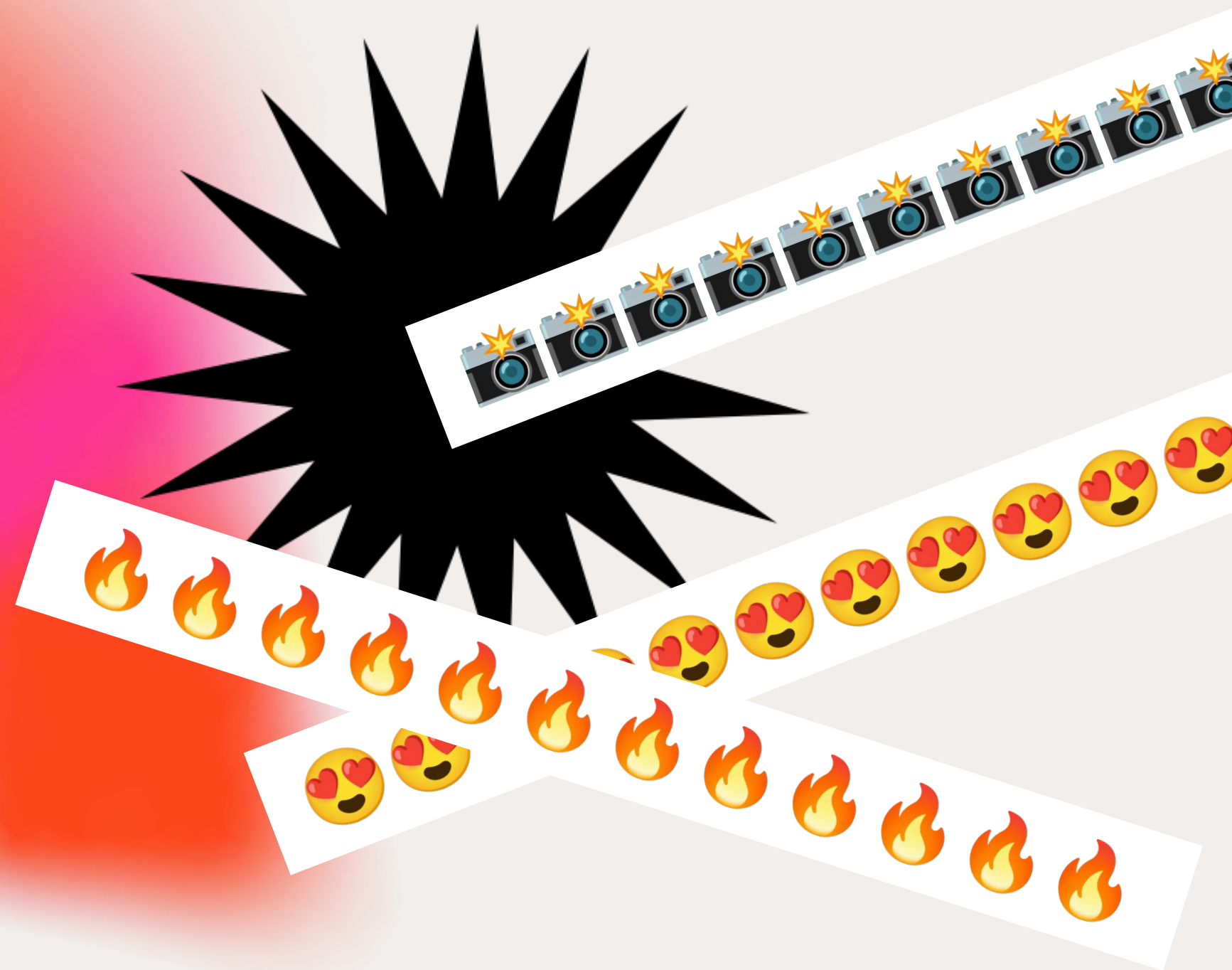


Блогеры: ВСЁ, ЧТО ВЫ ХОТЕЛИ О НИХ УЗНАТЬ



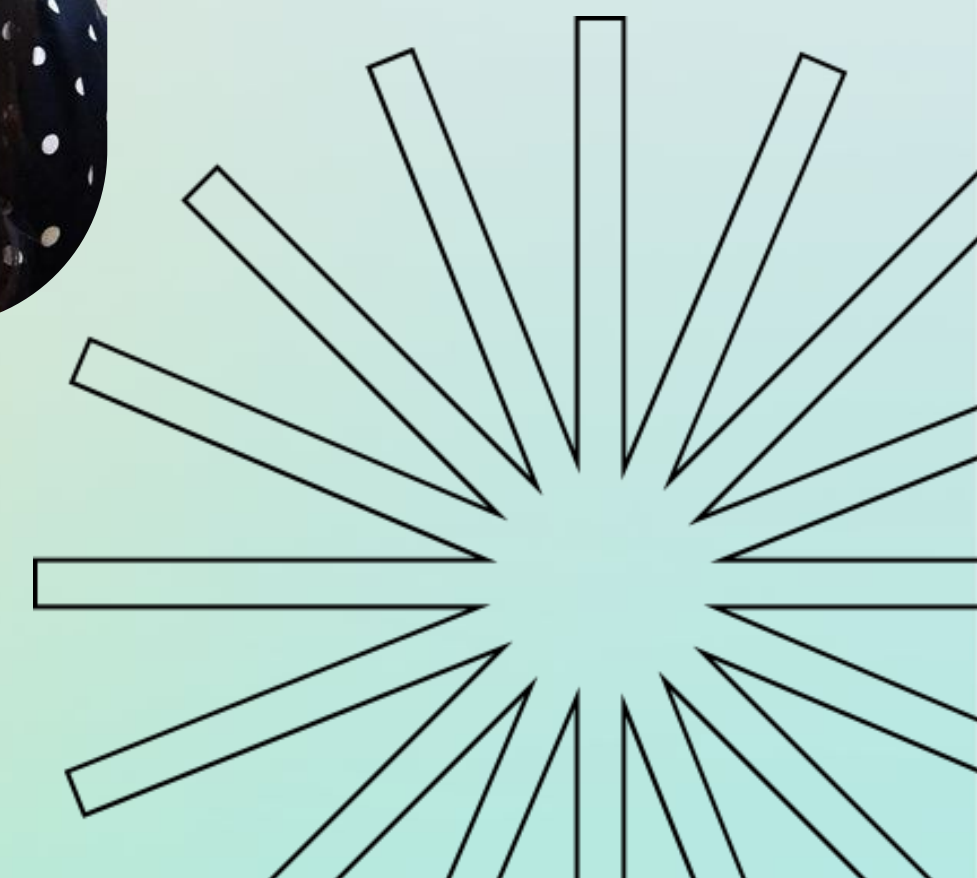
...но боялись спросить



ЗНАКО
ЗНАКОМСТВО ЗНА
- ЗНАКОМ

Меня зовут **Алёна Сухова**, и я групп-хэд клиентского сервиса в диджитал-агентстве Апрель 🙄

Работала с такими брендами, как: Estee Lauder Companies, Macallan, Jim Beam, «Спортмастер», ТЦ МЕГА, «Национальная Лотерея», «Самолет» и «Роснефть».



апрель

BY TWIGA CG

Создаём креативные концепции и продвигаем бренды с акцентом на диджитал

10 лет на рынке

Средний срок сотрудничества с одним клиентом — от трёх лет

Работаем с лидерами своих сегментов

80+ сотрудников

Ключевые клиенты из топ-300 рекламодателей в России

Рейтинг диджитал-агентств по опросу заказчиков услуг 2022 от adindex:

