



DE ULTIEME INSTAGRAM SHOPPING GIDS



Meer dan 200 miljoen Instagram gebruikers bezoeken elke dag tenminste één merkpagina. Redenen genoeg om daar aanwezig te zijn als retailer. Maar is Instagram shopping wel voor jou? Hoe werkt het en hoe helpt het jou als retailer om je winkel(s) te doen groeien? In deze gids leggen we je alles piekfijn uit.

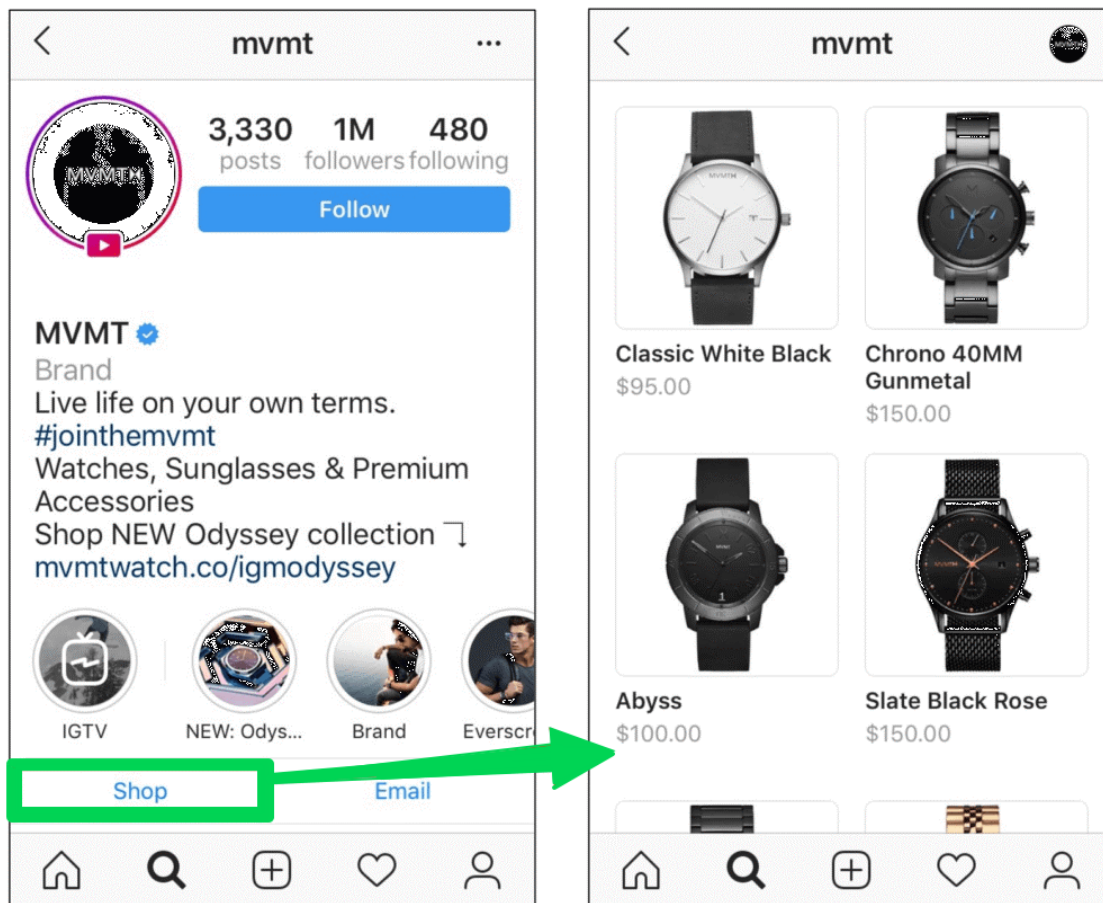
1. Wat is een Instagram shop en wat kun je ermee doen?
2. Je Instagram Shop opzetten
3. De énige klikbare link op je Instagram?
4. Instagram stories to the rescue!
5. Instagram shoppable feeds
6. Praktische tips om meer verkoop te halen uit je Instagram shopping posts
7. De toekomst van Instagram Shopping



1. Wat is een Instagram shop en wat kun je er mee doen?

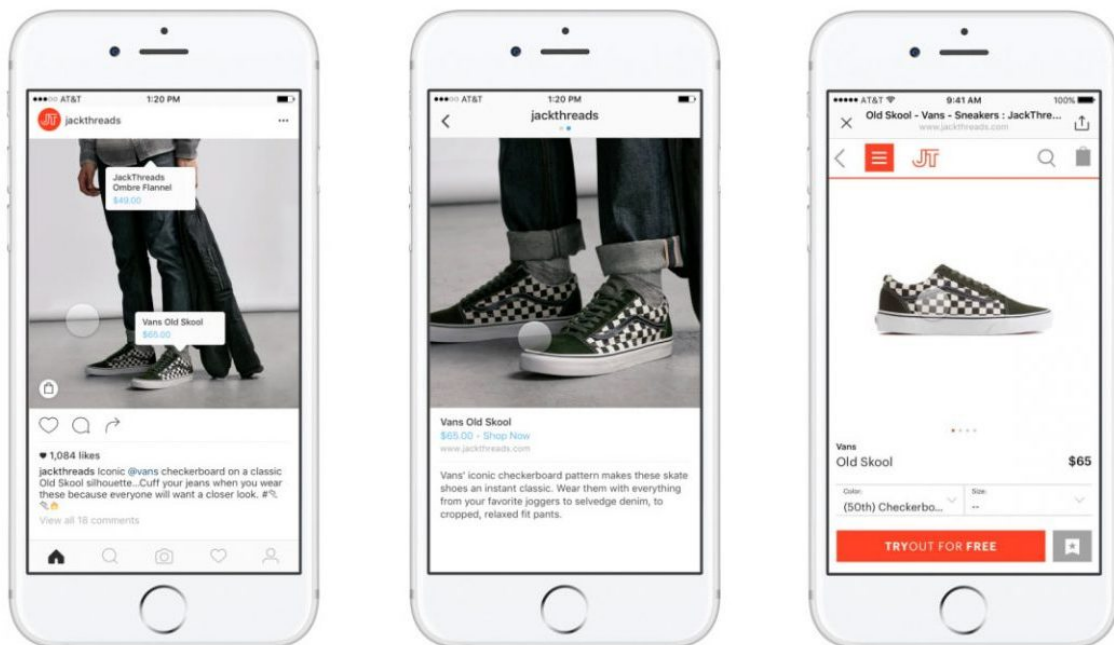
Een Instagram shop maakt het mogelijk om je productcatalogus te koppelen aan je Instagram profiel. Eens gekoppeld, kun je je producten promoten aan Instagram gebruikers via berichten, stories, het tabblad 'Ontdekken' en op een speciaal tabblad 'Shop' in je profiel.

In onderstaand voorbeeld zie je het tabblad Instagram Shop in actie. Hiermee kunnen gebruikers jouw profiel bezoeken om al je producten te bekijken zonder Instagram te verlaten. Pas als ze willen afrekenen, worden ze doorgestuurd naar je webshop.



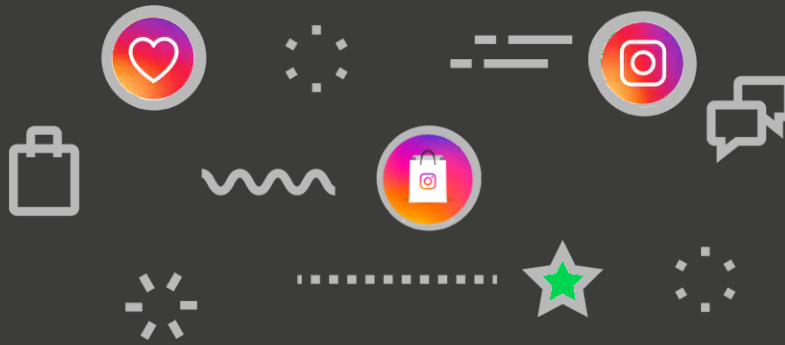
Producten tag je net zoals je vrienden

De producten van je Instagram Shop kun je ook in je berichten taggen, zoals je een vriend zou taggen. Wanneer je een product tagt, voegt Instagram een klein pictogram van een boodschappentas aan je afbeelding toe.



Pas als ze willen afrekenen, worden ze doorgestuurd naar je webshop.

Wanneer gebruikers vervolgens op de foto tikken, krijgen ze de naam en de prijzen van de producten te zien. Als je meer informatie over het product wilt, kun je nog een keer tikken op de productlabels om de detailpagina binnen Instagram te bekijken. Van daar kun je doorklikken naar een webshop en afrekenen.



