

Contentcreatie voor Instagram



Kirsten Jassies

Content creatie voor Instagram

Foto video tekst

Contentcreatie voor Instagram: de beste foto's, video's en teksten.

Met meer dan 400 miljoen gebruikers wereldwijd en bijna 2 miljoen Nederlandse gebruikers, is Instagram een van de favoriete sociale netwerken geworden, met name in de doelgroep van 14-34 jaar. Ze posten foto's met tekst, locatie en hashtags om te laten zien wie ze zijn, waar ze zijn, wat ze doen en wat ze mooi vinden. Ook jij kunt er het visuele verhaal vertellen van jezelf, je bedrijf of merk en een relevante volgersgroep opbouwen. Het is leuk en zelfs verslavend, want je leert dankzij Instagram meer over fotograferen, fotobewerking, filters, de sociale regels van Instagram zelf en bovendien over het opbouwen van een volgersgroep of community.

Hieronder een hoofdstuk uit het boek 'In beeld met Instagram', geschreven door trainer en auteur Kirsten Jassies. Het hele boek kun je bestellen op bol.com

Contentcreatie: foto's, video's en teksten

Het belangrijkste onderdeel van Instagram is de contentcreatie. De foto's en de teksten die je plaatst bepalen je populariteit. En dit is absoluut niet het makkelijkste stuk, het vraagt om creativiteit, consistent zijn en dagelijkse inzet. Lees in deze paper meer over:

- Wat ga je fotograferen en hoe?
- Foto's bewerken in Instagram
- Foto's maken en bewerken in andere apps
- Creatieve ideeën voor je feed
- Video's maken en bewerken
- Tekst en taal
- Het gebruik van hashtags
- locatie
- Mentions, shout-out en tagging
- Over de trainer Kirsten Jassies



Wat ga je fotograferen en hoe?

Het begint allemaal met het vertellen van een verhaal over jouw merk of bedrijf op Instagram. De volgende stap is om daar praktisch over na te denken. Hoe ga je dit aanpakken? Wil je elke dag een product fotograferen en daar tips bij geven? Bedenk dan dat je een ruimte nodig hebt om die producten goed te kunnen fotograferen, dus zorg voor een mini-studio met het juiste licht. Of als je van boven wilt fotograferen zorg voor een trapje. Het is zelfs te overwegen een studio te creëren met het juiste licht, zodat alle medewerkers zichzelf en andere ideeën kunnen fotograferen voor hun Instagram account en dat van het bedrijf. Zorg er dan ook voor dat je diverse ondergrondjes of achtergronden hebt die passen bij je uitstraling, bv hout of een zwarte of witte kleur. Dit kun je ook thuis doen, als je professioneel met Instagram aan de slag wilt. Zorg voor een goede plek waar je altijd het juiste licht hebt voor selfies en foto's van spullen of producten.

Degene die binnen het bedrijf gaan fotograferen voor Instagram moeten allemaal een goede camera hebben op hun smartphone, dat komt de kwaliteit van de foto's, en de fotofeed, ten goede. Zo zie je bijvoorbeeld de kwaliteit van foto's van fashionshows enorm verschillen simpelweg omdat de ene blogger of hoofdredacteur een betere camera op zijn smartphone heeft dan de andere. Het is een relatief kleine investering om te zorgen voor een goede smartphone

Foto's bewerken in Instagram

Je hebt een foto gemaakt en deze staat in Instagram of je hebt hem zojuist in de app geüpload. Als deze helemaal naar wens is, hoef je er niets meer aan te doen behalve publiceren. In de meeste gevallen kan de foto wel iets verbeterd worden en dat kan met de bekende Instagram filters of handmatig. Je kunt kiezen uit meer dan 30 filters, die allemaal een eigen karakter hebben en iedereen ontwikkelt zijn eigen favoriet.

