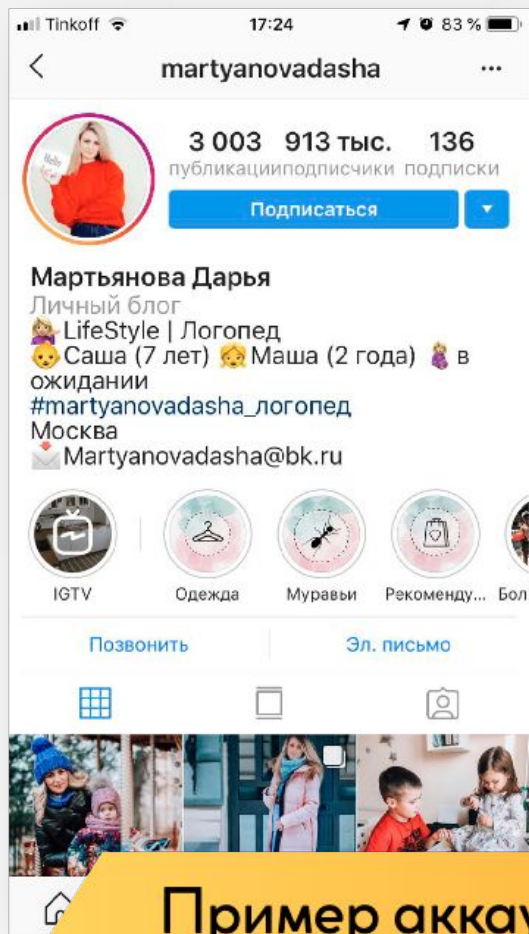


The background features several overlapping circles of varying shades of gray. The rightmost circle is filled with a dense pattern of small dots, creating a halftone effect. Two vertical orange lines are positioned symmetrically on either side of the text, extending from the top and bottom edges of the frame.

