



40

CONTENT IDEEËN VOOR OP INSTAGRAM




Hoi!

Het valt niet mee om nieuwe ideeën te verzinnen voor content op je social media kanalen. Er zijn zoveel mogelijkheden, dat je soms door de bomen het bos niet meer ziet. Ook kan ik me voorstellen dat je hoofd gewoon leeg is: wat moet je nú dan weer plaatsen?

Het is veel makkelijker om vanuit een contentstrategie je kanalen te gaan vullen dan om elke dag weer opnieuw nieuwe posts te gaan bedenken. Bovendien kun je dan ook goed bepalen voor wie je de content maakt, met wat voor doel en over welke onderwerpen je wilt praten. En wat jouw account onderscheidt van andere accounts.

Als je dit eenmaal hebt bepaald kun je gaan kijken naar je Content Formule. Dit is de tactische inzet binnen de strategische kaders die je hebt opgesteld. Dus: wat ga je precies wanneer plaatsen op welk kanaal?

Dit document gaat over de 'wat'. Helaas kan ik niet voor jou bedenken wat je precies kan plaatsen, maar ik kan je wel wat ideeën aanreiken voor je content.

Wat ik zelf heel fijn vind is om onderscheid te maken in het doel, het soort content, de vorm en het concept van het idee. Lees op de volgende pagina wat ik daarmee bedoel. 



06-45192029



www.bureauberber.nl



[@bureauberber](https://www.instagram.com/bureauberber)

➔ **Het doel van de post**

Wil je met je doelgroep praten of wil je ze inspireren? Wil je ze iets leren of wil je ze vermaken? Ik heb 8 doelen op post-niveau voor je op een rij gezet. Handig om de verschillende soorten posts te kaderen en te bekijken waar het zwaartepunt ligt (of juist niet moet liggen).

➔ **Het soort content idee**

Dit kan bijvoorbeeld zijn: een interview, een reportage, een quiz, webinar, quote, kennisdeling, wist je dat, raadsel, bij iemand binnen kijken, etc.

➔ **De vorm van de content**

15 seconden Stories, IGTV, een video, carrousel of foto.

➔ **Het conceptuele sausje die je erover heen legt**

Een wedstrijd wordt bijvoorbeeld 'Het beste idee van Nederland'. Een interview op Instagram wordt Instaview, een reportage over dagelijkse routines van moeders heet 'Daily Routines' en bij iemand binnen kijken wordt Binnenkijker genoemd.

Zodra een content idee een conceptueel sausje krijgt en met regelmaat wordt ingezet wordt het een format. Een format is een serie aan uitingen die er elke keer bijna hetzelfde uitziet maar telkens met een andere invulling. Denk bijvoorbeeld aan DWDD. Een duidelijk format met een titel, vaste rubrieken, kleuren en presentator maar met elke keer andere gasten.

Niet elke content die je op je kanalen plaatst is geformateerd. Wel is het fijn om een aantal vaste formats in te plannen in je kalender. Dat geeft heel veel rust en de doelgroep vindt het fijn dezelfde soort content vaker terug te zien (mits ze er goed op reageren).

Ik deel per doel van de post een aantal content ideeën. Je kunt ze zelf nog verder doorontwikkelen tot een content format.

Tip: kijk goed naar de wetten van Instagram. Maak bijvoorbeeld gebruik van de stickers en poll-opties!

Ben benieuwd welke ideeën je hebt toegepast. 😊

Groetjes Berber



Social post doelen

Ik heb acht doelen van social media posts op een rij gezet. Dit zijn:

- 1 Verbinding zoeken met je doelgroep
- 2 Je doelgroep iets leren
- 3 Je doelgroep helpen
- 4 Je doelgroep vermaken
- 5 Een gesprek voeren met je doelgroep
- 6 Iets promoten
- 7 Je doelgroep inspireren
- 8 Je doelgroep overtuigen

Ik denk dat je zeker 90% van deze doelen in je contentstrategie moet opnemen. Ik kan me ook voorstellen dat het zwaartepunt per merk verschilt. Sommige merken zetten graag hun producten in de etalage, anderen gebruiken hun social accounts om hun doelgroep te vermaken.

Soms raakt een post meerdere doelen. Kies dan de belangrijkste.

Op de volgende pagina's vind je per doel enkele bestaande voorbeelden en doe ik per doel 5 suggesties voor content. In totaal dus maar liefst 40 nieuwe content ideeën! 🔥

Ben je benieuwd?

Check dan nu de lijst!