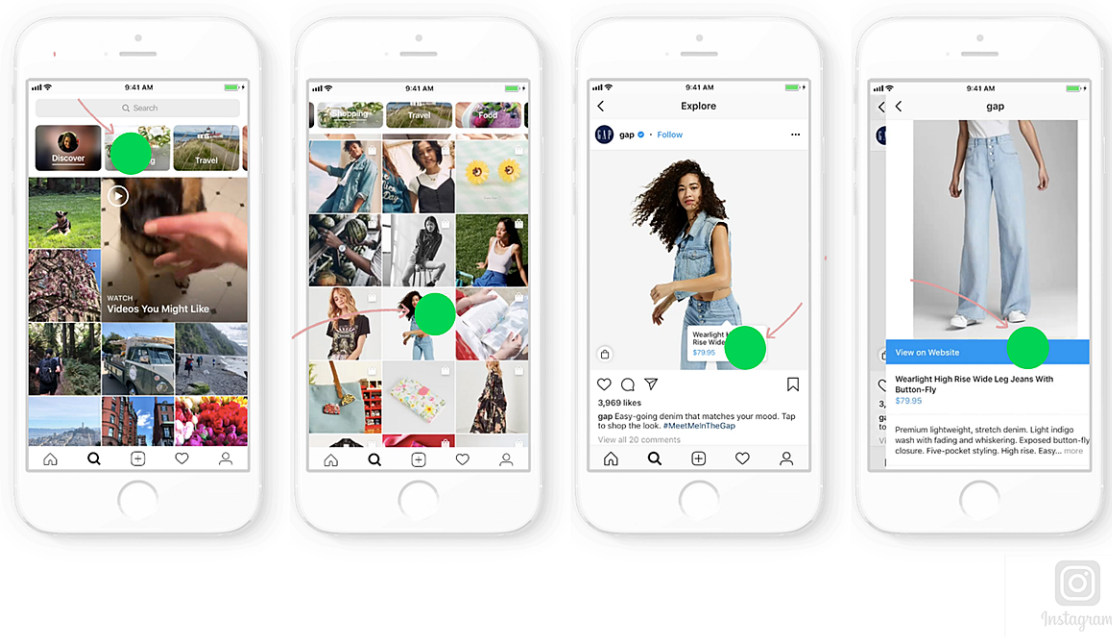
"Elke maand tikken meer dan 130 miljoen mensen op shopping tags in posts op Instagram"



Promoot ook op Instagram stories

Je kunt niet enkel in gewone posts producten taggen, je kunt je producten ook promoten op Instagram Stories.

Hieronder zie je een gebruiker die een Instagram story bekijkt, de Instagram Shop productpagina bezoekt en vervolgens tikt om het product op de website van de winkel te bekijken.



Alle nodige info op een Instagram Shop productpagina

Op een Instagram Shop productpagina staat eigenlijk alles wat een gebruiker wil weten voordat hij een artikel koopt, waaronder:

- De naam van het product
- Productafbeeldingen
- Een productbeschrijving
- De prijs van het product
- Een link om het product op je website te bekijken
- Gerelateerde producten

Het grote voordeel?

In feite zie je op Instagram dezelfde informatie als de detailpagina van je webshop. Het grote voordeel is echter dat je potentiële klanten Instagram niet hoeven te verlaten om je winkel te bezoeken – Je brengt je winkel naar hen.

Met Instagram shopping breng je je winkel naar je klanten

Door het voor klanten gemakkelijker te maken om door je catalogus te bladeren, prijzen te controleren of meer informatie te krijgen over een bepaald product, haal je de wrijving uit het aankoopproces.

En zodra ze klaar zijn om te kopen, kunnen ze met één tik de productpagina op je website bezoeken.

2. Je Instagram Shop opzetten

Het opzetten van een Instagram Shop kan best een beetje verwarrend zijn en het kan even duren voordat Instagram je account goedkeurt. Maar zoals je ondertussen waarschijnlijk weet, is het écht de moeite waard. Klaar voor de start?

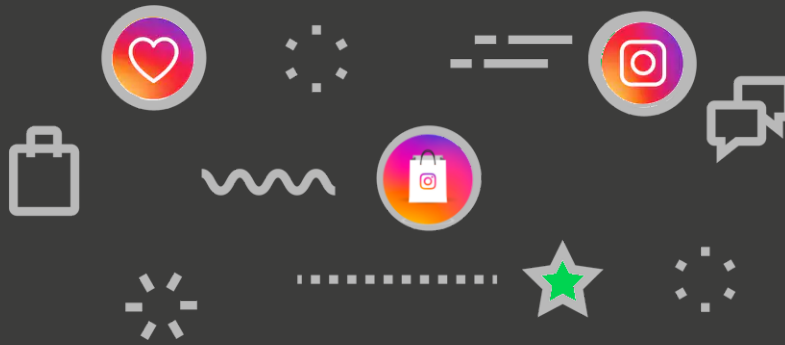
We beginnen met het moeilijkste en dan wordt het steeds leuker en steeds eenvoudiger. Om een Instagram winkel te starten, moet je productaanbod eerst gekend zijn in Facebook. Instagram haalt namelijk je productinformatie van Facebook om je Instagram Shop te maken.

Er zijn verschillende manieren om een catalogus aan te maken in facebook, de eerste hebben we uitvoerig besproken in een eerder artikel "[Een facebook winkel maken in 7 eenvoudige stappen](#)". Daarin omschreven we hoe je manueel een facebook winkel opzet en vult met je producten.

Je wilt je klanten natuurlijk zo min mogelijk teleurstellen met de melding "Dit artikel hebben we helaas niet langer in voorraad".

Wanneer je je productaanbod actief gaat promoten, is het beter om te kiezen voor een meer dynamische aanpak waarbij je productaanbod automatisch wordt aangepast volgens je actuele stock. [Tilroy klanten kunnen hiervoor een productfeed aanvragen](#) die elke nacht wordt geüpdatet met het actuele productaanbod. Het enige wat je dan hoeft te doen is deze url met de locatie van je overzicht in te geven zodat Facebook weet waar ze jouw productgegevens kunnen ophalen.

Laten we erin vliegen...



"Wanneer je je productaanbod actief gaat promoten, zorg je er best voor dat je catalogus automatisch wordt aangepast volgens je actuele stock"



Stap 1: Zorg ervoor dat je in aanmerking komt voor Shoppen op Instagram

Voordat je een Instagram Shop kunt starten, moet je aan alle vereisten van Instagram voldoen. Je kunt een Instagram Shop bijvoorbeeld niet gebruiken om diensten te verkopen, enkel fysieke goederen. Uiteraard moet je bedrijf voldoen aan het [handelsbeleid van Instagram](#).

Je bedrijf moet zich ook in een land bevinden met toegang tot Instagram shopping. Ondertussen zijn dit al meer dan 40 landen, waaronder België en Nederland. Op de website vind je [een lijst met alle landen die toegang hebben](#) tot de Instagram Shop-functie, evenals de landen waar het geleidelijk wordt uitgerold.





"Wist je dat je producten kunt taggen in zowel nieuwe als bestaande berichten?"

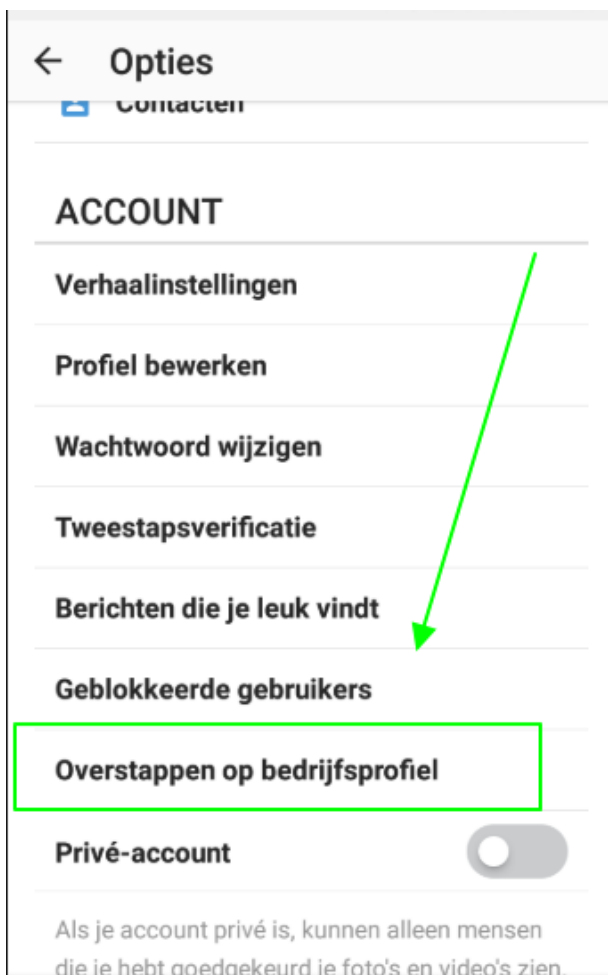


Stap 2: Schakel over naar een zakelijke account

Je moet er eerst voor zorgen dat je de laatste versie hebt van de Instagram app. Dat kun je eenvoudig controleren. Als je pictogrammen ziet van de kleine boodschappentas zit je goed. Zo niet ga even naar je settings om de app te updaten.

