Instagram-gebruiker, typ je een @ en de gebruikersnaam. De gebruikersnaam verandert dan automatisch in een koppeling waarop je kunt klikken.
- » Privébericht. Een bericht dat je via het onderdeel Instagram Direct rechtstreeks naar een of meer personen stuurt.

Instagram Business voor dummies®

SPIEBRIEF

- » **Profiel.** Alle informatie over een Instagram-account, zoals de naam, de gebruikersnaam, de profielfoto, de biografie en het berichtenoverzicht. Je kunt iemands profiel bekijken door op zijn of haar profielfoto of gebruikersnaam in de feed te tikken. Je gaat naar je eigen profielpagina als je op je profielfoto in de rechterbenedenhoek van het startscherm tikt.
- » **Reel.** Een korte video van minimaal 3 en maximaal 30 seconden die je, als je dat wilt, direct in Instagram kunt opnemen en bewerken. Bekijk reels van anderen door op het Reels-pictogram onder aan het startscherm te tikken. Maak je eigen reels door vanaf het startscherm naar rechts te vegen en in de balk onderaan naar Reels te vegen.
- » **Tag.** Een manier om aan te geven wie er op een foto staat. Tijdens het uploaden van de foto kun je een of meer andere Instagram-accounts taggen. Iedereen die het bericht ziet, ziet ook wie erin getagd is. De getagde personen krijgen een melding.
- » **Verhaal.** Een reeks foto's of video's die slechts 24 uur op iemands profiel beschikbaar blijven. Op het startscherm zie je bovenaan, direct onder het Instagram-logo, een rij met verhalen die je op dit moment kunt bekijken. Je maakt zelf een verhaal door vanaf het startscherm naar rechts te vegen. Wil je een foto of video uit een verhaal bewaren, dan kun je er een hoogtepunt van maken op je profiel.

Ken je beperkingen op Instagram

Hier volgen enkele beperkingen van Instagram zoals die op het moment van schrijven gelden:

- » Aantal tekens in je gebruikersnaam: 30
- » Aantal tekens in je biografie: 150
- » Aantal tekens in een bijschrift: 2200
- » Aantal accounts dat je kunt volgen: 7500
- » Aantal accounts dat jou kan volgen: onbeperkt
- » Aantal berichten per uur dat je kunt liken: 350
- » Aantal berichten dat je kunt plaatsen: onbeperkt
- » Aantal recente vind-ik-leuks dat je kunt bekijken: 300
- » Aantal recente meldingen dat Instagram onthoudt: 100
- » Aantal hashtags dat je in één bericht kunt opnemen: 30
- » Aantal mensen dat je in één bericht kunt taggen: 20

Inhoud in vogelvlucht

Inleiding	1
Deel 1: Beginnen met Instagram	5
HOOFDSTUK 1: Instagram installeren	7
HOOFDSTUK 2: Je profiel instellen	21
HOOFDSTUK 3: Je doelgroep bereiken	37
Deel 2: Foto's en video's plaatsen	51
HOOFDSTUK 4: Foto's maken en plaatsen	53
HOOFDSTUK 5: Video's maken en plaatsen	73
Deel 3: De interactie aangaan	83
HOOFDSTUK 6: Volgen en gevolgd worden	85
HOOFDSTUK 7: Content delen en reacties krijgen	101
HOOFDSTUK 8: Persoonlijk worden met Instagram Direct	113
HOOFDSTUK 9: Heerlijke, handige hashtags	129
Deel 4: Adverteren op Instagram	145
HOOFDSTUK 10: Advertenties plannen	147
HOOFDSTUK 11: Effectieve advertenties maken	159
HOOFDSTUK 12: Winacties organiseren	179
HOOFDSTUK 13: Marketen met Instagram	193
Deel 5: Verhalen vertellen met Instagram	211
HOOFDSTUK 14: Instagram Verhalen	213
HOOFDSTUK 15: Je verhalen nog leuker maken	227
HOOFDSTUK 16: Meer doen met verhalen	249
HOOFDSTUK 17: Verhalen bewaren als hoogtepunten	263
HOOFDSTUK 18: Livestreamen met Instagram	271
Deel 6: Televisie maken met IGTV	279
HOOFDSTUK 19: Wat is IGTV?	281
HOOFDSTUK 20: Je eigen plekje op IGTV	285
Deel 7: Waarom werkt het niet?!	293
HOOFDSTUK 21: EHBI: Eerste hulp bij Instagram	295
HOOFDSTUK 22: Hulp op internet	313
Deel 8: Het deel van de tientallen	325
HOOFDSTUK 23: Tien merken die Instagram helemaal snappen	327
HOOFDSTUK 24: Tien plekken om naar inspiratie te zoeken	335
Index	345