VERBINDEN

De voornaamste reden waarom merken met hun doelgroep in gesprek gaan is om de relatie te verstevigen. Dit doe je door elkaar beter te leren kennen. Door een kijkje te geven in elkaars leven en écht te begrijpen hoe het eraan toe gaat. Je kunt dus iets meer over jezelf vertellen door een kijkje te geven in jouw leven, maar ook door het leven van je doelgroep te integreren op jouw kanaal. Hieronder vind je 5 content ideeën: 📌

1 BEHIND THE SCENES

Laat op video zien hoe je bedrijf er van binnen uit ziet

2 TAKE OVER

Vraag een bekende volger je account voor een dag over te nemen

3 IEMAND VOLGEN

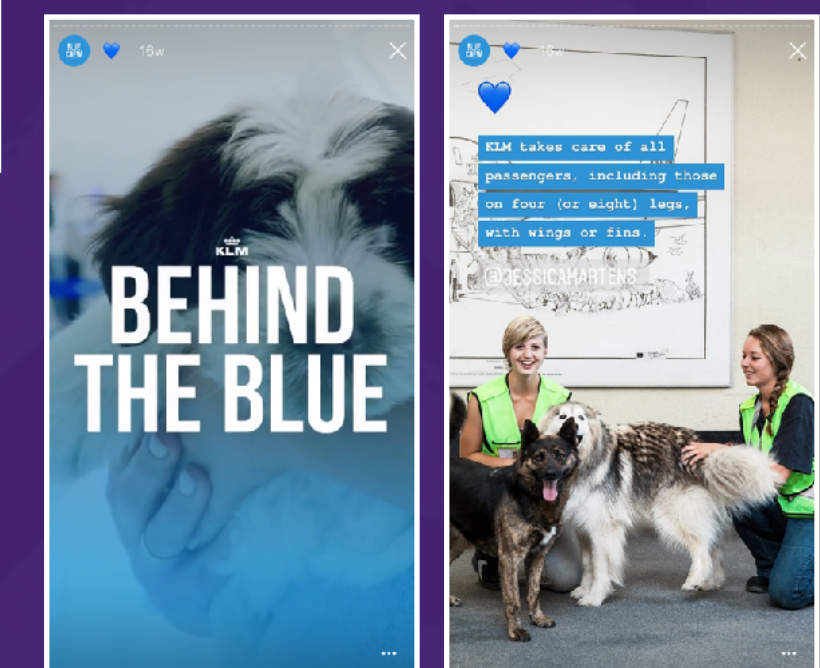
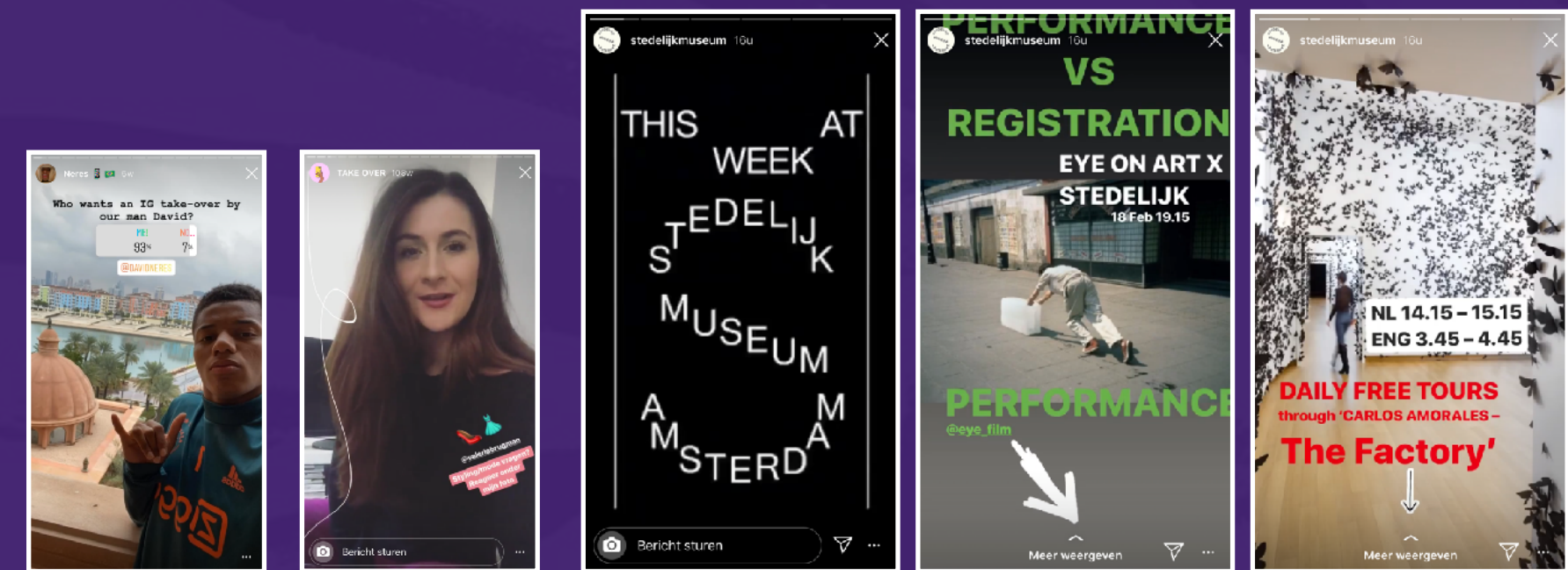
Laat een dag uit het leven van één van je werknemers of klanten zien