Waar de eerste Instagram filters waren ontwikkeld om slechte foto's beter te maken, zoals Nashville, Lo-Fi en X-Pro II zijn de latere filters als Mayfair, Willow, Aden en Perpetua ontwikkeld om goede foto's nog beter te maken en verzachten of verharden en verschuiven kleuren om een bepaalde look of sfeer te creëren. Wanneer je voor een filter gekozen hebt kun je ook nog eens de intensiteit van die filter aanpassen, door bijvoorbeeld de helderheid of het contrast aan te passen. Probeer ze allemaal eens uit op verschillende soorten foto's zodat je een idee krijgt van jouw favorieten. Je kunt je favoriete filters vooraan in het rijtje zetten door op 'beheren' te tikken.

Het handmatig aanpassen van je foto kan pas sinds halverwege 2014. Sinds die optie er is worden er minder filters gebruikt, omdat je nu zelf in control kunt zijn. Zo kun je de helderheid, het contrast (van de kleuren in de foto), de warmte (meer of minder geel), de verzadiging (diepere kleuren) en accenten en schaduwen aanpassen. Daarnaast kun je de foto ook scherper maken en kantelen of draaien. Dit zijn allemaal vereenvoudigde toepassingen die het bekende programma Photoshop ook allemaal biedt.

Let op: de huidige camera's op smartphone zijn nog steeds niet geschikt voor fotografie in donkere ruimtes of 's avonds buiten. Je kunt in zo'n geval de flitser gebruiken, maar die heeft maar een klein bereik en overbelicht al snel. Wil je toch een foto maken, zorg dat hetgene je wilt fotograferen dan op een mooie manier belicht wordt door een lamp.

Foto's maken en bewerken in andere apps

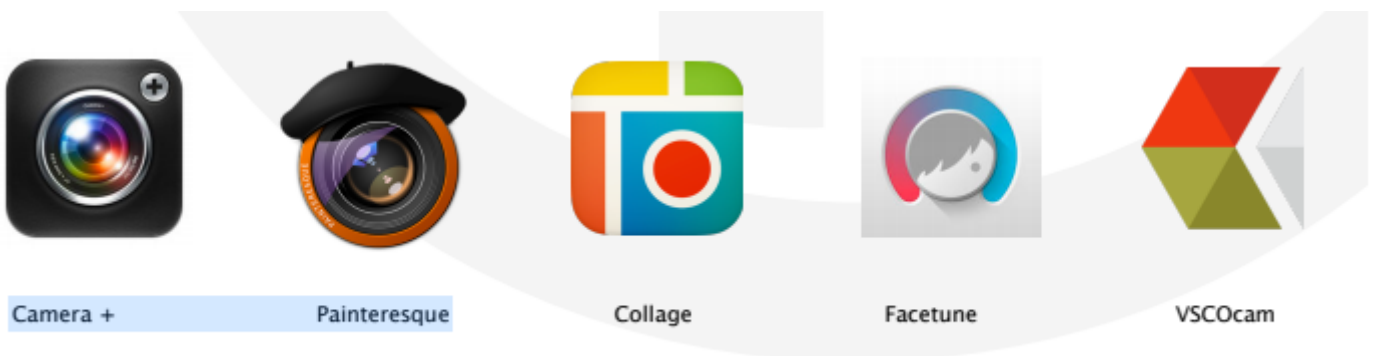
Naast Instagram kun je ook met andere apps fotograferen, die andere of betere features bieden dan Instagram. De beste en meest populaire zijn Camera+, VSCOcam, Lately en Snapseed. Bekijk ze allemaal eens en kies er een uit die jij het fijnste vindt werken. In de praktijk werkt het het beste wanneer je een app heel goed leert kennen en hier altijd mee werkt. Zo kost het allemaal niet teveel tijd om een Instagram foto te maken en te publiceren.

In de meeste van deze apps is de kwaliteit van de gemaakte foto's beter dan met Instagram zelf en ook beter dan met de native fotografie app van je telefoon. Gebruik daarom een andere app voor fotografie en importeer de gemaakte foto in Instagram. In de app Camera+ kun je de scherpte-diepte van een spiegelreflex camera nabootsen doordat je het licht en de scherpte heel makkelijk apart van elkaar kunt instellen. Bovendien heeft deze app filter Clarify, die prachtig werkt bij natuur en architectuur foto's omdat deze alle kleuren in een foto versterkt en even helder maakt.

