

Подбор инфлюенсеров

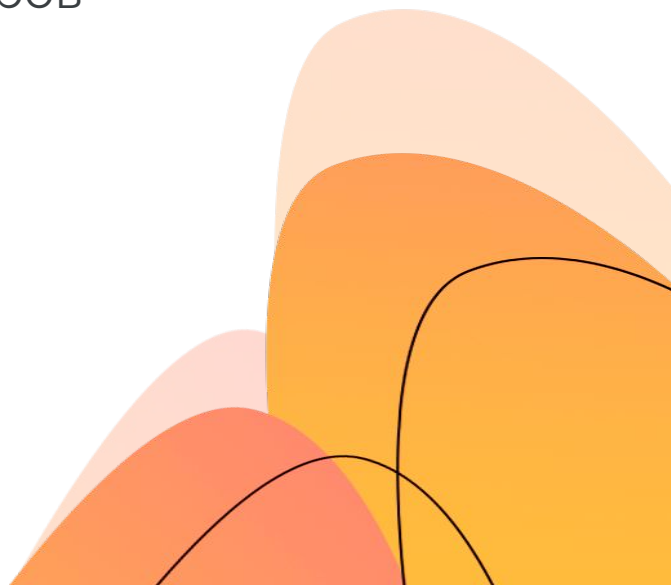
Станислав Кузьменко

Influencer marketing manager
агентства PRT Edelman Affiliate

Цель и задачи урока

Цель: научиться искать инфлюенсеров и составлять таблицы с подборками.

Задачи:

1. Разобраться, с чего начать подбор инфлюенсеров
 2. Научиться искать инфлюенсеров на всех популярных площадках
 3. Научиться точно выбирать нужных инфлюенсеров
 4. Научиться правильно оформлять таблицу блогеров
- 

Когда уже начнём подбирать?

После изучения всей вышеперечисленной информации мы должны чётко понимать следующие вещи:

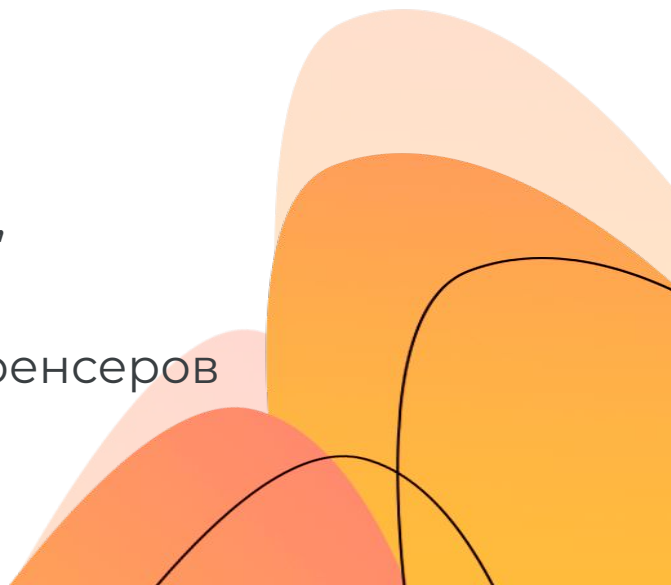
- ЦА бренда
- тип блогеров, который сможет донести требуемую информацию до подписчиков
- какой должен быть контент
- какое должно быть сообщение (текстовое или устное)



А с чего начать?

Любая работа начинается с предварительного **анализа**. Качественно проведённый анализ — залог качественной подборки и успеха кампании.

Перед тем, как приступить к поиску инфлюенсеров, необходимо изучить:

- бриф на рекламную кампанию (если он есть)
 - историю бренда
 - основных конкурентов бренда
 - преимущества и слабые места бренда
 - предыдущие рекламные кампании бренда
 - социальные сети бренда
 - упоминание бренда в СМИ
 - инфлюенсеров и формат сотрудничества с ними, который был ранее
 - комментарии под продуктовыми постами инфлюенсеров
- 

Где брать блогеров?

Хороший influencer marketing-менеджер отличается от плохого тем, что может с ходу назвать как минимум 10 блогеров на любую тему от авто до средств для мытья унитазов, а также в кратчайшие сроки найдёт именно тех блогеров, которые ему необходимы.

Что же делать новичку, у которого ни опыта, ни знаний? На помощь приходит интернет.



Instagram



Рекомендованные



Интернет



Хештеги



Геолокация

YouTube



Интернет



В строке поиска YT



В тренде



Рекомендации YT

TikTok



Интернет



Хештег



Продюсерские
центры



Через поиск
TikTok (лупа)