4 WEKELIJKSE UPDATE

Start de week met je to do's van die week

5 PORTRETREEKS

Portreter je werknemers of super users en deel hun verhalen



IETS LEREN

Je wilt *thought leader* worden op een bepaald thema. Zodat jouw doelgroep jou ziet als dé expert. Of je wilt de doelgroep iets vertellen over een bepaald onderwerp waar ze nog weinig vanaf weten (informerend). Je wilt dus je kennis delen over het 'wat' en het 'waarom'. Dit kun je op verschillende manieren doen (maar maak het vooral niet te zwaar!): 📌

1 EXPLAINER

De naam zegt het al: je legt iets (een begrip of onderwerp) uit in een korte video, visual of carrousel

2 WEETJE / WIST JE DAT / FEIT OF FABEL

Snacky content waarin je één feitje deelt

3 NIEUWS INHAKER

Haak in op de actualiteit en vertel hoe het echt zit

4 ONLINE CURSUS

Laat je waarde zien door je kennis te bundelen in een IG cursus

5 BLOG → INSTAGRAM

Deel de inhoud van je kennisblog in een carrousel post



HELPEN

Een andere manier om je thought leadership te laten zien én je volgers actief te helpen is door content te maken dat meer zit op het 'hoe' i.p.v. het 'wat' of 'waarom'. Je helpt je volgers verder door het delen van hoe je iets moet doen aan de hand van tips en how to's. 📌

1 CHECKLIST

Kies je een niche onderwerp en maak een deelbare checklist

2 HOW TO

Vertel in een korte video hoe je je product of dienst gebruikt (bijv. 3 stappen)

3 DIY

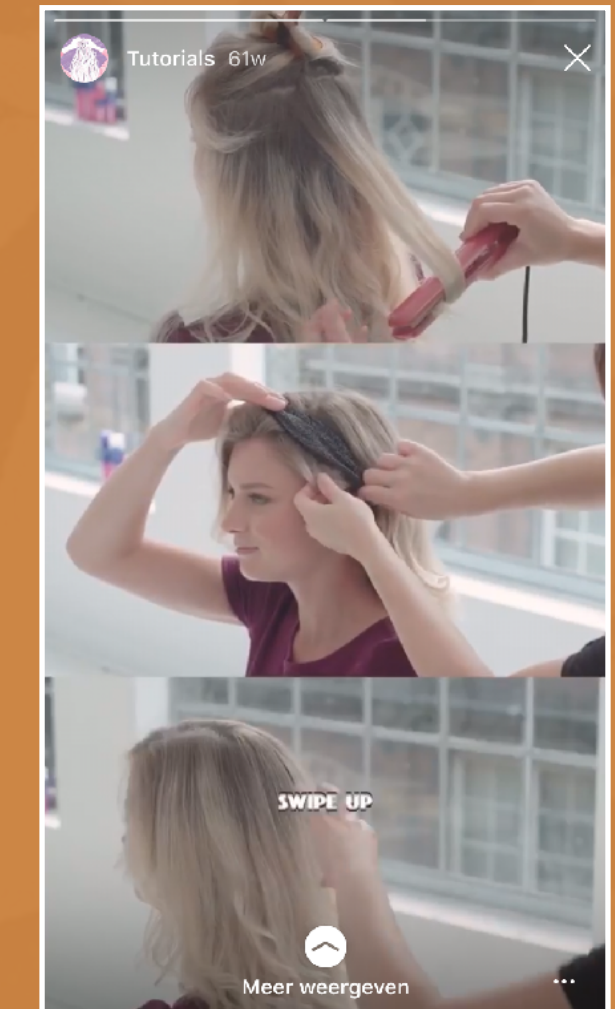
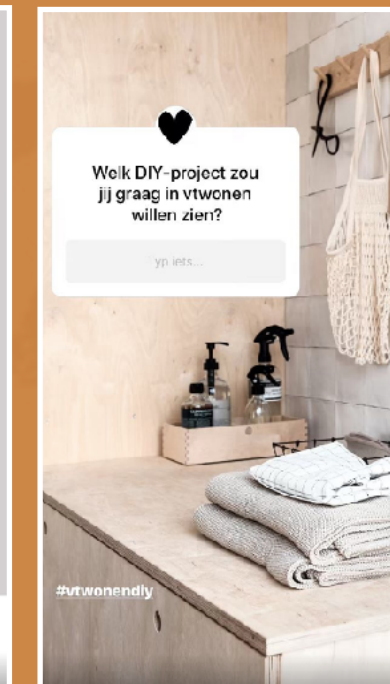
Laat zien hoe je volger *zelf* iets kan doen