10 место по smm/pr/serm

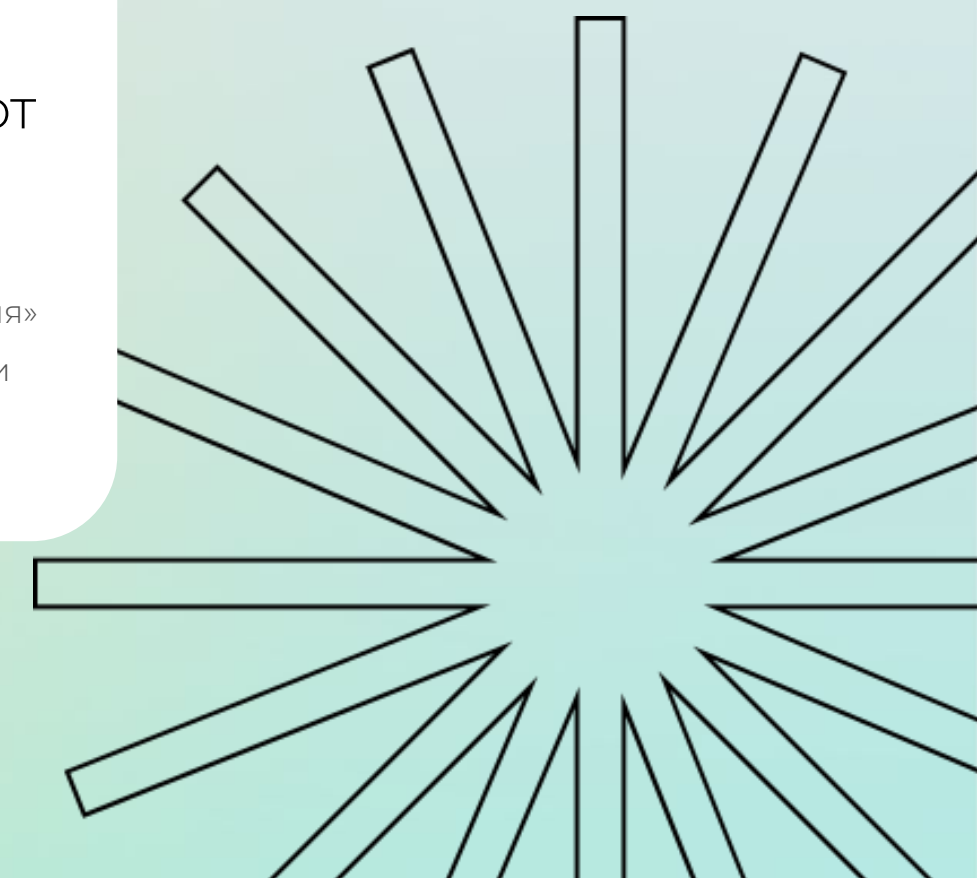
13 место в категории «Креатив и стратегия»

4 место за качество креатива и стратегии

Топ-10 SMM-агентств по версии «Рейтинга Рунета»

ЗНАКО
ЗНАКОМСТВО ЗНА
ЗНАКОМ

а

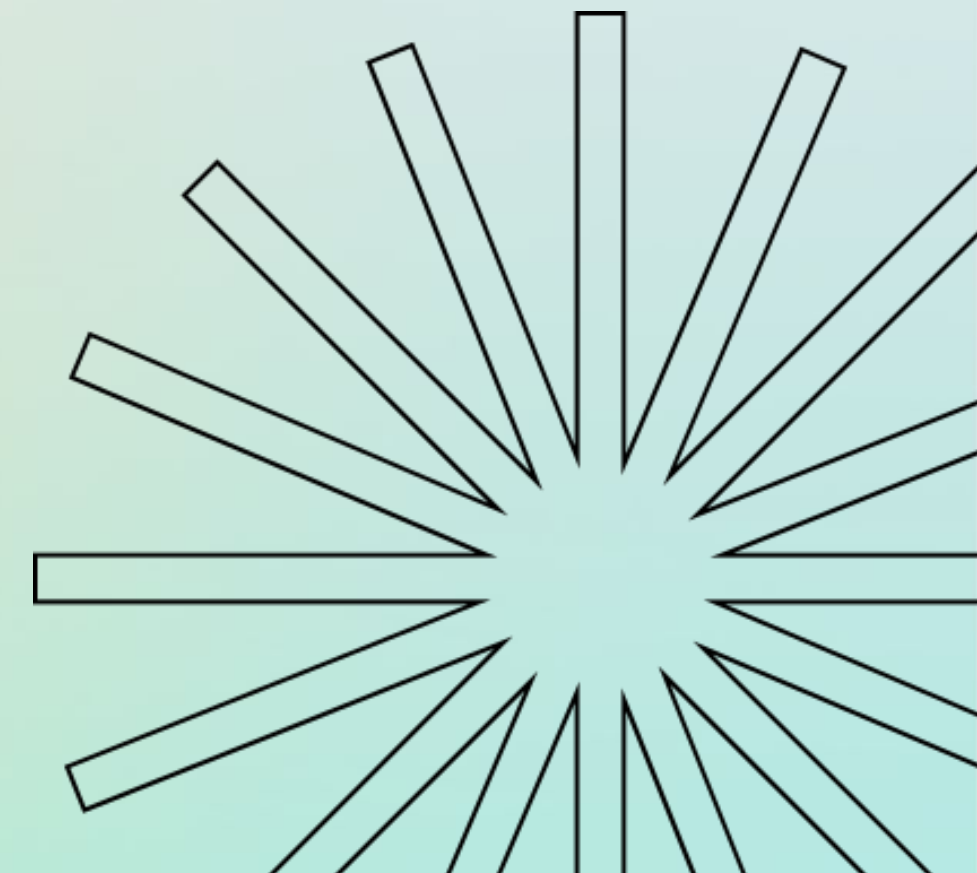


О ЧЕМ БУДЕТ ЛЕКЦИЯ

О чем сегодня поговорим?

- Как изменился рынок инфлюенс-маркетинга за последние несколько лет?
- Почему именно блогеры?
- Как найти правильного блогера под ваш продукт?
- Какой блогерский контент наиболее эффективный?
- Какие тренды сейчас наблюдаются в блогосфере?
- Кейсы, кейсы, кейсики!

а





РЫНОК РЫНОК РЫНОК РЫНОК
РЫНОК РЫНОК РЫНОК РЫНОК
РЫНОК РЫНОК РЫНОК РЫНОК

Что по рынку, коллеги?

2022 ГОД

1

После запрета некоторых площадок и введения маркировки рекламы спад составил **менее 5%**



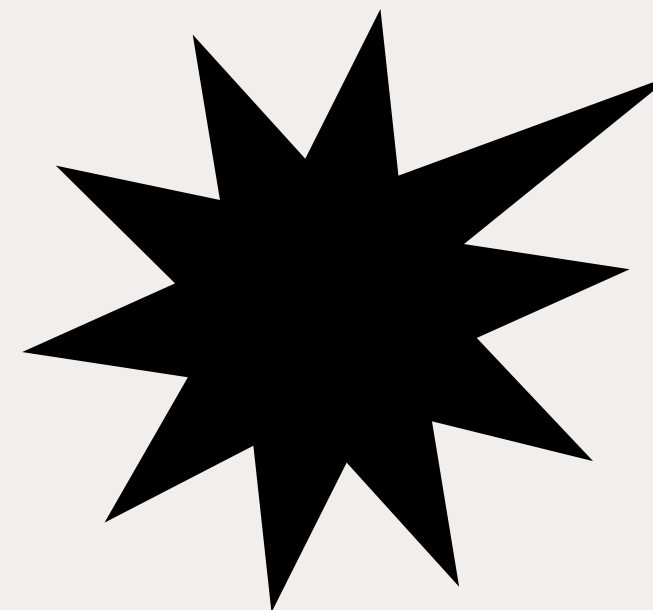
2

Самое сильное падение произошло во второй квартал года — до **15 млрд** (с 15,75 млрд в 2021 году)



3

К последнему кварталу рынок **вернул и превысил** показатели 2021 года



2023 год

1

Объем рынка достиг
30 млрд рублей в год



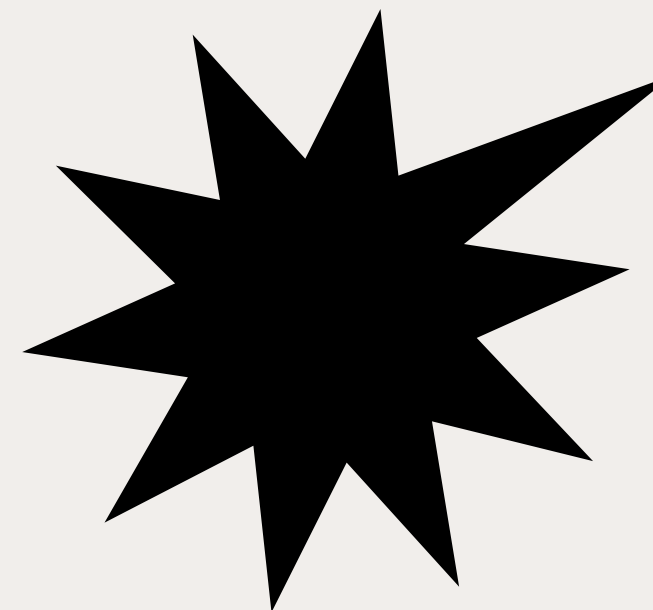
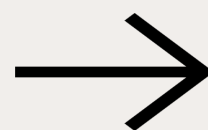
3

Стоимость рекламы возросла
на **10-20%** в связи с увеличением
количества площадок



