



Het social media algoritme simpel uitgelegd



&

*10 manieren
waarop het in
jouw voordeel
werkt!*



LINKEDIN | INSTAGRAM | TIKTOK | FACEBOOK | YOUTUBE

www.ikbenmarko.nl

Introductie:

Social media is een onlosmakelijk onderdeel van de maatschappij, of je het nou gebruikt of niet. Op social media vind je nieuwe schoolsystemen, overheidsinstanties, bedrijven, hechte groepen en unieke individuen.

Kinderen gaan ervan huilen, tieners zoeken validatie en volwassenen denken de wereld te redden door nieuwsartikelen te delen en de senioren worden beïnvloed door hun familie die dus een deel van hun dag op social media besteed.

Vaak schets ik de social media als de wereldkaart en de platforms als de landen:

Zo is bijvoorbeeld **TikTok** net als Brazilië een prachtig mooi natuurgebied met veel gevaren, maar ook kansen voor ontwikkeling.

Instagram is een soort Spanje, warm, mooi, relaxed en een leuke plek om naar vakantie te gaan!

LinkedIn daarentegen is zoals Scandinavië, iets kouder, minder lange dagen, serieuze mensen, maar heel veel kans op business en ontwikkeling.

Facebook is een beetje Nederland, België en Duitsland bijeen: er gebeurt van alles, het is onwijs divers en voor iedereen makkelijk toegankelijk.

YouTube is Amerika. Het denkt wereldleider te zijn als zoekmachine en contentplatform. Tegelijkertijd biedt het "The American Dream" aan elk bedrijf en ondernemer, want als je lang de aandacht weet te behouden, dan gaan ze je goed uitbetalen.

1. Hoezo het algoritme werkt zoals het werkt

Zie elk social media platform als een televisiezender.

Stel LinkedIn is RTL 4 en Instagram is Discovery Channel. Dan vindt LinkedIn het niet leuk als je in een bericht doorverwijst naar Instagram, dus geven ze jouw bericht minder bereik.

Net zoals RTL 4 het meeste kijktijd wil hebben van alle zenders, vecht ook elk social media platform voor hetzelfde. Het is nou eenmaal de nieuwe televisie en radio.

Het werkt dus ook niet zo goed om mensen door te sturen naar een YouTube video vanuit je LinkedIn bericht. Probeer simpelweg voor jezelf te ontdekken hoe jij het langst mogelijk de aandacht kan behouden op het gekozen social media platform.

Of je nou kijkt naar LinkedIn, Instagram, TikTok, Facebook, YouTube of Twitter, ze willen allemaal het meeste aandacht, oftewel kijktijd per gemiddelde kijker hebben.

En jij, als creator kan ze daarbij helpen door content te maken waardoor kijkers met soortgelijke interesses geboeid raken en je zo snel een leuk online publiek verzamelt!



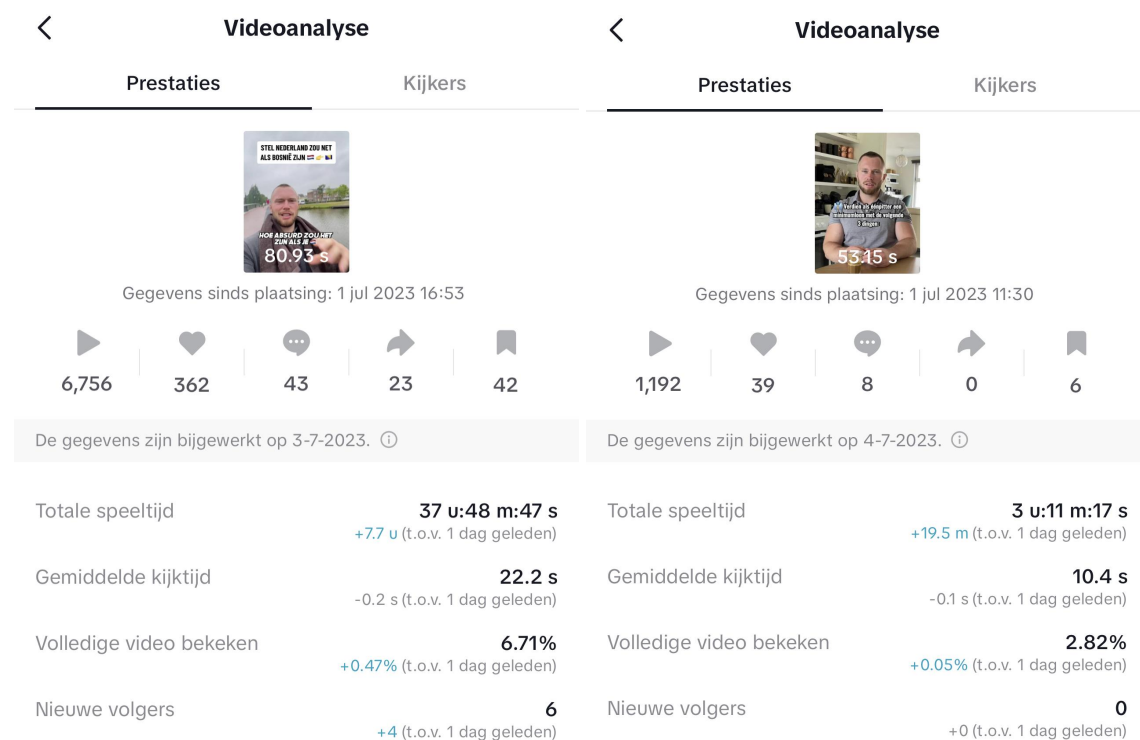
2. Hoe behoud je dan de aandacht met een post op social media?