4 FAQ

Deel het antwoord op veelgestelde vragen

5 STYLING

Laat de mogelijkheden van jouw product zien op verschillende momenten of plekken



VERMAKEN

Veel mensen openen de Instagram app omdat ze een moment zoeken voor afleiding. Als merk kun je er daarom voor kiezen om mee te gaan in deze emotie en je doelgroep te entertainen met luchtige content. Lees hier enkele voorbeelden: 📌

1 TAP AND HOLD

Interactief spelletje op IG Stories (heb je design skills voor nodig)

2 INHAKER

Haak op een creatieve manier in op trending topics

3 TRIVIA

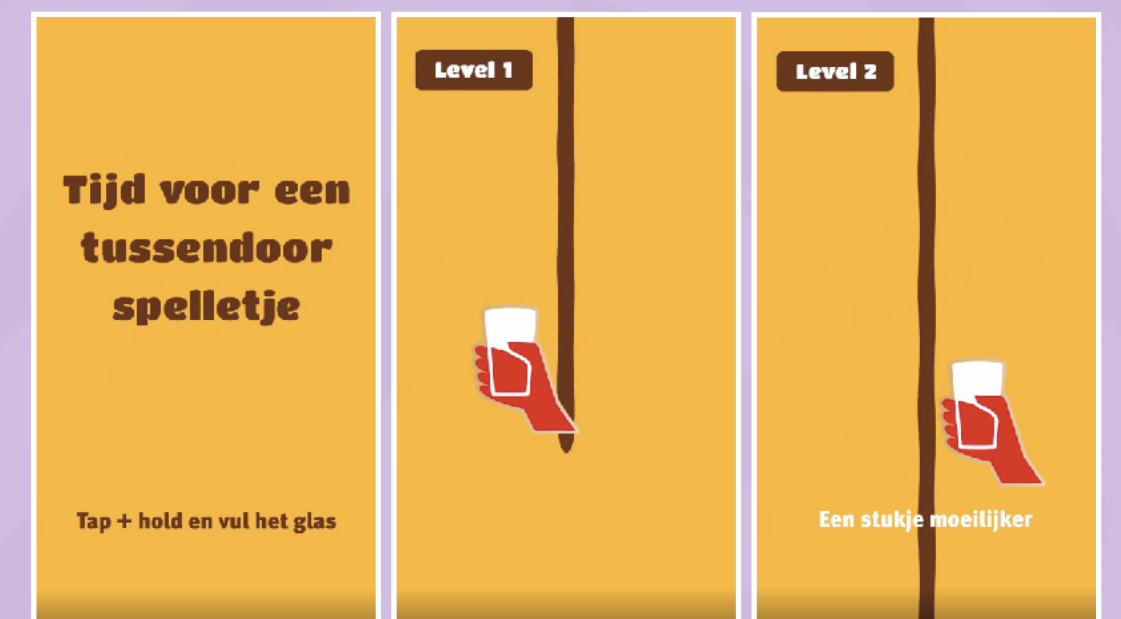
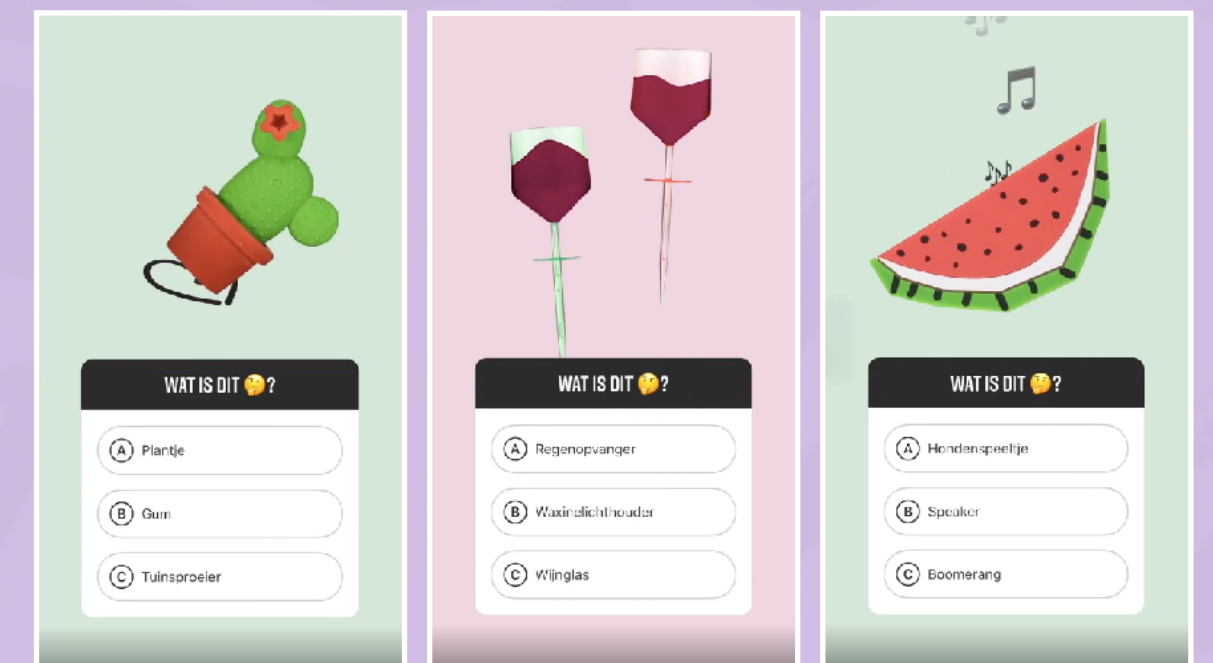
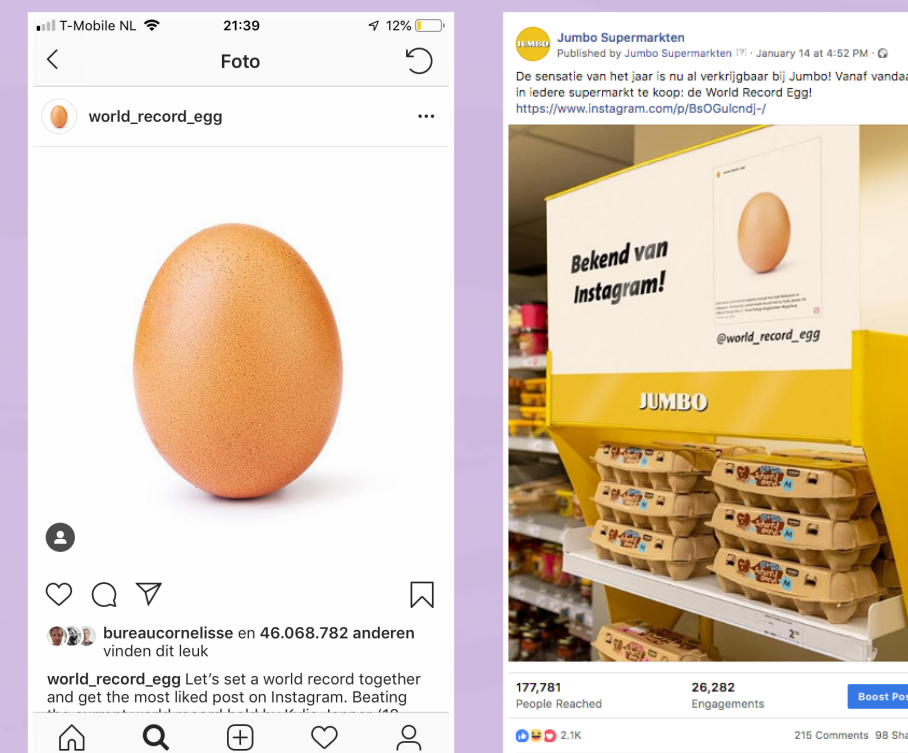
Maak een quiz of stel een vraag in Stories met de antwoord sticker

4 MEMES

Creëer je eigen memes door grappige teksten in relevante foto's te plaatsen

5 BATTLE

Stuur 2 mensen erop uit om ze te laten strijden om een prijs



GESPREK VOEREN

Een gesprek met je doelgroep starten is niet heel ingewikkeld. Maar dat ze ook daadwerkelijk terug praten vereist een hoge betrokkenheid vanuit je volgers. Ze moeten tenslotte tijd willen vrijmaken om een antwoord te formuleren. Dit gaat dus verder dan een like of een stem. Toch is dit wel de meest waardevolle content die je kunt realiseren op Instagram. Niet onbelangrijk: het algoritme van Instagram denkt hier ook zo ver. Enkele ideeën: 📌

