

Eventbrite

Het Instagram handboek
voor eventmarketing



Meer dan volgers: Instagram gebruiken voor ticketverkoop

Instagram is het sociale netwerk bij uitstek om het merk van je event op te bouwen. Veranderende algoritmes maken het steeds moeilijker om je event op social media te promoten, maar Instagram biedt een directe manier om met bezoekers in contact te komen. 80% van de Instagram-gebruikers volgt ten minste één bedrijf op Instagram, en 200 miljoen gebruikers bekijken dagelijks het profiel van een merk.

80%

van Instagram-gebruikers volgt ten minste één bedrijf op Instagram¹

200M

ledere dag bekijken 200 miljoen gebruikers het profiel van een merk²

Als je niet actief bent op Instagram, blijft je eventmerk achter. Het is echter niet je uiteindelijke doel om duizenden Instagram-volgers aan te trekken. Jouw doel is het verkopen van tickets, en tenzij je het platform op een strategische manier gebruikt, zal dat niet zomaar gebeuren.

Dus hoe kan je team je Instagram-account gebruiken om ook echt tickets te verkopen?

Kom te weten hoe slimme eventmerken Instagram van een eenvoudige betrokkenheidstool in een effectief verkoopconversieplatform kunnen omtoveren.

Deze gids is voor...

Oprichters, eigenaars en marketing directors van events die Instagram van een branded social tool willen omzetten naar een platform voor ticketverkoop, met meetbare ROI.

Wat je zult leren...

- Geavanceerde Instagram-strategieën om ticketverkoop te stimuleren
- Interface-elementen van Instagram die over het hoofd worden gezien maar die je team moet benutten
- Hoe je team advertentiecampagnes en campagnes met influencers kan lanceren

Inhoud

01 Profiel: Leg de basis voor je Instagram-strategie	06
02 Berichten: Breng je merk tot leven	09
03 Verhalen: Stimuleer directe betrokkenheid en daarmee ticketverkoop	13
04 Advertenties: Verdubbel je ticketverkoop	16
05 Influencers: Schakel merkambassadeurs en lokale trendsetters	20
06 Giveaways: Vergroot peer-to-peer-betrokkenheid	25
07 Maak het Instagram-gebruikers zo gemakkelijk mogelijk om een ticket te kopen	26

Instagram in cijfers



De basics...

800M

800 miljoen maandelijkse gebruikers en snel groeiend.³

100M

2,1 miljoen dagelijkse gebruikers in Nederland.⁴

18-35

Het gebruikersbestand bestaat voornamelijk uit millennials, maar Instagram wordt steeds populairder onder alle leeftijdscategorieën.⁵

Het potentieel voor merken...

2M

2 miljoen adverteerders profiteren van de advertentiemogelijkheden van Instagram, aangedreven door Facebook.⁶

14%

14% van de millennials zegt bereid te zijn een product te kopen van iemand die ze op Instagram volgen.⁷

En, misschien wel het belangrijkste...

30%

30% van de Instagram-gebruikers heeft wel eens iets gekocht wat ze voor het eerst op Instagram hebben gezien.⁸

Het profiel van je event is de fundering voor je Instagram-marketing. Het is een momentopname van je merk, een eerste blik op je berichtenportfolio en een uiterst visuele en tekstuele beschrijving van wie je bent. Gebruikers navigeren naar je profiel wanneer ze meer te weten willen komen over wat je event inhoudt of als ze het willen bijwonen.



PRO
TIPS

Wil je verifiëren dat je account wordt beheerd door je eventmerk?

Het blauwe vinkje naast Instagram-gebruikersnamen is enigszins ongrijpbaar. Instagram maakt niet publiekelijk bekend hoe deze verificatie wordt toegewezen, je kunt het niet zomaar aanvragen of ervoor betalen. De meest directe manier om je Instagram-account te verifiëren, is je aantal volgers te laten groeien. Grotere accounts worden meestal geverifieerd.

Deze waardevolle plek in het profiel van je event is echter beperkt tot één URL en een bio van slechts 150 tekens. En er is nog een mogelijk struikelblok: om je bereik te maximaliseren moeten mensen die op Instagram zoeken, jouw profiel kunnen vinden.



Instagram handle name



FOLLOW

Voor merken die meerdere events organiseren en veel te vertellen hebben, is het cruciaal dat je team de informatie hier terugbrengt tot de essentie:

- Beknopte, boeiende teksten
- Een helder beeld
- De juiste URL
- Vindbare trefwoorden
- Relevante hashtags

“ De vaart zit erin op Instagram. Als je het mensen te moeilijk maakt, verlies je hun interesse

— Christy Huggins, Senior Social Media Manager bij Eventbrite.



PRO
TIPS

Gebruik je enige URL met verstand

De link in je profiel is de beste kans om via Instagram tickets te verkopen. Sommige merken maken een specifieke landingspagina voor Instagram-verkeer om bezoekers die door verschillende Instagram-berichten geïnteresseerd zijn geraakt, wegwijs te maken. Als je meerdere events promoot, kun je hier voor ieder event een teaser plaatsen, met onderliggende links om mensen naar de juiste pagina te leiden.

Als je een ticketplatform zoals Eventbrite gebruikt, kun je gebruikers rechtstreeks naar je organisatorprofiel op Eventbrite sturen, waar ze al je events en andere links in je bio kunnen zien. Zorg ervoor dat, waar je team de bezoekers ook heen stuurt, de site is ontworpen voor mobiele apparaten, omdat de meeste Instagram-gebruikers daar te vinden zijn.



Merk in de kijker: Eat Drink SF

Eat Drink SF bereikt veel in de kleine ruimte op hun Instagram-profiel.



- Wat:** een eersteklas festival voor eten en drinken
- Wie:** foodies
- Waar:** San Francisco
- Wanneer:** elk jaar in augustus
- Hoe:** eatdrink-sf.com

De bio van [@eatdrinksf](#) heeft nog iets extra's: een speciale hashtag #EDSF die volgers ertoe aanzet eventgerelateerde berichten te taggen. En ze verspillen geen enkel teken.

Het hele jaar door consistente, hoogwaardige content publiceren op sociale media kan een hele uitdaging zijn voor eventmerken. Het spreekt voor zich dat je line-ups of de startdatum van je ticketverkoop kunt aankondigen, maar van dag tot dag moet je team een veel breder verhaal vertellen.