2

63 млн активных авторов
в российских медиа в месяц



2023 год

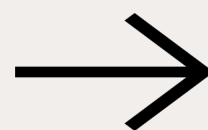
1

Объем рынка достиг
30 млрд рублей в год



2

63 млн активных авторов
в российских медиа в месяц

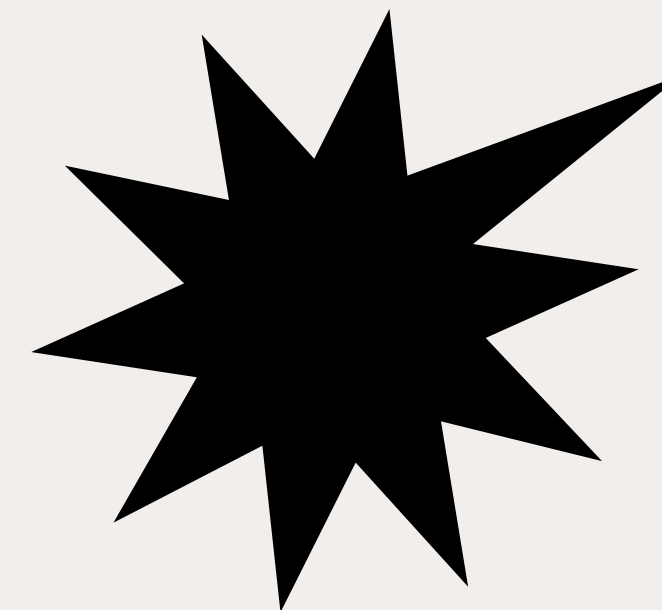


3

Стоимость рекламы возросла
на **10-20%** в связи с увеличением
количества площадок



А ещё за счёт необходимости маркировать рекламу





По мнению экспертов

Сложности в маркировке рекламы:

- Запутанность в формулировках закона о маркировке рекламы
- Технически сложные механизмы маркировки рекламы для обычных людей
- Отсутствие официальных разъяснений по многим вопросам маркировки рекламы (например, отсутствие чётких правил к маркировке прямых эфиров, информационного спонсорства на сайтах, бартерных интеграций в социальных сетях)
- Отсутствие полной информации по вопросу подачи отчетности по рекламе





ПОЧЕМУ И КАК ПОЧЕМУ И КАК
ПОЧЕМУ И КАК ПОЧЕМУ И КАК
ПОЧЕМУ И КАК ПОЧЕМУ И КАК

**Почему именно блогеры
и как их выбирать?**

Почему именно блогеры?

- **Люди доверяют людям:** качественно выбранный блогер, релевантный для вашей аудитории, поможет бренду подсветить преимущества вашего продукта понятным для них языком
- **Блогеры решают сразу несколько задач:** помогают создать комьюнити и получить высокий уровень доверия аудитории, а также помочь с лидогенерацией, продажами и другими бизнес-вопросами

Как найти правильного блогера под ваш продукт?

- Можно искать блогеров/экспертов в качестве участников различных интервью на вашу или смежную тему
- Релевантные передачи на ТВ, в Интернете, например, в YouTube-шоу
- Подсмотреть, у кого размещаются конкуренты
- Поискать непосредственно на самих площадках
- Использовать сервисы для поиска блогеров — например, WOWBlogger
- Гуглить — не стыдно!

Какие форматы работы с блогерами существуют?

Имиджевые размещения

Важен сам факт размещения у конкретного блогера, потребность создать ассоциативный ряд, метрики играют меньшую роль при выборе кандидатов

Модель CPV (cost per view)

Эффективность интеграции измеряется показателем стоимости одного просмотра рекламной единицы контента

Модель CPA (cost per action)

Эффективность интеграции измеряется показателем стоимости одного целевого действия (например, скачивания мобильного приложения)

На какие показатели обращаем внимание при выборе блогера?

- Количество реальных подписчиков
- Качество контента по уровню вовлечённости аудитории
- Прогнозные охваты + смотрим на показатели CPV

А на что еще можно обратить внимание?

- Как аудитория блогера реагирует на рекламный контент
- Насколько аудитория блогера соотносится с целевой аудиторией нашего продукта
- Наличие рекламы конкурентов/запрещённых продуктов

Какие могут быть подводные камни?

- Критическое несоответствие тем рекламируемого продукта и блогера
- Некачественный/неполноценный брифинг блогера
- Взаимодействие и оплата без счёта, договора и других документов или задержка в оплате блогеру, несоблюдение обязанностей сторон по договору

И еще немного подводных камней...

- Отсутствие рекламных меток и токена при размещении, не переданы данные о размещении в ЕРИР
- Отсутствие предварительного анализа ресурса блогера
- Отсутствие аналитики по результатам размещений



КОНТЕНТ КОНТЕНТ КОНТЕНТ
КОНТЕНТ КОНТЕНТ КОНТЕНТ
КОНТЕНТ КОНТЕНТ
КОНТЕНТ



А ЧТО ПО КОНТЕНТУ?

Какой контент сейчас популярен у блогеров?

- **Самый дорогой:** юмор, танцы, музыка, путешествия
- **Самые распространённый:** лайфстайл, мода, красота, путешествие, здоровье, фитнес
- **Неидеальный контент:** рост популярности UGC-контента, востребован более живой, а не пластиковый контент
- **Low cost production:** новый стандарт съёмки на смартфон, переработка старых материалов

Один из главных трендов — диверсификация контента

После запрета некоторых соцсетей в России инфлюенсеры создают профили на трёх и более площадках

Михаил Литвин



Дмитрий Масленников



Tenderlybae



Ольга Бузова



Один из главных трендов — диверсификация контента

Что публикуют на разных площадках?

Михаил Литвин



1,4 млн подписчиков

(выбор машин аудиторией, новости, анонсы)



12 млн подписчиков

(машины, гонки, шоу)



1,5 млн подписчиков

(машины, шутки, новости, анонсы)



14,8 млн подписчиков

(лайф-контент, закадровые видео за кадром со съёмок)

Один из главных трендов — диверсификация контента

Что публикуют на разных площадках?

Ольга Бузова



377 тысяч подписчиков

(lifestyle-контент, тренировки, новости)



135 тысяч подписчиков

(личные фото, клипы, участие в мероприятиях/шоу)