1 INPUT VRAGEN

Vraag de doelgroep om hun tips en deel de uitkomsten

2 ASK MY ANYTHING

Gebruik de AMA stickers op Instagram en beantwoord vragen

3 CO-CREATIE

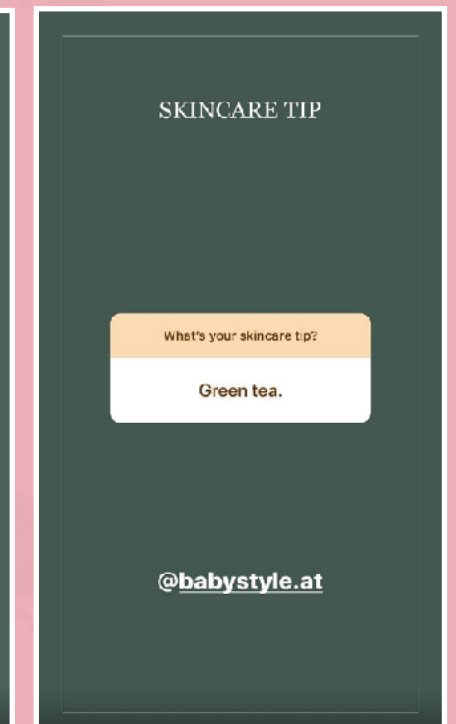
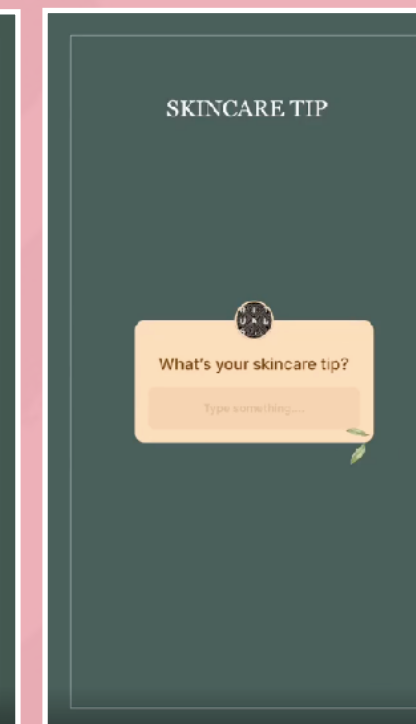
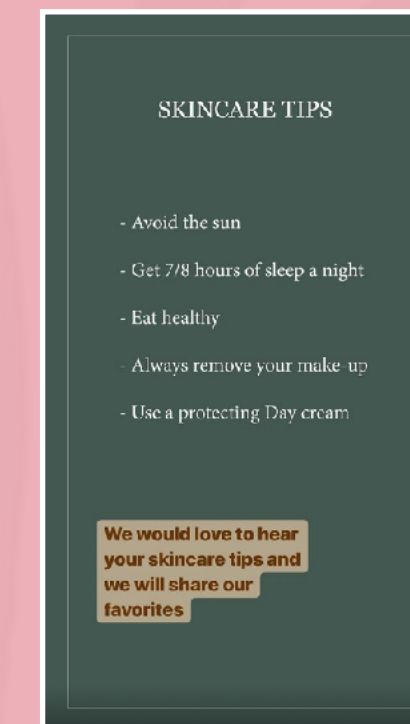
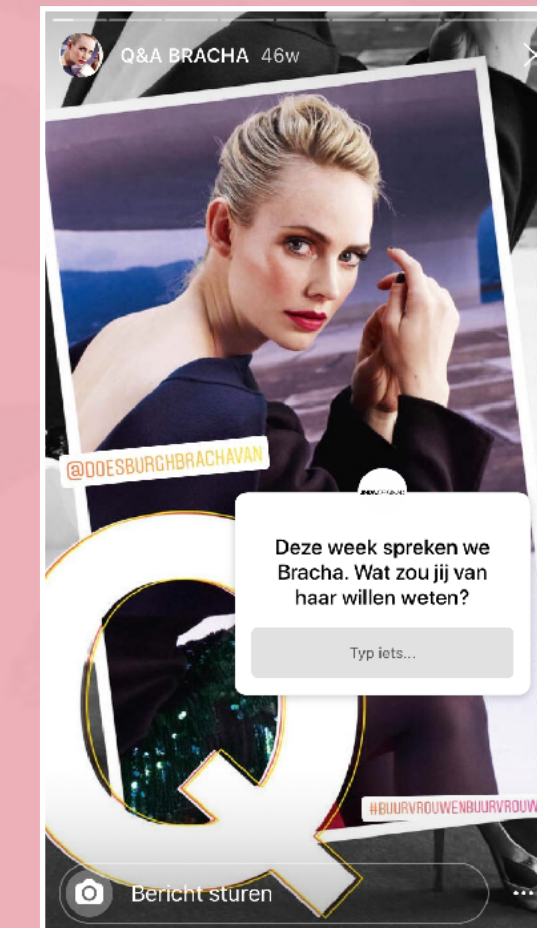
Nodig je doelgroep fysiek uit om mee te denken en deel dit op je kanalen