Er zijn ook apps die je tot een nog professioneler fotograaf kunnen maken, zoals lightmeter, waarmee je het licht kunt meten. Zoek maar eens in de appstore naar 'professional photography apps'.

Nadat je de foto's hebt gemaakt, kun je de foto's bewerken. Bijvoorbeeld bijsnijden, roteren of scherper maken. Dat kan zowel in Instagram, Camera+ als in VSCOcam. Daarnaast kun je ook een filter gebruiken om de foto mooier te maken, helderder, of om een bepaalde sfeer of concept neer te zetten. Er zitten veel mooie filters in de Instagram app zelf, voor video's zijn dat andere filters dan voor foto's. Vervolgens zijn er nog veel meer opties om een foto te bewerken: je kunt er een cartoon of kunstwerk van maken met apps als Painterresque of Photo Sketsch Pro. Je kunt ook als vormgever aan de slag en letters of illustraties op de foto plaatsen met apps als OVER en 'A Beautiful Mess'. Foto's met teksten kun je naast op Instagram ook heel goed gebruiken op je site of andere social media kanalen, omdat je er in een oogopslag iets mee duidelijk maakt. Met tekst of een illustratie kun je foto's ook meer eigen en herkenbaar maken, in je eigen stijl. Met de app Collage kun je met verschillende foto's uit je bibliotheek een collage maken en met de apps Layout, van Instagram zelf, of Diptic kun je meerdere foto's naast of onder elkaar plaatsen in een overzicht.

Als je wilt spelen met het verbeteren van portretten (gladdere huid, vlekjes wegwerken, dunner of dikker op bepaalde plekken), dan kan dat met de app Facetune. Maar pas op! Teveel Facetune maakt het allemaal een beetje plastisch. Veel celebrities kregen op hun kop van hun volgers omdat ze zichzelf teveel bewerkten met apps als deze.



Creatieve ideeën voor je fotofeed

1. Creëer je catalogus zoals @IKEA_PS_2014

Als je wilt opvallen op Instagram kun je iets creatiefs met je fotofeed of foto's verzinnen. Dat deed bijvoorbeeld IKEA Rusland, zij creëerden een Instagram account voor een catalogus van een productlijn, waarvan de producten op de foto's getagd werden. Tik je in het hoofdaccount op de foto van bijvoorbeeld de productlijn licht, dan kom je terecht op een foto met allemaal lampen die die getagd zijn. Tik je op een bepaalde lamp, dan ga je direct naar het Instagram account van die lamp waarin meerder foto's van de lamp te bekijken zijn, informatie over de ontwerper en in de profieltekst, de link naar de site van de ontwerper.

2. Creëer steeds een concept van 3 foto's zoals @EstherCanisius

Interieurontwerpster Esther kiest steeds een onderwerp en kleur en uploadt dan 3 foto's achter elkaar zodat haar fotofeed er consistent en creatief uitziet. Ze kiest bv trappen, eettafels, grijze woonkamers of zwarte stoelen.

3. Geef een overzicht van je winkel zoals muziekwinkel @Baxshop_Goes

De muziekwinkel Baxshop in Goes heeft een account waar ze hun dagelijkse gang van zaken op posten (dj's in de winkel, foto's van hun producten, spelende muzikanten), maar daarnaast een account dat een kijkje geeft in de winkel, namelijk @Baxshop_Goes. Je moet hiervoor je smarphone op zijn kant draaien en door de foto's scrollen. Super creatief!