БЛОГЕРЫ

БЛОГЕРЫ ИНСТАГРАМ

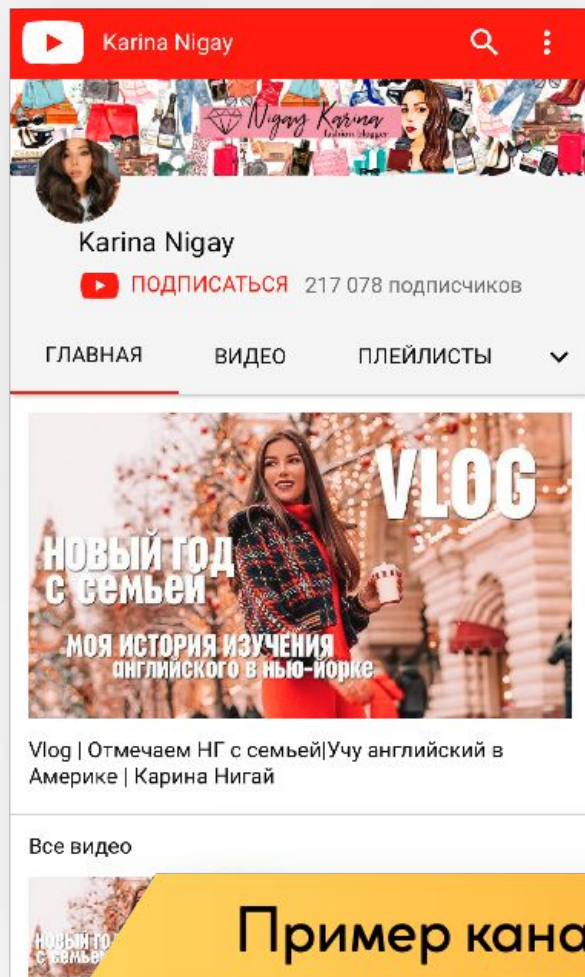


Пример аккаунта

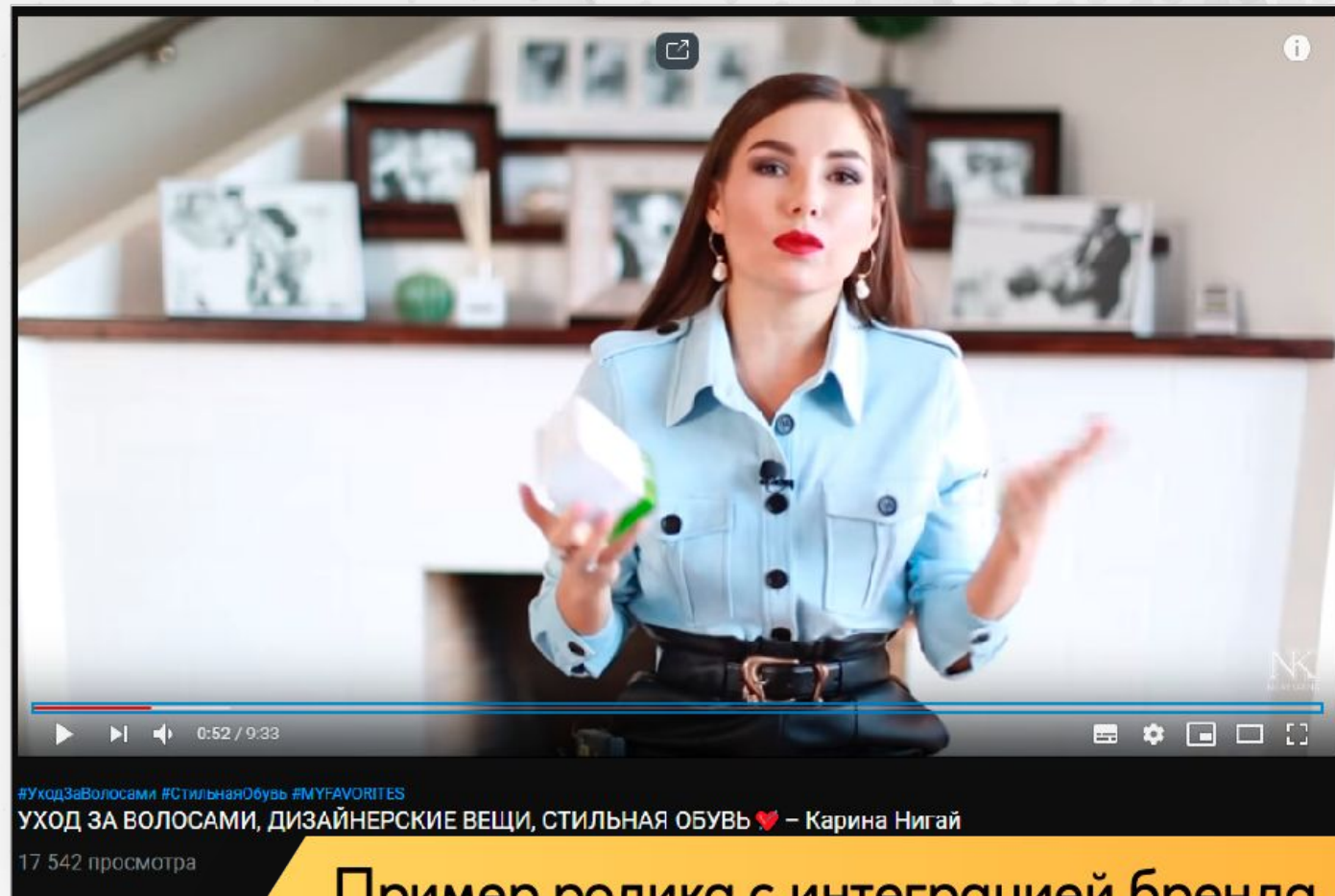


Пример поста с интеграцией бренда

БЛОГЕРЫ YOUTUBE



Пример канала



Пример ролика с интеграцией бренда

ПОЛЬЗА ОТ БЛОГЕРОВ

1

ОХВАТ

2

ОРИГИНАЛЬНЫЙ НАТИВНЫЙ КОНТЕНТ для брендов

3

Правильно спланированные кампании у блогеров обходятся дешевле стандартных медийных инструментов и более точно попадают в свою целевую аудиторию

4

ДОВЕРИЕ АУДИТОРИИ

5

Нет необходимости тратить деньги на производство контента (не всегда)