Het algoritme wil dat jij de aandacht leert te behouden en jezelf onderscheidt, dan helpen zij jouw account organisch groeien!

Ik onderscheid mezelf met persoonlijke verhalen, want alhoewel veel mensen een rijbewijs hebben behaald, heeft niemand dat op mijn manier behaald! Mijn vader ging cola flessen op een lege parkeerplek plaatsen en ik moest dan gaan parkeren zonder ze om te stoten. Unieke ervaring, toch? Mijn moraal uit dit verhaal is: probeer op unieke manieren jezelf te verbeteren.

Ik behoud de aandacht door mezelf af te vragen "waarom kreeg de ene korte video 1000 weergaven en de andere bijna 7000?"

Op de volgende pagina een korte video analyse op TikTok wat je een idee geeft over hoe het algoritme daar werkt:





Videoanalyse

Prestaties

Kijkers



Gegevens sinds plaatsing: 1 jul 2023 16:53



De gegevens zijn bijgewerkt op 3-7-2023. ⓘ

Totale speeltijd	37 u:48 m:47 s +7.7 u (t.o.v. 1 dag geleden)
Gemiddelde kijktijd	22.2 s -0.2 s (t.o.v. 1 dag geleden)
Volledige video bekeken	6.71% +0.47% (t.o.v. 1 dag geleden)
Nieuwe volgers	6 +4 (t.o.v. 1 dag geleden)

Deze video duurde ca. 80 seconden en de gemiddeld kijktijd is ca. 22 seconden oftewel $\frac{1}{4}$ deel van de video. De % mensen die de volledige video bekijken was 6,71% - **Verhoog dus je gemiddelde kijktijd!**



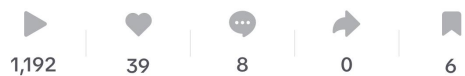
Videoanalyse

Prestaties

Kijkers



Gegevens sinds plaatsing: 1 jul 2023 11:30



De gegevens zijn bijgewerkt op 4-7-2023. ⓘ

Totale speeltijd	3 u:11 m:17 s +19.5 m (t.o.v. 1 dag geleden)
Gemiddelde kijktijd	10.4 s -0.1 s (t.o.v. 1 dag geleden)
Volledige video bekeken	2.82% +0.05% (t.o.v. 1 dag geleden)
Nieuwe volgers	0 +0 (t.o.v. 1 dag geleden)

Deze video duurde ca. 53 seconden en de gemiddelde kijktijd is ca. 10 seconden ofwel $\frac{1}{5}$ deel van de video. De % mensen die de volledige video bekeken was 2,28% - **Zet gewoon in om wat al heeft gewerkt!**
*Herhaal de **structuur** van de video's waarin jij tevreden was met het resultaat.*

Het Instagram algoritme

Na het delen van 1600+ berichten in de afgelopen 2+ jaar op een nieuw Instagram account, heb ik in totaal 5600+ volgers verzameld, waarbij +664 binnen een maand. Bij “**professioneel dashboard**” zie je dat 409.000 weergaven van mijn korte video’s (ook wel, **REELS**) komen. Deze hebben voor het algoritme de grootste groeipotentie.



Op deze pagina zie je een voorbeeld. Deze **REEL** video (korte video) heeft in totaal 67.515 mensen bereikt, waarvan ca. 43.000 op Instagram en ca. 24.000 op Facebook. Door de knop 'aanbevelen op Facebook' aan te vinken, krijg je wellicht 2x meer bereik. Soms is het algoritme voor je laten werken "ff een knop aanzetten".


