



KUDA GO

Интерактивные форматы и особенности вёрстки в медиа



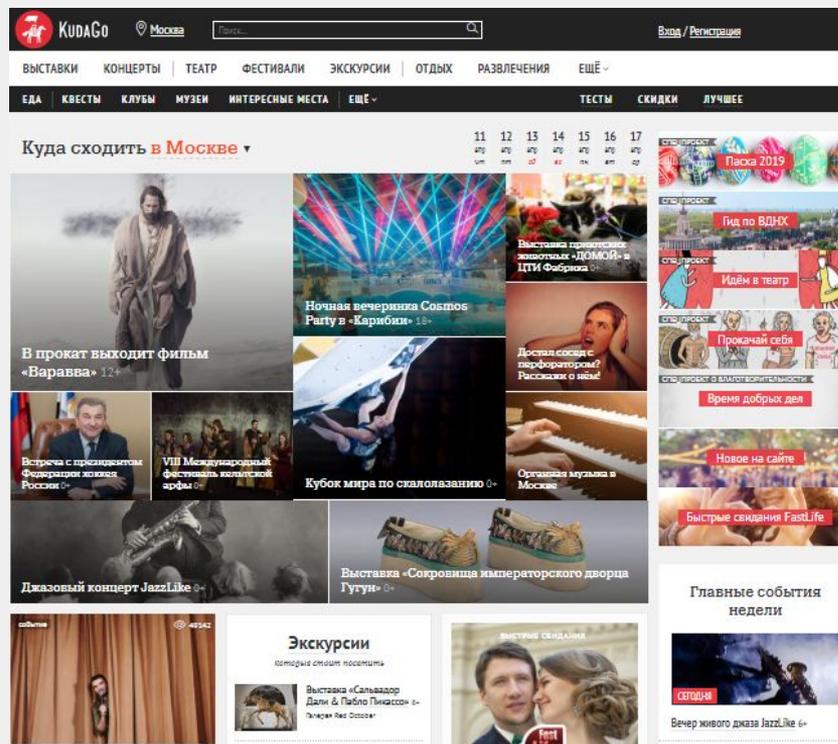
Илья Кокоуров
Заместитель Генерального директора

KudaGo, КудаГо, Кудажка, Кудага

6 лет

“Живите интересно”

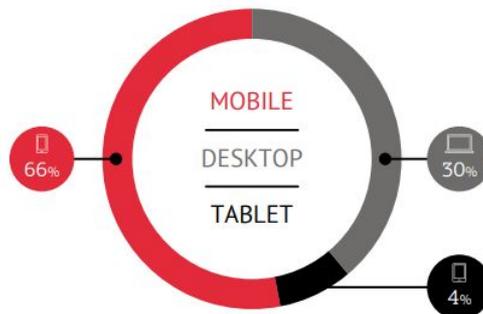
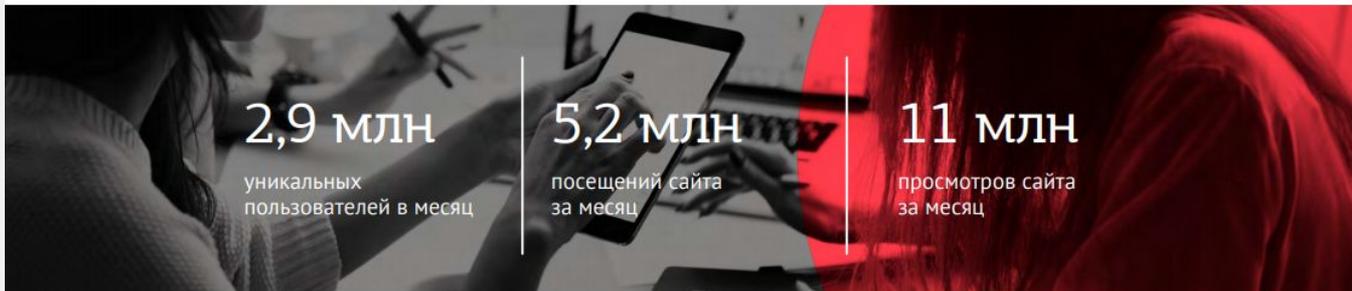
- сервис по продвижению мест и событий
- сервис по поиску мест и событий
- портал об интересных местах и событиях



KUDA GO
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО



Суммарный охват сайта



KUDAGo
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

Я не очень хорош в вёрстке, я больше про интерактивные форматы. Поэтому я буду рассказывать вам о вёрстке на примере опыта команды Setka – много полезных подробностей вы можете найти [в их блоге](#).