ТИПЫ ИНФЛЮЭНСЕРОВ



KOL'S

Знаменитости кино, эстрады и ТВ



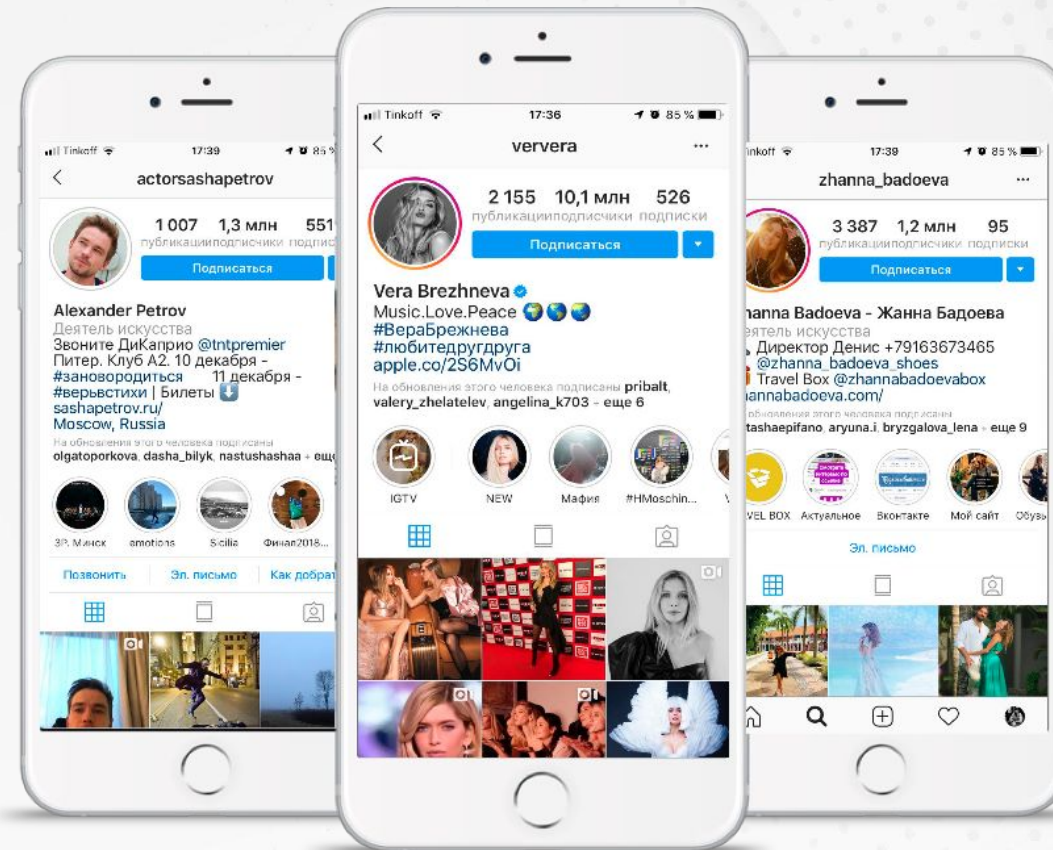
БЛОГЕРЫ

Персоны получившие известность/популярность благодаря своему контенту, публикуемому в Instagram и/или в youtube

ТИПЫ ИНФЛЮЭНСЕРОВ

KOL'S

Рассматривают соц. сети как дополнительный инструмент PR и повышения медийности.
Доход от ведения блога носит второстепенный характер