Video's maken en bewerken

Een aantal jaar geleden kwam de video-app Vine op de markt. Het concept van deze app is het maken van een 6 seconden video. Lekker snel, makkelijk verteerbaar. Maar ook razend moeilijk om iets goeds te bedenken, wat iedereen meteen snapt. Het foodmagazine Bon Appetit deed een goede poging met 6-seconden ontbijt recepten. De app Vine heeft een hechte community voor zich gewonnen, er zijn een aantal grootheden waaronder Jerome Jarre, ook wel bekend als de VINE-guy, die veel geld verdient met het maken van video's op Vine. Inmiddels is hij ook een grootheid op een ander social media kanaal, Snapchat. Hij haalt streken uit op straat en daagt zichzelf en vrienden uit en filmt dit. Deze jongen begrijpt precies hoe hij relevante content kan maken en de jonge doelgroep bereikt en vermaakt. Een aantal maanden na Vine kwam Instagram ook met video, alleen dan een 16 seconden variant. Het werkt precies hetzelfde als met het maken en bewerken van foto's: je maakt je video, kiest een filter en publiceert. De extra's zijn dat je ook in de video kunt knippen als deze te lang is en je kunt de cover-foto kiezen waar de video mee begint.

Als je video wilt maken voor Instagram is het slim om een vast concept te bedenken omdat er anders teveel mogelijkheden zijn en met beperkingen, zoals het kiezen van een onderwerp of vast format, je het jezelf makkelijker maakt. Kijk eens naar het video-concept van @BartsFishtales, hij laat zien hoe je vis-recepten maakt en groeide binnen een paar maanden naar 70.000 volgers. Nu groeit hij niet meer zo snel. Dat kan ook komen omdat men een beetje klaar is met het concept. Recepten laten zien is alleen maar zenden en hoewel een erg leuk en inspirerende concept: na 5 video's heb je genoeg gezien. Ga dus op zoek naar iets waar je doelgroep aan mee kan doen en over mee kan denken. Een concept dat je op kunt rekken of bij kunt stellen.

Je kunt je video filmen in Instagram zelf, maar er zijn natuurlijk ook andere apps die dat beter kunnen, zoals iMovie, Video-editor en natuurlijk Vine. Maar ook Instagram zelf kwam met een video-app: Hyperlapse. Hierin kun je een filmpje dat een lange tijd duurt verkort af laten spelen. Denk bijvoorbeeld aan een roadtrip, een druk kruispunt of een zonsopgang. De app zorgt ervoor dat de video stabiliseert waardoor het eindresultaat niet schokkerig is, maar een interessante 16 seconden weergave van iets wat veel langer duurde. Zoek op #hyperlapse op Instagram om voorbeelden te bekijken.

Teksten en taal

Hoewel Instagram een visueel gedreven social media platform is, zijn teksten erg belangrijk. Mensen gaan je volgen doordat je een interessant profiel hebt of door het type foto's dat je maakt, maar mensen blijven je volgen om de teksten die je erbij zet.

Door goede teksten te plaatsen kun je soms weggkomen met minder mooie foto's, als het gaat om een persoonlijk speciaal moment bijvoorbeeld. De volgers die je hebt vinden het vaak leuk om persoonlijke foto's te zien, dus ook al zijn ze niet van hoge kwaliteit, leven ze toch met je mee en is de waarde van het moment belangrijker dan de kwaliteit van de foto. Wanneer je de twee kunt combineren ben je nog beter bezig.

Als tekst bij je foto gaat het om relevantie. Stel jezelf vragen als: wat staat er op de foto, wie staan er op de foto? Waar is de foto gemaakt, wat ben je op dit moment aan het doen? Naast het uitzicht op een mooi landschap of een stadsgezicht kun je ook vertellen dat je een dagje op pad bent en met wie. Als er tekst op je foto staat, of een quote, dan kun je deze in tekst nog eens herhalen, met daarbij waarom je deze quote interessant vindt. Geef waardevolle informatie over de foto aan je volgers.

Welke taal kies je nu precies voor Instagram? Je zult zien dat je volgers krijgt uit allerlei landen, ookal plaats je teksten in het Nederlands. Er zijn altijd mensen die jouw foto's mooi vinden en het niet kan schelen in welke taal jij je teksten schrijft. Woon je in Nederland, wil je alleen Nederlandse mensen (of klanten) bereiken, plaats dan Nederlandse teksten. Weet je het nog niet zeker, dan kun je altijd voor beide talen kiezen, of bijvoorbeeld voor Nederlandse teksten en hashtags (sleutelwoorden) in het Engels, zodat de niet-Nederlands sprekende volgers wel ongeveer begrijpen waar het over gaat.