KUDAGo
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

Чек-лист: о чем помнить, чтобы вас читали нормально, а не вот так



KUDAGO
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

1. Ширина колонок

— INSTAGRAM МОЖЕТ БЫТЬ ПЛОЩАДКОЙ ДЛЯ МЕДИА? В КАКОМ ФОРМАТЕ КЛАССИЧЕСКИЕ СМИ И ОНЛАЙН-ИЗДАНИЯ МОГУТ ТАМ ПРИСУТСТВОВАТЬ?

— Instagram — платформа для всех, и сегодня на ней собралась самая активная аудитория интернета (а это более одного млрд). Мне сложно придумать бизнес, который при грамотной стратегии не имел бы успеха в соцсети. Не обязательно вести профиль компании и создавать контент специально под площадку — можно просто размещать рекламу и обращаться к нужной аудитории.

Медиа, как правило, используют Instagram в качестве дополнительной платформы для доставки информации. В соцсети нельзя поставить активную ссылку на материал, что усложняет перелив трафика на сайт. Ссылки можно добавлять в описание аккаунта, но тогда придется регулярно их менять, что неудобно.

Почти в каждой соцсети работает алгоритмическая лента: контент доставляется не всем одновременно, а постепенно и небольшому количеству от общего числа подписчиков. Охват новости в Facebook может составлять 2-3%, в Instagram же средний охват — 20-30%, и это одна из причин его популярности. Тем не менее из-за алгоритма изданиям нет смысла публиковать новости: часть людей увидят их тогда, когда это потеряет актуальность.

Но если у аккаунта больше 10 тысяч подписчиков, эту проблему решают с помощью формата историй (Stories). Истории доставляются моментально и всем. Алгоритм предполагает следующее: чем чаще человек взаимодействует с историями конкретного аккаунта, тем чаще и быстрее они ему доставляются.

Например, главное новостное СМИ Беларуси TUT.by активно использует истории для анонсов. При этом, в отличие от новостей на сайте, здесь они позволяют себе другую тональность коммуникации и используют подвошки в стиле «вы никогда не узнаете, что произошло дальше». «Медуза» пошла по другому пути — издание адаптирует новости, используя придуманные форматы.

— INSTAGRAM МОЖЕТ БЫТЬ ПЛОЩАДКОЙ ДЛЯ МЕДИА? В КАКОМ ФОРМАТЕ КЛАССИЧЕСКИЕ СМИ И ОНЛАЙН-ИЗДАНИЯ МОГУТ ТАМ ПРИСУТСТВОВАТЬ?

— Instagram — платформа для всех, и сегодня на ней собралась самая активная аудитория интернета (а это более одного млрд). Мне сложно придумать бизнес, который при грамотной стратегии не имел бы успеха в соцсети. Не обязательно вести профиль компании и создавать контент специально под площадку — можно просто размещать рекламу и обращаться к нужной аудитории.

Медиа, как правило, используют Instagram в качестве дополнительной платформы для доставки информации. В соцсети нельзя поставить активную ссылку на материал, что усложняет перелив трафика на сайт. Ссылки можно добавлять в описание аккаунта, но тогда придется регулярно их менять, что неудобно.

Почти в каждой соцсети работает алгоритмическая лента: контент доставляется не всем одновременно, а постепенно и небольшому количеству от общего числа подписчиков. Охват новости в Facebook может составлять 2-3%, в Instagram же средний охват — 20-30%, и это одна из причин его популярности. Тем не менее из-за алгоритма изданиям нет смысла публиковать новости: часть людей увидят их тогда, когда это потеряет актуальность.

Но если у аккаунта больше 10 тысяч подписчиков, эту проблему решают с помощью формата историй (Stories). Истории доставляются моментально и всем. Алгоритм предполагает следующее: чем чаще



KUDAGO
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

1. Ширина колонок

— **INSTAGRAM МОЖЕТ БЫТЬ ПЛОЩАДКОЙ ДЛЯ МЕДИАТ В КАКОМ ФОРМАТЕ
КЛАССИЧЕСКИЕ СМИ И ОНЛАЙН-ИЗДАНИЯ МОГУТ ТАМ ПРИСУТСТВОВАТЬ?**

— Instagram — платформа для всех, и сегодня на ней собралась самая активная аудитория интернета (а это более одного млрд). Мне сложно придумать бизнес, который при грамотной стратегии не имел бы успеха в соцсети. Не обязательно вести профиль компании и создавать контент специально под площадку — можно просто размещать рекламу и обращаться к нужной аудитории.

