



insta gram academy

De authentieke successtrategie
voor ondernemers op Instagram

Lannoo

Inhoudstabel

Inleiding boek

9

1

History & Future

#weetjenog

Een beetje geschiedenis: van zwaar bewerkte foto's tot flitsende Reels 14

Hoe Instagram ons leven stilletjes binnenglipte 14

Hoe is Instagram ontstaan? 16

Grote veranderingen voor de app 18

Een blik op de toekomst: video on top & Metaverse 20

Met Reels scoor je hoge toppen 20

De virtuele wereld is niet meer veraf 22

Wat met de concurrentie zoals TikTok? 22

Blijft Instagram groeien? 24

Vergeet e-mailmarketing niet 26

Niet alle veranderingen worden door gebruikers gewaardeerd 27

Stel je doelen en werk aan je mindset voor maximale groei 28

Fixed Mindset versus Growth Mindset 29

Van een ondoordachte aanpak naar een slimme strategie 31

Aan de slag! 32

2

Authentieke Zichtbaarheid

#comeasyouare

Mensen kopen van mensen: zo bouw je een loyale fanbase 36

Van volger naar fan naar klant in 4 stappen 40

Authentieke storytelling: trek moeiteloos je ideale klant aan 47

Hoe vind ik verhalen om te vertellen? 47

Drie belangrijke principes voor het vertellen van verhalen 52

Een sterke personal brand: de broodnodige ingrediënten 55

Must-have elementen voor een sterke personal brand 58

Focus op je doelgroep: een niche kiezen 64

Om te groeien, moet je vaak eerst snoeien in je volgers 66

Engagement rate en organisch bereik 66

Authentieke relaties 67

Welke volgers verwijder ik dan best? 67

Help! Ik heb een negatieve reactie op mijn social media: hoe ga ik ermee om? 69

Een aantrekkelijke biografie en feed voor een killer eerste indruk 71

Wat is een Instagram-bio? 71

Waarom is je bio nu zo belangrijk? 73

Must-have elementen voor een straffe biografie 73

Hoe bewerk je jouw Instagram-biografie? 78

De perfecte profielfoto 78

3

Get a grip on The Gram

#indevingers

Het algoritme onthuld: ieders vijand, maar onze vriend	82	Picture perfect: de mooiste plaatjes uit je smartphone	125
Erst en vooral: wat is dat nu eigenlijk... een algoritme?	82	Negen tips om betere smartphonefoto's te maken	126
Zeven tips om het algoritme slim in te zetten	84	Klaar om jezelf te overklassen met jouw smartphonefoto's?	128
Wat doe je het best NIET?	85		
Instagram-statistieken: krijg grip op je cijfers	87	Stories, Reels, Instagram Live...: krijg video in je vingers	131
Hoe starten?	87	Waarom video?	131
Vier vragen die je jezelf kunt stellen bij het analyseren van jouw statistieken	89	Video als marketingtool	131
Extra tools: Google Analytics & Google	93	Uitbesteden of zelf maken	134
		Zo stap je over je camera-angsten heen	138
		Extra tips om next level te gaan met video	139
Hashtags bedenken en krachtig in de wereld zetten	95		
Mythes of feiten?	95		
Hashtags: wie, wat, waar, waarom, wanneer ... huh?	96		
Halleluja! Een hashtagonderzoek	99		
De verschillende soorten hashtags	101		
Content bedenken, batchen & plannen: tips, tricks & tools	108		
Soorten content	108		
Voor je start met content maken: ken jouw 'why'	109		
Verhalen die je kunt gebruiken in storytelling op Instagram	110		
Eerst vertrouwen, dan verkopen!	111		
Wat is nu waardevolle content om te delen?	114		
Content batchen en plannen	118		



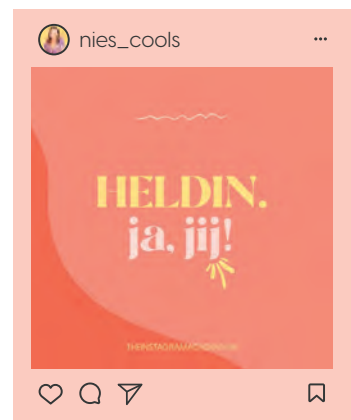
#32: Help, ik ben te onzeker om succesvol te zijn op Instagram.

4

Tijdverspilling of een slimme zet?

