

ATWORLD

marie claire

INSTA GLORIA

Slim gebruik van Instagram kan
veel doen voor je carrière.

ONTDEKT DOOR JE HASHHTAG

Leuk natuurlijk, om je Instagramfeed te vullen met je laatste vakantiekiekiejes, maar door social media slim in te zetten, kun je je carrière een flinke boost geven.

TEKST MARISKA VERMEULEN FOTOGRAFIE JONTYSON

Vijf jaar geleden werkte **Anna Wijnands** (30, @anna_wijnands) nog in de communicatie en maakte ze haar tekeningen puur voor de lol. Maar toen ze die op Insta begon te posten, werd het opeens *serious business*. Inmiddels mag ze merken als Givenchy, Guerlain en Balmain tot haar opdrachtgevers rekenen. Anna: «Toen mensen via Insta vroegen of ze mijn tekeningen konden kopen, had ik al snel door dat slim gebruik van Instagram veel voor me kon betekenen en ben ik het heel gericht gaan inzetten. Ik begon tekeningen van influencers te maken en stuurde die naar ze op. Doordat zij mijn illustraties ook weer deelden, groeide mijn volgersaantal snel. Inmiddels heb ik 24.800 volgers en ben ik fulltime mode-illustrator. Nog steeds kom ik dankzij Instagram aan opdrachten. Laatst nog maakte ik in Parijs live illustraties op een evenement van Tudor Watches. Ze hadden mij gevonden via de hashtag #liveillustration die ik vaak gebruik.»

Anna is een typisch voorbeeld van een creatieveling die Instagram handig heeft ingezet als online portfolio. En er zijn meer vrouwen met een succesverhaal als het hare. Maar Instagram is allang niet meer uitsluitend het terrein van creatievelingen of modemeisjes die hopen een dikbetaalde influencer te worden. Iederéén kan social media slim inzetten om zijn carrière te boosten.



“STEL JE ZICHTBAAR OP OVER EEN BEPAALD ONDERWERP”

Een advocaat op de Zuidas wil social media inzetten. Hoe begint ze?

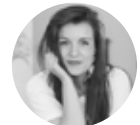
«Bepaal eerst wat je missie is: waar sta je voor? Wat vind je belangrijk en waar erger jij je aan? Wat wil je veranderen in de markt? Als je je daarover uitspreekt, zul je zien dat je als honing bent waar de bijen op afkomen. Maar je moet je verhaal wel goed beargumenteren.»

Loont het wel om Instagram in te zetten als je in vaste dienst bent?

«Zeker! LinkedIn is voor de corporate wereld weliswaar een fantastisch kanaal, maar het engagement op Instagram is vele malen groter dan op welk sociaal medium dan ook. Grote kans dus dat jouw potentiële nieuwe werkgever je op Instagram ontdekt. Stel je wel zichtbaar op over een bepaald onderwerp.»

Wat als je schroom voelt om zo zichtbaar te zijn?

«Wees dan zichtbaar onder je eigen voorwaarden: als verzamelaar (van verhalen), als maker (van foto's en video's) of als promotor (*all out* zelf op beeld staan). Wil je dat laatste, maar weet je niet hoe, vraag dan om professionele hulp. En begin met het sturen van video's aan je vrienden: zo leer je met feedback omgaan. Maar over het algemeen supporten vrouwen elkaar op Instagram als cheerleaders.» >



Amber van Leeuwen is Instagram-specialist en Social Media strateeg onder de naam @thesocial-goodgirl. Haar missie: Instagram echter maken met de hashtag #echtinsta. Dat kan ook jouw carrière verder helpen.



“LAAT DE ONDERNEMER ÁCHTER JE BEDRIJF ZIEN, DAT BINDT KLANTEN”



Charlotte van 't Wout (@celine-charlotte) verhuurt luxe vergaderlocaties met haar bedrijf SPOT Amsterdam en biedt met groot succes cursussen voor ondernemers op Insta Stories aan onder de naam @c.academy_. Niet voor niets is ze FD Jong Ondernemerstalent 2019 geworden.

Ultieme tip om je ondernemerschap te boosten met social media?