“Je account moet waarde hebben voor je gebruikers en niet alleen een platform zijn voor ticketverkoop. Je moet de verkoop van dat ticket echt verdienen.”

— Christy Huggins, Senior Social Media Manager bij Eventbrite



79%

Berichten met geolocatielabels krijgen 79% meer betrokkenheid⁹

In je berichten kun je betrokkenheid en loyaliteit opbouwen die tot ticketverkoop leidt. Je team moet profiteren van alle manieren waarop je op Instagram je merk vorm kunt geven met organische content, bijvoorbeeld:

- **Fotoalbums plaatsen** met een bepaald thema (tot 10 foto's tegelijk)
- **Video's delen** (videoweergaven op Instagram zijn sinds vorig jaar meer dan 80% gestegen ¹⁰)
- **Aangepaste hashtags en geolocatietags gebruiken** om je bereik te vergroten
- **Influencers taggen** die met je event te maken hebben, zoals artiesten, sprekers, sponsors of leveranciers

Als je team gedurende de maanden vóór je ticketverkoop gebruikers warm maakt voor je event, zijn je volgers eerder geneigd om een ticket te kopen. Laat je team ter inspiratie de volgende twee voorbeelden zien van eventmerken die hun Instagram-marketing onder de knie hebben:



7/10

hashtags op Instagram zijn gemaakt door een merk¹¹

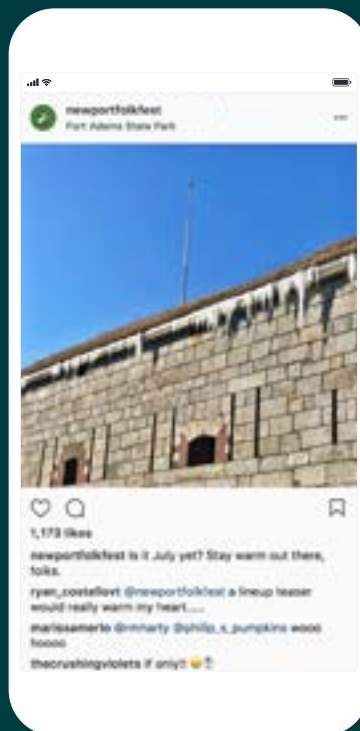


Merk in de kijker: Newport Folk Festival

Al bijna zestig jaar lang wordt in augustus het Newport Folk Festival gehouden aan de kust van Rhode Island. Om te zorgen dat fans het festival de rest van het jaar niet zomaar vergeten, kiest het socialmediateam voor een creatieve aanpak.

Ze recyclen niet enkel oude clips en foto's en laten hun 36.000 volgers niet alleen maar teasers voor volgend jaar zien. Omdat Newport Folk Festival het hele jaar door nauw betrokken is met de lokale muziekgemeenschap, biedt [@newportfolkfest](#) fans continu ideeën voor livemuziek. Bovendien publiceren ze eerbetonen en dankbetuigingen aan muziekiconen en -legendes in de bredere folkgemeenschap.

Geïnspireerd? Deel praktische tips, inspirerende citaten of interviews uit de branche op je Instagram-pagina.





Merk in de kijker: San Francisco Ballet

Ballet is een visueel medium, en de creatieve Instagram-berichten van San Francisco Ballet weerspiegelen de esthetische precisie van deze dansstijl.

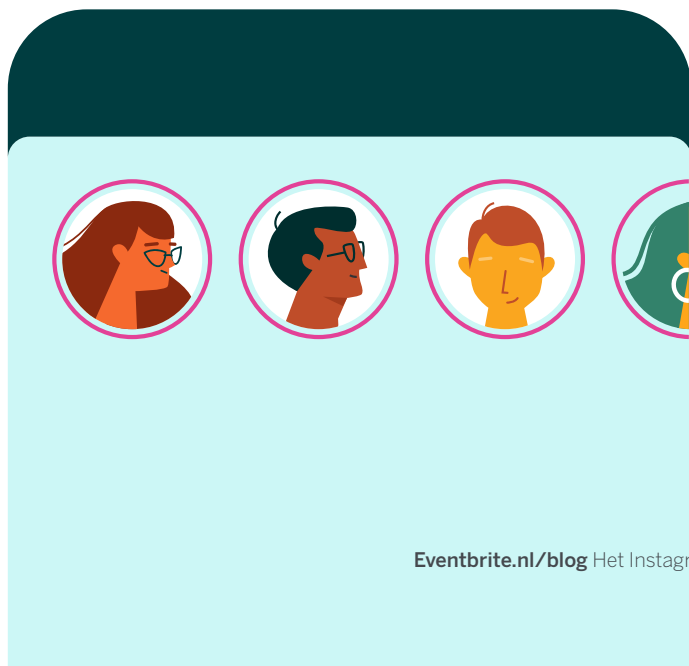
[@sfballet](#) plaatst vaak een reeks foto's die een mozaïek vormen wanneer je ze bekijkt in de standaard rasterindeling op de profielpagina van het bedrijf. Deze verbluffende beelden helpen het verhaal van het San Francisco Ballet op een unieke manier te vertellen. De conclusie voor je merk? Wees creatief met de manier waarop je berichten samenvoegt om gebruikers een groter verhaal over je events te vertellen.



In berichten toon je het beste van wat je merk te bieden heeft, en in Stories laat je zien wat er nu gaande is. Voeg enkele foto's en korte video's (van 10 seconden) samen en je hebt een vluchtig verhaal dat slechts 24 uur blijft staan.

Met dagelijks meer dan 300 miljoen actieve gebruikers zijn Instagram-Stories de toekomst van het platform¹². Eventmerken kunnen deze kortstondige manier van publiceren op een strategische manier toepassen:

- **Content testen:** Stories zijn ideaal voor het testen van nieuwe technieken en soorten content in een tijdelijke omgeving.
- **Teasers:** Publiceer voordat je artiesten of sprekers aankondigt een teaser met hints zoals de initialen van de spreker of een wazige foto die je volgers zelf moeten ontcijferen.
- **Creëer FOMO:** Aangezien deze berichten verdwijnen, kan het tonen van insiderinformatie, content achter de schermen of flitsaanbiedingen FOMO (Fear Of Missing Out) opwekken.