Om een Instagram shop te kunnen starten, moet je een Instagram bedrijfsprofiel hebben. Maak je geen zorgen, het duurt slechts een minuutje om je Instagram profiel om te zetten in een zakelijk profiel.

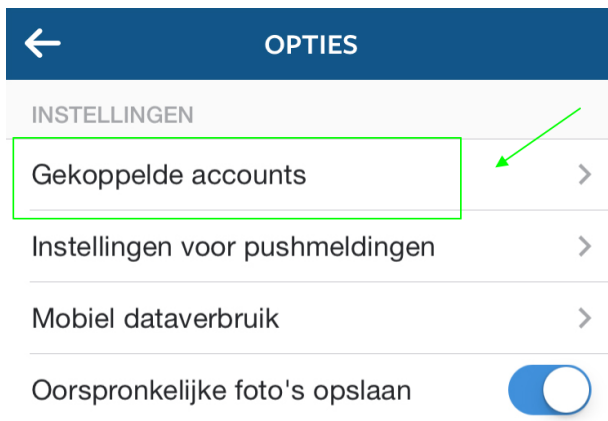
Ga hiervoor naar je instellingen:



Stap 3: Koppel je account aan je Facebook bedrijfspagina

Vervolgens moet je je Instagram bedrijfsprofiel koppelen aan je Facebook bedrijfspagina. Om dit te kunnen doen, moet je een Facebook paginabeheerder zijn.

Dit vind je onder instellingen bij 'Gekoppelde accounts':



En nu is het even wachten. Instagram 'weet' nu van de koppeling en zal automatisch je account beoordelen. Dit duurt gemiddeld enkele dagen, maar het kan ook iets langer duren.

Stap 4: Bevestig welke Facebook catalogus je wilt koppelen aan je Instagram bedrijfsprofiel

Zodra je goedkeuring hebt ontvangen, hoef je alleen nog maar te bevestigen welke Facebook catalogus je wilt verbinden met je Instagram-profiel.

Om dit te doen, klik je op “Aan de slag” in de melding of ga je naar de bedrijfsinstellingen van Instagram en klik je op “Winkelen”.



Selecteer vervolgens de Facebook catalogus die je wilt gebruiken voor je Instagram bedrijfsprofiel.

Gefeliciteerd!

Je hebt nu je eigen Instagram winkel.



Werk je met Tilroy?

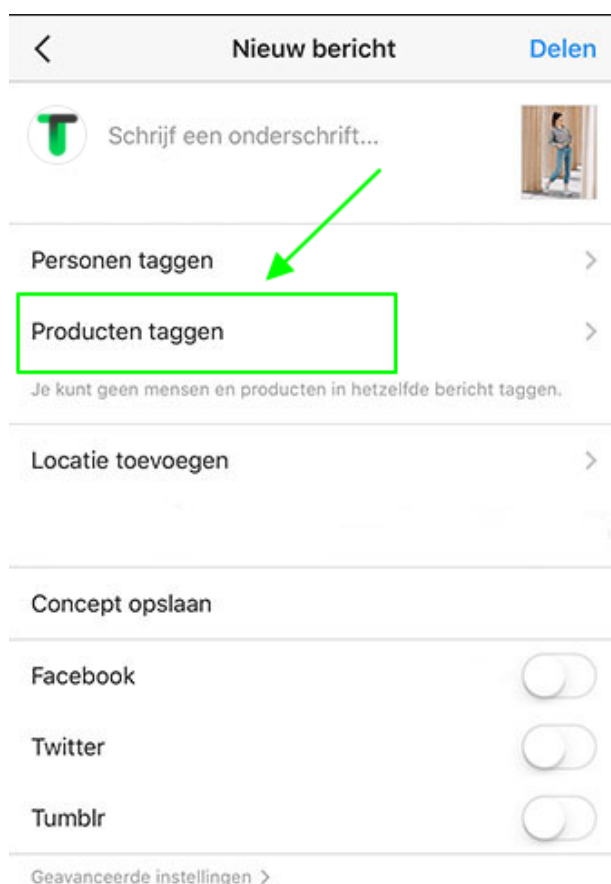
Dan kunnen wij Instagram Shopping in een mum van tijd voor je opzetten. Mail naar support@tilroy.com en vraag naar de mogelijkheden.



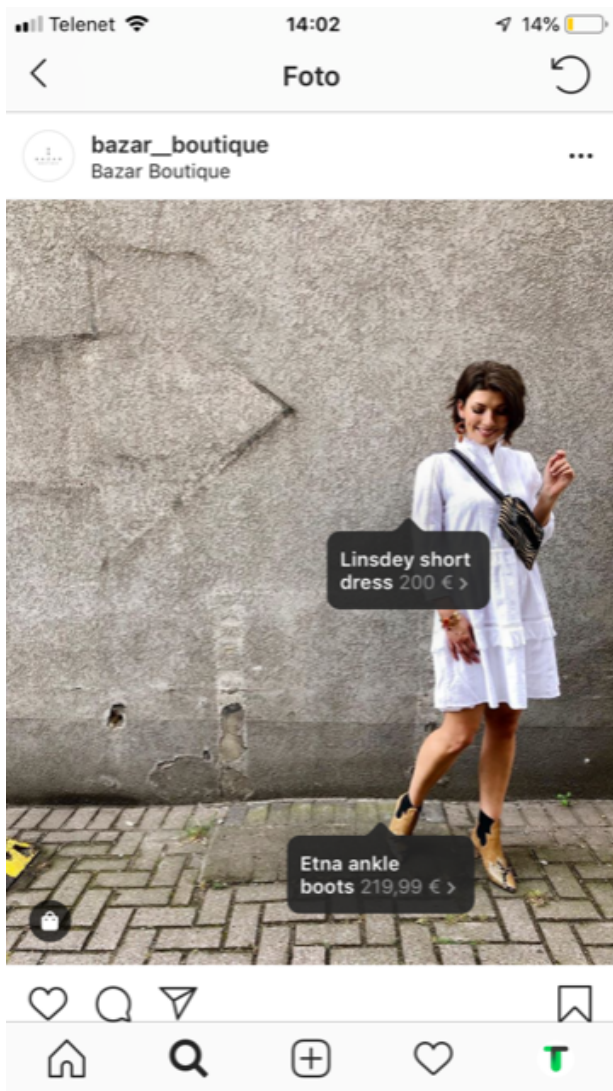
Stap 5: Taggen maar!

De laatste, leukste én meest eenvoudige stap. Nu je helemaal klaar bent, kun je beginnen met het taggen van je producten in posts en Instagram stories, op dezelfde manier als waarop je mensen tagt:

Tag producten in Instagram-berichten:



Je berichten bevatten nu het pictogram met de boodschappentas en de winkellabels voor de producten in je berichten. Hier is een voorbeeld van Bazar Boutique:



Je kunt zo maximaal vijf producten per afbeelding taggen of maximaal 20 producten voor posts met meerdere beelden.

Om het tabblad 'Winkelen' in je bedrijfsprofiel te activeren moet je tenminste één shoppable post hebben gemaakt.



Wist je dat je producten kunt taggen in zowel nieuwe als bestaande berichten?

Om alles uit je Instagram Shop te halen, is het de moeite waard om je vorige berichten opnieuw te bekijken en waar mogelijk met producten te taggen.

