

BIJeenKOMST 9 mei 2019

# [THIRTY] [SHOTS]

#3

Hoe ontwikkel je als culturele  
instelling een influencer  
marketingstrategie?



# My Daily Shot of Culture

## Culture Vloggers & Event Curators

**Buro  
Dertig**

# MY DAILY SHOT OF CULTURE





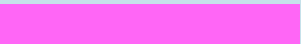
Cultuurvlogs, blogs en Instagram

8325 Facebook volgers | 2506 Instagram volgers

Jonge doelgroep: 20 - 40 jaar

Samenwerken met instellingen

Concept/projectbasis



**@MYDAILYSHOTOF CULTURE**

# BURO DERTIG



Content marketeers en eventorganisatoren

Vertelt verhalen van organisaties

Off- en online communicatie

Specialist cultuurinfluencer marketing

Samenwerken met culturele organisaties, festivals, ngo's

# PROGRAMMA

10.00 uur - Welkom en introductie thema

10.30 uur - Talk Lotte Sturkenboom - Hermitage / De Nieuwe Kerk

11.00 uur - Pauze

11.15 uur - Introductie vier cases

11.30 uur - Aan de slag met een case

12.30 uur - Lunch

13.15 uur - Plenaire recap met de belangrijkste lessen uit alle cases

13.45 uur - Tips & tricks

14.00 uur - Einde

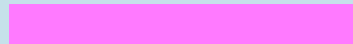


# IN 4 UUR

Cultuurinfluencer marketing in de spotlight

Inspirerende voorbeelden

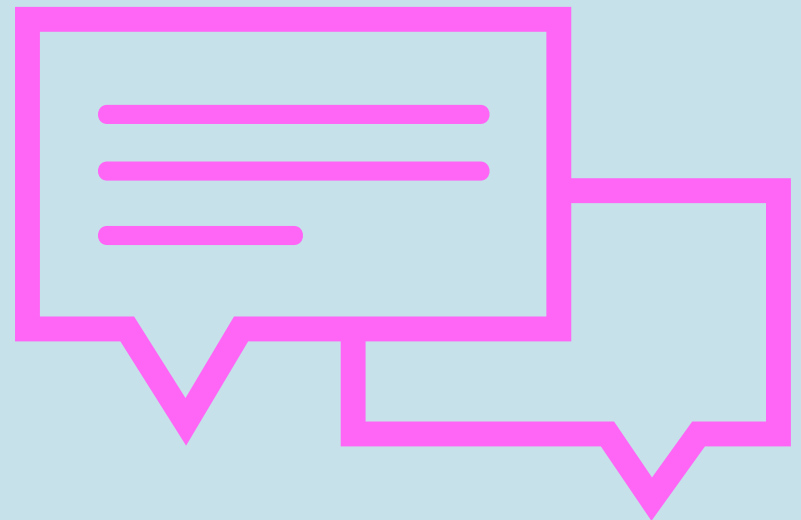
Tips & tricks



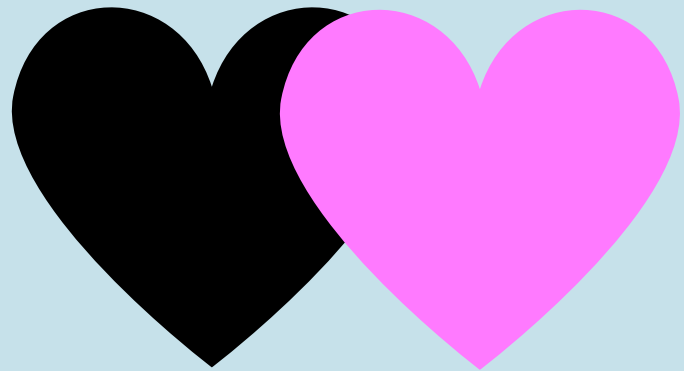
# MAAR WAT IS INFLUENCER MARKETING

Inzetten van influencers - bloggers, vloggers,  
Instagrammers - om je verhaal te vertellen en zo een  
(nieuwe) doelgroep te bereiken

Mond-tot-mondreclame



**INFLUENCER  
MARKETING EN DE  
CULTURELE SECTOR  
= MATCH MADE IN  
HEAVEN**



# TERUGBLIK - BURO DERTIG / MALOU



Thirty Shots #1: Waarom en hoe kan je influencers inzetten in de culturele sector? Wat kunnen influencers betekenen voor jouw museum, instelling, theatergezelschap of festival? Waar begin je? En wat levert het op?