#watzoujijdoen

Adverteren & sponsored posts op Instagram: tijdverspilling of een slimme zet?	148	Op een rijtje: handige apps en websites	169
Het verschil tussen organische en betaalde berichten	148	Foto	169
Starten doe je met Facebook Pixel	151	Video	169
Warme en koude doelgroepen	151	Ondertittels	169
Het Zalando-principe	152	Grafisch	169
		Management & planning	169
		Stockbeelden	169
Samenwerken met influencers: tijdverspilling of een slimme zet?	153	Woordenlijst	169
Hoe ga je dan een samenwerking aan?	153	Nawoord	171
Soorten influencers	153	Dankwoord	172
Met welke van deze categorieën werk je het best samen?	154		
Wat vind jij belangrijk als merk?	154		
Waar kun je influencers vinden?	155		
Uitbesteden aan een social-media-agency: tijdverspilling of een slimme zet?	158		
Met je smoel op beeld én praten tegen de camera: tijdverspilling of een slimme zet?	162		
Dansjes en met je vingers wijzen op Reels: tijdverspilling of een slimme zet?	164		
Naast Instagram ook op TikTok, BeReal, Facebook, LinkedIn, en Twitter inzetten: tijdverspilling of een slimme zet?	167		



Moeitelozer ondernemen dankzij mijn gratis tips

#extraatjes



#scanqrcode



SCAN DE QR-CODE & ONTVANG MIJN GRATIS TIPS

- ✓ Gratis workshop: 'Verdubbel je omzet met Instagram'
- ✓ E-Book: 'Eenvoudig meer volgers in 3 stappen'
- ✓ Cheatsheet: '100 x content inspiratie'
- ✓ Gratis social media planner voor Canva
- ✓ E-book: '5 quick wins voor een vrij leven'
- ✓ 40+ afleveringen van 'Nies Cools De Podcast'
- ✓ En nog zoveel meer ...

Zin om geïnspireerd te worden? Kom er gezellig bij On The Gram, want ik post daar dagelijks over mindset, ondernemen en vrijheid! Volg mij [@nies_cools](#).



#hetboek

Inleiding



Ik moet twaalf geweest zijn toen ik *De Zwarte Man* schreef. Mijn eerste boek. Geschreven op de achterkant van een grote scheurkalender en met een publicatie verschenen in *Spijkerkoppen*, het krantje van mijn toenmalige school. Zo trots als een pauw was ik, maar eerlijk gezegd, heb ik geen idee meer waar dat boek over ging.

Een kinderdroom dus, hoe cliché ook. Ik wilde schrijfster worden. Dat evolueerde later naar journaliste, en hoewel ik afstudeerde in de richting 'radio en televisie', besliste ik toch een compleet andere weg in te slaan. Nadat ik afstudeerde, werkte ik acht jaar als vormingswerker voor jongeren.

Mijn moeder was behoorlijk teleurgesteld dat ik niets met m'n diploma deed. Zij zag me liever op een scherm of bij een van de bekendere radiostations. Wist zij veel dat ik enkele jaren later een ander schermpje zou domineren. Ik startte in 2014 namelijk een blog, *Reismicrobe*. Al snel had ik in het snuitje dat sociale media inzetten een slimme zet zou zijn.

Mijn eigen Facebook- en Instagram-pagina waren geboren. Ik zweette, zwoegde en postte. Na enkele maanden had ik de kneepjes van het vak onder de knie en groeide mijn volgersaantal én bereik snel. Wat daarop volgde, had ik toen nooit kunnen voorspellen.

Loyale fans die je doen en laten op de voet volgen, een grote honger naar groei, groei en nog eens groei, en een mailbox vol samenwerkingsvoorstellen nog voor het woord *influencer* uitgevonden was. Ik zat duidelijk op de Instagram-trein, en die ging hard!

Het viel op. Ik viel op. Mijn account viel op. Ik trok (geheel onopzettelijk) de aandacht van lokale ondernemers, zelfstandigen die van mij wilden leren hoe ook zij op sociale media konden groeien. Je raadt het al: even later was mijn eigen bedrijf een feit.

Jarenlang gaf ik workshops over Facebook en Instagram en zag ik honderden ondernemers aan mijn tafel zwoegen om hun Instagram-pagina



uit te werken. Daar merkte ik, dat het vaak niet aan een gebrek aan kennis lag. Iets waarvoor deze ondernemers zich meestal wel inschreven.