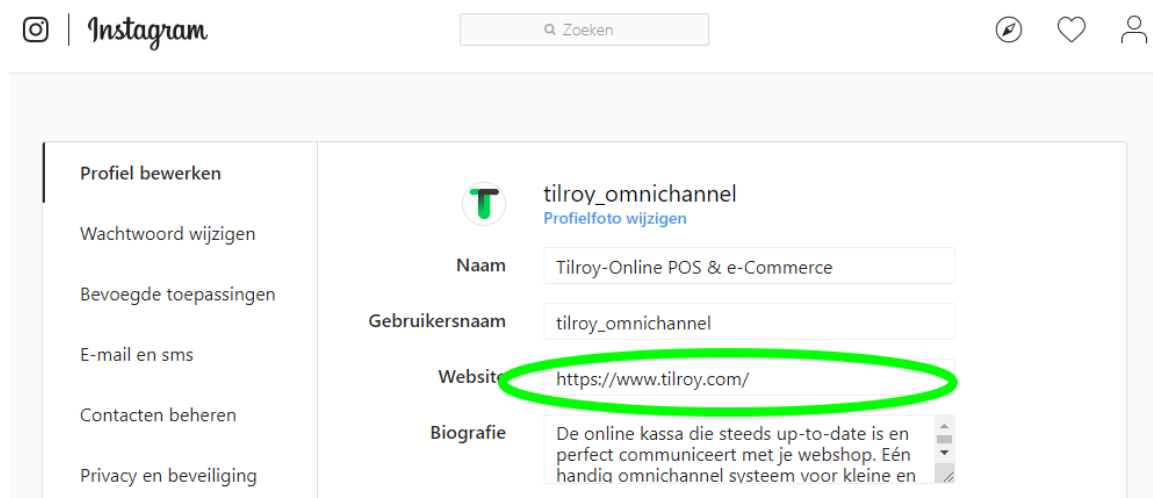
3. De énige klikbare link op je Instagram?

Een vraag die vaak terug komt is "Hoe kan ik een link toevoegen aan mijn posts op Instagram?"

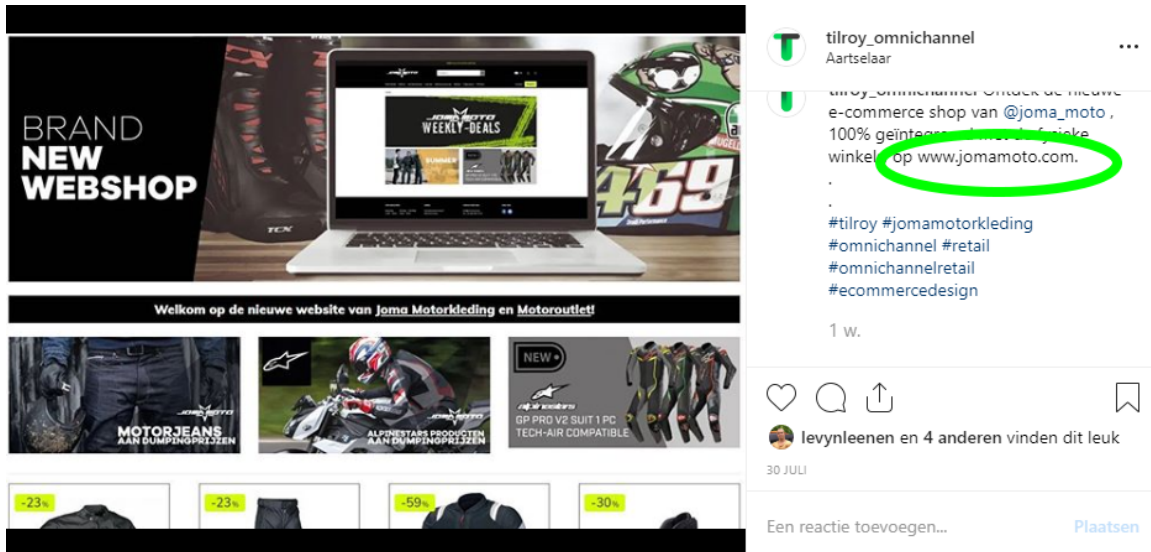
Een hele terechte vraag, je wilt je bezoekers op Instagram ook kunnen doorsturen naar de berichten op je blog, je lookbook of andere pagina's op je site.

Instagram heeft tegenwoordig ontzettend veel functies en wordt voortdurend bijgewerkt. Helaas is het toevoegen van links op Instagram berichten nog niet mogelijk. Althans, niet zonder te adverteren op het platform of zonder dat je minimaal 10.000 volgers hebt.

De enige klikbare link die je kunt toevoegen op Instagram is die naar je website in je profiel



Je kunt zoveel links toevoegen in je posts als je wilt, maar je kan er niet op klikken. Er is dus geen mogelijkheid om bezoekers door te sturen naar jouw webshop (of een andere website)



Wanneer je links toevoegt in je posts blijft dat pure tekst, Instagram maakt ze niet klikbaar

Zoals we zoëven vermelden is er wel één klikbare link op Instagram, die naar je website vanuit je profiel - ook wel 'link in bio' genoemd.

Deze kan je op verschillende manieren creatief inzetten en je bezoekers vragen om op de link in je profiel te klikken. National geographic deed dat eerder handig met een link naar de fotopagina op hun website in het voorbeeld hieronder.

Als retailer zou je precies hetzelfde kunnen doen maar dan met een link naar een pagina die alle producten bevat die je op Instagram post. Zo hoeven je Instagram bezoekers niet ver te zoeken op je webshop.

Maar wacht eens even.... Dus ik kan die link in mijn profiel steeds aanpassen, bijvoorbeeld elke keer wanneer ik iets nieuws post op Instagram?

Correct.

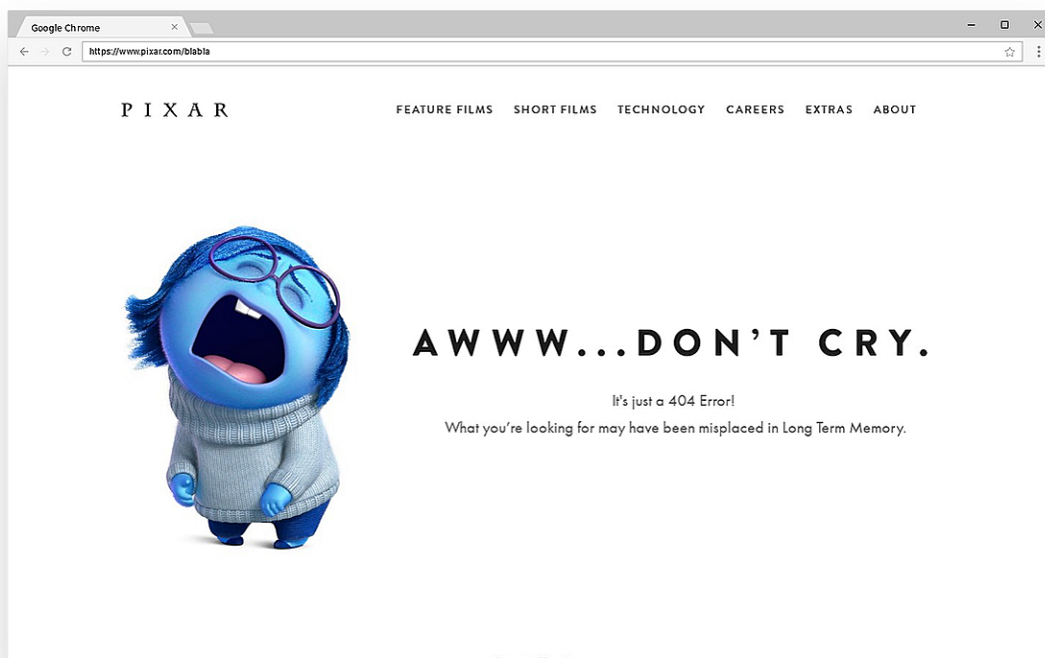
De 'link in bio' die inmiddels alom bekend is op Instagram kun je inzetten zoals jij dat wilt.