1 млн подписчиков

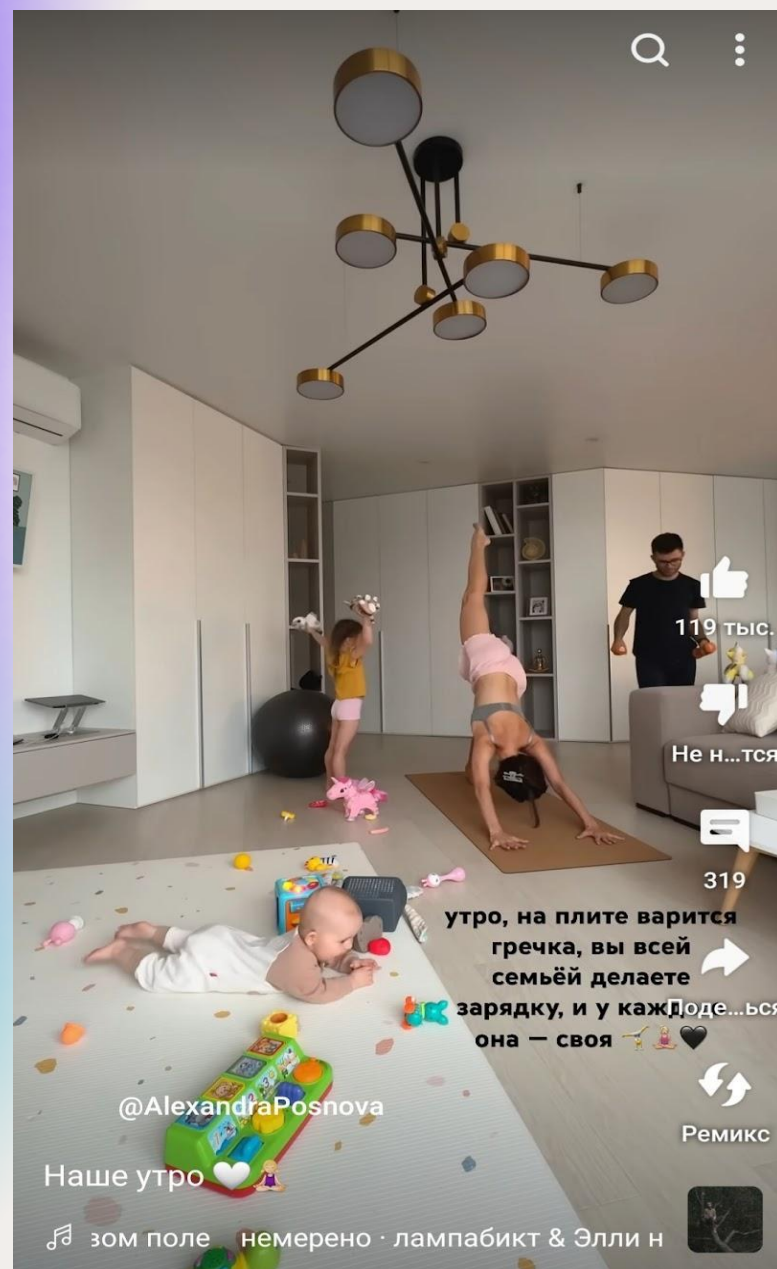
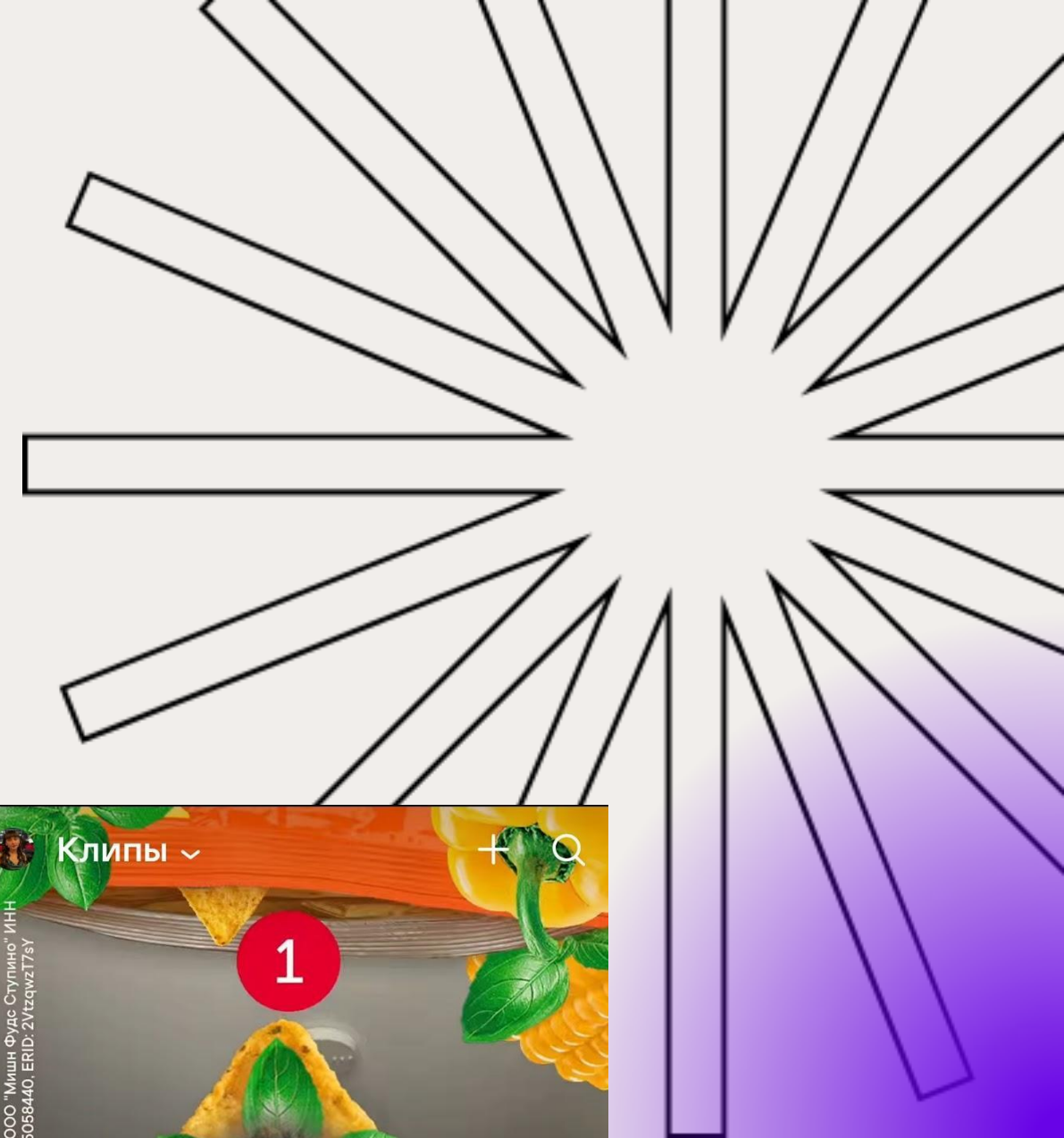
(съёмки, посещение мероприятий, треки)



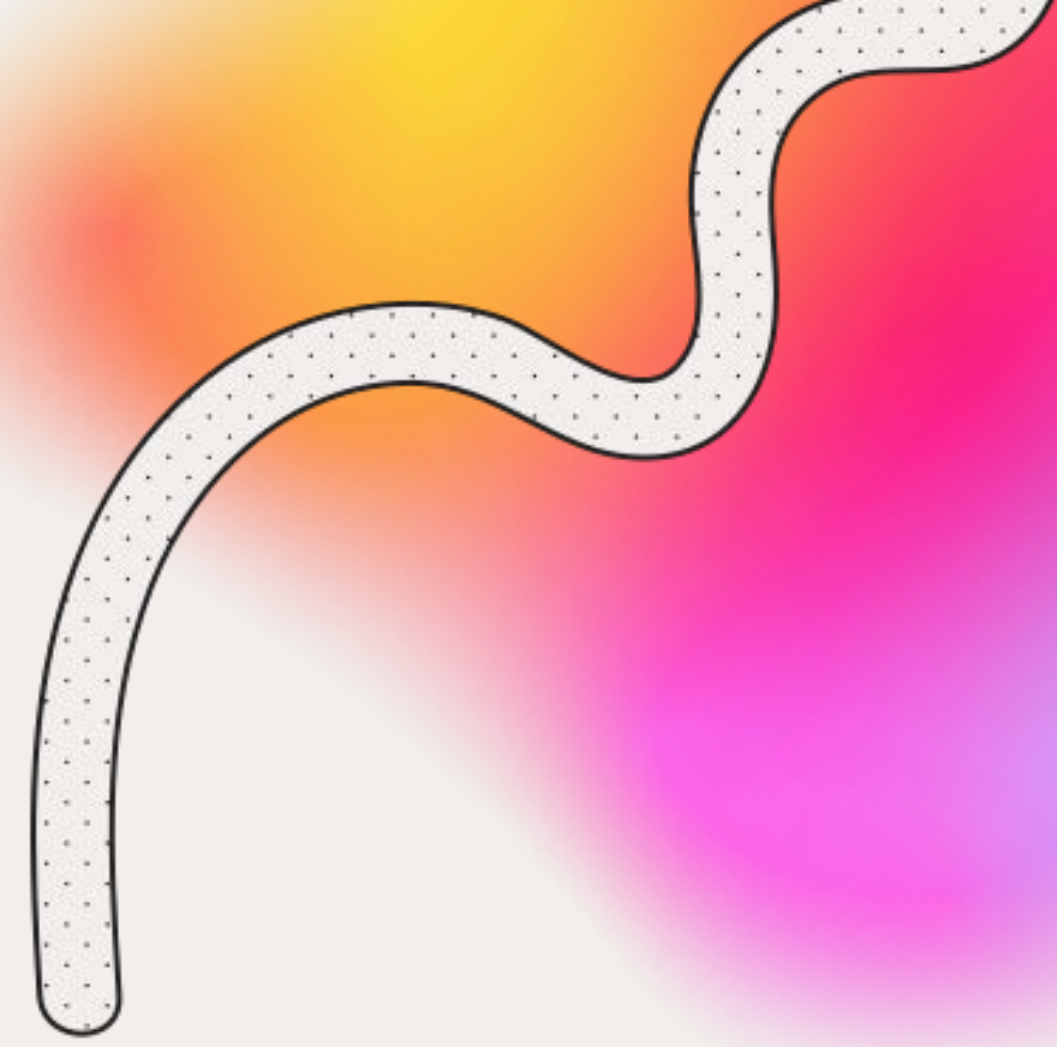
24 млн подписчиков

(съёмки, посещение мероприятий, треки, выступления)

И, конечно же, короткие ролики!



ТРЕНДЫ ТРЕНДЫ ТРЕНДЫ
ТРЕНДЫ ТРЕНДЫ ТРЕНДЫ
ТРЕНДЫ ТРЕНДЫ ТРЕНДЫ
ТРЕНДЫ ТРЕНДЫ ТРЕНДЫ



А что по трендам?