Heel vaak kwam het, en komt het nog altijd, neer op zelfvertrouwen en in je (online) kracht gaan staan. In het licht treden, het podium durven te pakken en online je eigen authentieke zelf zijn. Dat is voor héél veel ondernemers, en wie weet ook wel voor jou, lastig.

Ze vinden dan ook heel wat van zichzelf:

- ✓ Ik praat te veel dialect.
- ✓ Ik ben onwennig op camera.
- ✓ Ik hoor of zie mezelf niet graag bezig.
- ✓ Ik heb geen inspiratie voor posts.
- ✓ Wat heb ik nu te vertellen?

Wel, net dat is mijn missie. Ik wil dat jij zelfverzekerd op Instagram kunt verschijnen en vol vertrouwen jouw verhaal in de wereld zet. Zodat jij meer plezier kunt halen uit je tijd op Instagram. En niet enkel dat: dat je er ook meer volgers en uiteindelijk meer klanten aan overhoudt.

Are you in?

Liefs,

Nies







History & Future

#weetjenog

Een beetje geschiedenis: van zwaar
bewerkte foto's tot flitsende Reels



Een blik op de toekomst:
video on top & Metaverse



Stel je doelen en werk aan je mindset
voor maximale groei



#weetjenog

Een beetje geschiedenis: van zwaar bewerkte foto's tot flitsende Reels



Hoe Instagram ons leven stilletjes binnenglipte...

Weet je nog? Die allereerste fotootjes op Instagram? We kwamen voor het eerst in contact met (zwaar)bewerkte afbeeldingen en we vonden het allemaal geweldig. Ik denk dat de meesten onder ons van die nostalgische foto's met polaroid effect plaatsten in het begin, of toch een dik vet zwart kader errond. Ondertussen zwieren zo'n 1 biljoen mensen per maand foto's en video's op het platform.

'Waar is den tijd!' zou mijn grootmoeder zeggen. In die jaren is er véél veranderd. En als socialemediacoach zie ik het een en ander geregeld van mijlener aankomen. Maar hoe Instagram er nu uitziet, dat had ik in 2010 nooit voor mogelijk gehouden.

Niemand, denk ik. Wat startte als een heel eenvoudige *photo sharing* app groeide uit tot een flitsend videoplatform met focus op Reels en Stories. Video voorop! We kunnen niet ontkennen dat Instagram onze levens heeft veranderd.

En geen beetje. Van het bouwen van een community rond je brand, tot klantenservice via privéberichtjes tot via een Instagram Live je producten en/of diensten aan de man brengen: je kunt het nu als ondernemer allemaal via een app.

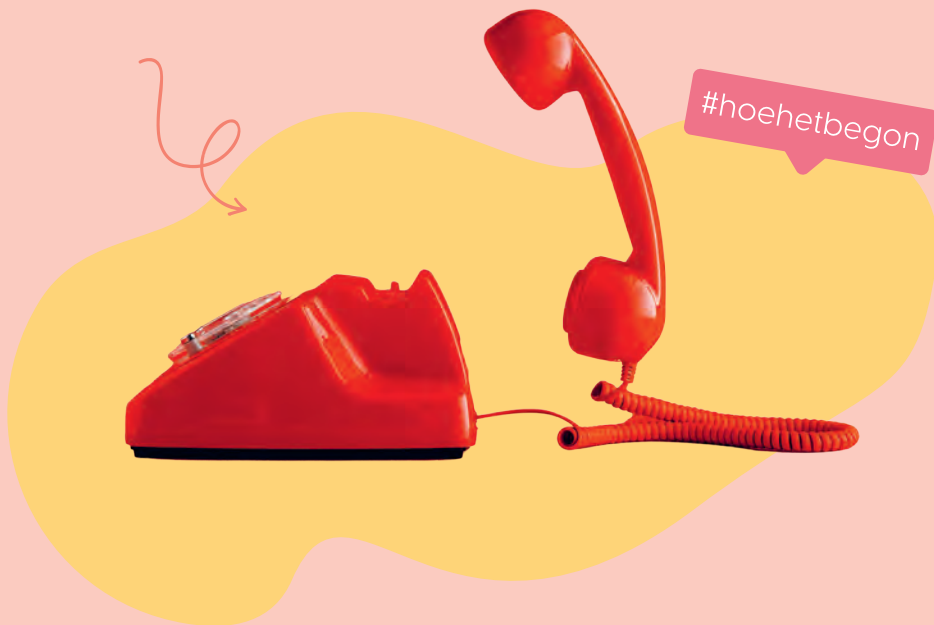
Ook privé willen we dat elk moment mooi wordt vastgelegd: een verjaardag, een *gender reveal party*, een zwangerschapshoot, een huwelijk... Het is het liefst allemaal zo 'instaproof' mogelijk. Dat was tien jaar geleden niet zo, en dat hebben we te danken aan Instagram. Of is het eerder ondanks?