Inleiding

Heb je er zin in? Dat kan haast niet anders, want op Instagram is alles mooi, leuk en aantrekkelijk. Het feit dat je dit boek leest, bewijst voor ons dat je klaar bent om aan de slag te gaan en je bedrijf te laten groeien met behulp van Instagram.

Elke dag komen er meer en meer mensen bij en het groeitempo van Instagram ligt dan ook ongekend hoog. Maar daardoor komen er ook steeds meer gebruikers bij die niet weten hoe ze het platform effectief kunnen inzetten voor hun doelen. Jij zult daar geen last van hebben, want na het lezen van dit boek beschik je over de vaardigheden en de tactieken die nodig zijn om zakelijk succes te behalen op Instagram.

Over dit boek

Het doel van dit boek is om je te helpen Instagram effectief te gebruiken. Maar net zoals met zoveel andere dingen is dat gemakkelijker gezegd dan gedaan!

Instagram is net zo ingewikkeld als je het zelf maakt. Als je alleen maar af en toe een foto wilt uploaden: ga je gang. Maar voor strategisch zakelijk gebruik moet je kennis hebben van op zijn minst enkele van de technieken die we in dit boek bespreken. En aangezien er steeds meer functies worden toegevoegd, met IGTV en Reels als laatste wapenfeiten, is het ook belangrijk dat je begrijpt hoe je content voor deze onderdelen maakt.

Instagram is een interactief platform waarin community's een heel belangrijke rol spelen. In dit boek leer je om zelf een community rond je merk op te bouwen.

Of je nu wilt leren hoe je content maakt en uploadt, hoe je effectieve bij-schriften opstelt die je publiek aanzetten tot actie, hoe je hashtags kiest waarmee je beter gezien wordt, hoe je een vast publiek opbouwt of hoe je al die leuke functies van Instagram gebruikt: wij begeleiden je bij elke stap!

Dwaze veronderstellingen

Bij het schrijven van dit boek gingen we ervan uit dat je:

- » een bedrijf hebt of klaar bent om een bedrijf te beginnen;
- » een bedrijfswebsite hebt;
- » je doelgroep kent en weet dat deze op Instagram zit;
- » Instagram effectief wilt gebruiken voor je bedrijf;
- » niet wilt overkomen als een amateur, al ben je misschien nog niet zo'n ervaren Instagram-gebruiker;
- » bereid bent om tijd en energie te steken in het opbouwen van een Instagram-profiel dat recht doet aan je merk.

Als deze aannames kloppen, dan is dit het juiste boek voor jou! De tactieken en informatie die wij hier geven, zullen je zeker helpen je doelen te bereiken.

Pictogrammen in dit boek

Om je het lezen gemakkelijker te maken en te voorkomen dat je belangrijke informatie over het hoofd ziet, kom je door het hele boek heen verschillende pictogrammen tegen. Hier is een overzicht van hoe ze eruitzien en wat ze betekenen.



TIP

Naast dit pictogram vind je stevast een stukje deskundig advies waarmee je tijd kunt besparen of iets op een gemakkelijkere manier kunt doen.



BELANGRIJK

In dit boek staat heel veel informatie en daarom plaatsen we af en toe dit pictogram bij iets belangrijks wat al eerder is besproken. Zie je dit pictogram, dan weet je dat in de alinea ernaast iets staat wat echt belangrijk is om te onthouden.



TECHNISCHE
INFO

Op sommige plaatsen in dit boek gaan we de diepte in en worden we echt een stuk technischer. Leuk voor wie dat interessant vindt, maar houd je er niet van, dan kun je dankzij dit pictogram op tijd je ogen dichtknijpen. Je kunt alinea's met dit pictogram gerust overslaan zonder dat je de rode draad van ons verhaal kwijtraakt.