Брендам важно достижение бизнес-результатов

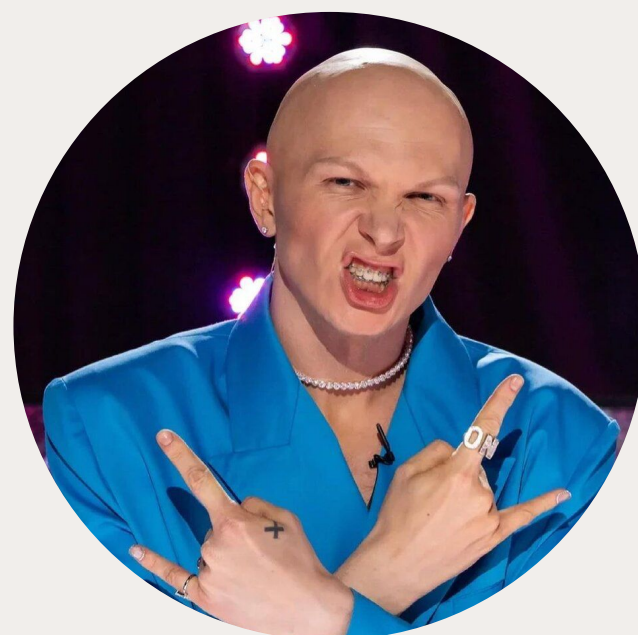
Фокус на **hard sale** и **человечность**



Увеличение спроса на размещение у экспертных инфлюенсеров:



Маша Миногарова



Гоша Карцев



Алексей Сухарев



Александр Рогов

И еще немного важных трендов:

- В 2023-2024 ожидается новая волна внимания к **микроблогерам**, а также реферальным и CPA-офферам при выводе продуктов на маркетплейсы
- **Фокус на зумерах** (наличие в рекламе зрелищности, коротких вертикальных видео с обзорами, рекомендациями, аутентичности)
- Активная работа с контентом блогеров (**бренды забирают контент к себе** и используют с целью дополнительного продвижения)

Наиболее популярная форма взаимодействия с блогерами

Спецпроекты:



Челлендж в VK-клипах
#ТанцуйФрешБар

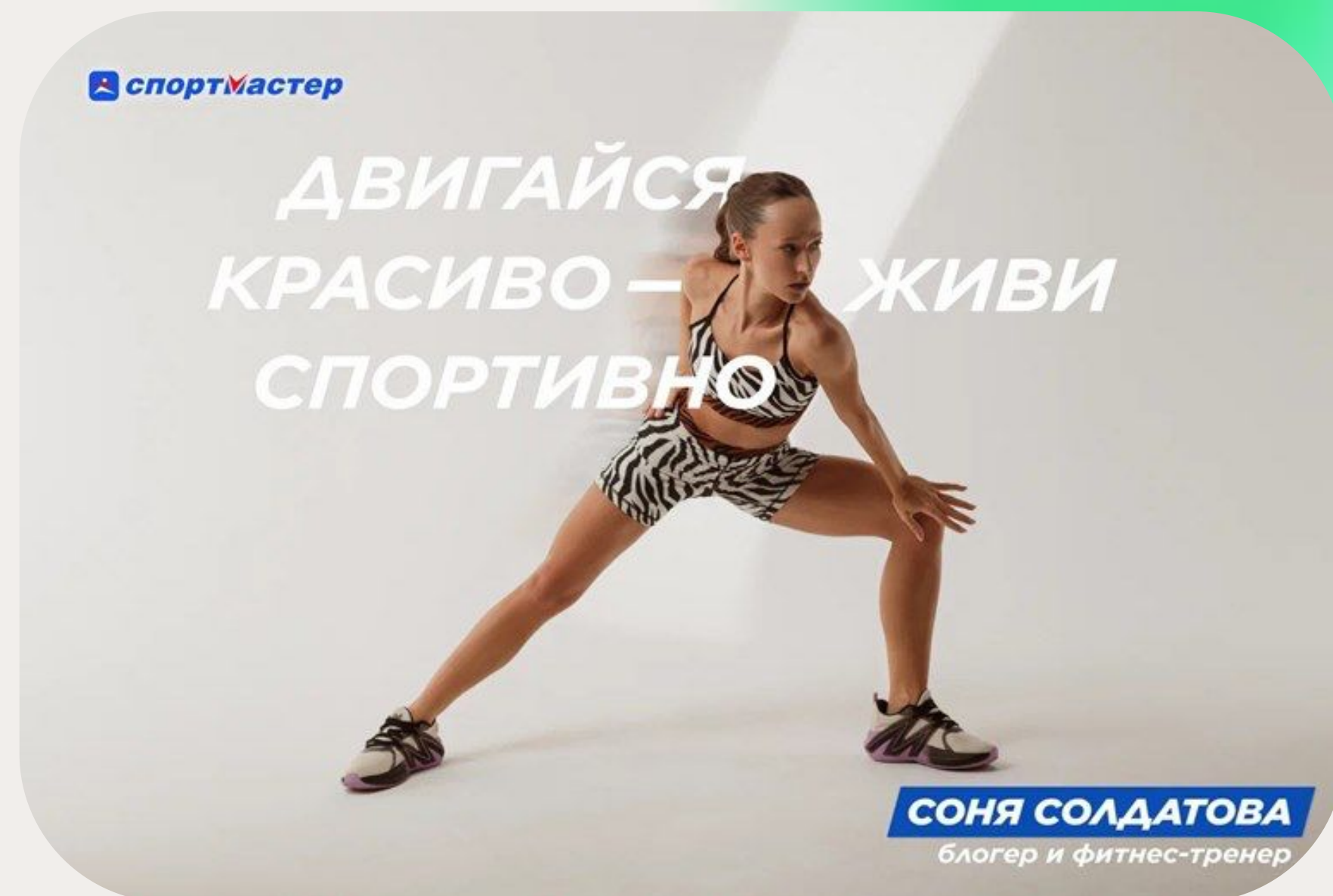
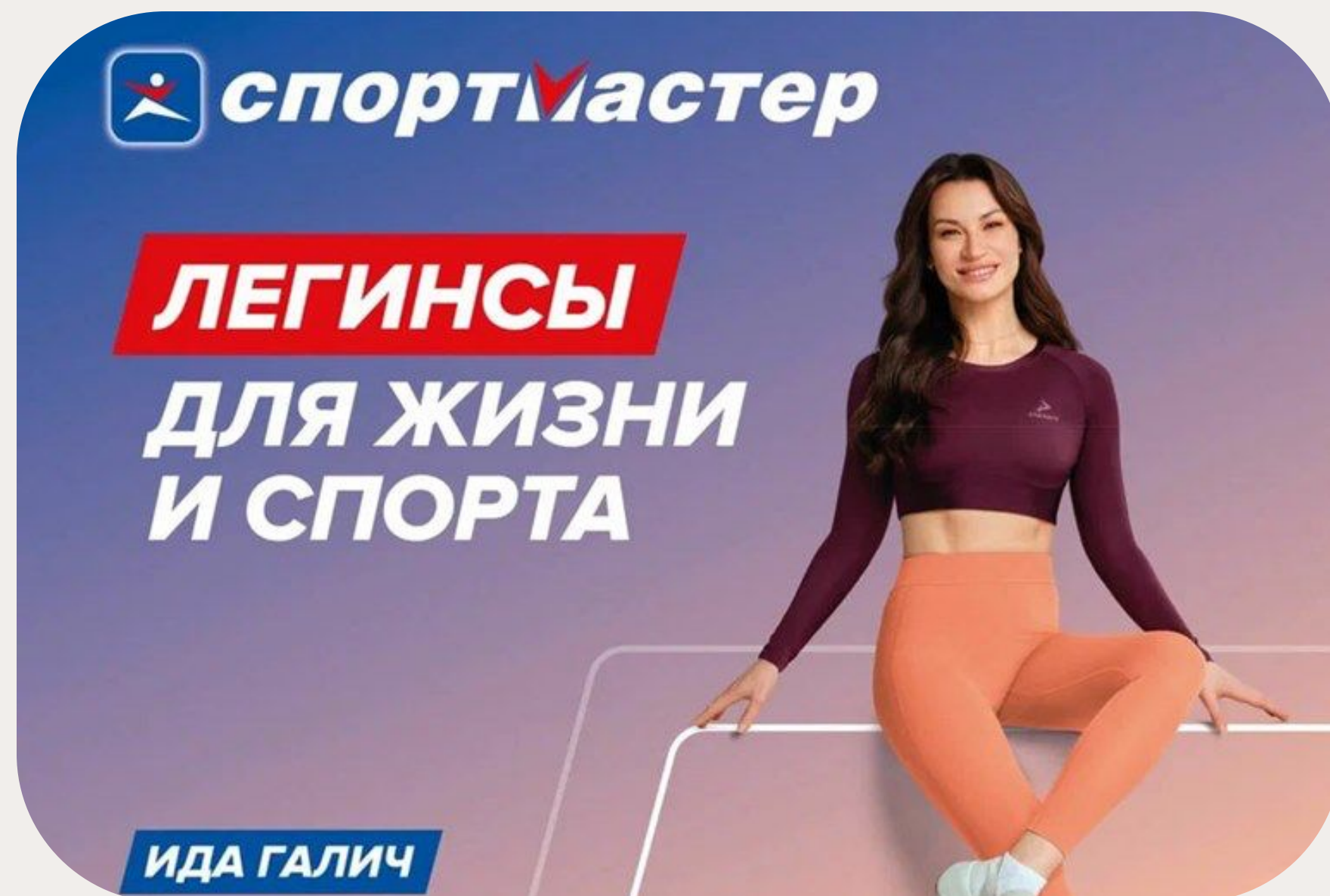


