

De druk om elke dag het mooiste plaatje te moeten maken, zorgt ervoor dat influencers massaal op zoek gaan naar een coach. 24/7 een inspiratie zijn, it's a tough job...

STEDS MEER SOCIAL influencers doen een beroep op personal coaching, zo viel vorige week te lezen op de Amerikaanse nieuwswebsite *The Insider*. De reden: de hoge verwachtingen die de influencers niet alleen van zichzelf hebben, maar die ook hun vaak honderdduizenden volgers van ze hebben. Verwachtingen van elke dag, steeds maar weer, de mooiste plaatjes, de nieuwste updates of interessante kijkjes in hun leven, of er nu wel of niet iets gebeurt. Gerlinde van der Struijk, coach van onder andere influencer Eve Tomaszewski en nog twee collega's die liever niet bij naam willen worden genoemd, herkent dit wel. "Op een gegeven moment krijg je het benauwd, als je je hele leven online gaat zetten en alles aan een grote groep mensen etaleert. Je begint daarmee en zet een norm, met frequentie, inhoud en niveau. Dat moet je vol houden. Voor jezelf, voor je volgers, maar óók voor de merken waar je mee werkt of in de toekomst mee wilt gaan werken."

INFLUENCER ZKT. COACH

4

De lat ligt hoog

The Insider meldt ook dat veel influencers onderschatten hoeveel werk er in het 'social influencen' gaat zitten. Vanwege deze hoge werkdruk zoeken steeds meer bloggers en Instagrammers hun heil bij coaching. Maar, zo meent Van der Struijk: "Het is op zich ook niet de taak van de volgers om te beseffen wat er allemaal vooraf gaat aan dat wat ze zien,

dat zie je bij andere vakgebieden immers ook niet. Het is meer aan de influencer zelf om te beseffen waar je aan begint." De valkuil van social influencers: ze zijn doorgaans perfectionistisch en creatief, bemerkt ze. "Ze willen zo veel waarde en kwaliteit aan hun klanten en volgers geven, dat er bijna geen stop op zit. Het kan altijd beter en mooier. De lat zo hoog leggen, werkt stress verhogend en kan vooruitgang en voldoening in de weg zitten." Van der Struijk helpt de 'hulp-behoevenden' met vragen als: Wat wil je over vier maanden bereikt hebben? En: Welke merken wil je aan je hebben verbonden? Waarbij ze overigens niet zomaar met elke influencer in zee gaat. "Het is niet zo dat ik kijk naar hoeveel volgers de persoon heeft. Ja, dat zou mij weer kunnen helpen, want door het grote netwerk van diegene zou ik ook weer aan werk kunnen komen, maar dat is niet mijn intentie. Ik kijk naar de persoon, naar de hulpvraag. De begeleiding gaat stap voor stap. Ze hebben een stok achter de deur nodig, want social influencers werken heel solistisch."

Afgestraft

Het grote verschil tussen deze groep en de andere mensen die zij vanuit haar praktijk begeleidt, is dat de social influencers elke dag relevant moeten zijn. Een dag niet gepost, kan zomaar volgers kosten of vanwege het vernietigende algoritme van bijvoorbeeld Instagram afgestraft worden met minder zichtbaarheid. "Als je er financieel afhankelijk van bent, geeft dat helemaal veel druk. Merken moeten je namelijk wel interessant blijven vinden en blijven zien." Het klinkt misschien een beetje raar, maar er zitten ook goede kanten aan het feit dat steeds meer vloggers een coach nodig hebben. Bibi Breijman, maar ook Rutger Vink en Cynthia Schultz, zijn drie voorbeelden van online bekende namen bij wie de burn-out toesloeg, dan wel toe dreigde te slaan. Door open te zijn over een burn-out, zoals Bibi en Rutger vorig jaar, maken ze het onderwerp bespreekbaar voor een grote groep volgers, die zich er wellicht in kunnen herkennen en daardoor misschien sneller hulp gaan vragen. Het kan zomaar zijn dat er in de toekomst alleen maar meer behoefte zal komen aan coaches voor vloggers, vermoedt Van der Struijk. "Er komen immers ook steeds meer influencers. Ik zie het nog wel een officiële job title worden." ■



MODEWEEK DON...maar deze was not so

Nu de fashionweeks rug zijn, wordt er gesproken over de 'not done' w

1. BURBERRY'S ZELFMO

Burberry kwam tijdens Londen flink onder vuur te liggen door een de koorfjes van de capuchon gebonden in de vorm van een de show beklaagde een van de Kennedy, zich over de 'zelfm sweater is direct uit de colle

2. KATY'S BLACK

Zwarte schoenen met grote o lippen. Zangeres slash 'ontwerp zag er geen probleem in. Het had dat de vergelijking maakte met omstrede verschijnsel dat het gezicht zwart verven om voor rollen van donkere mensen te v storm van kritiek besloot Katy beige stappers te schrappe

3. GUCCI'S BIVAK

Ook Gucci ervoer een gelijks gate. Eerder deze maand werd gesproken van de zwarte wolf soort mondopening (eh?) met een 890 euro kostende ode a skibivakmuts had moeten zijn, bestempeld als racistisch. H modehuis bood haar verontsch "We zien diversiteit als een f waarde die we handhaven, re meenemen bij elke beslissing De trui is inmiddels niet me