Aanbevelen op Facebook

- Wanneer je reel wordt aanbevolen, wordt deze met je Instagram-gebruikersnaam weergegeven aan iedereen op Facebook. Je hebt geen Facebook-account nodig.
- Iedereen op Instagram en Facebook kan reels maken met je originele audio en via prompts die je start. Mensen kunnen je reel ook remixen als je hier toestemming voor hebt gegeven.
- Je kunt dit inschakelen voor deze reel en alle toekomstige reels, of alleen voor deze reel.

[Meer informatie](#)

11:57

Statistieken voor reels



Eerlijk, Turkse mensen doen dit TOP. Hoe help jij jou...

Burhan İşıyok · Güneşin Sesi
14 juni · Duur 0:23

42793 1118 47 -- 85


Statistieken voor reels

Weergaven op Instagram en Facebook	67.515
Reacties op Instagram en Facebook	1.182

Instagram

42.164
Bereikte accounts

2294 39.870
Volgers Niet-volgers



11:57

Statistieken voor reels

Instagram

42.164
Bereikte accounts

2294 39.870
Volgers Niet-volgers

Weergaven	42.793
Vind-ik-leuks	1.118
Aantal keer opgeslagen	85
Opmerkingen	47
Aantal keer gedeeld	--

Facebook

Weergaven	24.722
Reacties	64

Profielactiviteit

Volgers 130



Het LinkedIn Algoritme

LinkedIn is het enige platform waar je niet goed in hoeft te zijn met video. Hiermee bedoel ik het bedenken, filmen en bewerken ervan. Wees daarentegen multimediaal!

Je hebt een openingszin en des te specifiek, des te beter. Dan klikt men op 'meer weergaven' en krijgt het LinkedIn algoritme een signaal dat je actieve kijkers hebt.

Marko Bajić • U
Word een "Queen on Screen / King on Cam" met VIDEO STORY...
1 w •

Met ca. 340 LinkedIn profielvideo bezoekers heb ik ca. 50 e-mailadressen verzameld.
...meer weergeven

Dave van Leeuwen en 19 anderen 3 commentaren

Interessant Commentaar Reposten Versturen

917 weergaven Statistieken weergeven

Ook houdt LinkedIn van afbeeldingen en polls. Zo heb je per week **1 afbeelding**, **1 poll** en **1 video** en kan je ook daar weer mede dankzij het algoritme snel groeien!

Marko Bajić • U
Word een "Queen on Screen / King on Cam" met VIDEO STORY...
5 u • Bewerkt •

"Kies je niche" is verouderd marketing advies.
...meer weergeven

School, iets wat mij heeft geleerd om iets af te maken wat ik ben begonnen.
...meer weergeven

Je hebt geen ervaring nodig om te beginnen, door te beginnen doe je ervaring op.
U kunt zien hoe er gestemd wordt: [Meer informatie](#)

Eens	89%
Oneens	6%
Goeie!	6%
Anders, namelijk (typ reactie)	0%

36 stemmen • 6 d resterend • [Resultaten verbergen](#)

4 1 commentaar

Roger Richel van der Sar en 23 anderen 2 commentaren • 1 repost

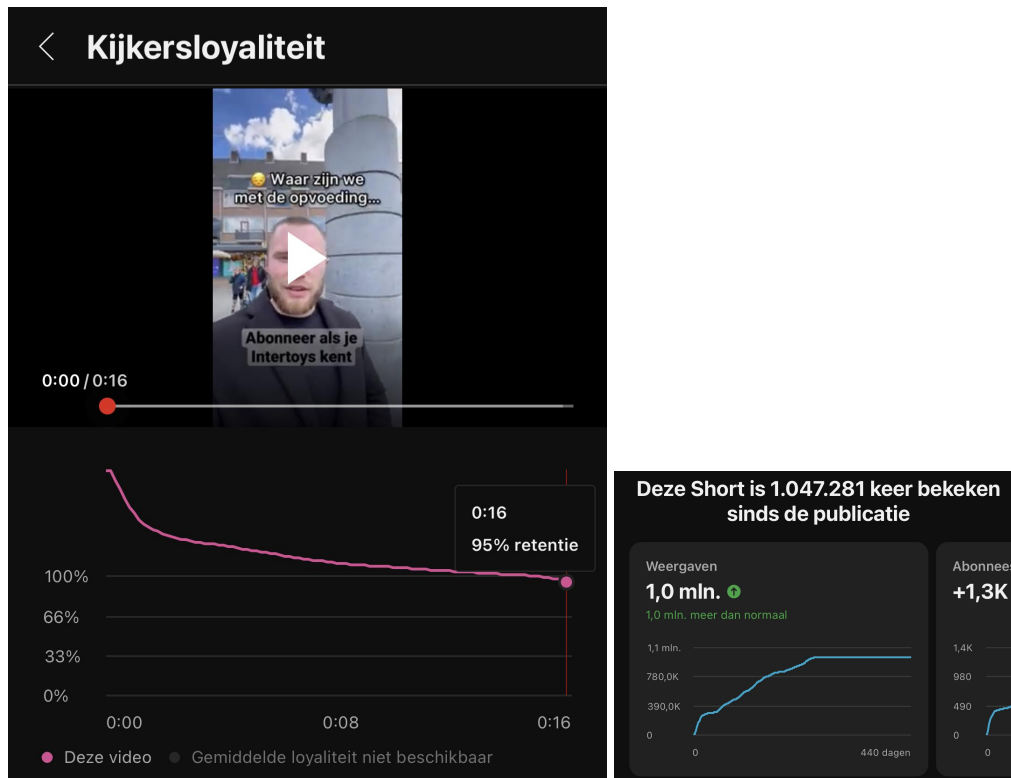
Interessant Commentaar Reposten Versturen