Предновогодний марафон от сети
магазинов «Лента»



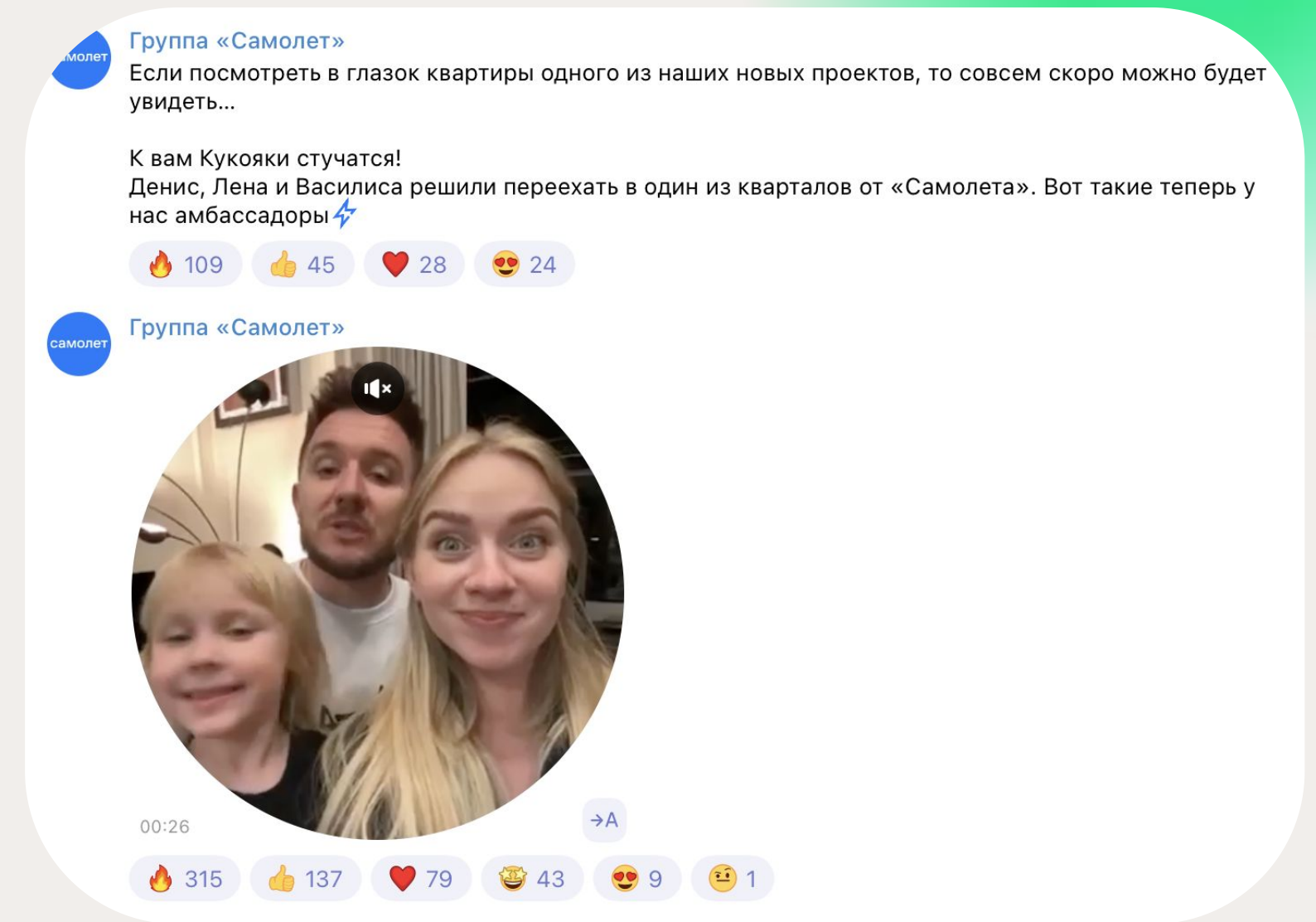
Челлендж «Чемпионат
по чипсингу»

Амбассадорство:



Блогер и телеведущая Ида Галич и фитнес-тренер Соня Солдатова стали амбассадорами бренда «Спортмастер»

Амбассадорство:



Блогер и телеведущая Ирина Понарошку стала амбассадором фешен-бренда Zarina, а семья Кукояк — амбассадорами девелопера «Самолет»

Co-creation

@bogdanovich.elena



Кремовый бронзер для лица и тела
"Perfect bronzer"

@organicwoman



Цветочная соль для ванн "Clean
your aura" by Organic Woman

@marienovosad



Лосьон-хайлайтер для лица и тела
"Bad Bitch Glitter Lotion" от Marie
Novosad



Гидрогелевые патчи для области
вокруг глаз "Never stop dreaming"



Сыворотка-активатор 15-в-1 для
ломких и секущихся волос
"Grown'n'Strong"



Уплотняющая маска-желе для
ломких и секущихся волос
"Grown'n'Strong" Сила и рост

@marienovosad



Натуральный сертифицированный
гель на водной основе x Marie
Novosad "LOVE GEL"

@alishkashpak



Подтягивающий антицеллюлитный
крем для тела #мажыхудей от
тренера @alishkashpak

@mashavorslav



Крем для ухода и макияжа
«успокаивающий сияющий glass
skin» 5-в-1



Шампунь для ломких и секущихся
волос "Grown'n'Strong" Сила и рост



Пилинг для кожи головы "Hair
Laundry" Глубокое очищение и
детокс



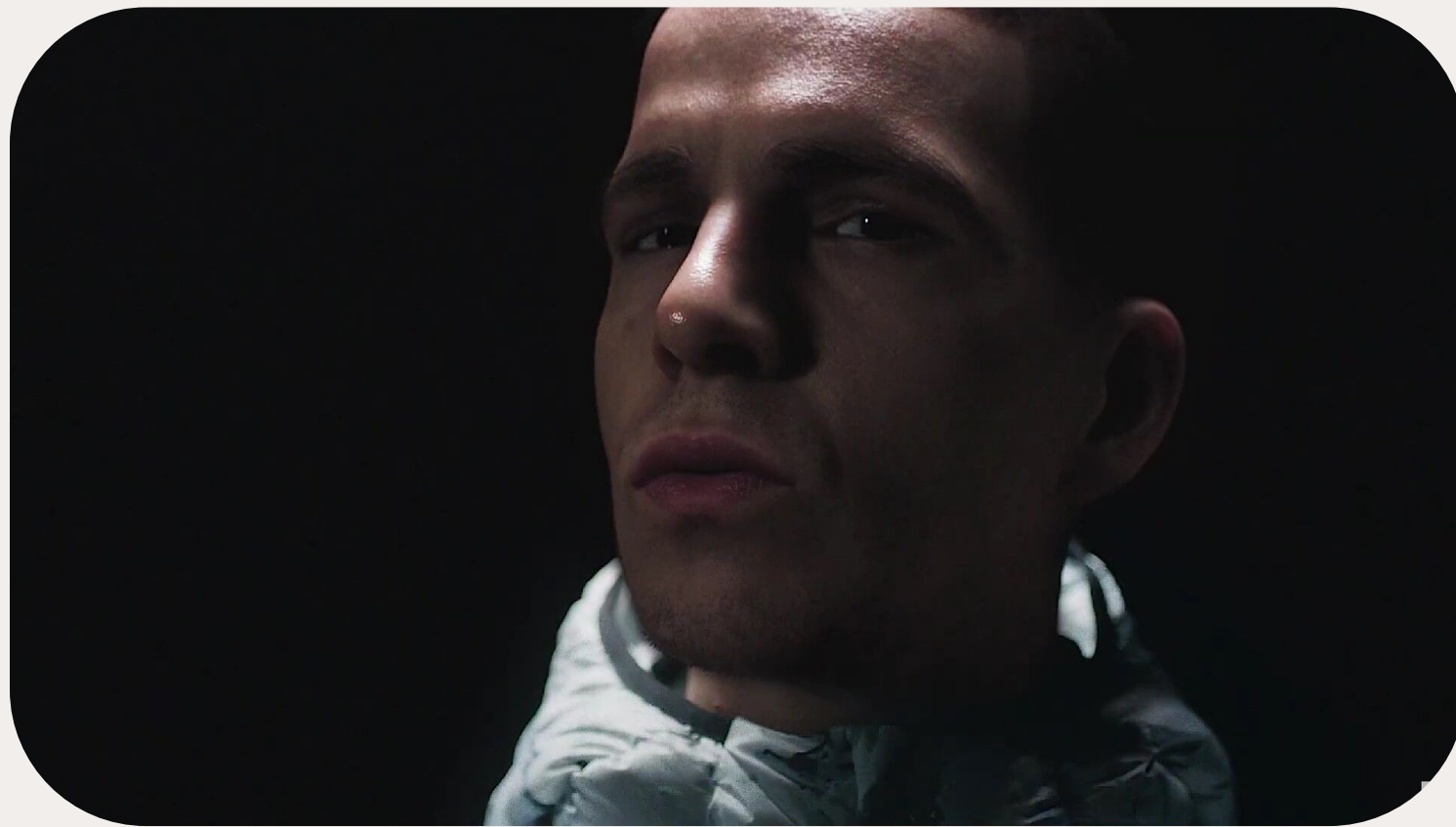
Бальзам балансирующий для
жирных волос "Hair Laundry"
Глубокое очищение и детокс