300M

300 miljoen mensen bekijken en maken elke dag Stories op Instagram¹³

Sterker nog, als eventmerk kun je kijkers in eventbezoekers omzetten door middel van deze strategieën:

- **Links naar je ticketpagina toevoegen:** Zodra je 10.000 volgers hebt, kan je team klikbare links aan je verhalen toevoegen (wat niet mogelijk is bij traditionele Instagram-berichten). Zorg ervoor dat je team deze kans niet laat lopen en hier ten minste één keer per week gebruik van maakt.
- **Je meest succesvolle Stories omzetten in gesponsorde advertenties:** Als je Instagram-account een zakelijk account is (hierover kun je meer lezen op de volgende pagina), kun je vanuit je Stories met advertenties direct naar je ticketpagina verwijzen.

De Stories functie is een paradepaardje van Instagram, en het platform begint er steeds meer de nadruk op te leggen. Zo is er bijvoorbeeld geïntegreerde promotie van Stories in de feed van gebruikers en kunnen merken hoogtepunten van Stories weergeven op profielpagina's¹⁴. Als eventmerk is het cruciaal dat je team snel van deze functie gaat profiteren om geen kansen mis te lopen.



1/5

Bij 1 op 5 Stories sturen kijkers een chatbericht¹⁵



PRO
TIPS

Waarom het loont om als bedrijf actief te zijn op Instagram

In 2016 gaf Instagram merken voor het eerst de mogelijkheid om gratis te updaten naar de zakelijke profielstatus. Nu zijn er 25 miljoen actieve bedrijfsprofielen op Instagram¹⁶, en een derde van de meest bekeken Stories is van bedrijven¹⁷.

Bovendien zijn twee derde van de bezoekers van bedrijfsprofielen, gebruikers die dat profiel nog niet volgen. Dat zijn heel wat potentiële eventgangers, en bedrijfsprofielen bieden ook nog andere voordelen...

- **Data:** Bedrijfsprofielen hebben toegang tot data die gewone gebruikers niet kunnen zien, waaronder inzichten in zowel berichten als Stories, zodat je de cijfers kunt zien voor je bereik, indrukken, reacties en hoeveel bezoekers afhaken.
- **Contact:** Bedrijfsprofielen hebben een contactknop in hun bio zodat volgers gemakkelijker contact kunnen opnemen.
- **Moeiteloos advertenties maken:** Bedrijven kunnen berichten en Stories in advertenties omzetten of nieuwe advertenties maken met geïntegreerde tools die vroeger alleen op Facebook beschikbaar waren.
- **Mogelijkheid om te taggen:** Bedrijven kunnen hun producten in een bericht taggen nadat ze deze via Facebook hebben gemaakt. Voor events betekent dit dat je jouw merchandise, leveranciers of andere producten voor je event in Instagram-berichten kunt taggen voor een directe inkomstenstroom.

04 Advertenties: Verdubbel je ticketverkoop

Als advertentiestrategie streeft Instagram een geïntegreerde, authentieke ervaring na. Van gesponsorde berichten in de feed van gebruikers tot volwaardige advertenties op volledig scherm in de verhalen, de gebruikerservaring is consistent en vloeiend.

“Ieder event met geweldige visuele content en een verhaal om te delen, moet adverteren op Instagram, zeker als het kernpubliek actief is op Facebook en Instagram, d.w.z. millennials en jongere mensen.”

— Linda Chen, Performance Marketing Manager bij Eventbrite

Met de kracht van de geavanceerde targeting algoritmes van Facebook achter Instagram-advertenties, kan je team zich op specifieke microgroepen richten en volgers zoeken die een bepaald gedrag vertonen, zoals het volgen van andere eventmerken.

Naast je profiel is een advertentie de enige plaats waar je een directe link naar je ticketpagina kunt insluiten.

Daarmee is het een essentiële tool om fans in ticketkopers om te zetten.



PRO
TIPS

Maak Instagram-advertenties die werken

Wil je Instagram-advertenties serieus nemen, dan kun je tools gebruiken zoals ToneDen waarmee je het uiterste uit je reclamebudget voor Instagram (en Facebook) kunt halen met automatisering en optimalisatie.

ToneDen plaatst de advertenties voor jou, bepaalt een specifiek doelpubliek en automatiseert A/B-testen om je advertenties te verbeteren en verfijnen voor de beste resultaten. Eventbrite-klanten kunnen dit gehele proces beheren vanaf het Eventbrite-dashboard voor snellere onboarding en een meer geïntegreerde ervaring.