ТИПЫ ИНФЛЮЭНСЕРОВ

KOL'S

СТОИМОСТЬ ПУБЛИКАЦИИ ЗАВИСИТ ОТ ТРЕХ
ФАКТОРОВ

1

Медийность персоны
– ключевой фактор

2

Количество
подписчиков

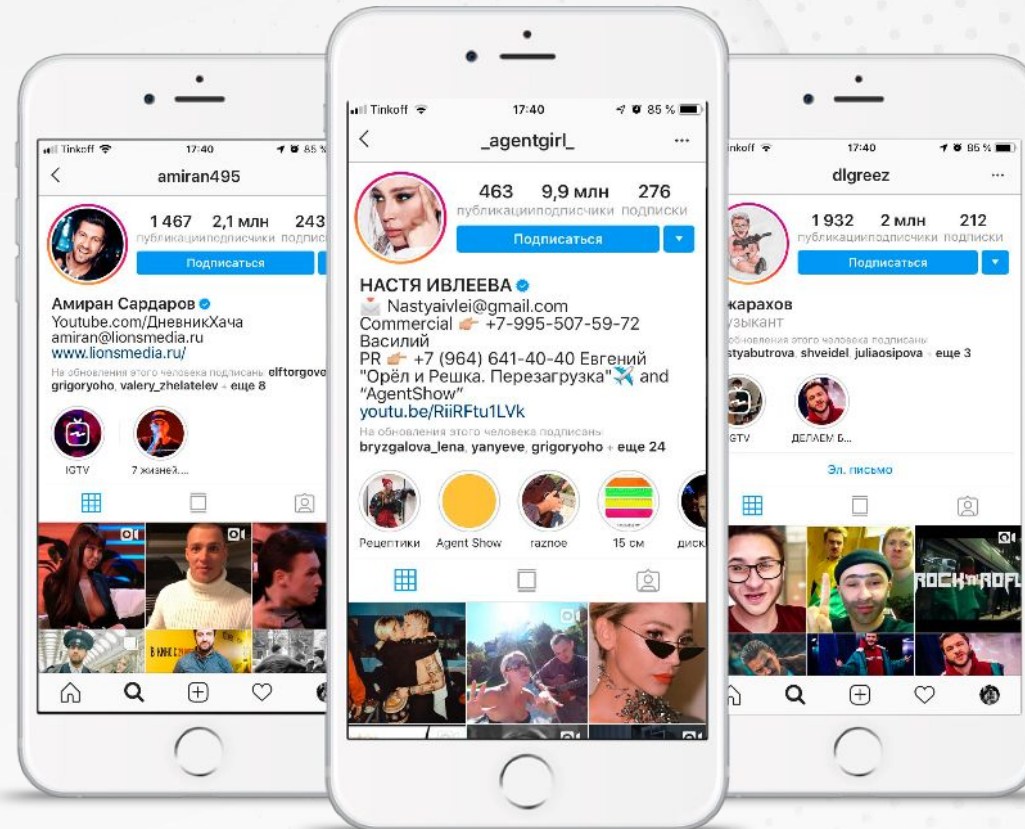
3

Вовлеченность
подписчиков

ТИПЫ ИНФЛЮЭНСЕРОВ

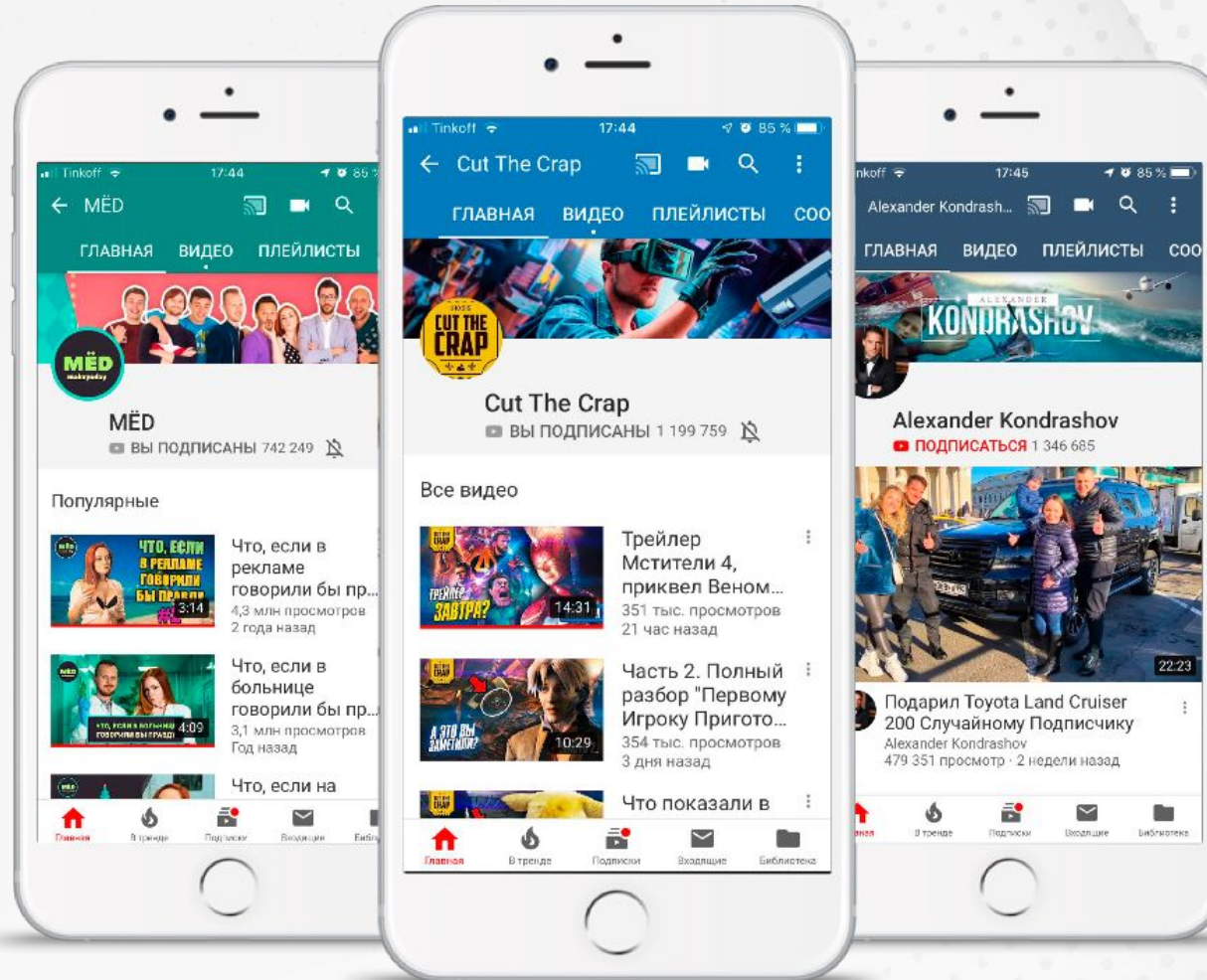
БЛОГЕРЫ ИНСТАГРАМ

В зависимости от количества подписчиков, блог может быть как основным источником прибыли, так и дополнительным.



ТИПЫ ИНФЛЮЭНСЕРОВ

БЛОГЕРЫ YOUTUBE



ТИПЫ ИНФЛЮЭНСЕРОВ

СТОИМОСТЬ

СТОИМОСТЬ ПУБЛИКАЦИИ ЗАВИСИТ ОТ ТРЕХ
ФАКТОРОВ

1

Количество
подписчиков

2

Вовлеченность
подписчиков

ЧЕМ БОЛЬШЕ — ТЕМ МЕНЬШЕ ВЛИЯНИЯ

АККАУНТЫ В INSTAGRAM С ПОДПИСЧИКАМИ



Таким образом, чем больше блогер имеет подписчиков, тем меньше обратной связи он получает от своей аудитории, в процентно соотношении с блогерами с меньшим кол-ом подписчиков. Чем меньше подписчиков у блогера, тем лояльней его аудитория и органичней интеграция бренда в его контент.

ФОРМАТЫ

Форматы	Фото	Видео	Продукт в кадре	Наличие кликабельной ссылки	Дисклеймер	Указание аккаунта клиента в описании	Статистика размещения
Рекламный пост	✓	✓	✓	✗	В тексте	✓	Охват и кол-во реакций
Псевдоестественный пост	✓	✓	✓	✗	В тексте	✓	Охват и кол-во реакций
Сторис	✓	✓	✓	✓	✗	✓	Охват
Лайв трансляция в Instagram	✗	✓	✓	✗	✗	✗	Охват
Интеграция на YouTube	✗	✓	✓	✓	В тексте или на видео	✓	Охват, кол-во реакций, пол, возраст, гео, устройства
Отдельный ролик на Youtube	✗	✓	✓	✓	В тексте или на видео	✓	Охват, кол-во реакций, пол, возраст, гео, устройства