2.111 weergaven Statistieken weergeven

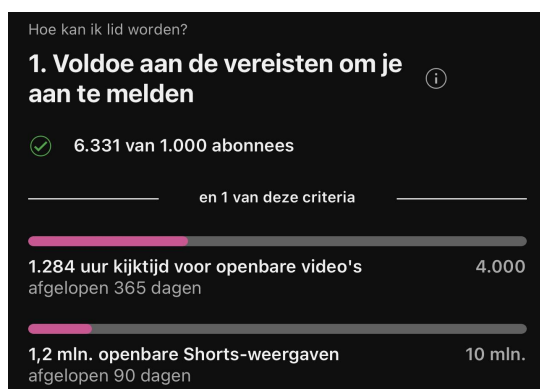
1.393 weergaven Statistieken weergeven

Het YouTube algoritme

Dit is een beetje hetzelfde principe als Instagram en TikTok, alleen anders verwoord. Dus niet verwoord als 'kijktijd' maar **'kijkersloyaliteit.'** Hoelang blijft een bestaande of nieuwe kijker op je bericht, waardoor het algoritme een signaal krijgt om dit videobericht aan soortgelijke kijkers te introduceren en door te sturen via hun YouTube overzicht. *In dit geval kreeg mijn best bekeken Short Video op YouTube 1+ miljoen weergaven en groeide ik door deze video met +1300 abonnees op YouTube:*



Hier heb ik geen drol aan verdient, omdat ik niet aan de eisen voldoe om me aan te melden voor het YouTube Partnerprogramma om te verdienen aan weergaven:



Ik heb 6331/1000 abonnees, maar nog niet genoeg kijktijd op korte en lange videos.

Mr. Beast is 's werelds grootste YouTuber en hij zegt dat 2 dingen belangrijk zijn voor lange video's:

1. ...of mensen klikken op je video, dus je miniatuurafbeelding en titel moeten goed zijn.
2. ...of mensen je video grotendeels afkijken en het liefst nog abonneren, reageren en liken of delen.



Dit zijn voor het algoritme allemaal signalen om jouw video aan meerderen aan te bevelen. Met lange video's (Minimaal 1 minuut tot uren) ben ik nog niet goed, maar met korte video's (maximaal 59 seconden) probeer ik zijn tips toe te passen:



Uitleg van het voorbeeld hierboven:

1. De titel is: *“Wat Bepaalt Haar Waarde?”*
2. De miniatuurafbeelding zegt: *“Laatst zag ik iets in van 700 Euro in de winkel”*

De titel en de afbeelding geven als het ware antwoord op elkaar of vullen elkaar aan. De kijker is sneller geneigd op zo'n video te klikken, omdat je het denkwerk voor diegene doet. Het wekt ook nieuwsgierigheid op van “hoe kan iemand 700 Euro waard zijn?” terwijl de video een net ander antwoord geeft op de titel.

Het Facebook algoritme

Op Facebook heb ik 1 REEL gehad die 890.000 weergaven kreeg en meer dan een half jaar door **hard werkende moeders** op Facebook gedeeld werd:



Je kan ook persoonlijke verhalen met levenslessen delen:



Ik deel vooral veel platte teksten op Facebook, als het **herkenbaar** is voor iemand, zal het **deelbaar** zijn en ook meer weergeven krijgen. Ik doe dat niet zo goed, Gezond met Saskia wel, ze deelt **handige** recepten, afbeeldingen met bv. muntthee, daar kunnen mensen snel wat mee en daarom delen ze het ook graag verder. Zo groeide haar account binnen 1 week van 176 naar 1000 volgers. Bizar!