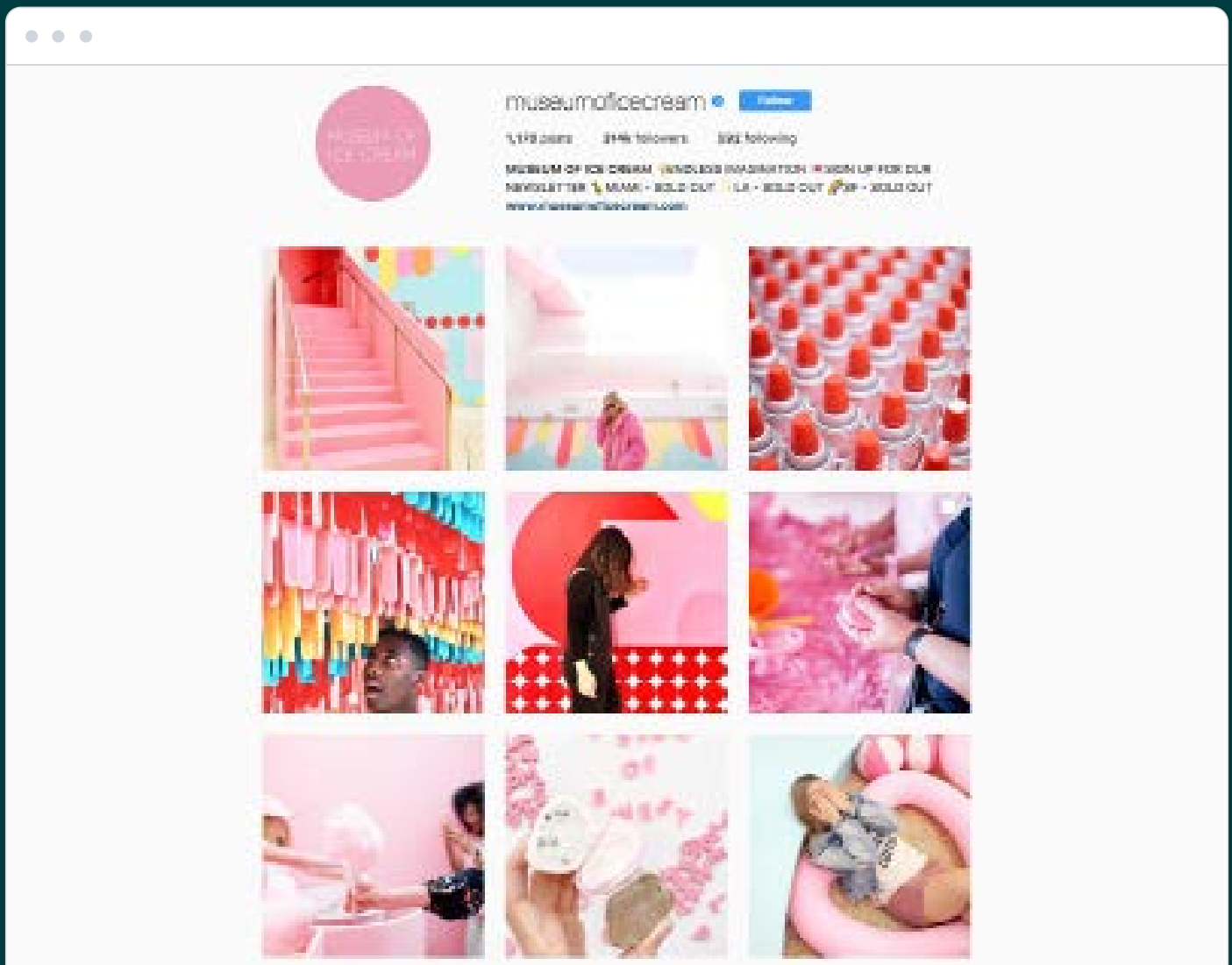
“ Als je jouw content bij de juiste mensen wilt krijgen, is het een pay-to-play omgeving. ”

— Ali Shakeri, CMO en mede-oprichter van [ToneDen](#)

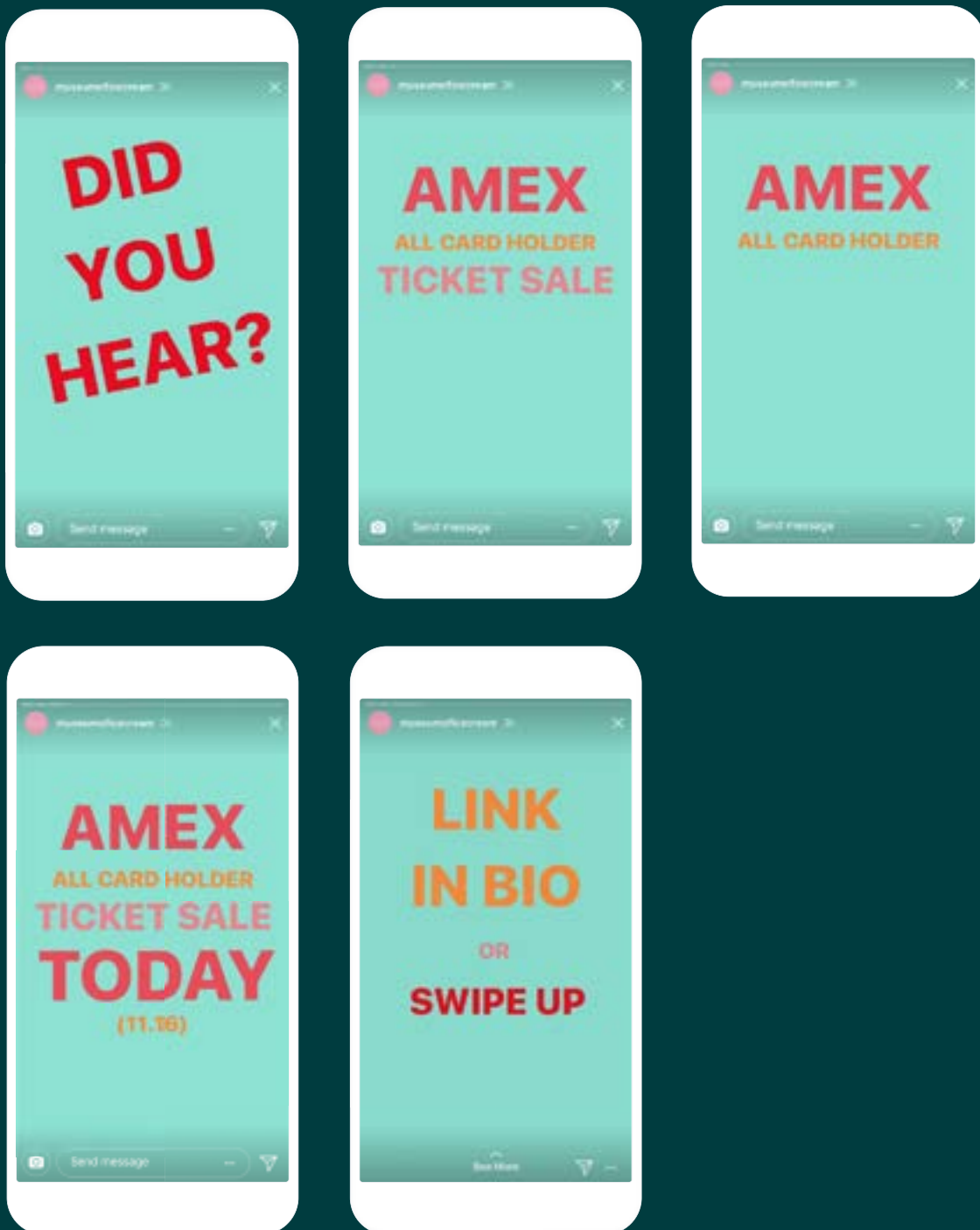
MUSEUM OF
ICE CREAM

Merk in de kijker: Museum of Ice Cream

De trendy pop-up tentoonstelling The Museum of Ice Cream is gewoon gemaakt voor Instagram. De verlekkerende esthetiek van het merk promoot events in de hele VS, in een regenboog van heerlijke kleuren en speelse beelden. De berichten springen van het scherm, en The Museum of Ice Cream maakt ook op slimme manieren gebruik van Instagram-Stories.