Ja, ook op Instagram kan weleens iets fout gaan en met dit pictogram waarschuwen we daarvoor. Als je deze gevarendriehoek ziet, let dan goed op. Niet dat je je Instagram-account zult kwijtraken of echt onherstelbare fouten zult maken, maar als we je kunnen behoeden voor hoofdpijn, dan zullen we dat zeker doen.

Hoe dit boek is ingedeeld

In de eerste paar hoofdstukken gaan we in op het opzetten van een Instagram-account. Als je al een account hebt, kun je het allereerste hoofdstuk gerust overslaan en in hoofdstuk 2 beginnen, dat informatie bevat over het opzetten van een effectief profiel.

Verreweg het grootste deel van het boek gaat over hoe je betere content voor Instagram maakt en over hoe je deze strategisch inzet. Als je je wilt concentreren op een specifiek gebied, zoals foto's, advertenties of IGTV, zoek dan in de inhoudsopgave of de index naar het onderwerp dat je interesseert.

Kom je in de problemen, lees dan de hoofdstukken 21 en 22, die gewijd zijn aan troubleshooting in Instagram. En als je op zoek bent naar inspiratie, lees dan de hoofdstukken 23 en 24.

En dan wordt het nu echt tijd om je onder te dompelen in al dat moois, leuks en aantrekkelijks van Instagram. Veel plezier met dit boek!

IN DIT HOOFDSTUK

De juiste Instagram-app voor jouw apparaat zoeken

Instagram gebruiken op een desktopcomputer

Instagram installeren op een mobiel apparaat

Instagram gebruiken via de browser

Hoofdstuk 1

Instagram installeren

De knappe koppen op de Instagram-afdeling van Facebook begrijpen heel goed dat mensen Instagram niet alleen op hun smartphone willen gebruiken, maar ook op veel andere soorten apparaten. En ze snappen dat Instagram voor veel ondernemers de favoriete (vaak zelfs de enige) app is voor het delen van foto's en dat het dus overal beschikbaar moet zijn: op smartphones, tablets, computers en zelfs op de website van Instagram zelf.

Als je Instagram nog niet hebt geïnstalleerd, heb je het juiste hoofdstuk voor je! We laten je allereerst zien waar de Instagram-app te vinden is en vervolgens hoe je die op een pc, een smartphone of een tablet installeert.

Ook leer je hoe je Instagram via internet gebruikt. Dit is vooral handig als je met een computer of ander apparaat werkt waarop Instagram niet kan of mag worden geïnstalleerd, zoals een smartphone van je bedrijf waarop alleen goedgekeurde apps zijn toegestaan. En ten slotte lees je hoe je de Instagram-app op je computer of apparaat start en ein-de-lijk kunt gaan Instagrammen!

Instagram zoeken

Als Instagram nog niet op je smartphone (of pc) geïnstalleerd is, dan moet je dat eerst doen. Afhankelijk van je apparaat kun je de app downloaden via de volgende locaties:

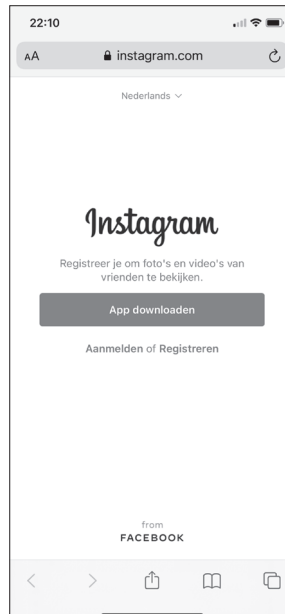
- » **iPhone of iPad:** App Store
- » **Androidtelefoon of -tablet:** Play Store
- » **Windows:** Microsoft Store
- » **Mac:** App Store

In figuur 1.1 zie je een voorbeeld van het installatieproces op een iPhone. De balk boven aan de pagina geeft aan waar je de app kunt downloaden.



BELANGRIJK

Als ze bij jou op het werk aan BYOD (Bring Your Own Device) doen, laat dit hoofdstuk dan ook aan je collega's lezen, zodat ze zelf Instagram kunnen installeren op hun eigen pc of apparaat.



FIGUUR 1.1: Download de Instagram-app voor iPhone door op de knop App downloaden te tikken.

Instagram installeren op een computer

Instagram is ontworpen voor smartphones, maar in een zakelijke omgeving werk je misschien op een desktopcomputer. Het kan dan handiger zijn om Instagram op je computer te installeren, zodat je niet steeds je telefoon hoeft te pakken.