4 STELLINGEN (DINSDAG DILEMMA)

Deel een stelling en ga in gesprek. Vergeet vooral dat laatste niet

5 WIN ACTIE

Geef je dienst of product gratis weg in ruil voor een comment



PROMOTEN

Het draait hier om posts waarmee je iets onder de aandacht wilt brengen. Het gaat hier dan bijvoorbeeld om een product post (en de shopmogelijkheden), aanmelding voor nieuwsbrief of event of een aankondiging van een nieuwe product release. Het voordeel is dat je direct kan zien of de content converteert tot een lead, het nadeel is dat je volgers hier niet altijd op zitten te wachten en dat het een kortstondig effect is. 📌

1 PRODUCT V.D. WEEK

Zet elke week een favoriete product in de etalage (met een geinige post copy)

2 PRODUCT STORYTELLING

Vertel meer over je producten in een carrousel

3 TAP/SWIPE TO SHOP

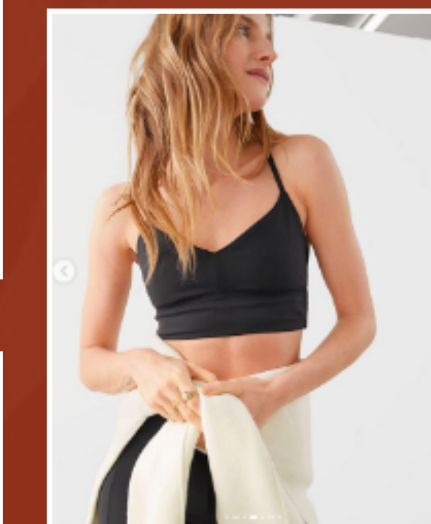
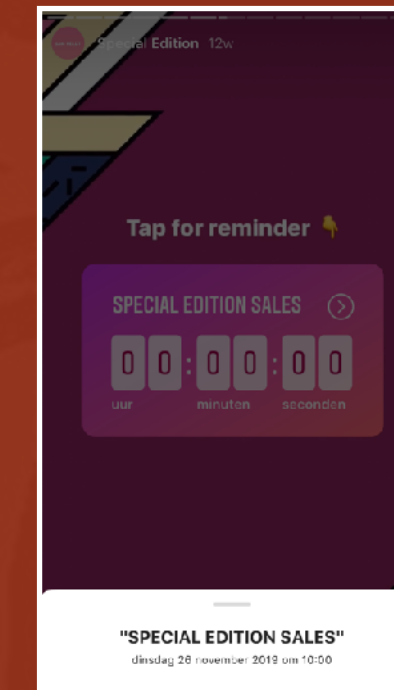
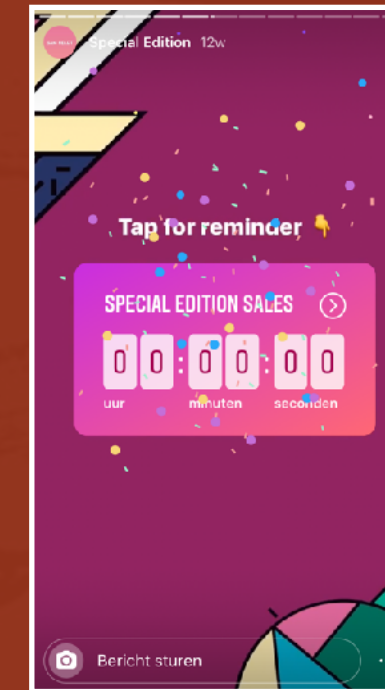
Deel producten in Stories met CTA om het te kopen

4 SNEAK PEAK

Deel een tip van de sluier omtrent een nieuw product

5 COUNT DOWN

Tel met je volgers af tot een nieuwe release



INSPIREREN

Met deze posts kun je je merk laden door betekenis toe te voegen aan de content. Bijvoorbeeld een inspirerende quote die bij je merk past en voor de doelgroep relevant is. Of een mooie foto om je dag goed te beginnen. Je kunt ook je standpunt over een bepaalde kwestie delen. Houd er wel rekening mee dat niet iedereen van je volgers het hiermee eens is (maar de rest zal nog meer van je houden). 📌