In een recente campagne werd een partnerschap met Amex gepromoot, waarbij kaartkopers speciale tickets werden aangeboden. [@museumoficecream](#) bleef bij het uitbundige grafische thema zonder dat dit afbreuk deed aan de boodschap van de advertentie. De call to action is snel en eenvoudig: de pop-up vraagt kijkers simpelweg omhoog te swipen om zich te registreren.



Instagram is een ecosysteem voor marketing, en influencers staan aan de top van de voedselketen. Ze variëren van [betaalde merkambassadeurs](#) met een enorme sociale aanhang tot micro-influencers, alledaagse fans die toevallig een groep toegewijde volgers hebben. En als je het goed aanpakt, kunnen die volgers binnenkort ook jouw event gaan volgen.

Het opbouwen van een relatie met een influencer is echter niet alleen een manier om je bereik te vergroten. Alle Instagram-wegen moeten uiteindelijk naar ticketverkoop leiden. Je team moet samenwerken met influencers wier volgers overeenkomen met je doelpubliek op het vlak van interesse, demografie en locatie.

Hier zijn enkele ideeën voor campagnes met influencers:

- Lanceer campagnes met influencers rond data waarop je tickets in de verkoop gaan
- Geef influencers gratis tickets voor je event zodat ze hun ervaring online kunnen delen
- Laat een influencer de Instagram-Stories in je account tijdelijk overnemen, zodat ze hun fans ertoe kunnen aanzetten om je account te volgen als ze niets willen missen
- Geef influencers promotiecodes die ze met hun fanbase kunnen delen (dit is een erg effectief hulpmiddel als je samenwerkt met lokale trendsetters of micro-influencers, die hun fans maar al te graag belonen met een extraatje)

Zorg er wel voor dat je team de voorwaarden van je relatie duidelijk heeft gemaakt voordat de promotie begint. [In dit artikel](#) kunnen ze hierover meer te weten komen.



PRO
TIPS

Tools voor het opbouwen van een campagne met influencers

Het beheren van een hele marketingcampagne met influencers kan zelfs voor het meest bekwame eventteam een hele kluit zijn. Om hun inspanningen efficiënter te maken, kun je een teamlid vragen een van deze technologische hulpmiddelen te bekijken om het juiste influencersprogramma voor jou te vinden en beheren.

- **SocialRank** identificeert potentiële invloedrijke Instagram-accounts binnen je bestaande publiek op basis van onder andere locatie, aantal volgers en betrokkenheid.
- **Scrunch** helpt je team influencers te vinden op basis van onderwerpen en trefwoorden, en brengt je vervolgens met die mensen in contact.
- **SocialLadder** stelt een team van merkambassadeurs samen vanuit de fanbase van je event, en voorziet ze van exclusieve promotiecodes.
- **Verve** motiveert fans om tickets voor jou te verkopen met een geautomatiseerd beloningssysteem en coaching.