Net daarin schuilt voor jou als ondernemer natuurlijk ook wat gevaar: het allemaal zo perfect willen doen, dat het je blokkeert en je vervolgens niets of weinig post. Je merkt dat je nog niet zo ver staat als je collega's of je volgt enkele grote namen en ziet hen dingen doen die je zelf niet doet.

Ik zie het helaas bij mijn volgers soms gebeuren: ze bevriezen en posten bijna niets meer. Of ze hebben echt geen enkele inspiratie en weten niet met welke post ze hun ideale klant kunnen aantrekken.

Maak je geen zorgen, je hebt het juiste boek in handen. Nadat je de laatste bladzijde van *Instagram Academy* hebt gelezen, ben jij ZO klaar om jouw authentieke Instagram-verhaal te schrijven dat je er niet meer weg te slaan bent!





Hoe is Instagram ontstaan?

Instagram verscheen online op 6 oktober 2010. Oprichters Kevin Systrom en Mike Krieger hadden een duidelijk doel voor ogen: mensen aan het creëren krijgen.

Eind 2009 kreeg Kevin het idee om een app te maken die enkel bedoeld was voor vrienden. Hij vond het leuk dat hij zo eenvoudig plannen kon maken met zijn verschillende vriendengroepen, dat ze elkaars locaties konden checken en

samen foto's konden plaatsen en bewaren. *Burnbn* was geboren.

Wat begon als een app voor vrienden (eerst onder de naam *Burnbn*), werd onder invloed van Mike Krieger al snel omgevormd tot een app om foto's te delen. Mike besloot alle 'overbodige' functies te verwijderen en de app zo te 'vereenvoudigen'.

Op 6 oktober ging Instagram zoals we het vandaag kennen live, om 12.15 uur om precies te zijn. Daarna ging het snel voor de twee jongens. Binnen enkele minuten werd Instagram al ongelooflijk vaak gedownload, en toen ook Jack Dorsey (medeoprichter van Twitter) zijn zegje deed over de app, was het hek helemaal van de dam.

Die dag meldden 25.000 gebruikers zich aan en na zes weken had de app al 1 miljoen gebruikers. Waanzin!

In de weken nadien maakten meer en meer beroemdheden een account aan en nadat Justin Bieber een eerste foto plaatste, ontdekten ook tienermeisjes

Instagram. De niet-meer-te-stoppen-trein was vertrokken voor een dolle rit!

In het prille begin was de app enkel beschikbaar voor wie een iPhone had en kon je zelfs enkel foto's plaatsen die je maakte met de app zelf. Bestaande foto's uploaden ging nog niet. Herinner je je die begintijd nog? Ik in ieder geval wel! Foto nemen, het liefst nog een heel dik zwart kader errond, een zware filter erop en posten maar!

Instagram begreep vooral heel goed hoe 'de nieuwe tijd' werkte: mensen spendeerden meer en meer tijd op hun smartphone, weg van de desktop, waar tot dan toe bijvoorbeeld Facebook en Twitter vooral op voorzien waren.

In 2012, amper twee jaar na de oprichting, werd Instagram overgenomen door Facebook voor 1 miljard dollar. Mark Zuckerberg, CEO en oprichter van Facebook, zag hoe Instagram aan populariteit won en besloot dan maar het hele boeltje over te kopen. Instagram gebruikte namelijk iets dat Facebook niet had: filters om je foto's op te leuken.



Grote veranderingen voor de app

Instagram veranderde hierna ontzettend hard. Het sociale aspect ging domineren, eerder dan het 'foto's bewerken', dat eerst centraal stond. Ook adverteerders werden voor het eerst toegestaan op het platform, iets dat veel gebruikers voor de borst stootte.