Het gebruik van hashtags

Een hashtag is een hekje met daarachter een sleutelwoord. Deze sleutelwoorden worden gebruikt om social media te categoriseren. Hashtags voeg je toe aan je tekst door een hekje # voor een woord te plaatsen. Hashtags plaatsen is een goede manier om mensen die jou niet volgen in aanraking te laten komen met jouw foto's. Het is zelfs de enige manier die je zelf in de hand hebt, want de andere optie is dat mensen je ontdekken door de verkennen/explore-functie van Instagram zelf. Wees altijd heel specifiek en zorg dat de hashtag relevant is, tag woorden die bij je foto passen zoals de kleur, de locatie, de persoon of het merk. Daarnaast kun je ook hashtags gebruiken die relevant zijn voor jouw branche, bv retail, fashion, banking, contentmarketing.

Door het gebruik van hashtags is Instagram een supergrote beeldbank geworden die makkelijk doorzoekbaar is. Daarnaast vind je makkelijk andere foto's met hetzelfde onderwerp en relevante nieuwe mensen en accounts in jouw branche, vakgebied of mensen die dezelfde passie hebben.

Heb je een foto van een rode bank? Plaats de hashtags rood, rode bank, bank, interieur, meubelstuk, en sleutelwoorden als #woonwinkel of #meubelboulevard als dat de plek is waar je de bank hebt gezien of zelf verkoopt. Je kunt dezelfde woorden ook in het Engels plaatsen, als je internationale volgers hebt of wilt krijgen. Je mag maximaal 30 tags aan een foto toekennen en alleen de tags die jij onder je foto plaatst tellen. Dus wanneer anderen hashtags onder je foto's plaatsen, komt je foto niet in het overzicht dat je krijgt als je op een hashtag tikt.

Omdat het vervelend is in een gewone tekst hashtags te plaatsen, kun je dat het beste doen in een losse reactie onder je eigen foto. Zo tellen ze ook mee en val je er niemand lastig mee.

Doe eens een klein hashtag-onderzoek, wellicht zijn er woorden waar je zelf nog niet aan gedacht hebt. Dit kan bijvoorbeeld met tools als Websta.me en Hashtagig of via apps als Hashgram, of gewoon via Instagram waar je ook suggesties krijgt als je begint met typen van een woord.

Daarnaast kun je de app Tagstagram gebruiken, die geeft je suggesties voor tags over verschillende onderwerpen.

Wil je zelf een community, concept of actie starten? Bedenk dan een unieke hashtag voor je project met je naam of productnaam erin.

Een aantal tips voor het gebruik van hashtags:

- Gebruik minimaal 5 en maximaal 30 hashtags
- Plaats je hashtags in een reactie onder de foto, niet in de lopende tekst, dat leest niet lekker
- Gebruik relevante hashtags over het onderwerp, branche-gerelateerde hashtags en unieke hashtags
- Combineer populaire en niche-hashtags om je vindbaarheid te optimaliseren
- Maak een lijstje met hashtags in een notitie app die je altijd kunt kopiëren, aanpassen en onder een foto plaatsen.

Locatie

Bij elke foto die je upload op Instagram kun je je locatie aangeven wanneer je de optie 'locatievoorzieningen' aan hebt staan op je smartphone. Je kunt deze vervolgens kiezen uit een lijst waarop locaties staan die zijn aangemaakt via Facebook. Je kunt zelf je locatie aanmaken in Instagram, maar deze is alleen zichtbaar voor jezelf, daar heb je weinig aan. Als je de locatie aangeeft bij je foto heeft dat verschillende voordelen: volgers kunnen zien waar jij bent zodat je daarover kunt praten of zelfs kunt afspreken met elkaar. Het kan onderdeel worden van je lokale marketingplan. Daarnaast biedt Instagram de feature dat je je foto's op een wereldkaart kunt zien, een mooi overzicht van je bezochte locaties in de wereld. Met de webbased app Gramfeed kun je foto's van Instagram op Google maps bekijken.