Wat is er allemaal gebeurd? 😊

Gisteren een bericht geplaatst over de munt (ook in een besloten groep geplaatst) en van 79 volgers begin vorige week, gisteren had ik al 92 volgers en nu.....ineens is gezond met Saskia groter dan gastouderopvang Saskia.



Gezond met Saskia

878 vind-ik-leuks · 1 d. volgers



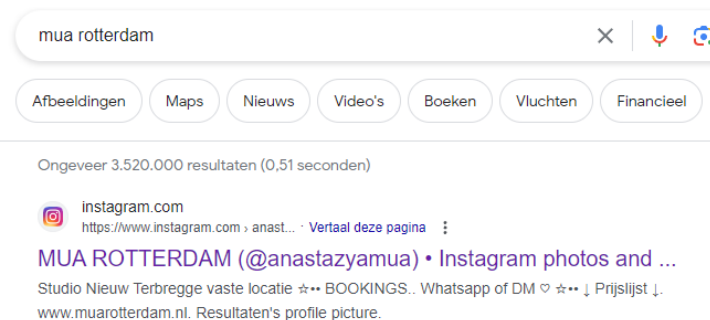
3. Hoe het algoritme jouw beste vriend wordt

Post wekelijks minimaal 3 keer:

Dit is handig voor het algoritme om jouw content te leren begrijpen: welke topics maak je bespreekbaar? Je geeft het algoritme als het ware steeds meer feedback door de woorden en beelden die je gebruikt, waardoor zij beter jouw content kunnen aanbevelen aan nieuwe mensen.

Wees ook duidelijk in je beschrijving en gebruik 3 - 10 hashtags. Dit geldt voor Instagram en TikTok. Voor LinkedIn is 3-5 hashtags genoeg en Facebook interesseert mij te weinig om dit nader te onderzoeken. Zonder kan ook, heb ik gemerkt.

Bij je beschrijving kun je specifieke zoektermen gebruiken. Onderhand is bijna elk social media platform ook een zoekmachine geworden. Met YouTube op nummer 1, als social media zoekmachine, daarbij in de buurt TikTok en mijn vrouw wordt op Google gevonden op haar Instagram omdat mensen zoeken op "make-up artist Rotterdam" eigenlijk "mua Rotterdam" - ze staat door Instagram gwn bovenaan!



Als je 3x in de week leert te posten, dan kan je echt jarenlang met plezier en zo min mogelijk moeite een "social media following" opbouwen.

Gaandeweg ga je ook echt wel wat aanpassingen maken, een beetje innoveren en nieuwe dingen uitproberen. Gebruik ook vooral nieuwe functies die een platform uitbrengt, dan denkt je vriend "ik ga je pushen in mijn algoritme!"

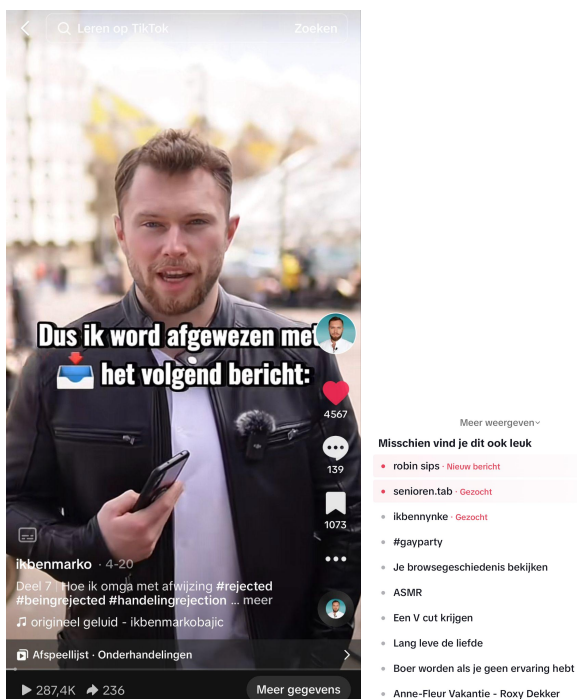
4. Het algoritme als zoekmachine

De woorden die in video's worden geuit en de tekst die wordt getypt, komen allemaal in het algoritme. Het pikt audio, video, woorden en zinnen op. Ook of er mensen, dieren, voeding, spullen, apparaten of kleding wordt laten zien.