Медиа, как правило, используют Instagram в качестве дополнительной платформы для доставки информации. В соцсети нельзя поставить активную ссылку на материал, что усложняет перелив трафика на сайт. Ссылки можно добавлять в описание аккаунта, но тогда придется регулярно их менять, что неудобно.

Почти в каждой соцсети работает алгоритмическая лента: контент доставляется не всем одновременно, а постепенно и небольшому количеству от общего числа подписчиков. Охват новости в Facebook может составлять 2-3%, в Instagram же средний охват — 20-30%, и это одна из причин его популярности. Тем не менее из-за алгоритма изданиям нет смысла публиковать новости: часть людей увидят их тогда, когда это потеряет актуальность.

Но если у аккаунта больше 10 тысяч подписчиков, эту проблему решают с помощью формата историй (Stories). Истории доставляются моментально и всем. Алгоритм предполагает следующее: чем чаще



KUDA GO
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

2. Отступы между смысловыми частями текста

Общайтесь с читателями

Издания и блоги, которые работают с той же повесткой и похожими темами, также могут быть источниками идей. Главное правило при этом — не заимствовать, а искать собственный взгляд. Если поднятая конкурентом тема вызвала широкий резонанс, возьмите ее за основу, но рассмотрите в другом ракурсе или найдите другие экспертные мнения. Если тема горячая и о ней пишут все вокруг — найдите самый интересный материал и напишите лучше, тщательно перепроверив все факты.

Источников тем от аудитории несколько:

- 1 сложности, с которыми клиенты обращаются в службу поддержки: напишите подробную инструкцию в блог — так вы будете полезны клиентам и снимете нагрузку с сотрудников;
- 2 вопросы в чат — сделайте подборку ответов на самые часто задаваемые вопросы;
- 3 рубрика «Вопрос-ответ». Создайте регулярную рубрику — раз в неделю вы будете отвечать на вопросы, поступившие от читателей.

Подглядывайте за конкурентами

Издания и блоги, которые работают с той же повесткой и похожими темами, также могут быть источниками идей. Главное правило при этом — не заимствовать, а искать собственный взгляд. Если поднятая

Общайтесь с читателями

Читатели, подписчики и клиенты могут стать неисчерпаемым источником идей. Основное преимущество такого источника — не нужно гадать, что волнует вашу аудиторию, и сомневаться в полезности будущей статьи.

Источников тем от аудитории несколько:

- 1 сложности, с которыми клиенты обращаются в службу поддержки: напишите подробную инструкцию в блог — так вы будете полезны клиентам и снимете нагрузку с сотрудников;
- 2 вопросы в чат — сделайте подборку ответов на самые часто задаваемые вопросы;
- 3 рубрика «Вопрос-ответ». Создайте регулярную рубрику — раз в неделю вы будете отвечать на вопросы, поступившие от читателей;
- 4 отзывы в социальных сетях. Смотрите отзывы о себе на официальной странице бренда или настройте мониторинг по упоминанию бренда. В результате вы получите не только обратную связь, но и идеи для контента.

Подглядывайте за конкурентами

Издания и блоги, которые работают с той же повесткой и похожими



KudaGo
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

2. Отступы между смысловыми частями текста

Общайтесь с читателями

Издания и блоги, которые работают с той же повесткой и похожими темами, также могут быть источниками идей. Главное правило при этом — не заимствовать, а искать собственный взгляд. Если поднятая конкурентом тема вызвала широкий резонанс, возьмите ее за основу, но рассмотрите в другом ракурсе или найдите другие экспертные мнения. Если тема горячая и о ней пишут все вокруг — найдите самый интересный материал и напишите лучше, тщательно перепроверив все факты.