Thirty Shots #2: Wat kan je wel en niet verwachten van influencer marketing? Waar vind je influencers, hoe geef je een samenwerking vorm, aan welke voorwaarden dient je eigen organisatie te voldoen en hoe meet je het daadwerkelijke effect?

# Influencers zijn de nieuwe modebepalers

**Influencers** De modewereld is onder invloed van influencers behoorlijk veranderd. Modebladen zijn macht kwijtgeraakt, onbekende merken kunnen snel groot worden en je ziet minder zwarte outfits (die doen het niet zo goed op Instagram).

✎ Milou van Rossum 26 februari 2019 2 Leestijd 5 minuten



**Influencer marketing** Bloggers en vloggers in de kunst

## Kunstpromotie via het digitale doorgeefluik

Ook in de kunstsector worden instagrammers, bloggers en vloggers ingezet om jongeren te bereiken. Influencer marketing is er niet alleen voor producenten van kleding of make-up. Op de KunstRAI is er een symposium over.

Edo Dijksterhuis  
AMSTERDAM

**E**mpy meet, Instagram take-over, influencer lunch. Het zijn begrippen waar tien jaar geleden nog niemand van had gehoord. Tegenwoordig behoren ze tot het standaardvocabulaire van de gemiddelde marketeer in de kunstsector. In de slag om die o zo moeilijk te bereiken jonge doelgroep wordt steeds meer gebruikgemaakt van sociale media en de belangrijke bespelers ervan, de influencers.

"Influencer marketing staat in de culturele wereld nog in de kinderschoenen, zeker als je het vergelijkt met fashion, design en lifestyle," stelt Flor Linckens. "De oudste accounts bestaan pas drie, vier jaar en trekken bij lange na

oprecht," stelt Linckens. "Als Nooshin een trui aanprijst op Instagram, weet je dat ze daarvoor betaald wordt. Kunstinfluencers doen het puur uit passie en daarom past de term 'ambassadeur' ook beter. Het zijn bovendien vaak mensen met een kunstachtergrond. Het draait om meer dan alleen mooie plaatjes. De verdieping zit in de inhoudelijke onderschriften."

Zelf is Linckens op Instagram actief als Galeriereporter (8700 volgers). Ze besteedt ongeveer twintig uur per week aan haar account. Haar geld verdient ze met freelance advieswerk in de culturele sector. "Ik wil een brug zijn, mensen nieuwsgierig maken voor kunst," zegt ze. "Het is trouwens opmerkelijk dat één op de twintig volgers van mij ouder is dan 65. Het is echt niet zo dat Instagram alleen iets van twintigers en dertigers is. Het influencerschap trouwens ook niet. Op ons platform staan bijvoorbeeld ook A Grey Lady van Miriam van der Meer en Digitale Kunstkrant van Evert-Jan Pol. Die zijn respec-