Gelukkig is er een Instagram-app beschikbaar voor Windows, terwijl het op de Mac mogelijk is om in elk geval een appachtige ervaring te krijgen. Hoe dan ook, ook op een desktopcomputer kun je gewoon de foto's en video's van andere Instagrammers bekijken, liken en opmerkingen toevoegen. Het is alleen niet mogelijk om zelf foto's of video's te maken via de webcam van je pc.



TIP

Ga verderop in dit hoofdstuk naar de paragraaf 'Geen app? Geen probleem! Instagram via het web' voor instructies om de Instagram-website te gebruiken, zodat je ook kunt Instagrammen als je de app niet mag of wilt installeren.

Open de webbrowser van je smartphone of pc, typ www.instagram.com in de adresbalk en druk op Enter. Je kunt je nu op twee manieren aanmelden:

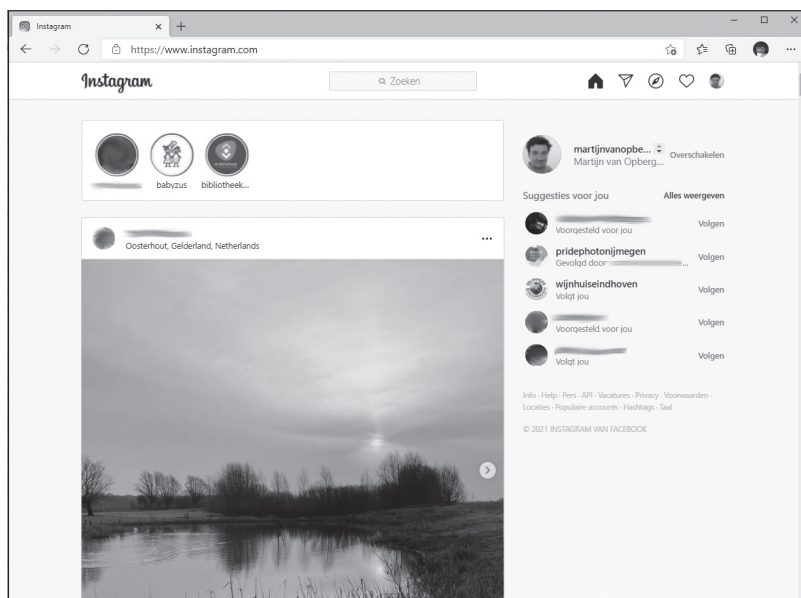
- » **Met je Instagram-account.** Typ de gebruikersnaam van je Instagram-account in het vak Telefoonnummer, gebruikersnaam of e-mailadres en typ dan je wachtwoord in het vak Wachtwoord. Klik of tik vervolgens op Aanmelden.
- » **Met je Facebook-account.** Als je liever je Facebook-account gebruikt, klik of tik je op Aanmelden met Facebook. Misschien zijn je Facebook-accountgegevens al in een cookie in de browser opgeslagen en in dat geval word je nu direct doorgestuurd naar Instagram. Zo niet, dan verschijnt eerst het Facebook-venster. Typ daar je gebruikersnaam en wachtwoord voor Facebook en klik op Aanmelden.



BELANGRIJK

Heb je nog helemaal geen Instagram-account? Blader dan eerst naar hoofdstuk 2 om te leren hoe je een profiel maakt en kom daarna hier terug.

Nadat je je hebt aangemeld, zie je de startpagina van Instagram met de nieuwste foto's en video's van de gebruikers die je volgt. Belangrijk voor de navigatie in Instagram zijn het Instagram-logo in de linkerbovenhoek, het zoekvak in het midden en de vijf pictogrammen in de rechterbovenhoek (zie figuur 1.9).



FIGUUR 1.9:

De startpagina van Instagram in de browser met de navigatie-elementen.