We haalden net het voorbeeld aan om een pagina op je webshop te maken met alle producten die je op Instagram hebt gepost. Maar er zijn heel wat slimme manieren om de link in je profiel te gebruiken:

- Om bezoekers naar een wedstrijd of een quiz te sturen
- Naar een blogpost
- Naar een pagina waar je iets gratis weggeeft (freebie), bijvoorbeeld in ruil voor een email-adres
- Naar een specifieke pagina op je webshop - of website
- Naar een video

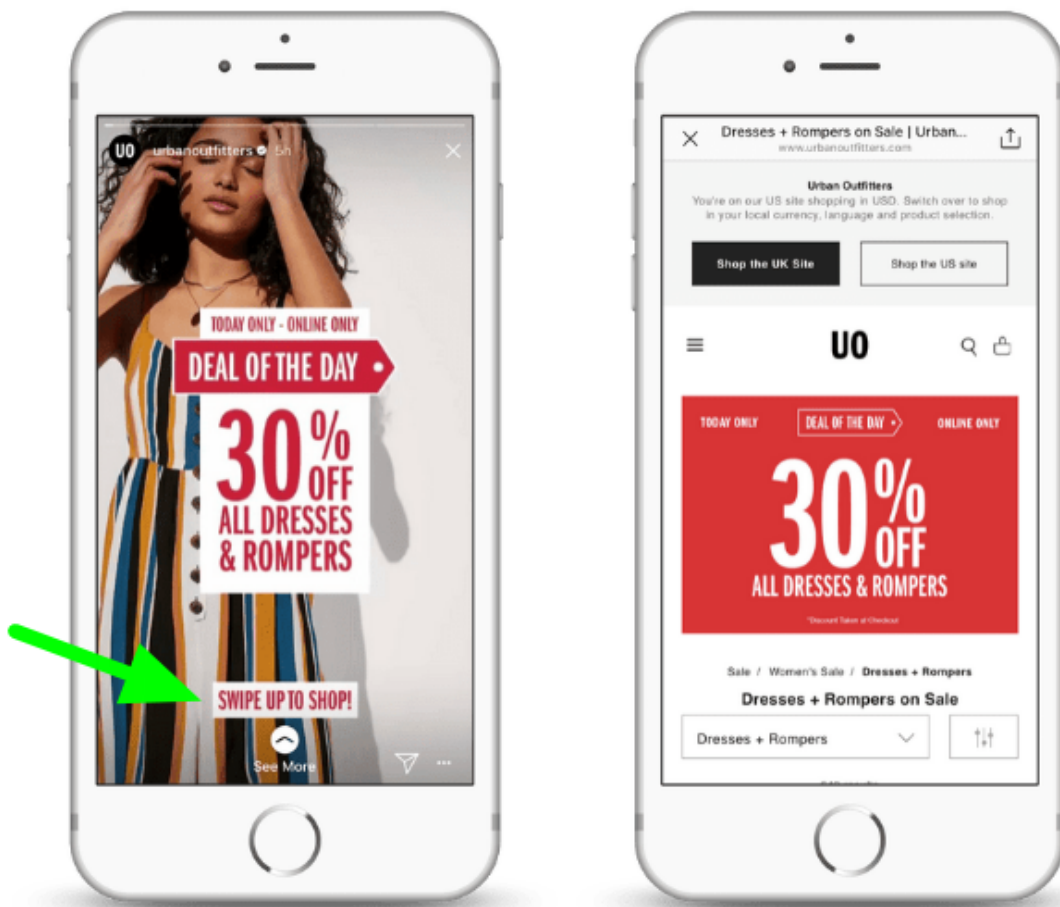
Het enige potentiële nadeel daarvan? Als volgers doorklikken naar oudere berichten van jou die hen instrueren om de 'link in je profiel' te bezoeken, zal die link ze waarschijnlijk niet meer naar de gewenste locatie brengen.

Of erger nog, de pagina bestaat niet meer...

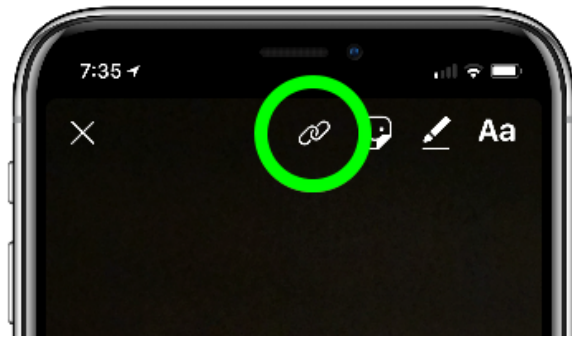


4. Instagram stories to the rescue!

De limiet van één link op Instagram kan best frustrerend zijn. Gelukkig is je link in je profiel niet de enige manier om verkeer naar een specifieke site of inhoud te sturen. Als je een bedrijfsprofiel hebt en meer dan 10.000 volgers, kun je namelijk ook links gebruiken in je Instagram stories.



Geloof het of niet, de swipe through ratio op Instagram stories ligt tussen de 15 en 25%



Hoe voeg je zelf een link toe aan je Instagram stories?

Nadat je een Instagram verhaal bent begonnen, zou je bovenaan een linkknop moeten zien. Klik daarop en voer de gewenste URL in, dat is alles.

Ik heb helemaal geen 10.000 volgers... Kan ik mijn stories dan ook niet shoppable maken zoals mijn posts?

Echt wel! En dat is net wat deze functie zo geweldig maakt want ook zonder 10.000 volgers op Instagram kun je verkeer naar je producten genereren vanuit Instagram Stories. En in feite werkt dat net hetzelfde als voor Instagram posts.

Winkelen via Instagram stories is overigens geen nieuw fenomeen. Veel merken en influencers hebben hun volgers al enige tijd voorbereid op het "shoppen van hun verhalen" door het toevoegen van product url's en "shop nu" knoppen. Instagram heeft het voor retailers gewoon eenvoudiger gemaakt met shoppable stickers.



"Je hebt geen 10.000 volgers nodig
op Instagram om vanuit je stories
te kunnen linken naar je producten"

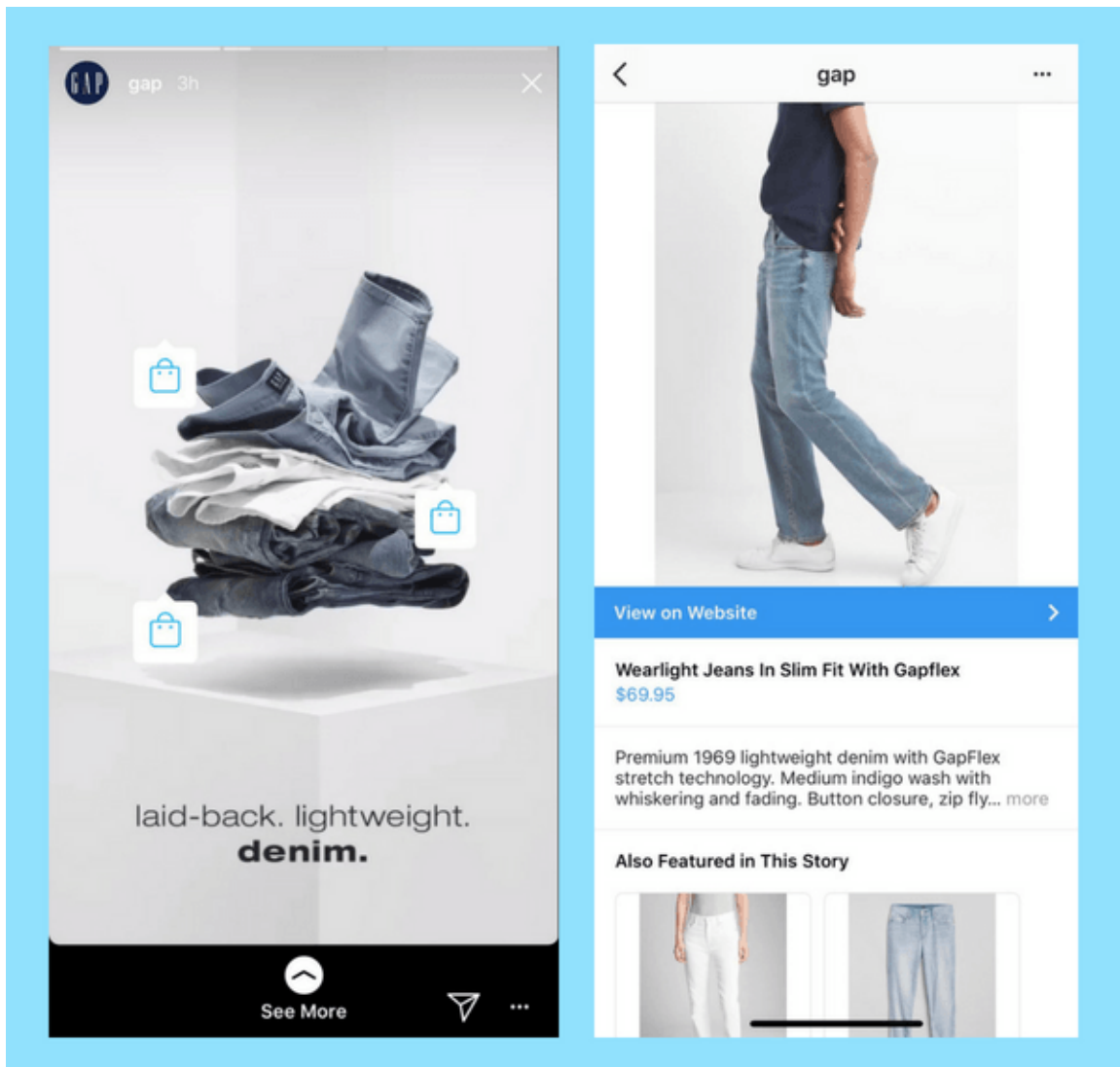


Wat zijn shoppable stickers?