«Gebruik storytelling. Vraag je daarbij twee dingen af: of je het zélf leuk zou vinden om later terug te kijken en of er een verhaallijn in zit. Een willekeurige foto van mijn kopje koffie is niet interessant, maar als ik in mijn Insta Stories deel dat de taxi buiten staat en ik mijn schoenen niet kan vinden, wordt het al spannender. Mensen willen de ondernemer áchter een bedrijf zien – dat bindt klanten aan je. Vloggen versterkt dat gevoel keer tien, omdat het veel levendiger en echter overkomt.»

Wat als je vloggen doodeng vindt?

«Het went echt met de tijd. Oefen veel en lóóp als je aan het vloggen bent, zodat je ondertussen met iets anders bezig bent. Denk ook niet dat je per se inspirerende dingen moet zeggen: mijn eerste vlog bestond uit een filmpje waarin ik vertelde dat ik onderweg was naar mijn werk – mensen vinden juist simpele dingen leuk om te zien. Als vanzelf leer je ook te praten over dingen waar je gepassioneerd over bent. En maak er geen big deal van om 'opeens' te beginnen: niemand houdt bij wanneer je begint en vloggende mensen zijn inmiddels doodgewoon.»

Hoe vind je je eigen geluid?

«Volg mensen die je echt interessant vindt: zo doe je inspiratie op en voelt het natuurlijk om net als zij over dat onderwerp te praten. Als ik alleen maar supermodellen zou volgen, zou het heel eng voelen om het opeens over ondernemen te hebben. Begin gewoon en je zult vanzelf je authentieke kracht vinden.»

“Op een laagdrempelige manier op Insta uitleggen over beleggen in vastgoed, bleek een gouden greep”

DE KLANT BEPAALT

Daar weet social media jurist **Charlotte Meindersma** (32, @charlotteslaw) alles van. 80 procent van haar klanten haalt ze uit haar social media-accounts, waar ze in totaal bijna 20.000 volgers op heeft. «In het begin mailden advocaten me boos dat ik hun klanten afpakte met mijn gratis adviezen over content-recht op Twitter. Maar hoeveel informatie kun je nou eigenlijk kwijt in 140 tekens? Wat er echt gebeurde, was dat klanten voor mij kozen omdat ze merkten dat ik content-recht begrijpelijk kan uitleggen. Toen ik ook op mijn privé-Instagram steeds vaker werd getagd in berichten als 'Charlotte kan je wel helpen', ben ik ook dat medium zakelijk gaan inzetten. Al snel bleek dat foto's van mezelf het meest geliked werden, dus liet ik allemaal professionele foto's van mezelf maken. Wat mijn klant wil, krijgt mijn klant. Al moest ik wel even een drempel over om ook YouTube in te gaan zetten. Die filmpjes leveren me echter zo veel nieuwe klanten op, dat ik die video's er inmiddels gewoon opknaal. Ik ben sowieso steeds uitgesprokener en speelser geworden in het geven van adviezen. Daar trek ik automatisch de juiste klanten mee aan. Mensen die mijn stijl niet kunnen waarderen, zijn simpelweg mijn klanten niet.»

ONVERWACHT VERDIENMODEL

Dat potentiële nieuwe klanten veelvuldig op social media zitten, is ook iets wat **Myrthe de Groot** (32, @myrthe.de.groot), directeur van vastgoedbedrijf actief.nl, tot haar verbazing merkte. Toen ze op Insta tips ging delen over beleggen in vastgoed, een door 45+ mannen gedomineerde busines, wekte ze de interesse van een heel nieuwe doelgroep. Inmiddels heeft ze 3500 volgers. «Ik kreeg zo vaak vragen over hoe beleggen in vastgoed precies werkt, dat ik besloot op een laagdrempelige manier uit te leggen dat het helemaal niet zo ingewikkeld is. Op Instagram dus. Een gouden zet, want opeens wisten jonge, veelal vrouwelijke ondernemers me te vinden. Toen businesscoach Charlotte van 't Wout mijn account

“ZORG DAT JE INSTAGRAM ZO IS INGERICHT DAT ALLES NAAR DAT DOEL WIJST”



Lynn Quanjel is influencer (@whoisthatblonde, 55.000 volgers op Instagram) en mede-eigenaar van social media consultancy bureau Social Nomads. Ze weet als geen ander hoe je met Instagram je carrière kunt boosten.