Hoofdstuk 2

Je profiel instellen

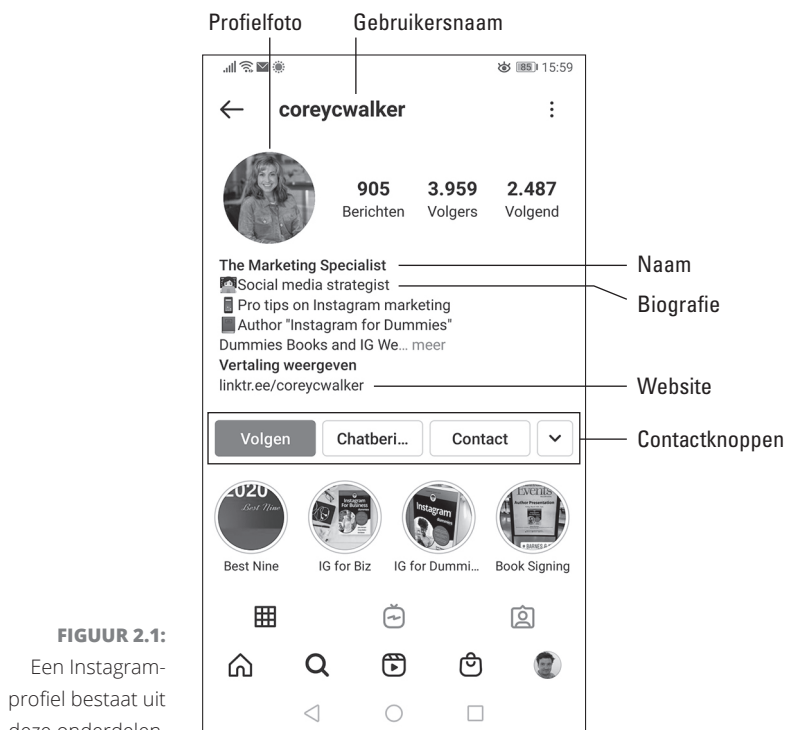
Heb je de Instagram-app eenmaal geïnstalleerd op een mobiel apparaat, dan is je eerste grote taak het instellen van je profiel. Je profiel moet je doelgroep aanspreken en goed passen bij je branding.

In dit hoofdstuk laten we zien hoe je de verschillende onderdelen van je profiel instelt. Van al deze onderdelen is de gebruikersnaam misschien wel het belangrijkste. Wanneer je ervoor zorgt dat je naam vanaf dag één in orde is, hoef je die later niet meer te wijzigen of trucs uit te halen om een ongelukkig gekozen naam minder te laten opvallen. Stem in elk geval de basis van je Instagram-profiel af op je branding. Als je bedrijf groeit, kun je de overige componenten altijd nog bewerken voor betere resultaten.

Een professioneel profiel

Je Instagram-profiel (zie bijvoorbeeld figuur 2.1) is niet alleen de eerste indruk die je maakt op potentiële klanten en nieuwe bezoekers, maar ook een consistente brandingboodschap voor je bestaande publiek. Je profiel moet herkenbaar zijn voor je doelgroep en laten zien waar jouw bedrijf voor staat.

Elk Instagram-profiel bestaat uit de volgende zes onderdelen: gebruikersnaam, profielfoto, naam, biografie, website en zakelijk adres (optioneel). Bovendien bevat de profielpagina van een professioneel account speciale contactknoppen (zoals in figuur 2.1). In de komende paragrafen lees je meer over al deze onderdelen.



FIGUUR 2.1:

Een Instagram-profiel bestaat uit deze onderdelen.

Je profiel moet consistent zijn met de branding en manier van communiceren die je op andere online platforms hanteert, maar ook aansluiten bij de stijl en opmaak die Instagram-gebruikers aanspreekt. Daar komt bij dat je je profiel moet ontwerpen binnen de opmaak- en tekenbeperkingen van Instagram. Op deze limieten komen we later in dit hoofdstuk terug.

Een naam en een gebruikersnaam kiezen

Je naam en gebruikersnaam zijn twee van de belangrijkste componenten van je Instagram-profiel, omdat dit de enige twee onderdelen van het profiel zijn waarop gezocht kan worden. Wanneer gebruikers een trefwoord of naam typen in het zoekvak, let Instagram alleen op de gebruikersnamen en namen om te bepalen welke accounts in de resultatenlijst worden getoond.



De *gebruikersnaam* is de tekst die boven aan de profielpagina staat. De *naam* is de vetgedrukte tekst onder de profielfoto. Als je wilt dat je bedrijf wordt gevonden op basis van een trefwoord, neem dit dan op in de naam of de gebruikersnaam van je account.



Foto's en video's plaatsen

Hoofdstuk 4

Foto's maken en plaatsen

Nu je een Instagram-profiel hebt waar je mee voor de dag kunt komen en een planning hebt gemaakt voor je content (zie deel 1), wordt het tijd om eindelijk eens wat foto's te maken en te plaatsen.