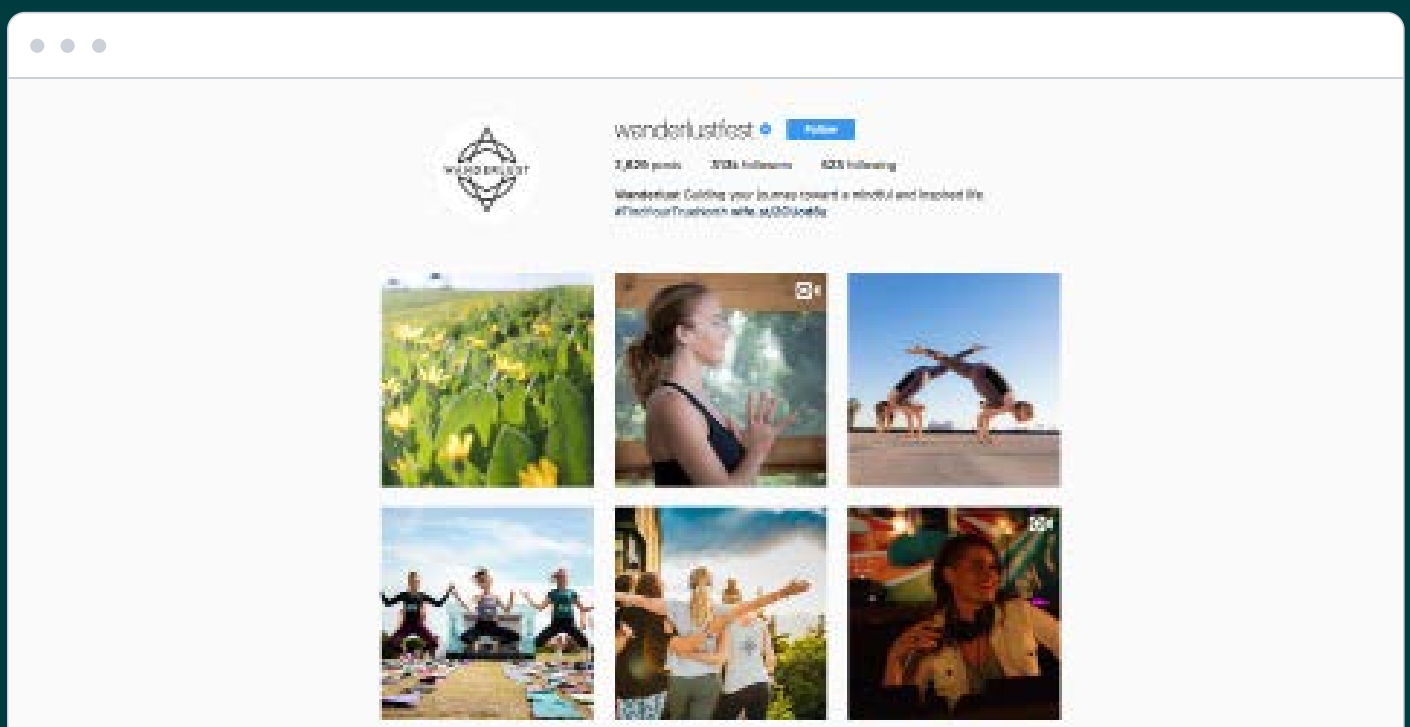


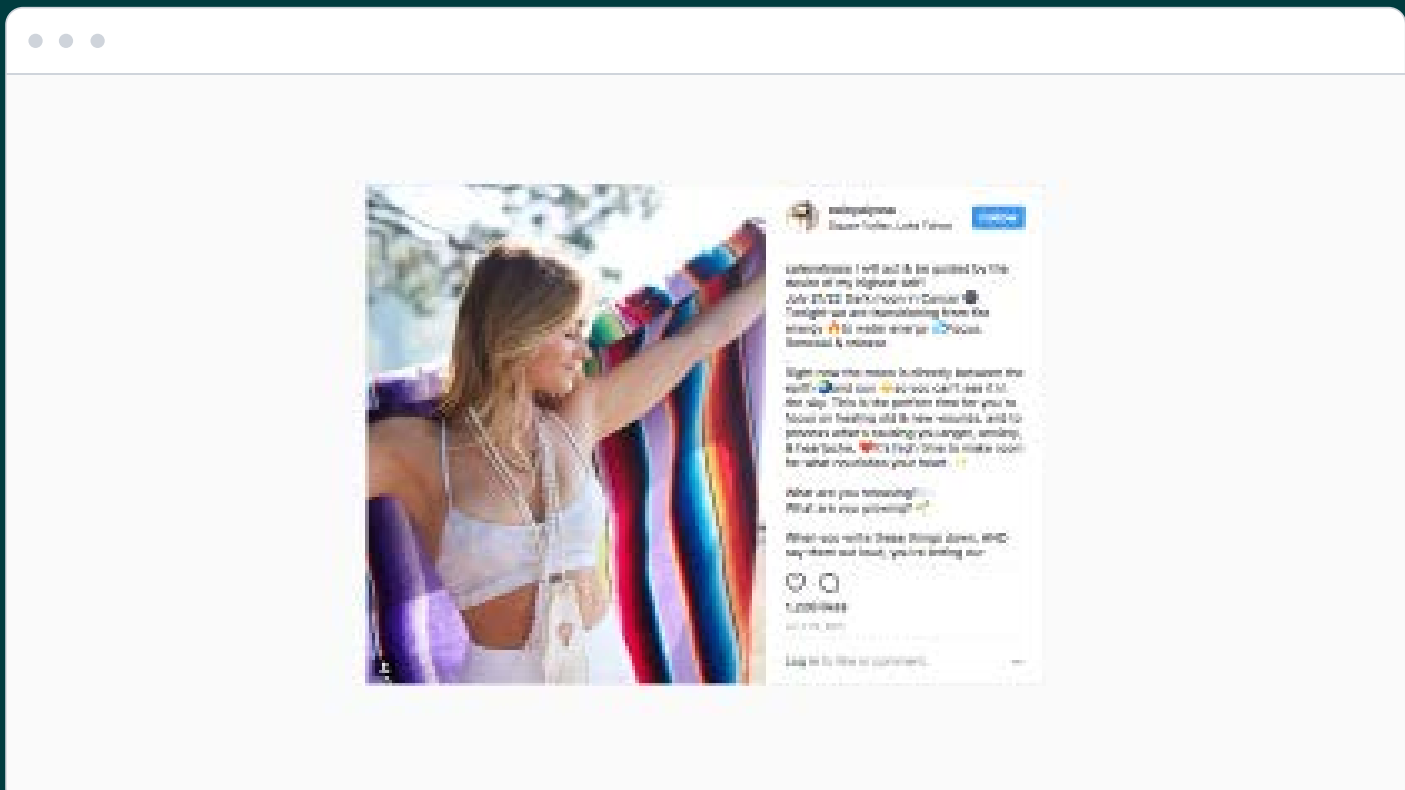
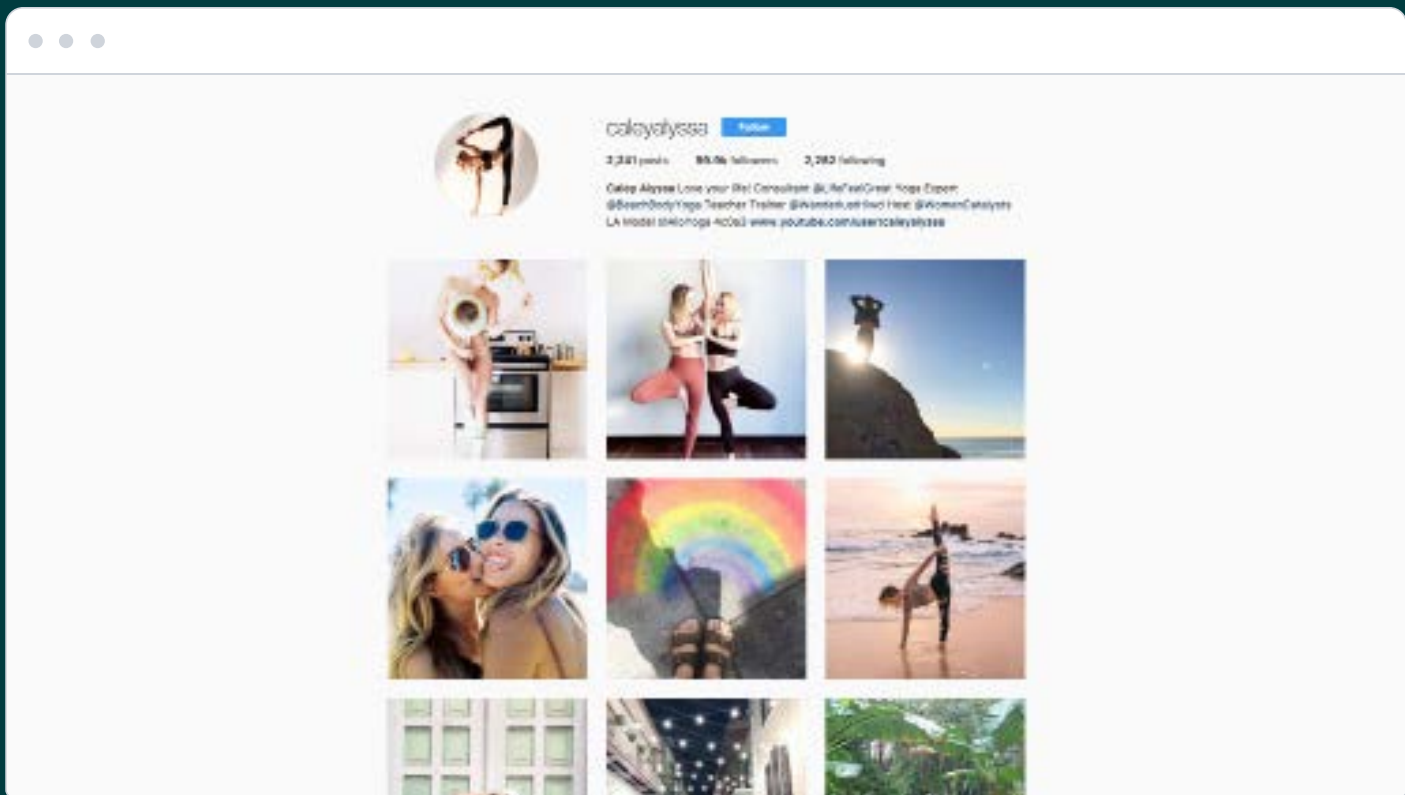
Merk in de kijker: Wanderlust Festival