«Bedenk eerst wat voor boost je precies wilt en zorg dat je Instagram zo is ingericht dat alles naar dat doel wijst. Wil je meer opdrachten als journalist, upload dan je portfolio, post foto's waarop je lekker aan het schrijven bent, laat zien hoe blij je bent met je opdrachten. Ook een tandarts in loondienst kan Instagram inzetten: als je zo een vertrouwensband kunt opbouwen met je volgers, kun je er veel nieuwe patiënten bij krijgen. Zoek je een nieuwe baan, zorg dan nog sterker dat de elementen uit je imago (bijvoorbeeld snel, kwalitatief en vriendelijk) gevisualiseerd worden op je Instagram. Zodat mensen weten

wat ze van je kunnen verwachten en dus sneller aan je denken bij een bepaalde opdracht of functie. Wil je een carrièreswitch maken, zorg dan dat alles die kant op wijst. Gebruik jouw Insta om te laten zien wat een geweldige marketeer jij zou zijn voor de functie die je ambieert. Wat je doel ook is, vraag je altijd af of je content niet alleen leuk is voor jou, maar ook inspirerend of informatief voor anderen. En post regelmatig, anders verpest je het algoritme.»

vervolgens in haar Stories deelde, kwamen er enorm veel volgers bij. Nu groei ik gestaag met 20-90 volgers per week. Vooral vrouwen denken: *fuck it*, als jij het kunt, kan ik het ook en vragen mij om hulp. Totaal onverwacht blijkt Instagram dus een verdienmodel. Ik wil nu ook online trainingen gaan aanbieden. Ik zou het mooi vinden als er meer accounts uit de corporate wereld op Insta komen, zodat we een tegengeluid kunnen laten horen aan jonge meiden: je hebt geen lipfillers nodig om het te maken, je kunt ook advocaat, accountant of directeur van een vastgoedbedrijf worden.» Of zorgmedewerker (@tommieindezorg), piloot (@dutchpilotgirl) of dokter (@heleenlameijer): inmiddels zijn ze allemaal op social media te vinden en hun volgersaantallen groeien. Met de tips van experts leer jij ook social media in te zetten als een pro. •

“HOE ON-NEDERLANDS HET OOK VOELT, DEEL WAAR JE GOED IN BENT”

❶ Zorg voor een profiel waar het vakmanschap vanaf spat

«Noem veelvuldig de zoekwoorden en functietitels waarop in jouw vak wordt gezocht. Benut alle vijftig plekken voor je vaardigheden op LinkedIn. Gebruik slimme hashtags om gevonden te worden. En zorg dat je contactgegevens in het informatiegedeelte staan.»



Loopbaandeskundige en auteur van Jobmarketing 3.0 Aaltje Vincent weet precies hoe je LinkedIn slim inzet.

❷ Bouw een netwerk op van vakgenoten

«Daardoor kun je de ontwikkelingen in je vak volgen, en die vakgenoten weten het eerst of ze een nieuwe collega nodig hebben. Maak een targetlijst van bedrijven waar je wilt werken en connect met de mensen daar. Dat kan met een simpel bericht als: 'Ik zie dat jij accountmanager bent bij een modelabel, ik ook, graag connect ik met je.' Zo creëer je een band, mensen willen graag ergens bijhoren.»

❸ Wees slim in de activiteiten die je deelt

«Met vijftien minuten per dag actief zijn op LinkedIn, speel je jezelf in de kijker. Hoe on-Nederlands dat ook voelt, deel waar je goed in bent, wees trots op je successen! Begin gewoon, vertel als mode-inkoopster dat je naar een confectiecentrum bent geweest. Bij twijfel kun je onder de LinkedIn-app op je telefoon onder het plusje eerst een concepttekst maken. En vergeet niet dat het een sociaal medium is: reageer dus als iemand een reactie plaatst bij jouw post.»

Iederéén kan social media slim inzetten om zijn carrière te boosten



DE CARRIÈRELESSEN VAN CHARLOTTE VAN 'T WOUT

Charlotte van 't Wout (32) is eigenaar van SPOT, dat grachtenpanden verhuurt voor shoots en vergaderingen, en C.Academy, dat – als eerste wereldwijd – online cursussen via Instagram geeft. Ze vraagt anderen zo min mogelijk om advies.