**'Als Nooshin een trui aanprijst, weet je dat ze betaald wordt. Kunstinfluencers doen**

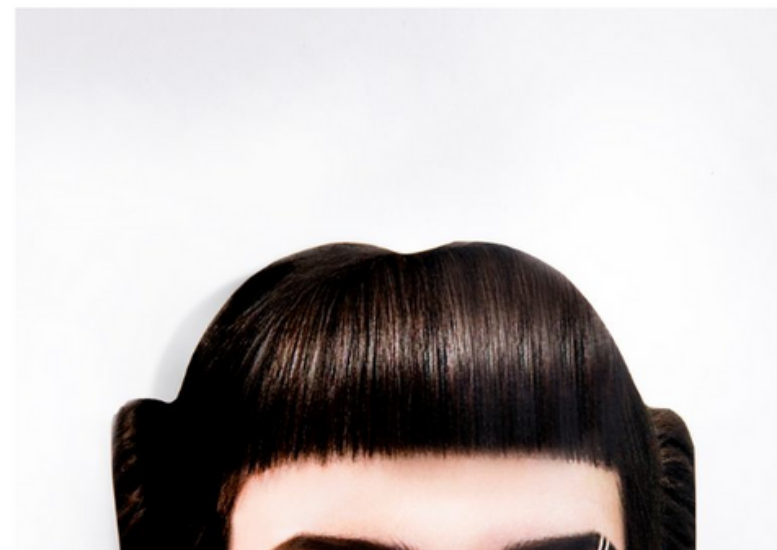


EEN INKIJK IN DE VIRTUELE WERELD

## Wie is er nog echt op Instagram?

Miquela is model en zangeres, heeft 1,4 miljoen volgers op Instagram en wordt nooit moe of oud. De nieuwe sterren zijn virtueel.

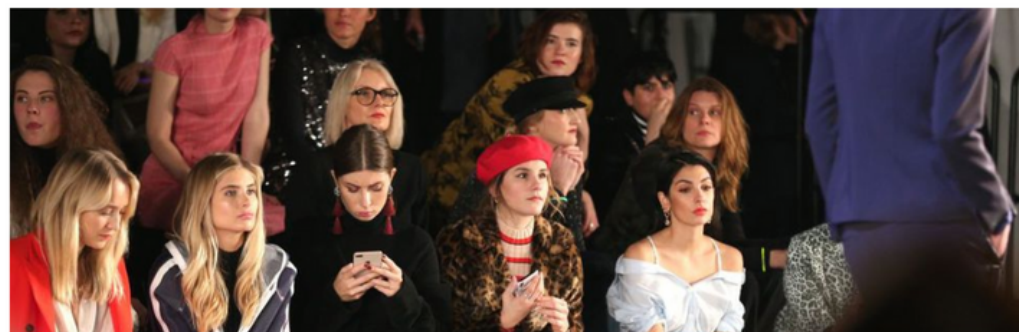
Dorien van Linge 21 september 2018, 17:15

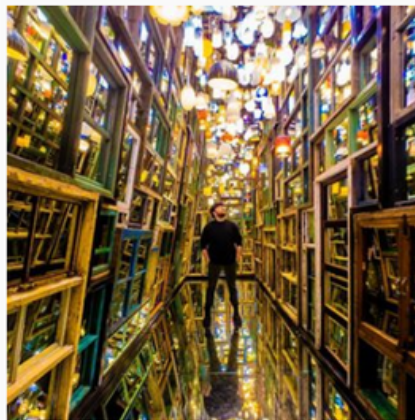
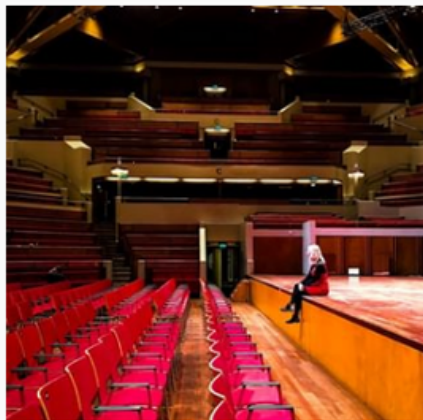
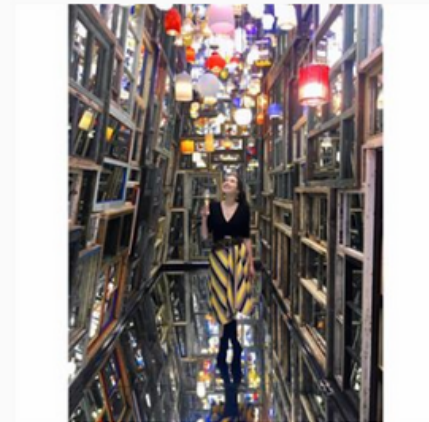
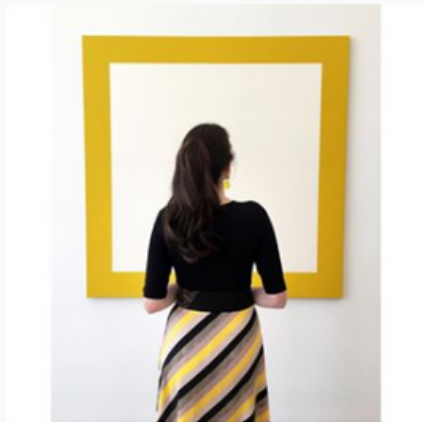
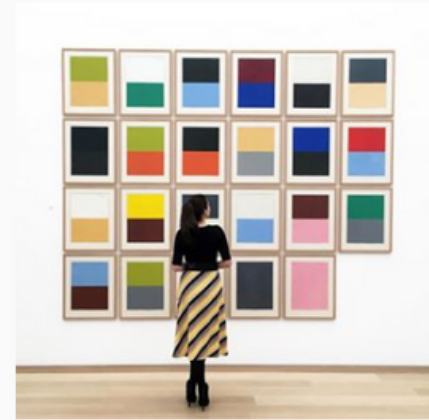