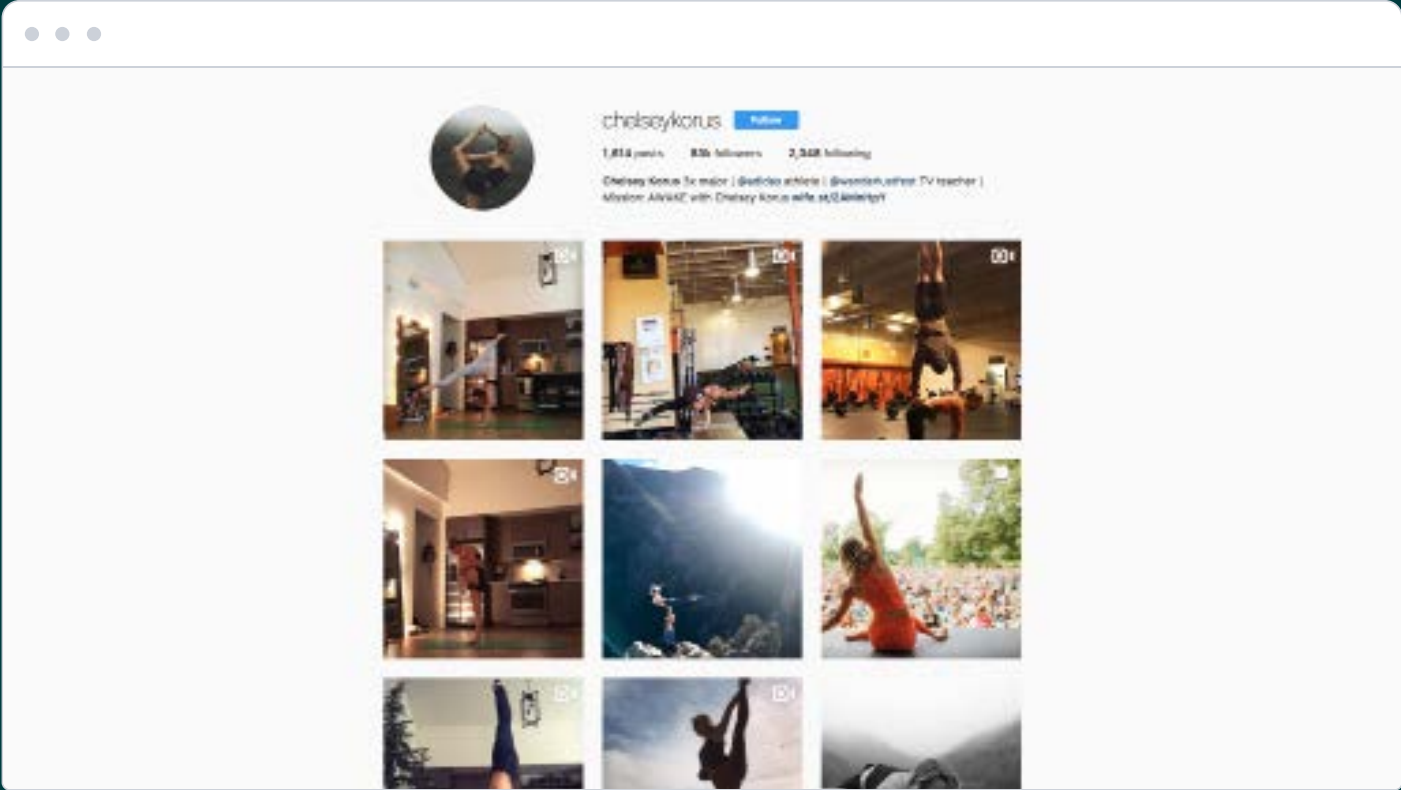
Wanderlust is begonnen als een yogafestival, maar dit wereldwijde merk is nu uitgegroeid tot zoveel meer: wellnessevents over de hele wereld, 'mindful triathlons', het streamen van Wanderlust TV en producten die je tijdens alle bovenstaande gelegenheden kunt dragen. Met zo'n overvloedig arsenaal is Instagram een onmisbare marketingtool waarmee Wanderlust het hele jaar door verhalen kan vertellen die ervaringen samenbrengen tot één merk.

[@wanderlustfest](#) heeft ook een indrukwekkende lijst van bestaande influencers onder de duizenden yogadocenten, wellnessambassadeurs en productmakers die hun naam verbinden aan de status van het merk.

Het is dan ook niet verwonderlijk dat Wanderlust een fulltime Community & Influencer Coordinator in dienst heeft. Een symbiotische relatie met ondernemende social influencers geeft Wanderlust een essentieel marketingvoordeel.







Instagram-algoritmes bepalen waar en wanneer berichten in feeds verschijnen. Berichten met de grootste betrokkenheid, zoals de meeste likes, reacties, videoweergaven, chatberichten (DM's), gedeelde berichten, weergaven van Stories en live-video, doen het beter. Eventmerken zeggen vaak dingen als: 'Tag een vriend om kans te maken op een ticket voor ons event'.