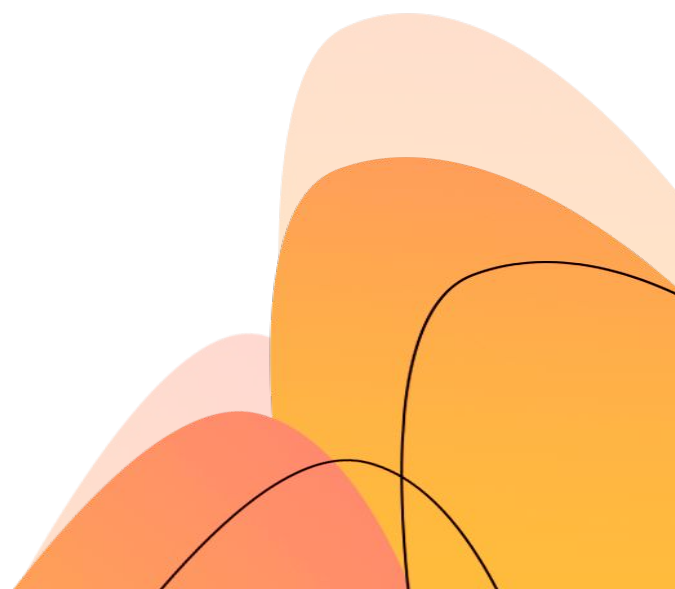
TikTok



Интернет



Через [сайт](#)

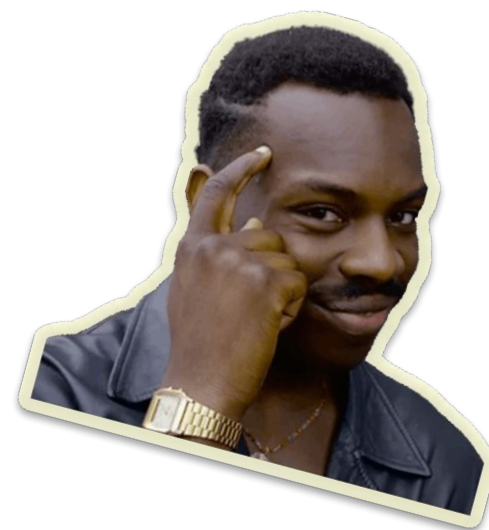


А как выбирать?

Умение быстро искать нужных инфлюенсеров на всех популярных площадках — это только полдела.

Самое сложное впереди: выбрать из общего массива тех, кто наилучшим образом справится с поставленной задачей и максимально эффективно донесёт до подписчиков нужную информацию.

На помощь нам приходят количественные и качественные показатели!



Количественные и качественные показатели

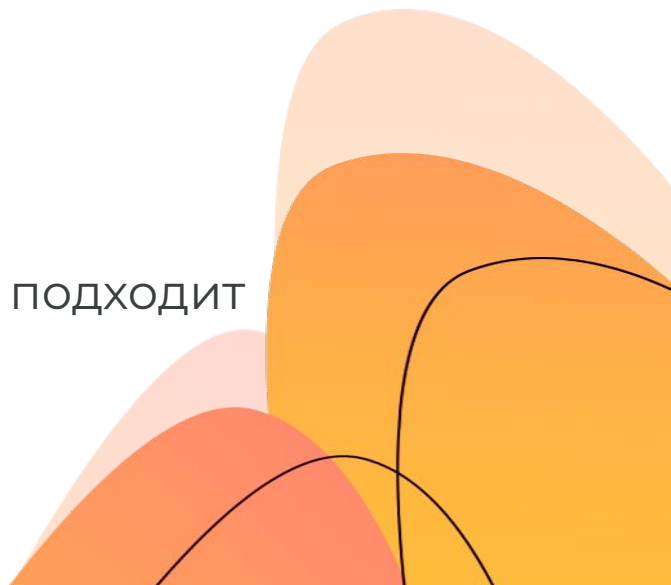
- ER
- CPC
- OTS
- Reach (post/stories)
- Statistic (sex, age, region)
- Av. interactions

- Качество контента (порно, пошлость, мат)
- ЦА блогера совпадает с ЦА бренда
- Качество рекламы (нативность)
- Общение блогера с подписчиками
- Использование ботов и накруток
- TOV комментариев под постом
- Репутация (скандальность)
- Сотрудничество с конкурентами

Таблица подбора блогеров

Таблица подбора — это ваше лицо. Именно по ней будут судить о вас как о профессионале. Поэтому очень важно отразить в ней всё необходимое и сделать понятной для человека, который в блогерах не разбирается.


Таблица состоит из:

- имени блогера
 - ссылки на аккаунт IG или канал YT
 - количества подписчиков аккаунта или канала
 - ER в случае IG и Forecast of views в случае YT
 - стоимости поста в IG или интеграции в случае YT (включая налог)
 - % налога
 - описания аккаунта и почему именно этот блогер подходит для данной конкретной рекламной кампании
- 

Пример таблицы блогеров

Name	Subscribers	ER/Forecast of views	Cost photopost/integration	Cost video post	Cost stories	TAX	Account description
Анастасия Ивлеева	14 500 000	7,01%	500 000	750 000	250 000	10%	Настя Ивлеева - популярная ведущая и блогер. Людям нравится ее яркий и дерзкий стиль, поэтому она отлично подходит для рекламы новой молодежной линейки бренда GUCCI.
Wylsacom	8 790 000	840 800	990 000			10%	Валентин - самый популярный и самых охватный hi-tech блогер России. Так как перед нами стоит задача растить brand awareness продукта, то Валентин с его количество просмотров и авторитетом идеально нам подходит.

Итоги урока

- 1** Научились искать блогеров на всех популярных площадках
 - 2** Научились правильно выбирать инфлюенсеров для конкретных рекламных кампаний
 - 3** Научились правильно оформлять таблицу подбора блогеров
- 



Skillbox

**Спасибо
за внимание!**