Источников тем от аудитории несколько:

- 1 сложности, с которыми клиенты обращаются в службу поддержки: напишите подробную инструкцию в блог — так вы будете полезны клиентам и снимете нагрузку с сотрудников;
- 2 вопросы в чат — сделайте подборку ответов на самые часто задаваемые вопросы;
- 3 рубрика «Вопрос-ответ». Создайте регулярную рубрику — раз в неделю вы будете отвечать на вопросы, поступившие от читателей.

Подглядывайте за конкурентами

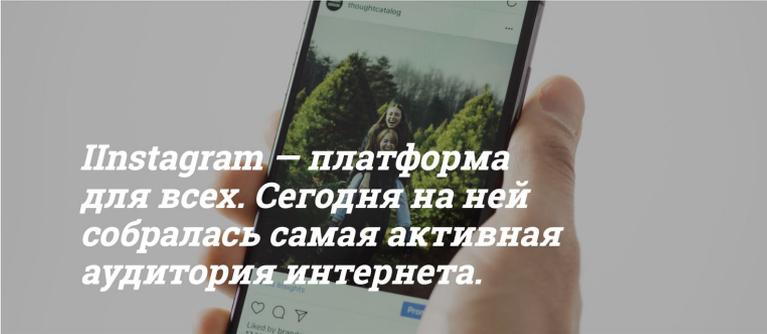
Издания и блоги, которые работают с той же повесткой и похожими темами, также могут быть источниками идей. Главное правило при этом — не заимствовать, а искать собственный взгляд. Если поднятая



KUDAGo
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

3. Стили и шрифты

Медиа, как правило, используют Instagram в качестве дополнительной платформы для доставки информации. В соцсети нельзя поставить активную ссылку на материал, что усложняет перелив трафика на сайт. Ссылки можно добавлять в описание аккаунта, но тогда придется регулярно их менять, что неудобно.

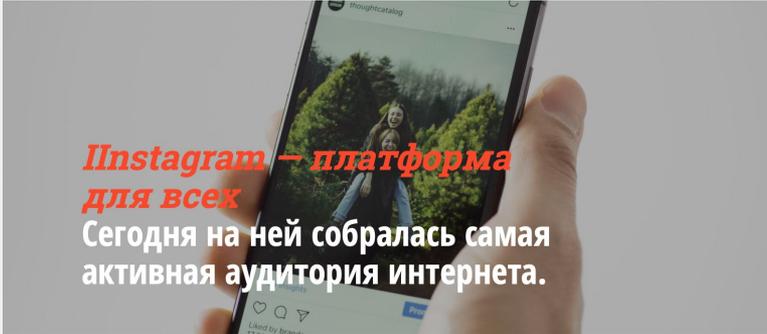


Instagram — платформа для всех. Сегодня на ней собралась самая активная аудитория интернета.

Формат историй

Но если у аккаунта больше 10 тысяч подписчиков, эту проблему решают с помощью формата историй (Stories). Истории

Медиа, как правило, используют Instagram в качестве дополнительной платформы для доставки информации. В соцсети нельзя поставить активную ссылку на материал, что усложняет перелив трафика на сайт. Ссылки можно добавлять в описание аккаунта, но тогда придется регулярно их менять, что неудобно.



Instagram — платформа для всех
Сегодня на ней собралась самая активная аудитория интернета.

Формат историй

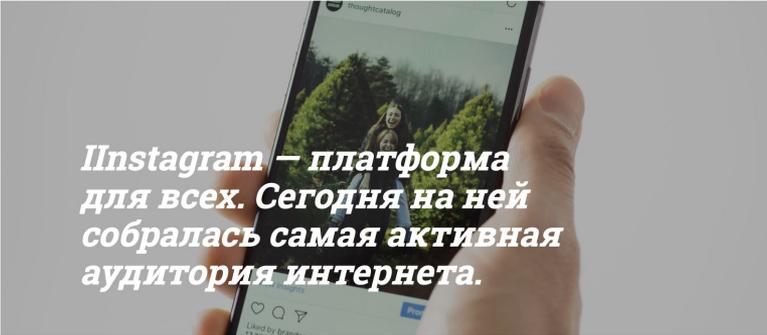
Но если у аккаунта больше 10 тысяч подписчиков, эту проблему решают с помощью формата историй (Stories). Истории доставляются моментально и всем. Алгоритм предполагает



KUDA GO
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

3. Стили и шрифты

Медиа, как правило, используют Instagram в качестве дополнительной платформы для доставки информации. В соцсети нельзя поставить активную ссылку на материал, что усложняет перелив трафика на сайт. Ссылки можно добавлять в описание аккаунта, но тогда придется регулярно их менять, что неудобно.