1 QUOTE

Deel een inspirerende quote die bij je merk past

2 INSPIRERENDE VERHALEN

Deel een succesverhaal dat jou heeft geïnspireerd

3 FAVORIETEN

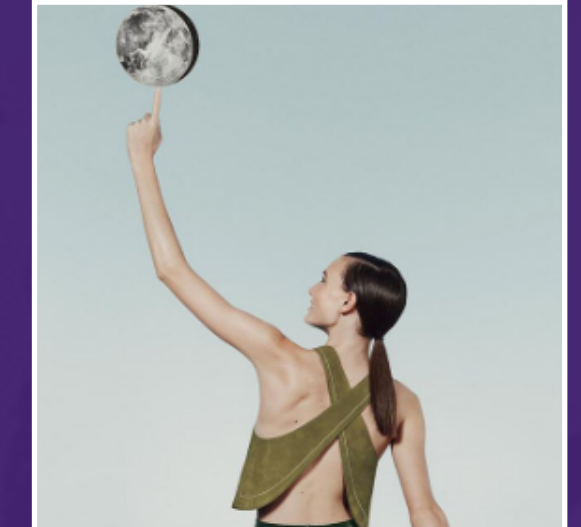
Deel je favoriete recept/boek/land/product...

4 TOP LIJSTJES

Deel top 10 lijstjes van zaken die de doelgroep inspireren iets te gaan ontdekken

5 LIFESTYLE FOTOGRAFIE

Deel foto's van zaken die jou inspireren. Beschrijf ook waarom



OVERTUIGEN

Wat kun je doen om je doelgroep ervan te overtuigen dat ze jou echt moeten volgen of je product moeten kopen? Twee dingen zijn hierin heel belangrijk. [1] Je moet het niet over het product hebben maar over het resultaat. En [2]. Laat je klanten het voor jou vertellen, dat is nog veel geloofwaardiger! Binnen dit doel draait alles om bewijsvoering. 📌

1 REVIEWS

Deel reviews in verschillende formats van je klanten

2 BEFORE & AFTER

Laat het resultaat van je product zien door de verandering te delen

3 UNBOXING

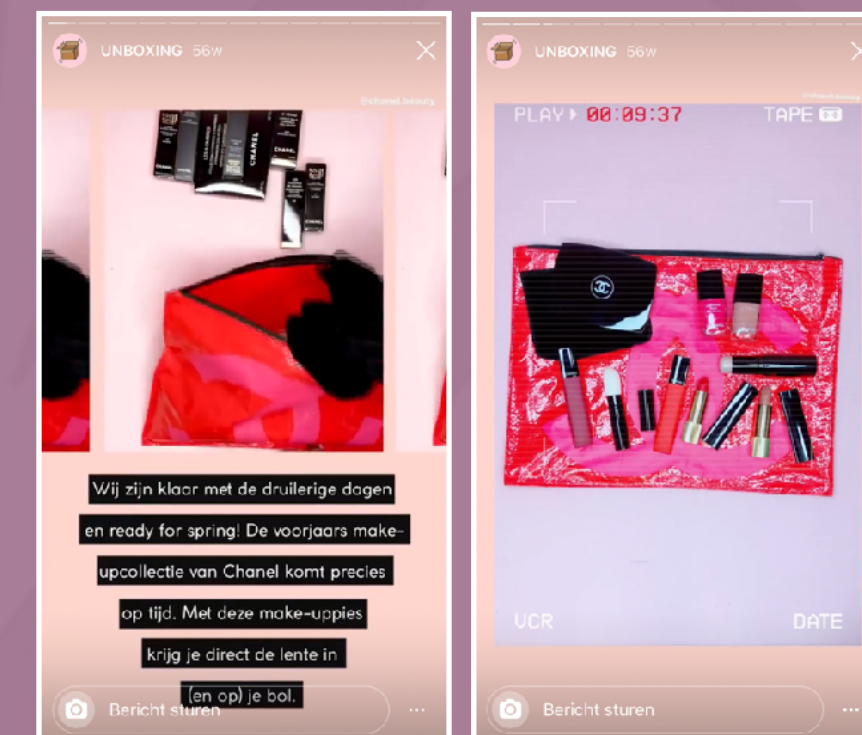
Laat je volgers unboxing video's delen o.v.v. een hashtag

4 INTERVIEW

Interview je klanten die zijn geholpen met je product of dienst

5 USER GENERATED CONTENT

Maak een Story Highlight aan met foto's van je users waar ze het product gebruiken



The End.

Ik hoop dat je iets aan de voorbeelden hebt gehad! Sowieso fijn om wat structuur aan te brengen in de ideeën, vind je niet?

In mijn Content Shop vind je trouwens meer (gratis) tips en templates die je kunt gebruiken voor je content activiteiten. Deze zal ergens deze zomer live gaan. Sorry! Nog even geduld :)

Mocht je vragen hebben of even ergens over willen sparren, dan kan je me altijd een berichtje sturen via mijn website of op berber@bureauberber.nl.

Heel veel succes!



BUREAU BERBER
Contentadvies en Content Shop

www.bureauberber.nl
06.45.19.20.209

 **BEZOEK DE CONTENT SHOP**