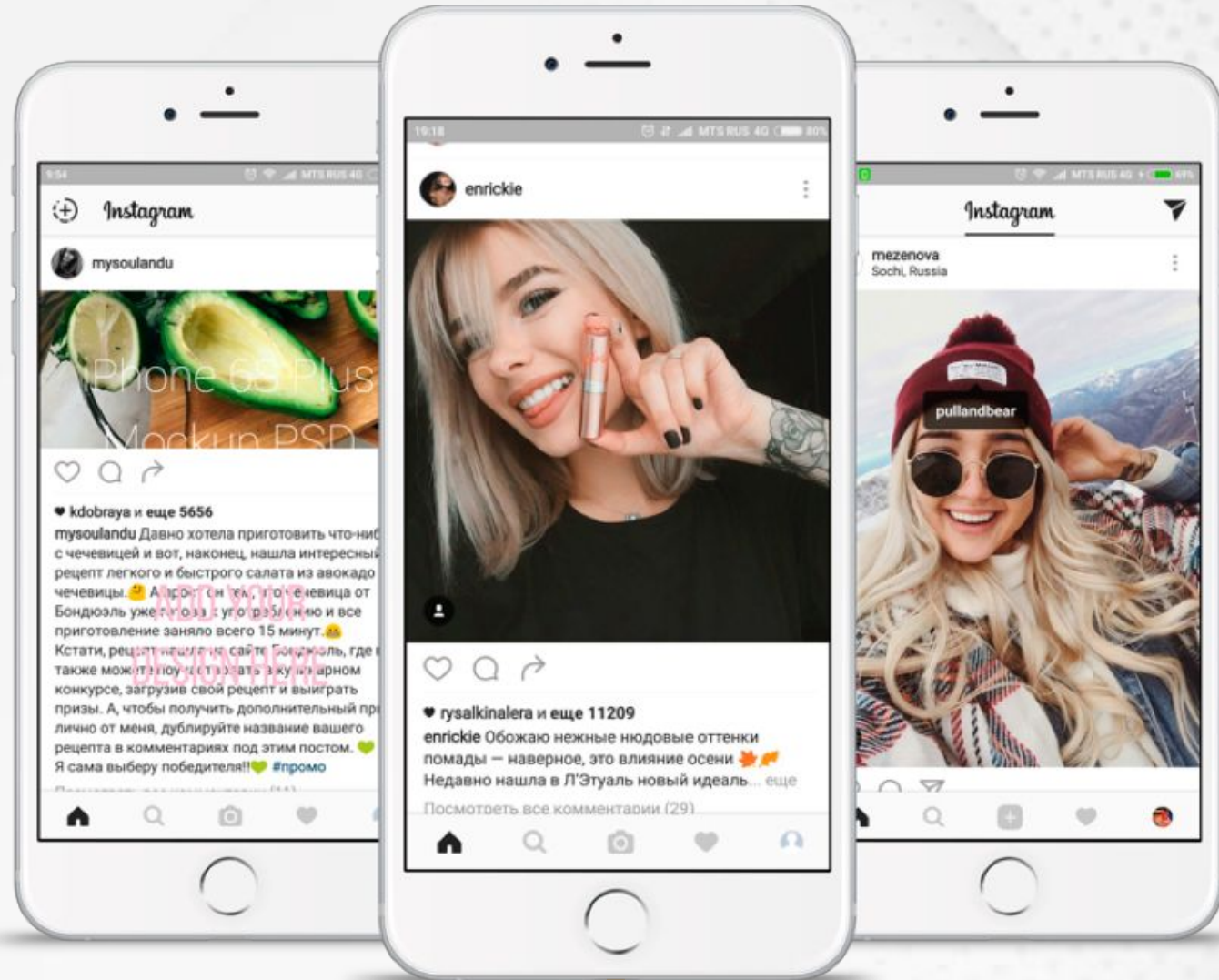


Instagram

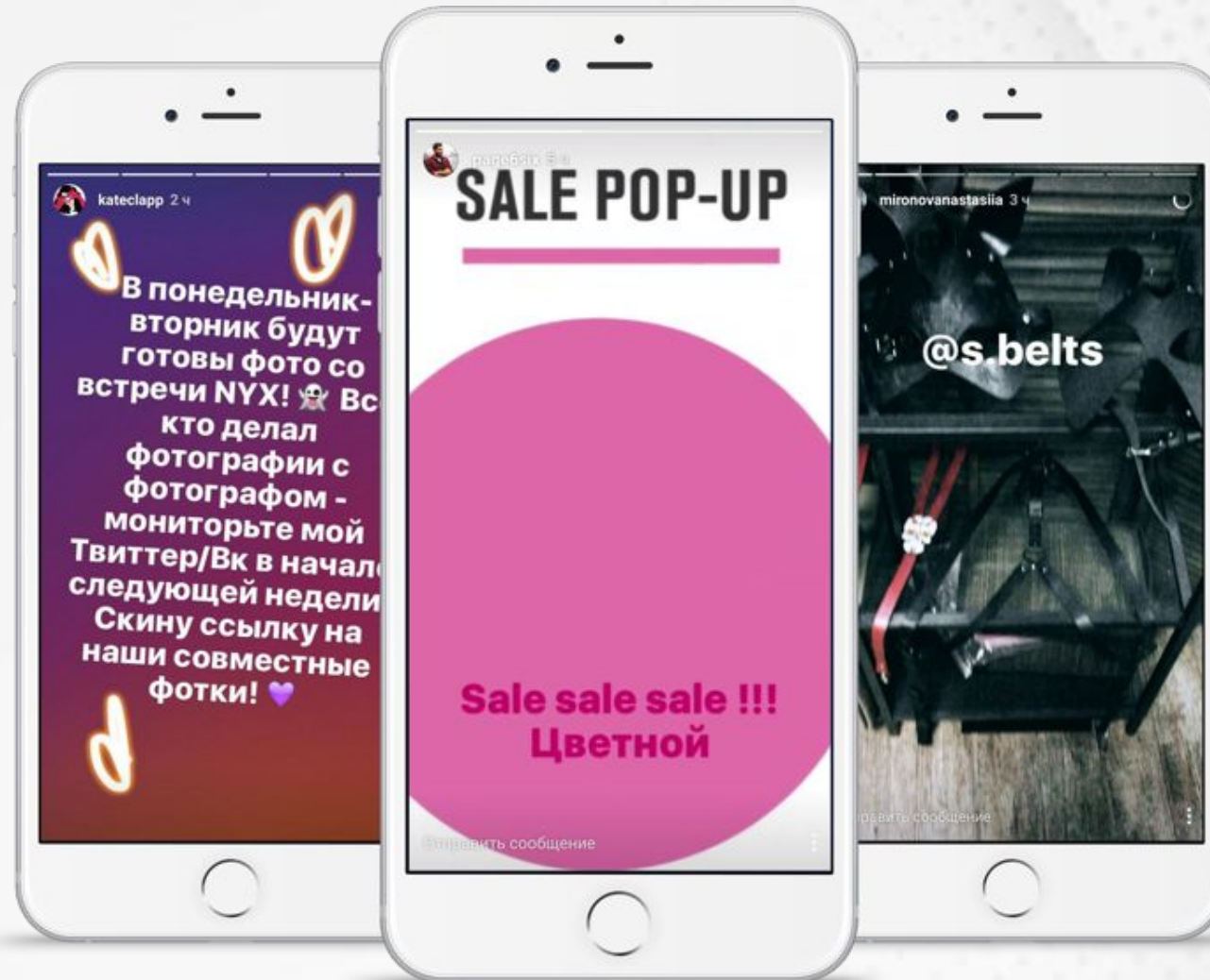
ПСЕВДО-ЕСТЕСТВЕННЫЙ ПОСТ



ОТКРЫТО РЕКЛАМНЫЙ ПОСТ



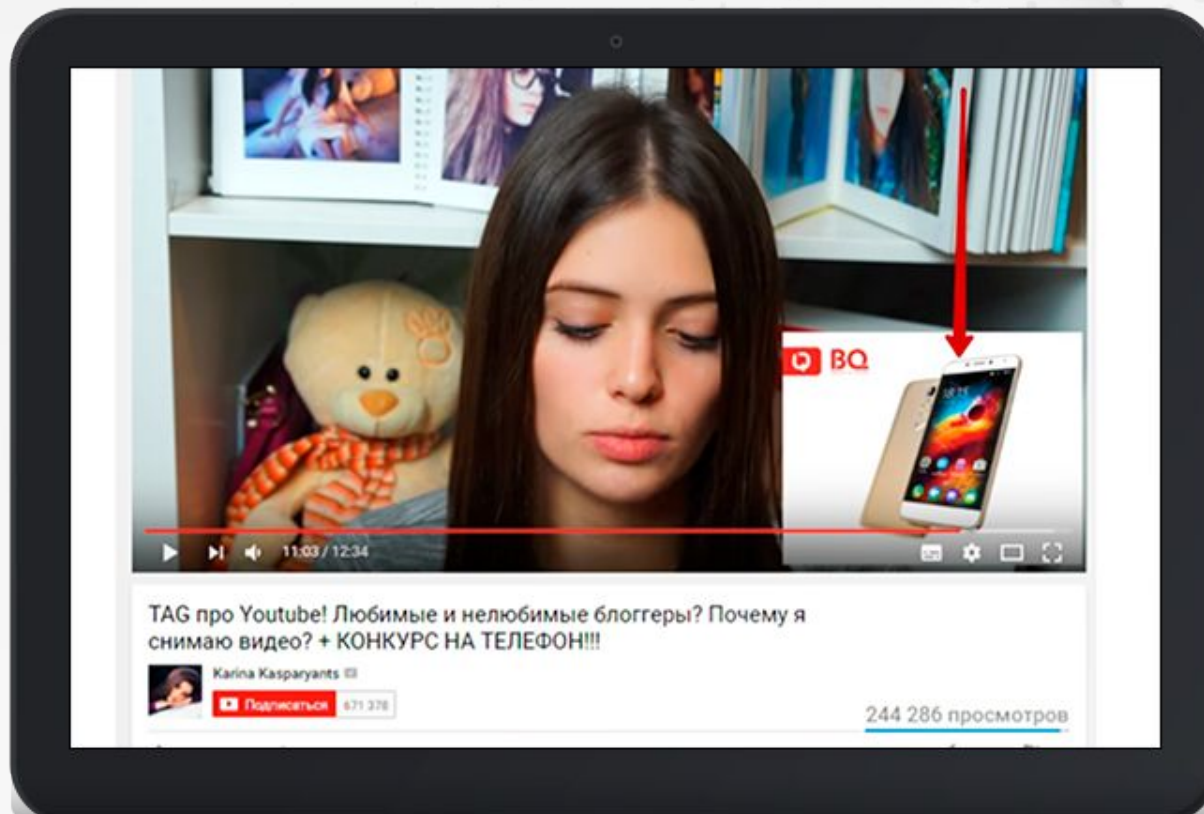
РЕКЛАМНЫЕ STORIES И LIVE-ТРАНСЛЯЦИИ



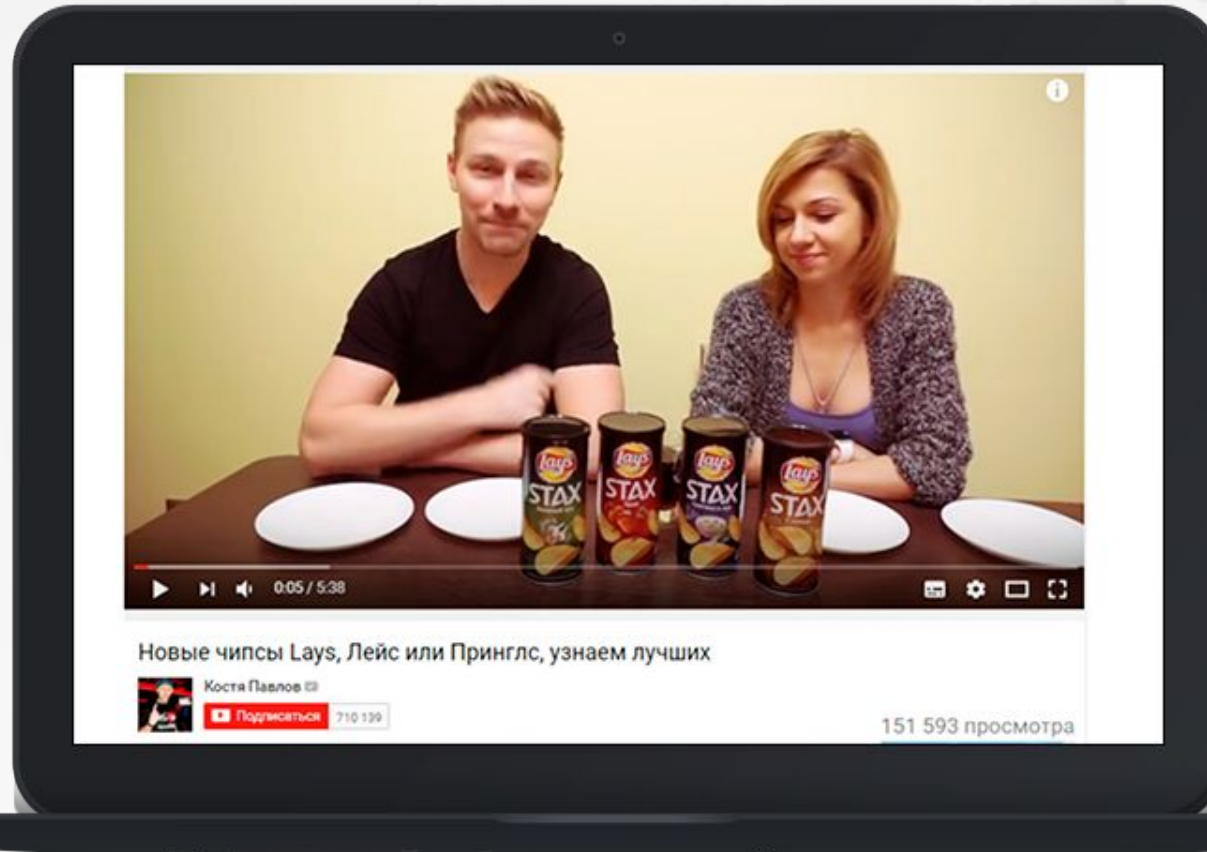
The YouTube logo is centered on the page. It consists of the word "You" in a bold, black, sans-serif font, followed by the word "Tube" in a white, bold, sans-serif font inside a red rounded rectangle. The background features several overlapping circles with a halftone dot pattern, and two small orange vertical bars are positioned above and below the logo.

You **Tube**

ИНТЕГРАЦИЯ



ЭКСКЛЮЗИВ



KPI

что можно спрогнозировать и на что ориентироваться при оценке бюджета



Imperssions · Reach ·
Likes
Comments · ER · CPV



Clicks · CTR
Количество участников
конкурса