Giveaways op social media zijn effectief omdat ze volgers bij je event betrekken. Elke nieuwe gebruiker die wordt getagd, is een extra paar ogen op je bericht.

Maar het is het herhalen waard: je ultieme doel met Instagram kan en moet ticketverkoop zijn. De wet van de aantrekkingskracht werkt goed met Instagram-giveaways: verleid je volgers met de kans om iets te winnen, zoals tickets, VIP-upgrades, producten van sponsors of andere unieke eventervaringen. Zij vragen op hun beurt andere gebruikers om deel te nemen. Haal ze over met je giveaways en zet ze om in kopers met je content.

“Er is een directe relatie tussen merkaffiniteit en de toegangsdrempel. Als je aan een giveaway kunt deelnemen door een bericht leuk te vinden, is dat redelijk laagdrempelig. Met content die door gebruikers is gemaakt, trek je daarentegen je grootste fans aan, namelijk merkloyalisten.”

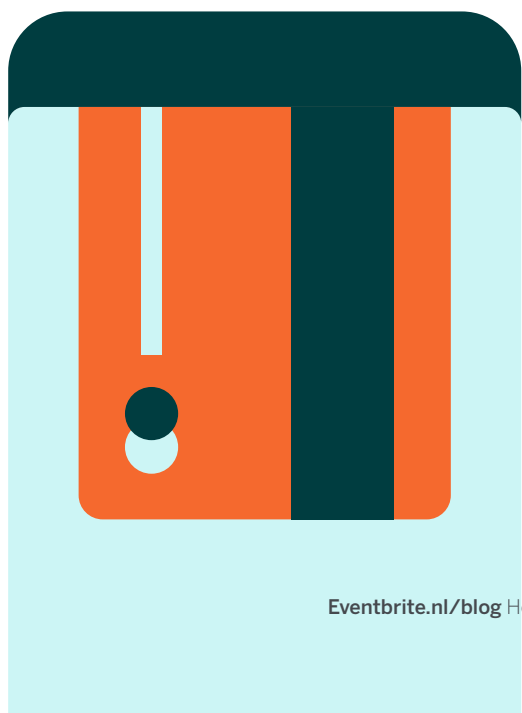
— Linda Chen, Performance Marketing Manager bij Eventbrite

Maak het Instagram-gebruikers zo gemakkelijk mogelijk om een ticket te kopen

Je doet al het nodige om je Instagram-volgers naar je website te leiden, nu moet je ze alleen nog omzetten in ticketkopers. De overgrote meerderheid van Instagram-gebruikers maakt gebruik van de mobiele app, wat betekent dat de meeste gebruikers die je via Instagram bereikt, op hun telefoon naar je website en ticketpagina gaan.

Voorkom dat je Instagram-publiek gefrustreerd raakt door een website die op een klein scherm haast niet te zien is. Zo kun je dit voorkomen:

- Je website wordt goed weergegeven en er is geen toetsenbord, muis of trackpad nodig om hierover te navigeren
- Bezoekers hoeven niet in te zoomen om een ticket te kopen op je site, of horizontaal te scrollen om alle velden in een formulier te zien
- Je gebruikt een ticketpartner met een responsive site die is ontwikkeld om het voor Instagram-gebruikers zo gemakkelijk mogelijk te maken om tickets te kopen



160% ↑

Bij de ontwikkeling van een ticketsite die er goed uitziet op een mobiele telefoon, gaat het niet alleen om het ontwerp. Uit onderzoek blijkt dat er 160% meer aankopen worden voltooid wanneer het betaalproces is geoptimaliseerd voor mobiele apparaten.

Neem de volgende stap

Als je wilt dat je team niet alleen een hype creëert, maar de technologie van Instagram ook echt benut om ticketverkoop en loyaliteit onder bezoekers te stimuleren, heb je technologie nodig die de gestroomlijnde gebruikerservaring van Instagram doortrekt naar je website.

Wil je weten hoe je team het afrekenproces van je event kan verbeteren voor een hogere conversie van socialmediagebruikers, neem dan contact met ons op of bel naar het nummer 0800 - 265 9199.

¹ <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats>

² <https://business.instagram.com/a/toolkit>

³ <https://techcrunch.com/2017/09/25/instagram-now-has-800-million-monthly-and-500-million-daily-active-users/>

⁴ <https://techcrunch.com/2017/09/25/instagram-now-has-800-million-monthly-and-500-million-daily-active-users/>

⁵ <https://business.instagram.com/blog/welcoming-two-million-advertisers/>

⁶ <https://www.eventbrite.com/blog/how-to-use-instagram-to-promote-your-food-and-drink-event-ds00/>

⁷ <https://www.yotpo.com/blog/instagram-data/>

⁸ <https://business.instagram.com/blog/welcoming-two-million-advertisers/>

⁹ <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/>

¹⁰ <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/>

¹¹ <https://business.instagram.com/a/toolkit>

¹² <https://business.instagram.com/blog/bringing-insights-and-ads-to-stories/>

¹³ <https://business.instagram.com/a/toolkit>

¹⁴ <https://marketingland.com/instagram-now-lets-brands-feature-stories-highlights-profile-pages-229679>

¹⁵ <https://techcrunch.com/2017/11/30/instagram-25-million-business-profiles/?ncid=rss>

¹⁶ <https://business.instagram.com/blog/bringing-insights-and-ads-to-stories/>

¹⁷ <https://www.digitalcommerce360.com/2014/10/01/mobile-shoppers-convert-160-more-often-optimized-sites/>

eventbrite

Hét platform dat live experiences mogelijk maakt.

Eventbrite brengt mensen samen door live experiences. Honderdduizenden organisatoren* gebruiken Eventbrite om tickets te verkopen en evenementen te beheren en te promoten. Regel on-site operations en analyseer je verkoopresultaten vanuit meerdere kanalen via ons platform.



Laat je evenement groeien

Via Eventbrite worden jaarlijks miljoenen tickets** verkocht.



Vereenvoudig je planning

Promoot, beheer en analyseer je evenement vanaf ieder apparaat



Maak een professionele indruk

Verras je bezoeker met het eenvoudige aankoopproces, de gemakkelijke toegang tot tickets en een snelle entree

[Praat met een expert](#)