Stel je kijkt veel naar kiprecepten, dan is de kans dat een nieuwe creator die amateuristisch kip recepten deelt op social media ook aan jou wordt 'voorgeschooteld ;) - omdat het algoritme weet dat jij er naar kijkt en als je deze video langer dan de helft bekijkt, dan zal je al snel meer van dat soort video's gaan tegenkomen.

Wat je online aandacht geeft, groeit.

Je kunt met weinig volgers daarom ook snel nieuwe mensen bereiken. Op bijvoorbeeld TikTok wordt er ook via hashtags zoals #lerenoptiktok gezocht en de video waarin ik deelde hoe ik omga met afwijzing werd automatisch gecategoriseerd:



Bereid jezelf erop voor dat social media meer een zoekmachine als Google aan het worden is door jouw woord, audio- en beeldgebruik alvast genuanceerder te maken. Zo gunt het algoritme jou meer!

5. Social media als luxeprobleem

De 14,1 miljoen social media gebruikers in Nederland gebruiken social media op 2 manieren: consumeren en/of creëren.

Consumeren: het opdoen van informatie, inspiratie of entertainment.

De voordelen:

- A) Je leert nieuwe manieren van denken, doen en jezelf ontwikkelen
- B) Je ontmoet mensen die anders denken en leven dan jij, dat kan motiveren

De nadelen:

- A) Je spendeert 3+ uur per dag door jezelf vol te stouwen met informatie waar je toch weinig mee doet. Je raakt vol, overprikkeld en weet niet meer welke richting je in je leven op wil.
- B) Je denkt dat je iets hebt gedaan na het bekijken van een foto, video of het lezen van een tekst, terwijl je in werkelijkheid op de bank zat.

Creëren: het delen van een foto, video of tekst. Zie voordelen:

- A) Na het leren van nieuwe kennis, kun je vertellen hoe jij dit hebt toegepast in jouw leven. Hierdoor raken mensen met soortgelijke interesses. geïnteresseerd in wat jij deelt en verzamel je een online publiek dat jou volgt.
- B) Aan de hand van de vragen en reacties die er ontstaan, kun je leren een betaald digitaal product of dienst te ontwikkelen omdat de vraag ervoor ontstaan is.

Iedereen kan dit. Je houdt het dicht bij jezelf, zoekt naar mogelijkheden in plaats van redenen om social media te zien als een boosdoener en gaandeweg zal het algoritme jou belonen. Tijdsinvestering: minimaal 3 maanden, 3x per week posten.

6. Social media als onderdeel van de maatschappij

Eigenlijk is social media een aparte maatschappij in de online wereld. Het heeft zijn eigen schoolsystemen, want jongeren leren nu massaal van online mentoren zoals Jordan Peterson, die praten over filosofische levensvragen en het verbeteren van je leven.

Ze hebben betaalde cursussen, maar vooral veel gratis video's, wat het leven van een jongerengeneratie positief beïnvloedt. Wellicht is social media wel de definitie van vrijheid, ook al worden sommige mensen in de politiek erdoor beperkt. Denk aan ondernemer Andrew Tate die de meest gegoogelde man ter wereld was en dat door zijn social media gebruik. Positief of niet positief, het werkt wel.

En aandacht kan worden omgezet in geld. Het hebben van een online publiek om mensen te inspireren en hen betaald verder te helpen als zij door jou als individu begeleid willen worden, is simpelweg hoe dit onderdeel van de maatschappij nu werkt.

Vroeger had men geld nodig om aandacht te krijgen, **nu kan men zonder enig budget online aandacht verzamelen en uit die aandacht creatieve manieren bedenken om geld te verdienen** en waarde toe te voegen aan de maatschappij. Denk aan online trainingen, cursussen, verpakte kennis, persoonlijke verhalen of innoverende ideeën!

Ik lees bijna geen boeken, maar ik lees mensen. We hebben toegang tot denkwijzen, inzage in andermans levens, omdat die personen zo vrij zijn om erover te vertellen en hun stukje waarde te delen.

Elk individu is vrij om het internet te gebruiken op een manier waarmee het zijn of haar leven vooruit helpt. Het gaat dus niet meer alleen via ouderwetse (en wel gerespecteerde) schoolsystemen, boeken, overheidsinstanties of politieke leiders.

7. Social media als onderdeel van jouw online CV

Recruiters en werkgevers zoeken jouw naam altijd op het internet. Als jij laat zien dat je teksten kan schrijven, foto's kan maken of kan spreken voor een camera dan zal dat jou per direct onderscheiden van andere deelnemers.