In dit hoofdstuk leer je hoe je foto's maakt met Instagram, hoe je die foto's er met de bewerkingstools van Instagram op hun best uit laat zien en hoe je foto's die zijn opgeslagen op je iPhone, iPad of Android-smartphone of -tablet deelt met je volgers en op andere socialmediaplatforms.



BELANGRIJK

Je kunt alleen foto's uploaden vanuit de Instagram-app en dus *niet* wanneer je Instagram gebruikt in een webbrowser op je desktopcomputer, tablet of telefoon.

Natuurlijk, de iPhone is het apparaat waarmee het hele Instagram-avontuur begon, maar Android heeft zijn achterstand inmiddels behoorlijk ingehaald en daarom zijn alle figuren in dit hoofdstuk gemaakt in de Android-app.

Foto's maken met Instagram

Bij elke foto die je op Instagram wilt plaatsen, moet je de app laten weten om wat voor foto het gaat. Wil je direct vanuit de app een nieuwe foto maken? (Lees verder in deze paragraaf.) Of wil je een foto plaatsen die al ergens op je apparaat is opgeslagen? (Blader door naar de paragraaf 'Een bestaande foto uploaden'.)

Om een nieuwe foto te maken, open je de Instagram-app en ga je naar de startpagina. Tik op het plusje boven aan het scherm om naar het scherm Nieuw bericht te gaan. Iets onder het midden van het scherm zie je twee kleine pictogrammen. De tweede knop ziet eruit als een fotocamera, dus tik daarop om naar je camera te gaan. Je ziet dan het scherm van figuur 4.1.



FIGUUR 4.1:

De camera is klaar voor gebruik.

Als je voor de allereerste keer een foto wilt maken vanuit Instagram, kan het zijn dat de app nu toegang tot je camera vraagt, dus tik op Toestaan of Inschakelen, afhankelijk van hoe dat op jouw telefoon heet. Gelukkig onthoudt de telefoon je keuze, dus je hoeft dit maar één keer te doen.

In het camerascherm zie je de volgende onderdelen:

- » De zoeker beslaat het grootste deel van het scherm.

IN DIT DEEL . . .

Ontwikkel je een goede advertentiestrategie.

Test en analyseer je je advertentie.

Creëer je betrokkenheid met winacties.

Integreer je Instagram in je marketingstrategie.

Besluiten welk advertentietype het beste bij je campagne past**De doelgroep bepalen****Je advertentie vormgeven**

Hoofdstuk 10

Advertenties plannen

Elke maand maken meer dan een miljard mensen gebruik van Instagram en 90 procent daarvan volgt een of meer bedrijven of merken. Met een advertentie op Instagram heb je dus vrijwel altijd een enorm bereik. Daarbij maakt het niet uit welke doelgroep je op het oog hebt, want Instagram is allang niet meer het exclusieve domein van tieners en millennials: ook generatie X'ers en zelfs babyboomers zijn er steeds vaker te vinden.

In dit hoofdstuk kies je het type advertentie, leer je rekening te houden met de ontwerpeisen die er aan Instagram-advertenties gesteld worden en selecteer je een doelgroep (misschien inderdaad wel die babyboomers!)



BELANGRIJK

Je moet je Instagram-account hebben ingesteld als professioneel account als je advertenties wilt maken. Dat kost niets en is heel gemakkelijk, zoals je in hoofdstuk 2 kunt lezen.



DEMOGRAFISCHE INFO OVER INSTAGRAM

Volgens een socialmediaenquête uit 2020 van onderzoeksbureau statista.com zijn dit de belangrijkste demografische gegevens over het Instagram-gebruik per leeftijdscategorie:

- 13-17 jaar: 7 procent
- 18-24 jaar: 29 procent
- 25-34 jaar: 34 procent
- 35-44 jaar: 16 procent
- 45-54 jaar: 8 procent
- 55+ jaar: 6 procent