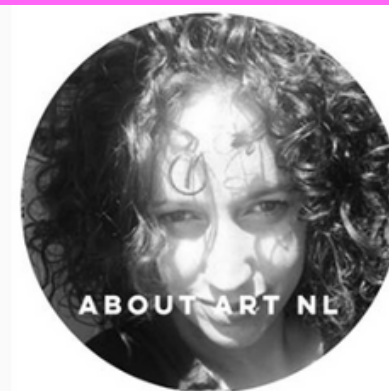
## Kunnen de echte influencers opstaan?

'Die types zonder mode-opleiding of echte modebaan kun je toch niet serieus nemen'

ELLE DOOR IRIS VANDEMOORTELE 21/09/2018







# MY DAILY SHOT OF CULTURE - INFLUENCERS

Veel uitnodigingen

Steeds meer instellingen weten je te vinden

We worden serieuzer genomen

Originele events/activiteiten

Cultuurinfluencers in de pers



Veel influencers

Tijdstip van de empty meet

Budget

Persoonlijk maken

Influencer is geen pers

Contact tussen influencer en opdrachtgever



# LOTTE STURKENBOOM - HERMITAGE / DE NIEUWE KERK



# BREAK!



## CHECK DE CASES





[THIRTY]  
[SHOTS]

The image is an abstract graphic design featuring a central light blue rectangle containing the text "[THIRTY]" and "[SHOTS]" in pink, stacked vertically. The background is white, framed by light blue horizontal bars at the top and bottom. The design is composed of various geometric elements: black rectangles of different sizes, some with horizontal or vertical lines; pink rectangles; and a series of thin, parallel black lines on the left and right sides. The overall aesthetic is modern and minimalist.

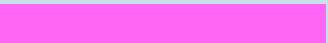
# CASES

Case 1: Explore Utrecht - Hoe kan ik de content van de influencer versterken om meer impact te maken?

Case 2: Stedelijk Museum Amsterdam – Hoe is dit museum begonnen met influencer marketing en wat zijn de valkuilen?

Case 3: My Daily Shot of Culture – Jip Heijmerink geeft ideeën hoe influencers jouw contentstrategie te versterken

Case 4: Buro Dertig - Hoe maak ik influencer marketing onderdeel van mijn strategie?



# CASE 1:

Explore Utrecht -  
Dainahara Polonia



# CASE 2:

Stedelijk Museum Amsterdam -  
Saskia du Bois



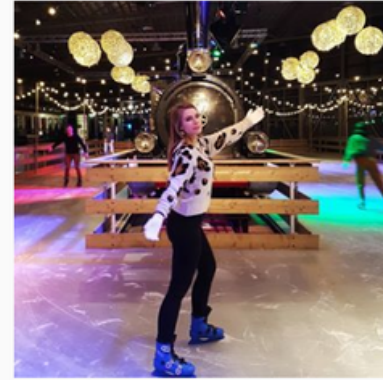
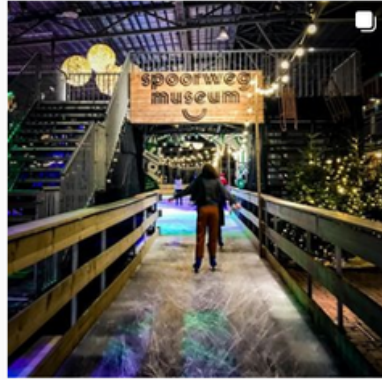
# CASE 3:

## My Daily Shot of Culture

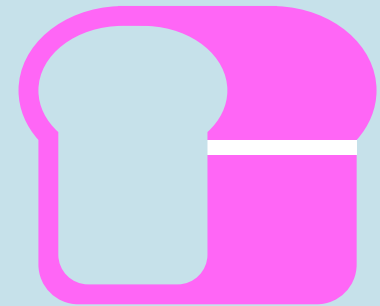


# CASE 4:

Buro Dertig



# LUNCH!



**BESPREKEN CASES**



**TIPS & TRICKS**



[THIRTY  
[SHOTS]

The image is an abstract graphic design. It features a central light blue rectangle containing the text "[THIRTY [SHOTS]" in a pink, sans-serif font. The text is enclosed in pink brackets. Surrounding this central element are various geometric shapes and patterns in pink, black, and light blue. These include horizontal and vertical bars, a grid of small squares, and a series of vertical lines of varying heights. The overall composition is layered and complex, with a mix of solid colors and patterns.

# CASES - BELANGRIJKSTE LEARNINGS

## Buro Dertig

- Geef influencer marketing een serieuze plek in je marketingbegroting
- Realiseer je hoeveel tijd het kost om een vlog, blog of post te maken
- Maak van te voren afspraken over de content
- Kies voor bereik, betrokkenheid of inhoud
- Schep randvoorwaarden

# Stedelijk Museum

- Het inzetten van influencers vergt investering. Maak daarom keuzes, zeker als je met een klein team bent.
- Zet je influencer campagne uit op meerdere online en offline kanalen maar met een eenduidige look and feel om herkenbaar te zijn
- Het netwerk van de influencer is het meest effectief: meer engagement dan via eigen kanalen.
- Kwaliteit boven kwantiteit. Denk aan het inzetten van (nano)influencers die warmlopen voor je organisatie en houd deze relatie voorafgaand, tijdens én na je samenwerking warm.

## My Daily Shot of Culture

- Zet je content centraal: denk voorbij de kanalen.. maar focus op de verhalen die je wilt vertellen en vertaal die naar het kanaal.
- Zonder contentstrategie kan je eigenlijk niet beginnen, het is het startpunt voor alles.
- Ga van ad-hoc, naar duurzame content (ja verhalen!). Oftewel: wat zijn de overkoepelende thema's die je wilt vertellen? En haak daar op in
- Een Influencer is niet alleen een middel, maar kan ook een adviesrol hebben. Ga eens met elkaar sparren en kijk wat jullie echt voor elkaar kunnen betekenen.

## Explore Utrecht

- “If you want to go fast, go alone, if you want to go far, go together” (African proverb)
- Zorg ervoor dat influencers echt de beleving meegeven met in hun posts
- Bindt mensen aan je die echt iets voor je kunnen betekenen en deel dan ook hun content
- Je loopt wel het ‘risico’ dat er content gemaakt wordt die misschien anders is dan je wil. Maar ga het experiment aan!
- Gebruik voor verschillende platformen verschillende content

# TIPS & TRICKS

- Focus je niet alleen op Instagrammers. Ga ook op zoek naar bloggers, vloggers en Youtubers die op geheel eigen wijze jou verhaal kunnen vertellen
- Verdiep je in de influencers die je uitnodigt en met wie je wil samenwerken
- Overleg van te voren welke resultaten de influencers 'moeten' delen en wanneer
- Meet de resultaten (Stedelijk Museum)
- Overtuig sceptische collega's met cijfers en inspirerende voorbeelden van anderen
- Begin klein, maar begin!!



# VRAGEN?

thirtyshots@gmail.com

@thirtyshots

@mydailyshotofculture

@burodertig



[THIRTY  
[SHOTS]

The image is an abstract graphic design featuring a central light blue square containing the text "[THIRTY [SHOTS]" in pink, uppercase, sans-serif font. The text is enclosed in pink brackets. The background is white, surrounded by light blue borders at the top and bottom. The design is composed of various geometric elements: black rectangles of different sizes, horizontal and vertical pink lines, and a series of black horizontal lines on the right side. A vertical black line with white horizontal segments runs through the center-right. A black rectangle with a pink square at its bottom-left corner is located on the left side. The overall aesthetic is modern and minimalist.