Maar er was geen ontkomen aan: dankzij de algoritmes kreeg je ondertussen gerichte reclame te zien die paste bij je levensstijl en koopgedrag. Grote en kleine bedrijven blij, de gebruiker iets minder. Voor Zuckerberg was het dé move om van Instagram de *money making machine* te maken die het vandaag is.

Ergens in deze periode wordt ook 'de *influencer*' geboren. *Influencing* betekent letterlijk beïnvloeden. Door te posten wat je mening is, wat je graag eet of draagt of waar je op vakantie gaat, beïnvloed je anderen om hetzelfde te doen. Stiekem zijn we dus allemaal een beetje influencer, of je dat nu wilt of niet.

Vroeger waren dit vooral beroemdheden. Door de komst van Instagram heeft ook 'de gewone mens' een kans

om veel fans rondom zich te vergaren. Influencers worden vaak vergoed door merken om hen in de kijker te zetten: hetzij in 'natura' door het krijgen van een product (bijvoorbeeld kleding), hetzij door monetaire betaling.

De grootste verandering voor mij moest echter nog komen: de introductie van Instagram Stories en de daaropvolgende focus op video. In 2016 werd deze extra feature toegevoegd aan de app. Vanaf dan kon je foto's en filmpjes tonen die maar 24 uur zichtbaar zijn. De mosterd? Die had Instagram duidelijk bij Snapchat gehaald, een nieuw en opkomend social-media-platform dat in die tijd ongelooflijk veel jongeren aantrok.

Het feit dat 'snaps' na 24 uur verdwenen, maakte het voor jongeren extra aantrekkelijk! Zo voelden ze zich minder geremd in het posten van content, want het 'verdween' toch. Die populariteit merkten ze bij het moederbedrijf Facebook (nu Meta) op et voilà: functie gekopieerd.

Net op het moment dat wij, ondernemers, het gewoon waren om actief te

zijn op Instagram Stories en onze volgers en klanten mee te nemen in ons verhaal... Hopla! Een nieuwe functie werd toegevoegd: Instagram Reels. Deze feature werd eerst in 2019 getest in Brazilië en later, in augustus 2020, kregen ook België, Nederland en vele andere landen toegang.

Ook hier hoeft je het niet ver te zoeken: Reels zijn duidelijk gebaseerd op TikTok. Het zijn korte, snappy, entertainende (maar ook serieuze) filmpjes op de beat van populaire muziek. TikTok barstte uit zijn voegen en opnieuw zag Meta dit met lede ogen aan. TikTok lag regelmatig onder vuur, aangezien zij het niet zo nauw zouden nemen met privacy. Instagram zag zijn kans schoon en haalde de functie naar z'n eigen platform.



Pppsssttt! Enig idee waar de naam Instagram vandaan komt? Instagram is een combinatie van de woorden instant camera en telegram.

#eenweetje



#weetjenog

Een blik op de toekomst: video on top & Metaverse



Met Reels scoor je hoge toppen

Ik weet dat heel wat van mijn klanten huiveren als ik hen op het hart druk dat ze echt niet meer mogen negeren wat er nu gebeurt op en rond Instagram. Alles verschuift naar video, dat is ondertussen wel érg duidelijk.

Ondernemers en influencers merken het meteen: het Instagram-algoritme wil heel graag dat je met Instagram Reels aan de slag gaat. Het bereik op foto's daalt zien-derogen en dat voelen we met z'n allen.

Vaak zie ik dat dit tot veel frustratie leidt en dat er hard op het algoritme gevloekt wordt. In dit boek leg ik je in detail uit hoe het algoritme werkt, toon ik je dat er niet slechts één algoritme is en dat het ook geen zin heeft om hier boos op te zijn.

Onderzoek van *Later* toont aan dat de gemiddelde engagement rate van feed posts sinds 2019 met 44% afnam. Daarnaast ziet *Later* dat Reels opnemen in je Instagram-strategie voor een toename van 500% in de engagement rate zorgt. Het is duidelijk tijd om op video over te schakelen!

Dat gegeven roept bij veel ondernemers heel wat angsten op. Voor een camera

praten? Vergeet het! Gekke dansjes doen op Reels? Ik dacht het niet! Begrijpelijk, en je hoeft natuurlijk de laatste trends niet klakkeloos te volgen. Integendeel, trouw blijven aan jezelf is enorm belangrijk als het over Instagram-marketing gaat.