De vooruitstrevende recruiters en werkgevers zullen jouw ondernemend gedrag via social media zeker waarderen.

En stel over 10 jaar wil je voor jezelf starten, dan heb je door het delen van jouw interesses en ontwikkelingen toevallig een online podium opgebouwd met jouw 'online CV' en kan je met de vaardigheden die je hebt opgedaan iets online gaan aanbieden.

Recruiters of werkgevers zullen weinig tot geen argwaan hebben als jij een laagdrempelig persoonlijk profiel hebt op social media en qua netwerk kan dit jou zelfs helpen bij je werkzaamheden!

Stel je werkt al voor een bedrijf en misschien wordt er een nieuwe collega gezocht, dan kan je gewoon een oproep doen van: "hey, ik werk bij dit bedrijf als **"Functieomschrijving, we zoeken een nieuwe collega die X en Y kan!"**

Persoonlijk denk ik, Marko Bajic, dat bedrijven zoveel meer te winnen hebben als ze de kracht van social media gebruiken voor elke werknemer, maar niet op een direct zakelijke manier. Een werknemer met een persoonlijk profiel op bv. Instagram, LinkedIn, Facebook of Twitter die verschillende interesses, hobby's, passie en ontwikkelingen over zijn of haar leven deelt.

Als werknemers dit willen leren, dan vergroot je het bereik van je bedrijf, want persoonlijke profielen krijgen over het algemeen meer aandacht van het algoritme dan zakelijke profielen.

8. Hoe maak je een online aanbod?

Er zijn twee wegen:

1. Je verzint vooraf een product of dienst aan te hand van de interesses van een bepaalde groep mensen of type persoon (niche) en vergelijk met concurrenten wat de prijzen zijn. Dan kies je jouw positionering: ga je eronder of erboven blijven?
2. Je start met het delen van foto's, video's of teksten via een persoonlijk profiel op LinkedIn, Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, Twitter en je verkoopt niks, want je hebt vooraf nog geen product of dienst ontwikkeld. Je hebt de drang om je creativiteit te uiten en houd jezelf vooral niet klein.

Weg 2, “the one person business”

Gaandeweg gaan mensen online zien wat je deelt. Je vraagt je af wat je collega's, vrienden of familie ervan zullen vinden, maar merkt al snel dat zij niet je doelgroep zijn.

Niemand is jij en aan de hand van wie je bent, maak je een aanbod:

1. Je noteert waar jij vindt dat je goed in bent bv. 'luisteren, video's maken, muziek creëren, tekenen,
2. Je gaat na hoe je er goed in bent geworden, binnen hoeveel tijd dat was en maakt een online traject met informatie en opdrachten die jou vanaf beginner op dat niveau hebben gebracht.
3. Dan deel je online jouw proces, hoe je van A naar Beter ging in dat vak. Je deelt concrete tips die jou verder hebben geholpen.
4. Ook deel je eens wat luchtigs, misschien hoe jij denkt over bepaalde films, series, leuke nieuwsberichten, filosofie, ondernemerschap of sport.
5. Je komt door het delen van minimaal 3 berichten per week in contact met nieuwe mensen. Tip: gebruik je eigen mobiel om korte video's te filmen waarin je een punt probeert over te brengen. Korte video's worden door het algoritme vooral getoond aan niet-volgers.

Doordat je online aandacht hebt, verandert de waardeperceptie over jou. Omdat een paar honderd of duizend mensen je volgen en jij je simpelweg kan verwoorden, zal je vast wel weten waar je het over hebt! En in gesprekken met nieuwe mensen begin je gewoon je product dienst aan te bieden.

Verkoop is een vak apart, daarvoor kun je sales professional Ferdinand Becker volgen om gewoon eerlijk en makkelijk sales gesprekken te voeren en nog veel meer handige tips, check zijn Instagram of TikTok profiel gratis en vrijblijvend:

< **Ferdinand Becker - Sales** 🔔 ➦



@ferdinandbecker

91 Volgend	6705 Volgers	40,4K Likes
----------------------	------------------------	-----------------------

Bericht   ▼

Leer High Ticket Closing in 90 dagen 🚀
👉 DM op IG voor de introductietraining
🔗 <https://htc.masteringsales.nl/form>

< **ferdinandbecker_** 🔔 ...



