

Instagram: bereik meer met minder

26-03-2019 09:23



Naarmate Instagram groeit, wordt het lastiger om op te vallen bij een bepaalde doelgroep. HubSpot en Mention hebben 48 miljoen posts en het Instagramgedrag van meer dan 300.000 topgebruikers wereldwijd geanalyseerd. Op basis daarvan doen zij de volgende aanbevelingen:

Bij gebruik van meer dan vijf hashtags daalt engagement ratio Twee keer zoveel engagement met een video dan met elke andere post Taggen: vanaf vijf personen keldert het engagement Micro-influencers zijn het meest kostenefficiënt en ook het meest invloedrijk

Een video ontvangt gemiddeld 150 comments per post, terwijl een foto er nog geen 70 krijgt. Hierbij zijn de grootste influencers en virals ook meegenomen. De gemiddelde Instagrammer ontvangt nog geen vier reacties op een video.

Andere tactieken voor meer traffic en engagement zijn het gebruik van hashtags en het taggen van volgers en key members. Waar eerder gold dat zoveel mogelijk hashtags (Instagram biedt optie tot 30) en tags het bereik zo groot mogelijk maakte, blijkt nu dat het engagement na 4 of 5 hashtags en tags razendsnel stagneert. Kwaliteit gaat boven kwantiteit. Dat geldt ook voor het inzetten van influencers. Marketingmanagers zijn bereid om 20 tot 80 duizend euro aan een influencers campagne uit te geven. Toch blijkt dat de micro-influencers - die zo'n 50.000 tot 100.000 volgers hebben - het meeste impact hebben op hun volgers en ook nog eens het best betaalbaar zijn.

De juiste content voor de juiste doelgroep

“In 2019 zou iedere social media marketingstrategie zich erop moeten richten om betrokken te zijn bij en waarde toe te voegen aan de doelgroep en community. Dit rapport laat zien dat merken die video goed inzetten, niet te veel hashtags gebruiken en de influencers waarmee ze samenwerken zorgvuldig uitzoeken, zich in een goede positie bevinden om op te vallen in de zeer drukke wereld van Instagram. Merken die willen leren hoe ze het meest uit hun Instagram-marketingstrategie kunnen halen, kunnen de gratis Academy cursus “Developing an End-to-End Instagram Marketing Strategy For Your Business” van Hubspot volgen”, zegt Mark Whelan, Senior Marketing Manager bij Hubspot.

Over het onderzoek

Het online onderzoek is uitgevoerd door Hubspot door middel van databaseanalyse en online monitoring van ruim 48 miljoen posts en meer dan 300.000 van Instagrams topgebruikers. Het volledige rapport is hier in te zien.

Frank Veerkamp