TREK JE EIGEN PLAN

«Twee jaar geleden bedacht ik SPOT, waarmee ik mijn eigen huis als vergaderlocatie wilde verhuren aan bedrijven. Maar niemand geloofde erin. Ik zette door en het werd heel snel een succes: binnen twee maanden opende ik een tweede locatie. Het heeft me geleerd zo min mogelijk naar advies van familie en vrienden te luisteren. Zodra je je plannen gaat delen, krijg je te maken met de angsten, zorgen en blokkades van andere mensen. Dat brengt je aan het twijfelen en dat kun je in die prille fase als ondernemer helemaal niet gebruiken. Toen ik vorig jaar C.Academy startte, heb ik dan ook mijn eigen plan

getrokken. Ik heb het bedacht, ontwikkeld en gelanceerd, zonder het van tevoren te delen met anderen. Vraag alleen advies aan mensen die al bereikt hebben wat jij wilt bereiken of die het leven leiden dat jij ook zou willen leiden.»

NEEM ZO SNEL MOGELIJK MENSEN AAN

«Begin zo vroeg mogelijk met het aannemen van mensen, al is het maar voor drie uur per week voor kleine klusjes. Het is een goede oefening in het loslaten van de controle. Zeker als beginnend ondernemer heb je de neiging alles zelf te willen doen, dat deed ik bij SPOT ook. Na een jaar nam ik mijn eerste werknemer aan. Inmiddels heb ik een team van twaalf mensen om me heen, maar ik wou dat ik eerder mensen had aangenomen. Van het aansturen van een team leer je ook weer ontzettend veel. Het is belangrijk om jezelf goed te kennen voordat je mensen aanneemt. Zo ben ik zelf een introvert persoon en daarom neem ik voor bepaalde taken liever een extravert persoon aan.»

ZET ALLES OP PAPIER

«Er zijn dingen die je maar één keer fout doet en daarna nooit meer. In het begin geloof je mensen vaak op hun woord. Toen ik een contract afsloot voor een van mijn eerste panden, spraken we dat mondeling af. Er stond niets op papier, dus ik had geen enkel bewijs. Dat was een belangrijke les. Nu staat álles bij mij zwart op wit.»

MARKTONDERZOEK WORDT OVERSCHAT

«Veel te vaak doen ondernemers marktonderzoek door anderen te vragen naar hun mening over hun product of dienst. Of ze luisteren naar hun huidige klanten en bepalen aan de hand

“Trek je eigen plan en laat anderen je niet aan het twijfelen brengen”

daarvan hun koers. Maar het gaat er juist om waar jij heen wilt en waar jouw toekomstige klant voor wil betalen. Want de mensen die hun mening geven, zijn vaak niet de kopers. Zet een product of dienst in de markt en kijk wie het koopt. Stel dat niemand het koopt, dan kun je de prijs altijd nog naar beneden aanpassen. Ik experimenteer heel veel met prijzen en ben daar ook heel open in. Toen ik begon met coachen, vroeg ik 50 euro per gesprek, nu is dat 750 euro. Als we geheimzinnig doen over geld verdienen, dan blijft het in de taboesfeer.»

BLIJF JEZELF ONTWIKKELEN

«Ik probeer altijd in de rol te stappen van de Charlotte die ik over een jaar of over een paar jaar wil zijn. Ik kleed me, gedraag me, neem beslissingen en doe investeringen in die richting. Zie ik die persoon als iemand met een grote beleggingsrekening, dan open ik vandaag een beleggingsrekening. Zie ik die persoon als iemand die veel aan goede doelen geeft, dan begin ik vandaag met het geven aan goede doelen. Zo groei je het snelst naar de persoon die je wilt zijn. Ik heb iedere donderdag een zelfontwikkelingsdag – dan lees ik veel zelfhulp- of businessboeken en kijk ik filmpjes van mensen die ik inspirerend vind. Daaruit pik ik dingen die ik ook ga uitproberen; dat kan variëren van een ochtendritueel tot het beginnen van een podcast.»

‘Ik probeer de Charlotte te zien die ik over een jaar wil zijn.’



Links: online cursussen via Instagram.