16 блогеров совместно с Organic Kitchen создали
продукты своей мечты



Использование ИИ

Создание роликов с помощью генерации внешности искусственным интеллектом



Цифровой двойник рэп-исполнителя Федюка,
созданный для рекламной кампании
Amazing Red



Артемий Лебедев выпустил на YouTube
ролик со своими двойниками

Использование цифровых аватаров:



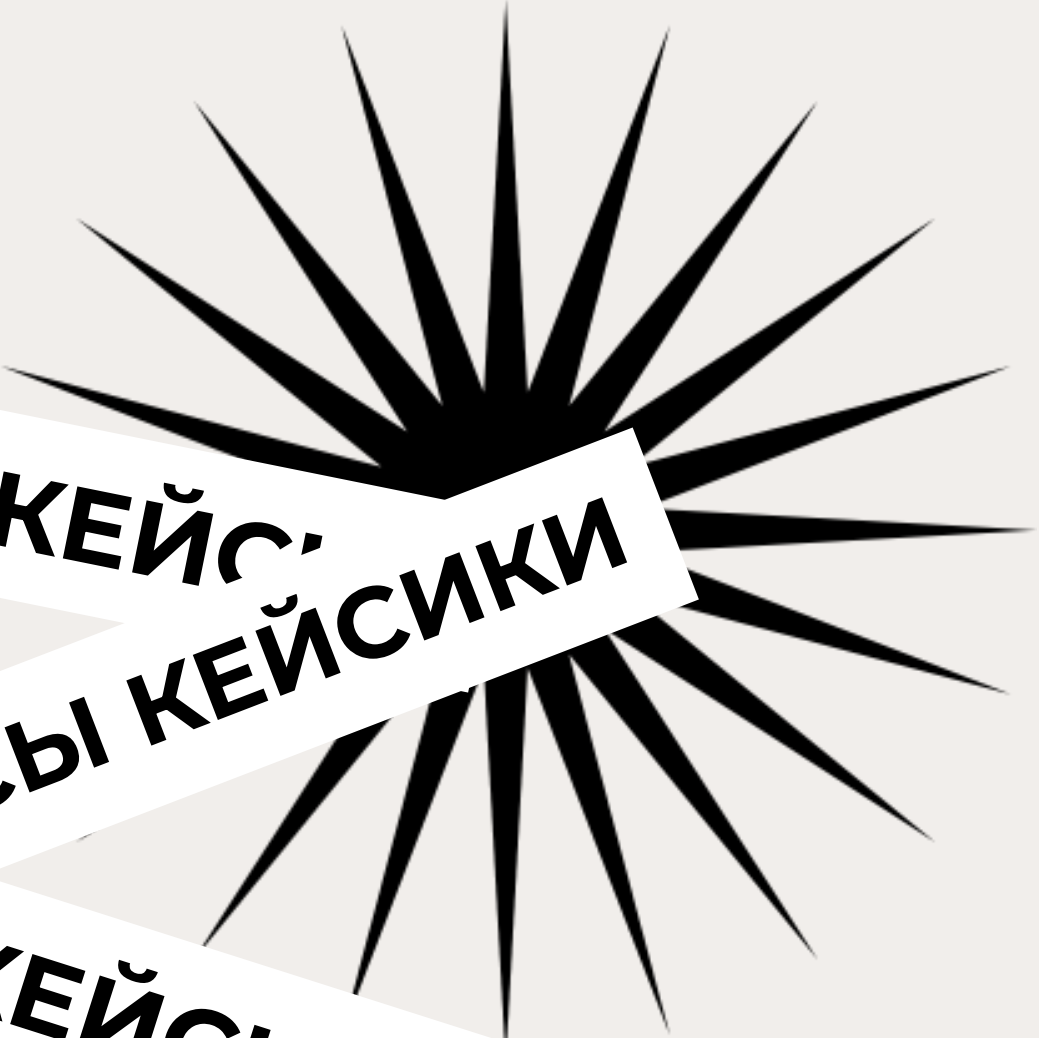
Цифровой аватар
ЭмВи у М.Видео



Нейроамбассадор
Деми у Demix



Нейроинфлюенсер
Саммер у Erica



КЕЙСЫ КЕЙСЫ КЕЙСЫ
КЕЙСЫ КЕЙСЫ КЕЙСИКИ
КЕЙСЫ КЕЙСЫ КЕЙСИКИ
КЕЙСИКИ

А что по кейсам?

Артур Диланян для «Спортмастера»

- Публикация на нескольких площадках сразу для максимальных охватов
- Нестандартный юмористический формат подачи информации
- Уникальный промокод и ссылка на скачивание МП для генерации бизнес-результатов
- Дополнительное использование прав на материалы



Результаты

> 3 800 000

Охват публикаций
в социальных сетях Артура
(в 1,5 раза выше прогнозов)