Anderzijds is de trends compleet negeren ook niet de allerslimste zet. Belangrijk is dat je gaat kijken hoe je de nieuwe functies kunt integreren in jouw marketingstrategie zodat je én meesurft op de golf van populariteit én radicaal jezelf kunt blijven.

Radicaal jezelf blijven wil ook zeggen dat je ergens voor mag gaan staan. Ook al is dat niet even vanzelfsprekend. Zo blijf ik me op het Instagram-account van *Reismicrobe* uitspreken over gevoelige onderwerpen zoals thuisbevallingen en homeschooling. Ook als ik hierdoor volgers verlies, maar bij mijn ideale doelpubliek landt het dan weer heel goed en vinden we hierin juist connectie.

Ook op het account van Nies Cools plaats of deel ik soms video's waarvan ik weet dat ze wat controversie gaan uitlokken. Het is niet altijd gemakkelijk om met die gemengde reacties om te gaan, maar

het doet wél wat je uiteindelijk wilt op sociale media: mensen aan het praten krijgen over jou of het onderwerp dat je aansnijdt.

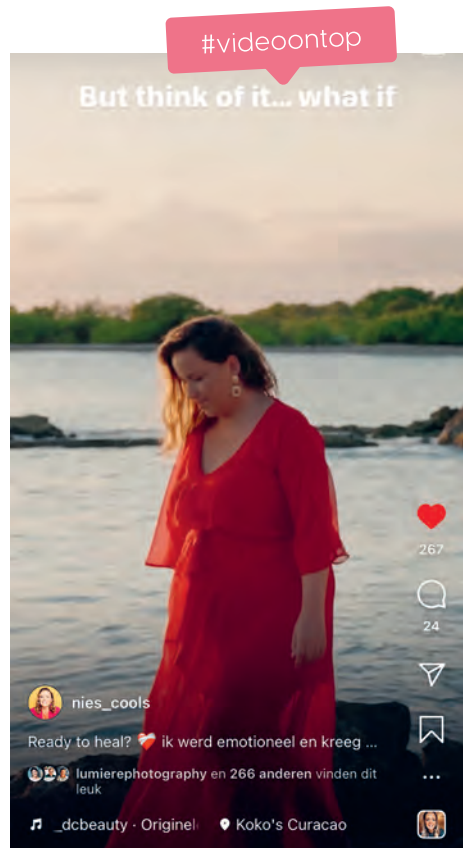
Hiermee wil ik niet zeggen dat je een Instagram-activist moet worden, maar je mag op Instagram zeker voor je waarden en normen opkomen. Het is net dat wat jouw volgers op prijs stellen. Aan een grijze Insta-muis heeft niemand iets!

Video op Instagram, dat is natuurlijk niet énkél Instagram Reels. Ook Instagram Stories zijn nog altijd een belangrijk onderdeel van de app. Een onderdeel waar jij als ondernemer hopelijk gretig gebruik van maakt. Instagram Stories zijn inzetbaar voor verschillende doeleinden: je kunt er bijvoorbeeld een klein markt-onderzoek mee voeren, de mening van je klanten vragen over bepaalde dingen, *behind the scenes* tonen of je volgers opwarmen voor een lancering.

Ik gebruik Instagram Stories echt dagelijks! Voor mij is het een onmisbare communicatietool geworden in mijn bedrijf. Ook langere video's én live video's mogen een onderdeel worden van jouw Instagram-marketing. Later in dit boek (p. 131) ga ik daar dieper op in.

“ Aan een grijze Insta-muis heeft niemand iets!

– Nies Cools





Colofon



www.lannoo.com

Registreer u op onze website en we sturen u regelmatig een nieuwsbrief met informatie over nieuwe boeken en met interessante, exclusieve aanbiedingen.

Redactie: Karo's Content

Fotografie: An Vander Weyden, Lise Van Trijp, Lies Borgers
Floor Bogaerts, Ellen Rombouts en Griet Hendrickx

Vormgeving: Studio Sa'qia

Als u opmerkingen of vragen heeft, dan kunt u contact nemen met onze redactie:

redactielifestyle@lannoo.com

© Uitgeverij Lannoo nv en Nies Cools, Tielt, 2023

D/2023/45/29 – NUR 801 / 450

ISBN: 978 94 014 8905 8

*

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand en/of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch of op enige andere manier zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.