Wanneer je op een locatie tikt bij een foto, kun je alle foto's zien die eerder op die locatie gemaakt zijn. Voor bedrijven betekent dit dat je je klanten kunt ontdekken die foto's op jouw locatie gemaakt hebben, voor mensen betekent dit dat je andere mensen kunt vinden met dezelfde interesses omdat ze naar dezelfde kroeg, winkel of concerten gaan als jij. Hier zitten allerlei mogelijkheden voor lokale mobiele marketing.

Mentions, shout-outs en tags

Bij mentions gebruik je een '@' voor de gebruikersnaam om een andere Instagramer te noemen, wanneer je een vraag hebt of wanneer je wilt laten weten dat je samen bent met diegene. Degene die je noemt krijgt daarvan bericht en kan dan reageren onder jouw foto of via een persoonlijk bericht.

Een shoutout is ongeveer hetzelfde als een mention, maar heeft een duidelijk doel: iemand of iets promoten. Je gebruikt ook de @ om een andere Instagramer te noemen, je kunt er ook een hashtag bij plaatsen. De bedoeling van een shoutout is dat je iets of iemand promoot en je er niet per se iets voor terug verwacht. Veel Instagramers gebruiken het als ze merken noemen in hun teksten of wanneer ze een andere Instagramer willen promoten. Degene die je noemt krijgt daarvan bericht, net als bij de mention, en kan reageren onder jouw foto of via een persoonlijk bericht. Als je een hashtag voor de naam gebruikt krijgt diegene geen bericht, hij kan de foto dan alleen zien wanneer hij zijn merk monitort op gebruik van hashtags. Voor je volgers is een mention van het merk beter omdat men dan direct naar het account van dat merk kan gaan, een hashtag geeft een overzicht van alle foto's met diezelfde hashtag, een ander doel dus.

Als je de foto hebt geupload kun je mensen of producten in de foto zelf taggen. Dit doe je als het leuk is voor die persoon of dat merk om te weten dat jij een foto van ze hebt gepost. Daarnaast kunnen jouw volgers ook tikken op de tags in de foto en worden dan naar die accounts geleid. Een mention gebruik je dus als je wilt dat iemand reageert, met een tag geef je aan dat hij/zij of zijn of haar product op de foto staat.

Over de trainer Kirsten Jassies

Wanneer ik een nieuwe foto upload op Instagram staar ik de komende 5 minuten naar het scherm wachtend op likes en comments. Ik ben zó nieuwsgierig naar hoe dat nu precies werkt: waarom is die Instagramer zo groot en die ander niet? Waarom krijgt die ene foto zoveel likes en de ander geen een? Daarom volg ik duizenden accounts en lees ik me suf over nieuwe concepten op dit kanaal en praat ik veel met invloedrijke Instagramers. En die ervaringen deel ik graag met jou, iemand die ook wil weten hoe dat nu precies werkt op Instagram, lees mijn artikelen op mijn blog justK.nl, of volg [@igmarketingnl](https://www.instagram.com/igmarketingnl) op Instagram. Naast deze Instagram verslaving geef ik social media en blog workshops en lessen.

De afgelopen vijftien jaar heeft Kirsten Jassies allerlei sites, blogs en sociale mediakanalen gemanaged zoals Tuinieren, Plan Nederland, vtwonon, Cosmopolitan en LINDA. Ze heeft een bloggers-netwerk opgezet voor uitgever Sanoma, waarin ze invloedrijke bloggers, magazines en merken bij elkaar bracht. Ze coacht bloggers op het gebied van kwalitatieve inhoud en online marketing om meer volgers te krijgen en sneller te groeien. Ze traint merken en bedrijven in het samenwerken met deze social influencers, maar ook coacht ze individuele werknemers in personal branding, om een groter netwerk te creëren en meer online invloed te krijgen.

Zin in meer?

Volg de training Contentcreatie voor social media!