Instagram — платформа для всех. Сегодня на ней собралась самая активная аудитория интернета.

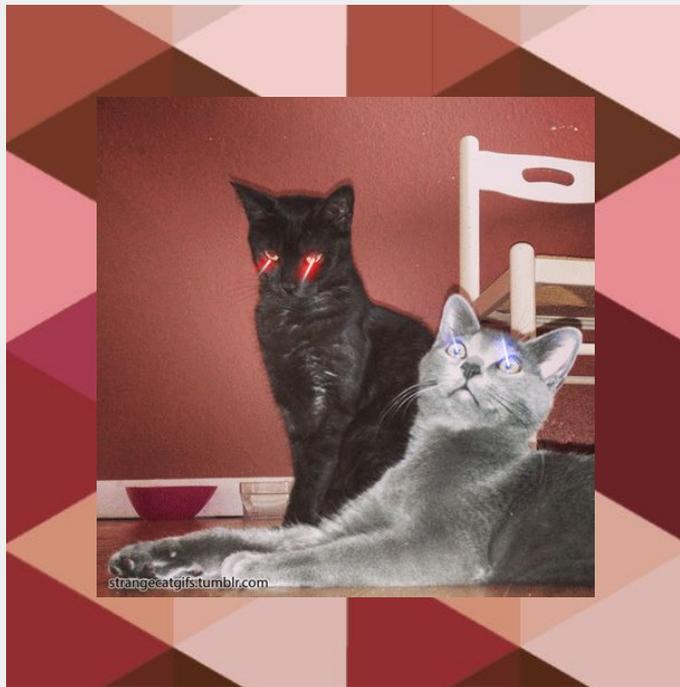
Формат историй

Но если у аккаунта больше 10 тысяч подписчиков, эту проблему решают с помощью формата историй (Stories). Истории



KudaGo
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

4. Единообразие блоков, вёрстки, приемов



KUDAGo
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

5. В чём проблема?

1

Истории в инстаграме

Instagram — платформа для всех, и сегодня на ней собралась самая активная аудитория интернета (а это более одного млрд). Мне сложно придумать бизнес, который при грамотной стратегии не имел бы успеха в соцсети.



KUDAGo
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

6. Границы и фон

and eventually the company he started, Leathers and Associates, gave communities suggestions on how to raise the funds necessary to get their project off the ground. This was often an overwhelming process, including everything from selling personalized fence posts to penny drives at local businesses. Leathers or an employee of his would travel to the town for a "design day", where he'd visit local schools and solicit drawings and ideas from children. These would be incorporated into a playground design based around a similar basic structure, but personalized by the children's ideas in that specific community.



and eventually the company he started, Leathers and Associates, gave communities suggestions on how to raise the funds necessary to get their project off the ground. This was often an overwhelming process, including everything from selling personalized fence posts to penny drives at local businesses. Leathers or an employee of his would travel to the town for a "design day", where he'd visit local schools and solicit drawings and ideas from children. These would be incorporated into a playground design based around a similar basic structure, but personalized by the children's ideas in that specific community.



KUDAGo
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

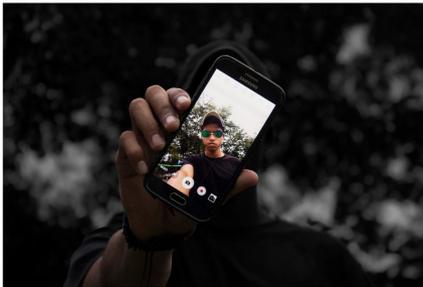
7. Распределение иллюстраций по материалу

Изображения и другие визуальные акценты предлагают использовать через каждые 75-100 слов – есть исследование, согласно которому это увеличивает количество лайков и «шеров» в соцсетях.



8. Что не так?

Instagram — платформа для всех, и сегодня на ней собрались самые активные аудиторией интернета (а это более одного млрд). Мне сложно придумать бизнес с, который при равной стратегии не может быть успешен в соцсети. Не обязательно вести профиль, покупать и продавать контент специально под платформу — можно просто размещать рекламу и обращаться к нужной аудитории. Модно, как правило, использовать Instagram в качестве дополнительной платформы для доставки информации. В соцсети лучше поставить активную ссылку на материал, что усилит эффект трафика на сайт. Ссылки можно добавлять в описание аккаунта, но тогда придется регулярно их менять, что неудобно.