> 6 300

участников
конкурса в ВК

На 56%

показатель CPV был
меньше прогнозных
значений

> 1 200 000

Охват конкурса
с Артуром в ВК

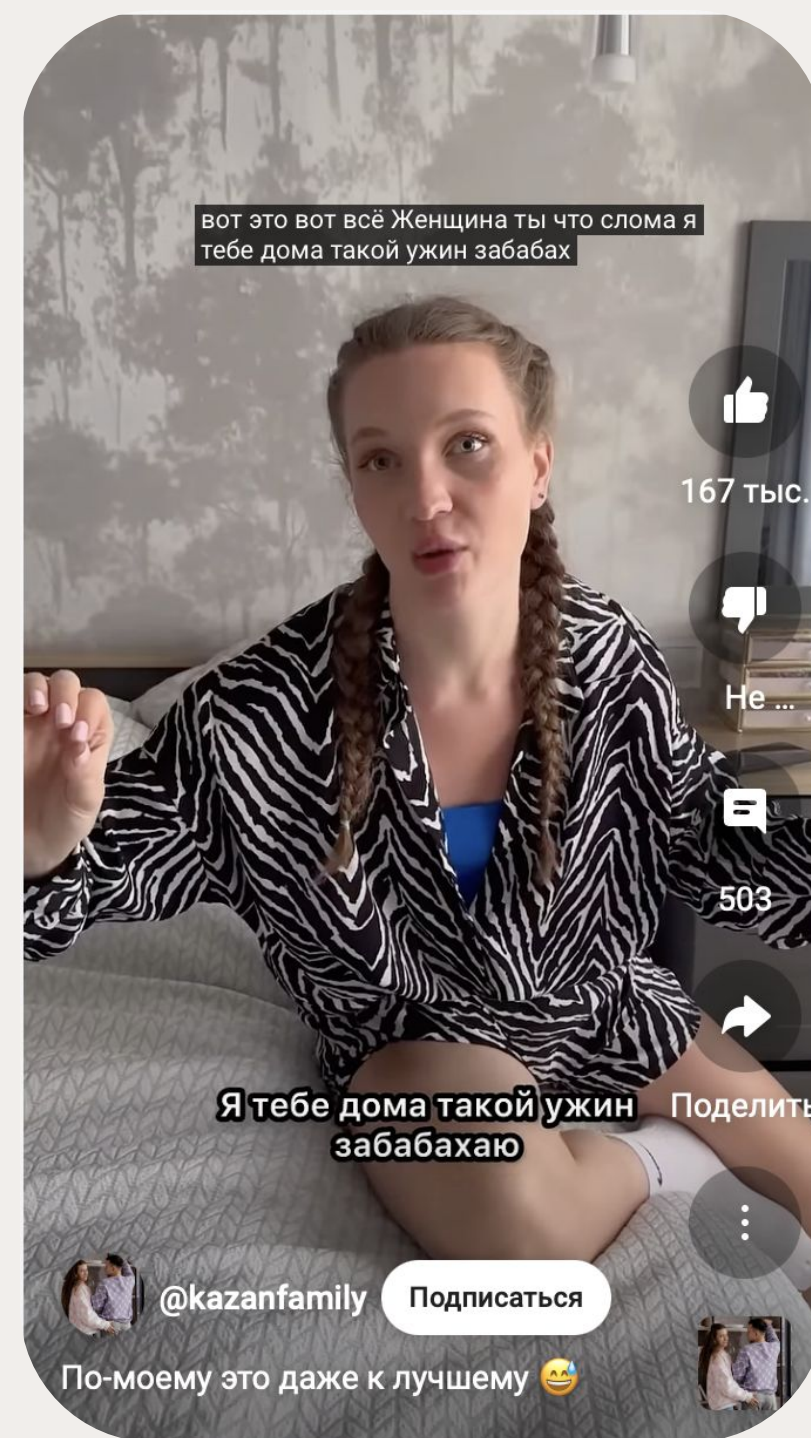


800%

Окупаемость интеграции
с точки зрения продаж

Семья Казановых для «Макфы»

- Юмористический ролик в формате, к которому привыкла аудитория
- Сам продукт нативно интегрирован в сценарий ролика
- Преимущества продукта описаны человеческим языком



Результаты

> 4 100 000

просмотров ролика (в 68 раз выше прогнозов)

В 77 раз

показатель CPV был меньше прогнозных значений

> 500

комментариев



@user-sw8jv3ps7m 1 месяц назад

паста у них реально классная



Ответить

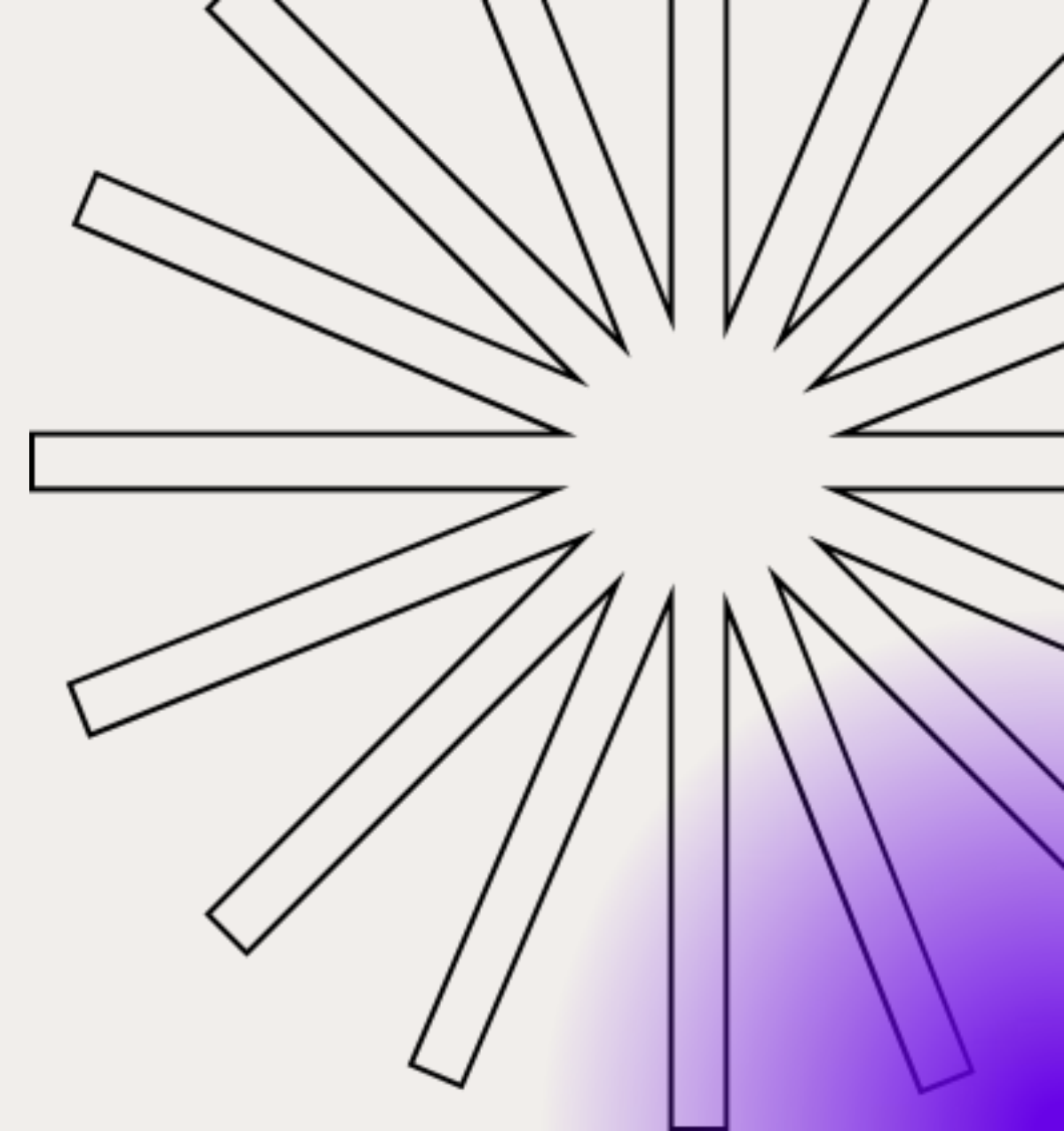


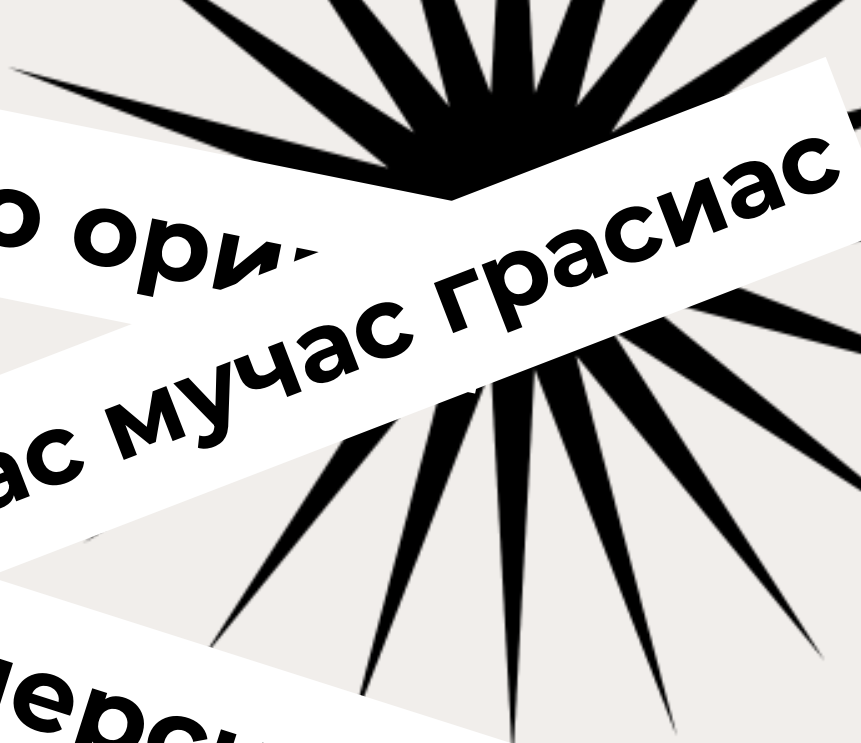
@konst3d 1 месяц назад

Блин, чот тоже захотелось пасты с сыром.



Ответить





оригато оригато ори-
дан мерс,
мучас грасиас мучас грасиас
н мерси гран



Спасибо за внимание