1

CHARLOTTE'S STIJL

Kleurrijke pakken

«Ik háát shoppen. Gelukkig kleedt mijn personal assistent Carsten me. Hij noemt mijn stijl edgy en kleurrijk. Ik sta vaak op het podium, dus ik heb vooral zakelijke en comfortabele kleding: pakken van Calvin Klein, Ba&Sh, Maje en Karen Millen in knal-kleuren. Ik merk dat het me daadwerkelijk opfleurt. Thuis draag ik vooral yogabroeken en comfy truien. Mijn kledingkast is zes meter lang, maar slechts voor een klein gedeelte gevuld. Als ik iets drie maanden niet draag, geef ik het weg. Ik heb sowieso heel weinig spullen en Marie Kondo wat af. Maar ik ben wel heel blij met mijn duurste aankoop ooit: een winterjas van Arc'teryx, daarmee overleef je zelfs op de Noordpool.»

Feestjurken

«Ik heb een passie voor tweedehands feestjurken en ga eens in de twee maanden naar vintage heaven Laura Dols in de Negen Straatjes in Amsterdam om jurken met van die grote petticoats te passen. Ik hou ervan en draag ze graag als ik zelf een feestje geef.»

Nikes

«Het liefst draag ik sneakers; ik heb een stuk of acht paar Nikes. Voor een event ruil ik ze om voor hakken van bijvoorbeeld Nubikk, die zitten lekker.»

Au naturel

«Ik houd niet zo van make-up en gebruik het weinig: ik heb twee lippenstiften van Charlotte Tilbury, een neutrale en een roze kleur. Voor events word ik wel regelmatig opgemaakt. Een dagcrème gebruik ik ook niet. Facials en spa's? Ik heb er geen geduld voor en hou niet van dat gepiel aan mijn gezicht. Het enige wat ik doe, is eens in de drie weken mijn wenkbrauwen laten doen bij kapsalon Bianco in Amsterdam. Ik ben ook een grote fan van mijn Dyson föhn, die droogt mijn haar lekker snel en maakt niet zoveel lawaai.»



2

3



4

1. Lipstick, Charlotte Tilbury € 32 2. Corduroy jasje, Acne Studios € 590 3. Flared corduroy broek, Acne Studios € 320 4. Handtas, O My Bag € 289 5. Slangenprint enkellaars, Nubikk € 190



5

Lonely Planet magazine

Lonely Planet magazine staat maandelijks boordevol reistips en reportages over de mooiste bestemmingen in Europa en ver daarbuiten. Met spectaculaire fotografie van 's werelds beste reisfotografen. Reis je mee?

FOTO: JUSTIN FOULKES / LONELY PLANET

Haal het nieuwste Lonely Planet magazine in de winkel of bestel 'm via lonelyplanet.nl/bestel-na. Liever elk nummer meteen na verschijning thuis ontvangen? Ga dan naar lonelyplanet.nl/abonneren.



PACORABANNE



Velours horloge met diamanten
Chanel p.o.a.



Zebra print mini-handtas
Wandler € 690



Kristallen oorclips
Alessandra Rich € 343,64



Style tip

Vat de dresscode 'feestelijk' niet te frivolous op: chic met een finishing glitter touch doet 't beter.

Getailleerd jasje
Marc Cain € 499



Metallic top met strikken
Ganni € 199

OP SANTA!

Champagne in de ene hand, het tasje dat je van je bonus kocht in de ander. De kerstborrel op je werk is zo gek nog niet.



CHANEL

Paillettenrok met split
Isabel Marant € 1950



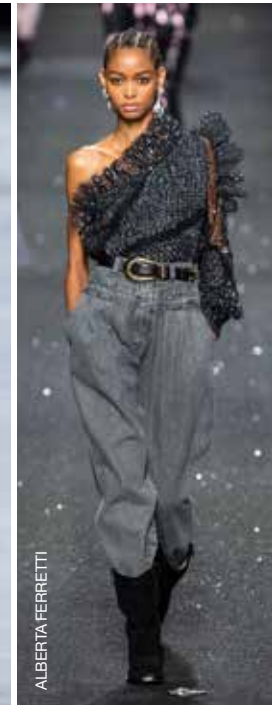
Jumpsuit met kristallen ceintuur
Zara € 99,95



Pump met strik & Other Stories € 89



CELINE



ALBERTA FERRETTI