De nieuwe shoppable stickers voor Instagram stories zijn vergelijkbaar met de Instagram shoppable berichten: Ook hier kun je je producten taggen vanuit je catalogus.

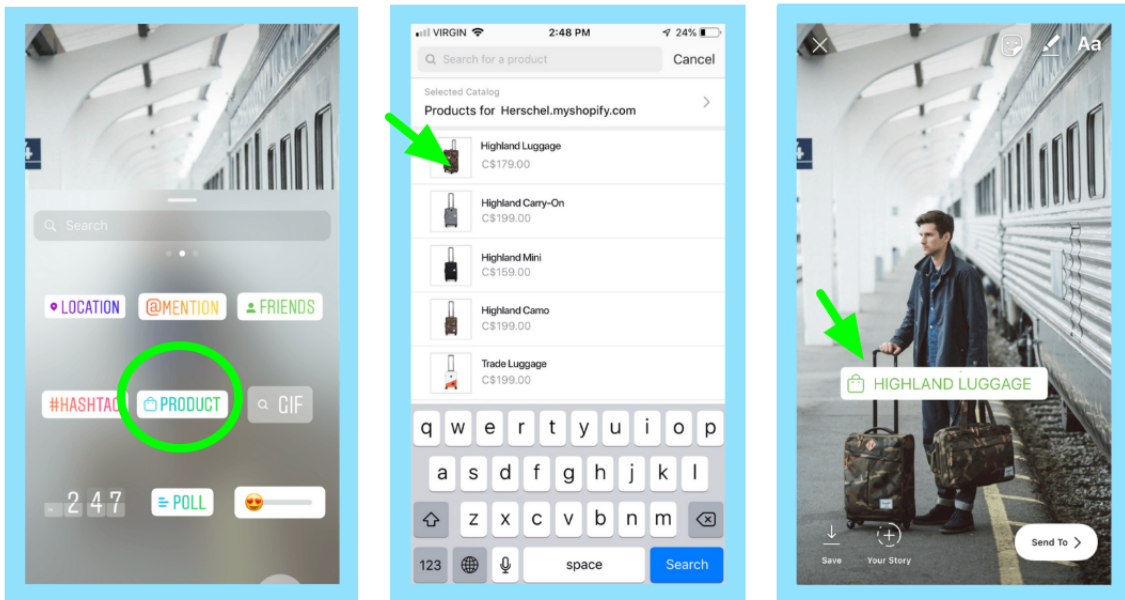
Er zijn 4 verschillende soorten stickers die je zowel op afbeeldingen als op video's kunt plaatsen:

- Een boodschappentas pictogram
- Een sticker met de productnaam in regenboog of grijs
- Doorzichtige tekst (vergelijkbaar met de huidige hashtag en locatiestickers)



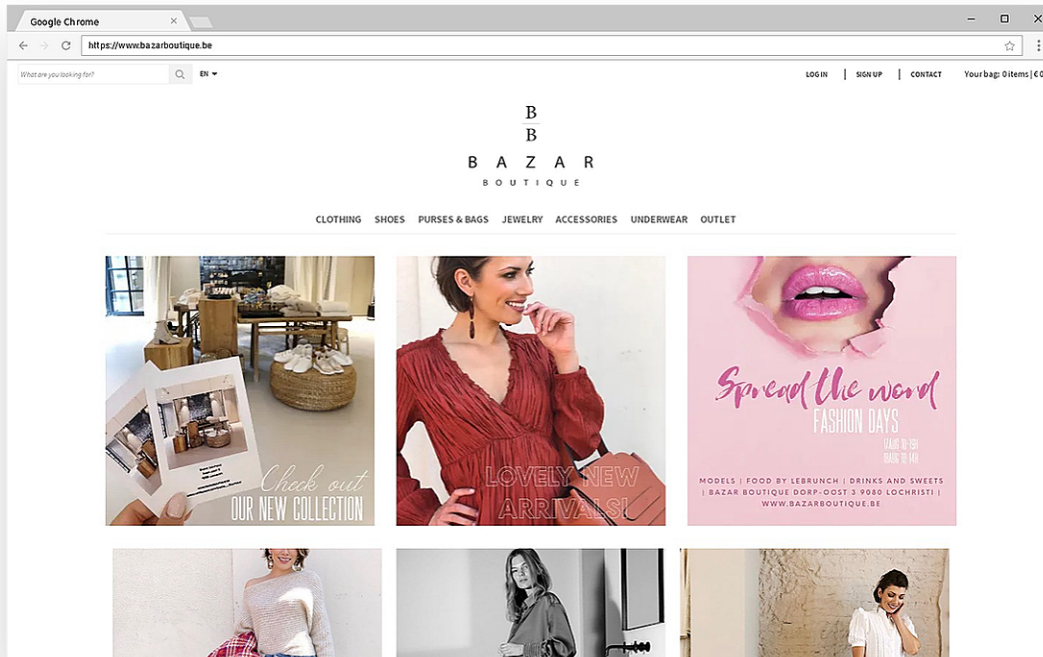
Hoe voeg ik shoppable stickers toe aan mijn Instagram stories?

1. Open de Instagram Stories camera en maak een foto of video, of selecteer er een die je hebt opgeslagen
2. Tik vervolgens op de knop Stickers en selecteer de productstickers
3. Nu krijg je de optie om een product uit je catalogus te selecteren
4. Nadat je een product hebt gekozen, kun je de kleur van de sticker wijzigen door erop te tikken en deze naar waar je maar wilt in je verhaal verplaatsen



Voor shoppable stickers in je stories hoef je niet eens geverifiëerd te zijn als bedrijf of 10.000 volgers te hebben, je kunt er meteen mee aan de slag

5. Instagram shoppable feeds



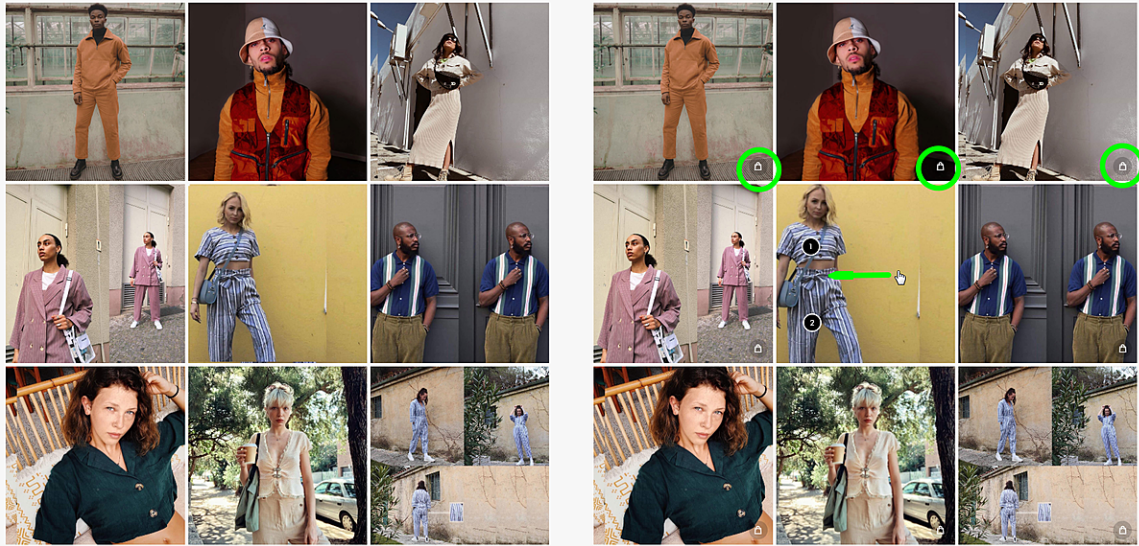
Je steekt heel veel tijd en energie in goede productafbeeldingen, je let op je kleurgebruik, je zorgt voor herkenbaarheid met gepersonaliseerde filters, En dan is het zo ver: Je Instagram posts zijn klaar om op de homepage van je webshop te zetten.

Waar zijn ineens de shopping pictogrammen gebleven die ik wel op mijn telefoon zie in de Instagram app?