Почти в каждой соцсети работает алгоритмическая лента: контент доставляется не всем одновременно, а постепенно и небольшому количеству от общего числа подписчиков. Самые новости в Facebook имеют охват лишь 2,3%, а Instagram же средней охват — 20–30%, и это даже из-за причин его популярности. Тем не менее из-за алгоритма уздадим нет смысла публиковать новости: часть людей увидит их тогда, когда это потеряет актуальность.

Но если у аккаунта больше 10 тысяч подписчиков, эту проблему решает с помощью формата историй (Stories). История доставляется моментально и всем. Алгоритм продолжает показывать сообщения тем, кто чаще взаимодействует с историей конкретного аккаунта, тем чаще и быстрее они ему доставляются.



— Если сильно упрощать, стратегии продвижения бренда в Instagram базируются на двух вопросах: 1, зачем соцсеть — вам? 2, зачем вы людям — в соцсети? С целью бренда все просто — это могут быть продажи, лояльность, рост охвата, контент и аудитория. На втором вопросе у бренда-менеджера часть ответов будет. Бренд на масштаб Nike или Unilever's Luxe, за которыми люди хотят следовать сами, — мало. Поэтому должны быть причины, по которым люди подписываются на вас: Instagram, чтобы следить за акциями, участвовать в розыгрышах или получать интересный и полезный контент.

8. Размеры фотографий должны быть одинаковыми

Instagram — платформа для всех, и сегодня на ней собралась самая активная аудитория интернета (а это более одного млрд). Мне сложно придумать бизнес-с, который при грамотной стратегии не имеет бы успеха в соцсети. Не обязательно вести профиль компании и создавать контент специально под платформу — можно просто размещать рекламу и обращаться к нужной аудитории. Макияж, как правило, использует Instagram в качестве дополнительной платформы для доставки информации. В соцсети можно поставить активную ссылку на материал, что усложняет переход трафика на сайт. Ссылки можно добавлять в описание аккаунта, но тогда придется регулярно их менять, что неудобно.



Плюс в каждой соцсети работает авторитетность левта: контент доставляется не всем одновременно, а постепенно и небольшой количеству от общего числа подписчиков. Охват новости в Facebook может составлять 2-3%, а Instagram же средний охват — 20-30%, а это уже не учитывая его популярность. Тем не менее из-за алгоритма выдвигает смысл публиковать новости: часть людей увидит их тогда, когда это принесет пользу.

Но если у аккаунта больше 10 тысяч подписчиков, эту проблему решает с помощью формата историй (Stories). Истории доставляются моментально и всем. Алгоритм предлагает спускающие: чем чаще человек взаимодействует с историей конкретного аккаунта, тем чаще и быстрее они ему доставляются.



— Если сильно упрощать, стратегия продвижения бренда в Instagram базируется на двух вопросах: 1. зачем соцсети — зачем? 2. зачем вы люди — в соцсети? С целью бренда это просто — это могут быть продажи, лояльность, рост охвата, контакт с аудиторией. На втором вопросе у бренда менеджера часть ответов будет. Брендная максималка была или Victoria's Secret, за которыми люди хотели следовать сами. — Мало. Поэтому должны быть причины, по которым люди подписались бы на ваш Instagram: чтобы следить за жизнью, участвовать в розыгрышах или получать интересный и полезный контент.

9. Текст и плашки

CARESS OF THE GAZE

Резидент Autodesk Pier 9 [Беназ Фарахи](#) создал одежду, которая «реагирует» на взгляды окружающих людей и меняет свою форму в зависимости от поведения тех, кто находится поблизости.

Монтаж/Sound-дизайн — Чарли Нордстром
Режиссура — Елена Куликова и Чарли Нордстром

CARESS OF THE GAZE

Резидент Autodesk Pier 9 [Беназ Фарахи](#) создал одежду, которая «реагирует» на взгляды окружающих людей и меняет свою форму в зависимости от поведения тех, кто находится поблизости.