Zoals je ziet, is Instagram nog steeds een platform voor een vrij jong publiek, maar het aantal oudere volwassenen (met meer geld te besteden) neemt snel toe. De man-vrouwverhouding ligt nagenoeg gelijk: 51 procent van de Instagram-gebruikers is vrouw en 49 procent is man. De meeste gebruikers wonen in de VS en in India (elk 140 miljoen), gevolgd door Brazilië en Indonesië. Als je met je product of dienst niet per se op de internationale markt richt, dan ben je waarschijnlijk meer geïnteresseerd in het aantal Instagrammers in Nederland en Vlaanderen. Volgens marketingfacts.nl (die hun cijfers weer van newcom.nl hebben) maakten 5,9 miljoen Nederlanders in januari 2021 gebruik van Instagram, 5 procent meer dan het jaar ervoor. Bijna 3,7 miljoen Nederlanders komen zelfs *elke dag* op Instagram. Voor de Vlamingen hebben we nog geen cijfers recenter dan 2019 (al werkt imec.be op dit moment hard aan de Digimeter 2020), maar we weten uit de Digimeter 2019 dat in dat jaar 44 procent één keer per maand gebruikmaakte van Instagram, en 30 procent elke dag.

Er zijn diverse goede redenen om te adverteren via Instagram, zoals:

- Omdat Instagram zijn gebruikersdatabase deelt met Facebook kun je je heel nauwkeurig richten op de gewenste doelgroep.
- De instapkosten zijn laag. Zolang je de juiste advertentie- en targetingstrategie gebruikt, hoeft een geslaagde advertentiecampaigned niet meer dan een paar tientjes te kosten.
- Je kunt grote groepen klanten bereiken die jouw profiel nog niet eens hebben ontdekt.
- Het is een ideaal platform om verkeer naar je website, een aanmeldingsformulier of een andere webpagina te leiden.

Het juiste advertentietype kiezen

Er zijn zes soorten Instagram-advertenties beschikbaar:

- » **Foto.** Een eenvoudige vierkante of liggende foto met een actieknop.
- » **Video.** Maximaal 2 minuten vierkante of liggende video, inclusief geluid en actieknop.
- » **Carrousel.** Twee tot tien foto's, video's of beide, waar gebruikers doorheen kunnen vegen. Bevat één actieknop voor de hele carrousel.
- » **Verhalen.** Foto's of video's in dit speciale, populaire onderdeel van Instagram als aanvulling op andere content in je normale feed.
- » **Collectie.** Vier producten onder één hoofdfoto of -video. De collectie wordt schermvullend geopend wanneer iemand op de advertentie klikt.
- » **Advertentie in Instagram Verkennen.** Advertenties kunnen los worden gebruikt of gecombineerd tot een evenwichtige campagne die verschillende doelgroepen aanspreekt. Een groot voordeel van advertenties op Instagram is dat je een actieknop direct onder de foto kunt plaatsen. Boven een advertentie staat altijd Gesponsord, zodat gebruikers weten dat ze een betaalde advertentie zien.

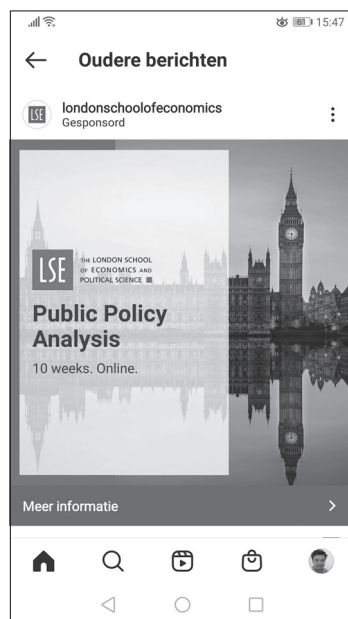


TIP

Normaal gesproken is het websitevak op je profielpagina de enige plek op heel Instagram waar je een koppeling naar je website kunt plaatsen. Met een actieknop onder je advertentie verdubbel je dus in één keer het aantal koppelingen dat je kunt gebruiken!

Fotoadvertenties

Een *fotoadvertentie*, zoals die in figuur 10.1, is het eenvoudigste advertentietype, waarbij één foto in vierkant of liggend formaat wordt gebruikt. Bij het aanmaken van een fotoadvertentie (of zijn bewegende evenknie, de videoadvertentie) moet je een doelstelling kiezen, oftewel kiezen wat je wilt bereiken met de advertentie: meer bezoekers op je Instagram-profiel, meer verkeer naar je website of meer



FIGUUR 10.1: Onder deze fotoadvertentie staat een actieknop van het type Meer informatie, die naar de website van de adverteerder leidt.