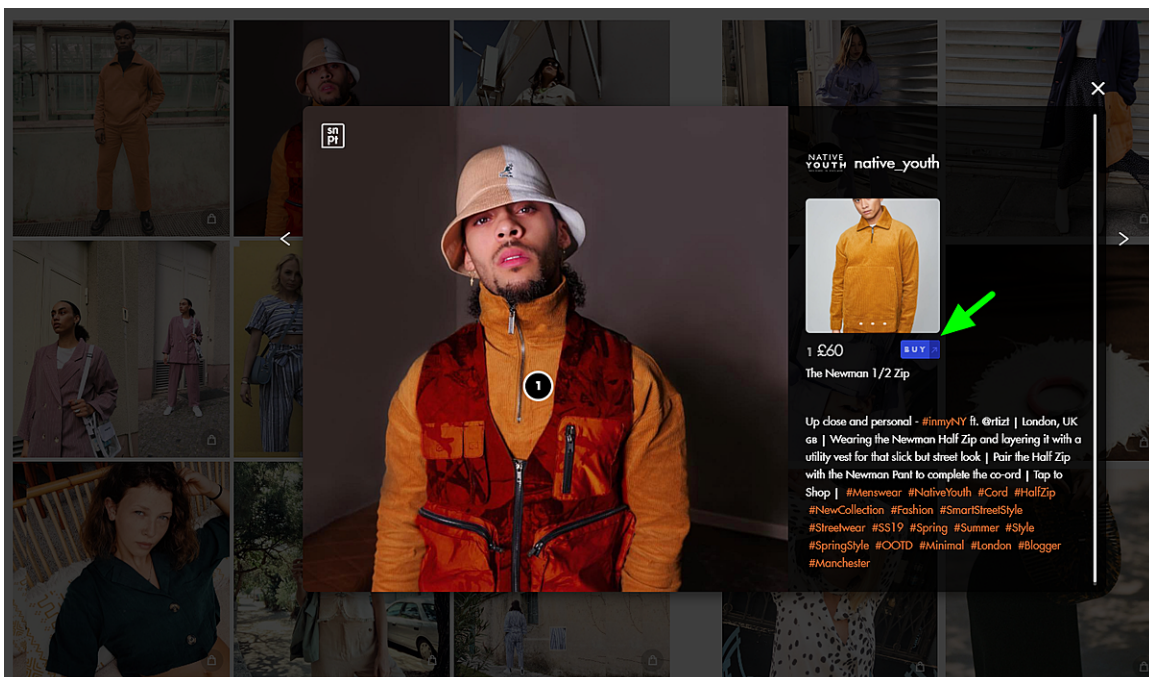
Hoewel Instagram continu bezig is om nieuwe functies beschikbaar te maken voor (kleinere) merken, zullen we op sommige functies nog even wachten. Instagram shopping werkt momenteel enkel in hun app en dus niet op je website.

Gelukkig zijn er online heel wat tools beschikbaar die extra functies bieden zoals het 'shoppable maken' van je Instagram feed.

Zo neem je je Instagram winkel overall mee naartoe. Je kan je volledige shoppable Instagram feed op eender welke webpagina insluiten. Je kopieert en plakt de insluitcode op je webpagina en je Instagram winkel blijft altijd up-to-date.



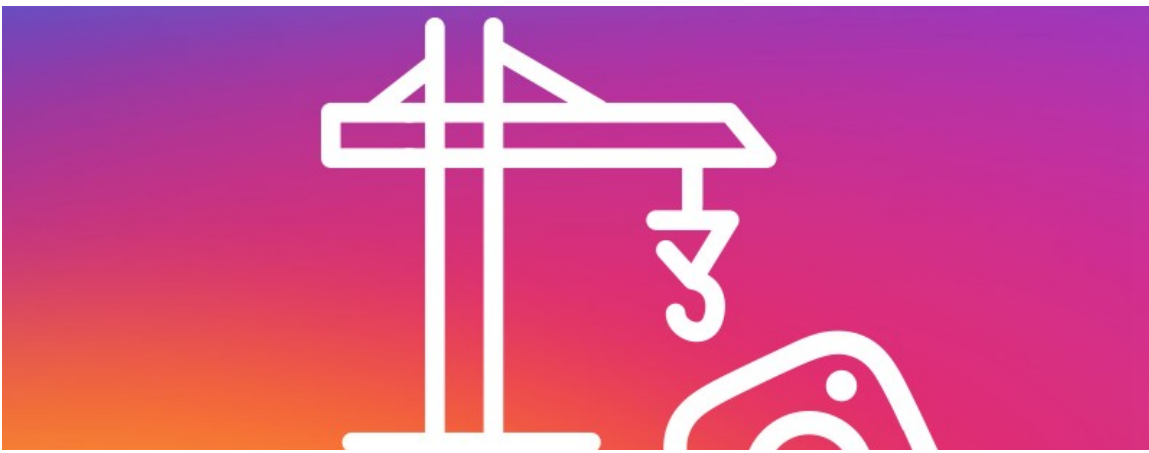
In dit voorbeeld zie je hoe je met behulp van een tool winkeltasjes tevoorschijn tovert op je Instagram feed en shoppable maakt. Wanneer je klikt op een post opent er een popup met een knop om het artikel aan te kopen die je laat linken naar de detailpagina op je webshop.





"Met de juiste tools neem je je
Instagram winkel overal mee
naartoe"





Er zijn heel wat online tools beschikbaar om meer uit Instagram te halen. We richten ons nu even op een aantal tools die de mogelijkheid bieden om je feeds shoppable te maken:

Later

Deze tool kan heel wat meer dan enkel je Instagram feeds shoppable maken. Dit is een van de meest uitgebreide marketing platformen voor Instagram met visuele content kalender voor planning van je posts, uitgebreide statistieken, 'linkin bio editor' en uitgebreide opties voor links in Instagram stories.

Snapppt

Het mooiste aan dit platform? Het is gratis en volgens de makers zal dit ook altijd zo blijven. Met deze tool neem je je Instagram winkel overal mee naartoe. Kopieer en plak de insluitcode en je Instagram winkel blijft altijd up-to-date met shoppable galerijen en geanimeerde winkelcarroussels.

Taggbox

Hiermee creëer je eenvoudig een prachtige sociale muur met jouw beste content en content die gegenereerd werd door gebruikers van al je favoriete sociale media. Zeer gebruiksvriendelijk met prachtige designs en heel wat extra mogelijkheden zoals sociale muren op kiosken in de winkel, op events,.. Maar als je het platform enkel wilt inzetten voor je webshop of website kan dat ook. [In dit artikel](#) leggen ze haarfijn uit hoe je met taggbox shoppable Instagram posts op je website kunt embedden.

6. Praktische tips om meer verkoop te halen uit je Instagram shopping posts

Tip # 1: Zorg ervoor dat je shopping posts in dezelfde stijl zijn als je andere berichten op Instagram

Je hebt waarschijnlijk hard gewerkt aan het creëren van een eigen stijl op Instagram die je merk weerspiegelt en er voor al je berichten samenhangend uitziet. Die gecreëerde stijl mag je niet verstoren met een shopping post die afwijkt van je andere afbeeldingen.

Tip # 2: Zet je fotoshoots in om een lookbook te maken met carroussel posts

Een carroussel kan tot wel 10 foto's bevatten waarin je maar liefst 20 producten kunt taggen. Zo'n carroussel post is dus een uitgelezen kans om te pronken met je foto's van een recente productshoot. Dat maakt het ideaal als een lookbook voor een nieuwe collectie of speciale campagnelancering.

Tip # 3: Controleer of al je links voor de ingestelde shopping tags naar de juiste producten gaan

Dit lijkt misschien een eenvoudige tip, maar er is niets frustrerender dan een kapotte link, vooral als je op zoek bent naar een snelle aankoop. De bedoeling van Instagram shopping tags is net om gebruikers te helpen sneller, en zonder gedoe te winkelen. Dus tijd besteden aan het controleren van al je links en het testen van de post zodra deze live is, kan het verschil maken voor de ervaring van je klanten én je verkopen.

Tip # 4: Zorg voor voldoende ruimte tussen je verschillende shopping tags

De ruimte op een telefoonscherm is beperkt, zelfs als je een Instagram story bekijkt. Dus als je meer dan één product in één afbeeldingspost tagt (je kunt er maximaal 5 taggen), zorg er dan voor dat ze gelijkmatig verdeeld zijn. Anders zullen ze elkaar overlappen waardoor de informatie op de tag niet meer leesbaar is. Als je moeite hebt om al je shopping tags te plaatsen op een afbeelding, dan verspreid je ze beter over meerdere posts of gebruik je een carroussel post.