320 Berichten	2.691 Volgers	434 Volgend
-------------------------	-------------------------	-----------------------

Ferdinand | Mastering Sales
Ondernemer
Sell The Problem You Solve, Not The Product
👤 Running a Sales Agency
🌟 Closers 🌟 Appointment Setters 🌟 Business Owners
Vertaling weergeven

9. The One Person Business: wat ben jij waard?

Welke oplossing jij ook voor je eigen problemen hebt gevonden, verkoop je voor minimaal 500 euro exclusief btw. aan het begin van je one person business carrière.

Stel je bent 20kg afgevallen en wil mensen leren afvallen en deelt jouw opgedane ervaring en kennis, want dat is simpelweg uniek! **Niemand is zoals jij bent.**

Je bedenkt aan de hand van jouw lichaamstype, achtergrond en eventuele beperkingen binnen hoeveel tijd je dit hebt bereikt. Stel, het duurde 10 maanden om 20 kilo af te vallen

Door nieuwe informatie die je opdoet, ontdek je dat het op een snellere en gezondere manier binnen 20 weken kan, oftewel 4 maanden! Dat is minder dan de helft.

Je gaat na hoe vaak jij in de week sporten, wat jij aan jouw voeding hebt aangepast en of je hiervoor begeleiding had ingeschakeld of niet.

Dan maak je een **MVP, minimum viable product**: wat denk jij dat een gemiddeld persoon, los van de verschillen, nodig heeft om binnen 4 maanden 20 kilo af te kunnen vallen?

Je maakt een plan, test met vrienden of familie hoe zij vooruitgang boeken en later biedt je dit aan nieuwe volgers op jouw gewenste social media account aan.

Verkoop is een vak apart, maar dat ben je niet direct aan het doen. **Je biedt simpelweg aan waar vraag naar ontstaat** en test gewoon de reacties van nieuwe mensen die je via privébericht, telefoon of Zoom spreekt. Benoem je prijs, zie hun reacties, spreek minimaal 2 nieuwe mensen per week en de kans dat iemand 'ja' zegt, verhoogt zich al snel! *En het algoritme helpt je om nieuwe mensen te bereiken.*

10. Word wie je offline bent in je online brand!

Samen met Spiritueel Influencer Koen Verweij hadden we het over hoe we Instagram bv. oppervlakkig vonden. Alleen maar mooie foto's en video's, terwijl het leven er in het echt niet uitziet. Toen stelden we onszelf de vraag: "maar kunnen we dat wat we aan social media stom vinden, niet als verandering gaan brengen?"



Dat mensen gewoon zichzelf zijn, laten zien hoe hun leven daadwerkelijk is ten opzichte van het rijk en lui leven dat soms als leugen verkocht wordt.

Nou, wat we aan social media 'haten', veranderen we aan onszelf. Dus simpele korte video's, foto's of teksten over het dagelijks leven. Puur wat we meemaken of hoe we in het leven, niet meer, niet minder. Sommigen vinden dit dan inspirerend.

Bij Koen zijn daarop meer dan 100.000 volgers aangehaakt op TikTok en bij mij, Marko Bajic, meer dan 30.000 volgers.

Wil je meer leren over social media marketing en hoe je van jezelf een business kan maken? Stuur eens via Instagram een privébericht naar [@ikbenmarko](#) en ik zal je vraag persoonlijk en gratis beantwoorden.

Belangrijk: als je van jezelf een business wil maken, dan wil je jezelf altijd aan het ontwikkelen zijn en dit gebeurt op verschillende manieren. Sommige mensen lezen een boek, anderen schrijven of maken muziek. Misschien houd je van bepaald voedsel, technologie of zelfs tekenfilms.

Je mag over van alles gaan delen, beperk je niet tot wat jij denkt dat goed of leuk is, maar deel gewoon en **geef mensen de kans om zichzelf te vinden in jouw online creaties!** Hiermee bouw je aan een online publiek dat jou waardeert 'om wie' je bent en niet om 'wat' je later gaat aanbieden!

Afsluiting

Mijn vrouw Anastazya en ik ondernemen samen, ook wonen we samen. Het is grappig hoe ik soms in de keuken eieren aan het bakken ben, terwijl zij vrouwen in de woonkamer aan het make-uppen is.

We werken ook samen, zij doet visagie en fotografie, ik videografie en ik verzorg ook “doe het zelf” video trainingen, waarbij je met je eigen mobiel simpel, snel en leuk veel mensen leert te bereiken op jouw gewenste social media platform.



Wij staan klaar voor jou.

Misschien heb je vragen of opmerkingen over dit gratis e-book. Stuur die gerust naar contact@ikbenmarko.nl en je wordt snel beantwoord!

Wij helpen jou je unieke waarden te vertalen naar de online wereld!