Tip # 5: Gebruik beschrijvende hashtags zodat je producten eenvoudig te volgen zijn en beter worden gevonden

Met beschrijvende hashtags kun je ervoor te zorgen dat je bericht beter gevonden wordt op de pagina 'Ontdekken' of wordt weergegeven in het nieuwe winkelkanaal. Bovendien kan een gebruiker ook een hashtag volgen dus zo vergroot je je kansen om je producten door de juiste mensen te laten ontdekken. Wanneer je hashtags effectief gebruikt zul je snel een toename van betrokkenheid en conversies zien naarmate meer mensen je berichten ontdekken en volgen.

Tip # 6: Zet content van andere Instagram gebruikers om in geweldige shoppable posts

Waarom zou je content die jouw producten bevat niet opnieuw delen en taggen met jouw producten? Het is een geweldige manier om met je merk te pronken en klanten de woordvoerders van je producten te laten zijn. Vraag wel steeds eerst toestemming alvorens je de inhoud van een andere gebruiker opnieuw post of in je feed deelt.

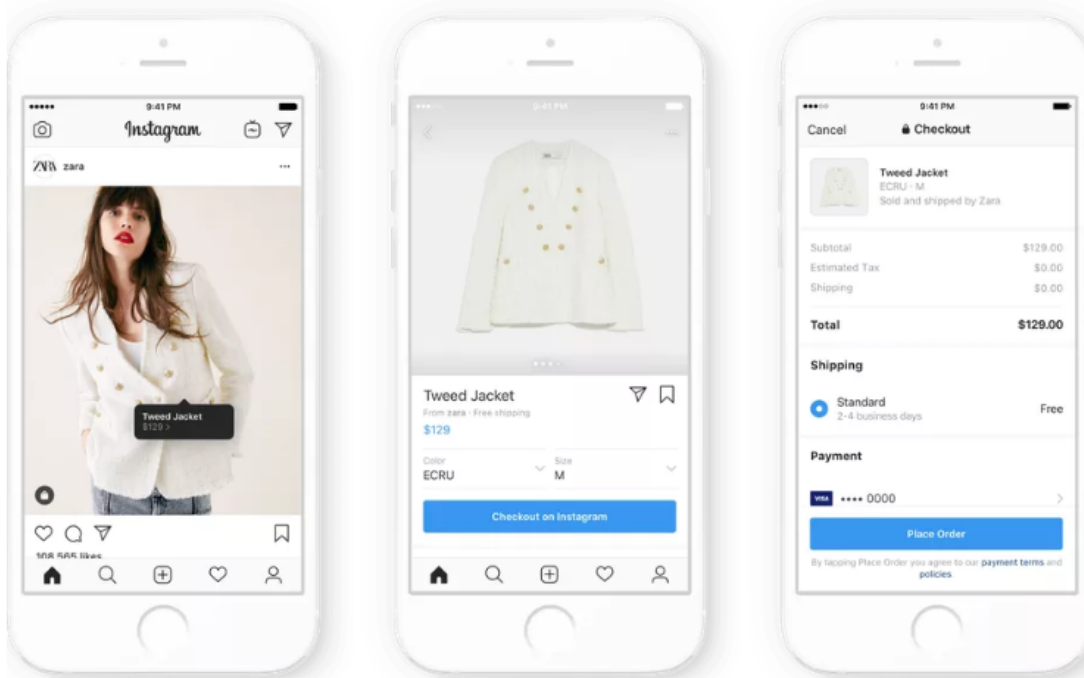
Tip # 7: Verspreid je shoppable berichten en zorg voor een gezonde mix tussen je verschillende berichten

We begrijpen hoe opwindend het kan zijn wanneer Instagram een nieuwe functie lanceert maar probeer jezelf in toom te houden. Een veelvoud aan posts die kort op elkaar volgen daar zit niemand op te wachten. Het is beter om je shoppable posts te spreiden over je feeds en stories. Op die manier hebben je volgers ook niet het gevoel dat ze constant worden belaagd met verkooppraatjes.

Tip # 8: Gebruik Instagram video's om je product in actie te tonen

Wil je je product demonstreren of in realtime laten zien? Gebruik dan een Instagram story video. Een geweldige manier om te laten zien hoe iets 'in het echt' werkt én een uitgelezen kans om je story van shoppable stickers te voorzien. Dit werkt vooral goed voor kledingmerken, sieraden of iets dat persoonlijk kan worden gestileerd. Bovendien is het een leuke en gemakkelijke manier om je product vanuit alle hoeken vast te leggen en je volgers een voorproefje te geven.

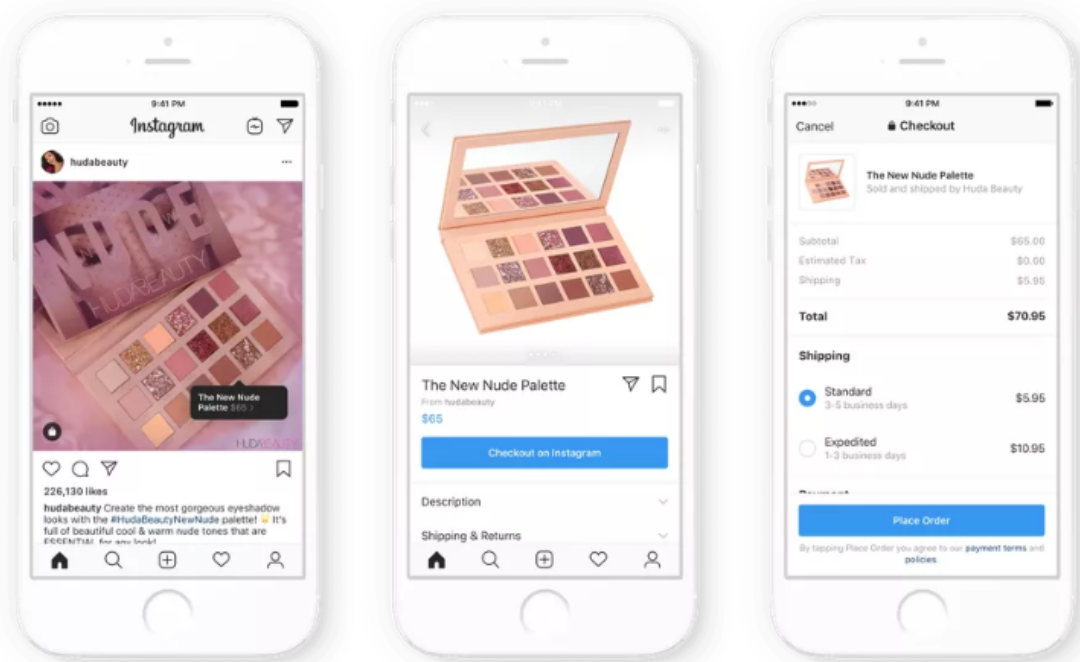
7. De toekomst van Instagram Shopping



We kunnen stellen dat Instagram grootse plannen heeft. Zo werden eerder dit jaar de eerste stappen gezet om een volwaardig e-Commerce platform te worden met de introductie van een betaalfunctie. In ruil daarvoor zal Instagram retailers verkoopkosten in rekening brengen.

Meer dan 20 merken kunnen nu al gebruikmaken van deze nieuwe functie waaronder Nike, Adidas, Dior, H&M, MAC Cosmetics, Michael Kors, Oscar de la Renta, Prada, Uniqlo, Warby Parker en Zara. Andere merken en bedrijven zullen nog heel even moeten wachten voor ze hier gebruik van kunnen maken.

Instagram verwacht dat handel en betalingen de toekomst van het bedrijf zullen vertegenwoordigen



Instagram hoopt dat deze nieuwe functie gebruikers zal inspireren om meer te winkelen en gelooft dat winkelen een enorme nieuwe zakelijke mogelijkheid biedt. Er doen ook heel wat geruchten de ronde over een volwaardige 'stand-alone shopping app'.

"Afrekenen is slechts een onderdeel van onze langetermijninvesteringen in winkelen," zei Instagram in een blogpost. "We zijn verheugd om nog meer manieren te introduceren waarop mensen dit jaar kunnen genieten.

Wij zijn alvast benieuwd naar wat Instagram nog meer in petto heeft voor haar platform en welke nieuwe functies er zullen worden gelanceerd. Wordt vervolgd!



Een online kassa, webshop en voorraad die integreren met je sociale media?

Plan een vrijblijvende demo