Монтаж/Sound-дизайн — Чарли Нордстром
Режиссура — Елена Куликова и Чарли Нордстром



KUDAGo
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

9. Текст не должен прилипать к границам плашки

CARESS OF THE GAZE

Резидент Autodesk Pier 9 [Бенз Фарахи](#) создал одежду, которая «реагирует» на взгляды окружающих людей и меняет свою форму в зависимости от поведения тех, кто находится поблизости.

Монтаж/Sound-дизайн — Чарли Нордстром
Режиссура — Елена Куликова и Чарли Нордстром



KUDAGo
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

10. Указывать авторство и источники – это правила хорошего тона (и максимальной безопасности)

- Все гифки были взяты с сайта giphy.com
- Используйте эмбеды (YouTube, Instagram, [gettyimages](https://www.gettyimages.com) (будут с водяным знаком, но внизу) и бесплатные стоки (самый известный – [Unsplash](https://unsplash.com))
- [список стоков](#) с LifeHacker
- иногда фотографию ПРОЩЕ сделать самому на телефон – после тонны фильтров из приложений она становится уникальной и даже не очень позорной

11. Проверяйте свою вёрстку на мобильных девайсах и десктопе

- Ваш материал должен выглядеть адекватно на всех платформах
- Нужно помнить, что мобильные телефоны требовательны к сложности вёрстки (помните w-o-s?) и весу и качеству фотографий

Зачем нужны интерактивные форматы?

**Как определить, что с вашим материалом
взаимодействует аудитория?**



Зачем нужны интерактивные форматы?

- Для увеличения вовлеченности пользователей в материал!

Как определить, что с вашим материалом взаимодействует аудитория?

- нахождение на странице
- внутренняя аналитика интерактивного элемента
- совершение целевого действия
- показатель доскролла

Тесты

Фантастическая тварь или городское заведение?

15 ноября в прокат вышло долгожданное продолжение истории Ньюта Саламандера. Если вы уже успели посмотреть обе части, давайте проверим, насколько хорошо вы разобрались в магической зоологии. Сможете определить по названию, с чем имеете дело — с фантастической тварью или городским заведением?

Пройти тест

0+ © 2006



Тест: Балетный термин или блюдо?

Каждую весну **международный фестиваль балета Dance Open** представляет петербургской публике спектакли российских и зарубежных балетных трупп. В программу грандиозного события входят хореографические уроки, мастер-классы, лекции и выставки, а также гала-концерт звезд сцены. Чтобы получить максимум удовольствия от балетного действия, стоит узнать некоторые термины, которые описывают действия артистов. Сможете ли вы отличить их от названий блюд высокой кухни?

Пройти тест

© 4509

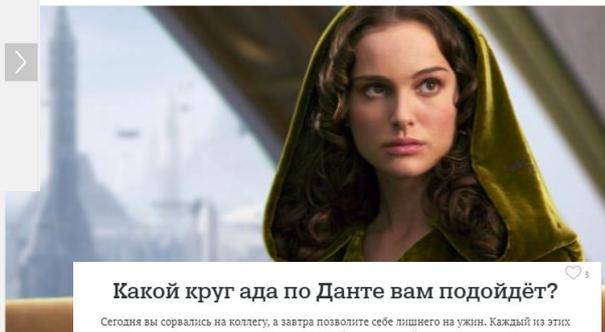


Тест: Кто ты из великих женщин?

Стать иконой стиля и писать эпатажные портреты, порхать по улицам Нью-Йорка и уражать мужские сердца, либо бороздить просторы Галактики и нести разумное, доброе и хорошее — **какой сценарий** вам больше подходит? Пройдите тест и узнайте, на кого из великих женщин, вошедших в историю, вы похожи.

Пройти тест

© 10629



Какой круг ада по Данте вам подойдет?

Сегодня вы сорвались на коллегу, а завтра позволите себе лишнего на ужин. Каждый из этих промахов сулит вам неприятности в загробной жизни. Узнайте, насколько все серьезно, и какие потусторонние муки сулит вам итальянский поэт Данте Алигьери.

Пройти тест

© 3011



Тест: Насколько хорошо вы знакомы со сленгом нового русского рэпа?

Лирика треков, написанных современными рэперами, временами напоминает тарабаршину. Новые слова появляются буквально каждый день и мгновенно разлетаются на мемы. Чтобы получить максимум драйва на фестивале нового рэпа «Маятник Фуко» в **Санкт-Петербурге** или в **Москве**, нужно знать ключевые термины. Испытайте себя на лингвистическую прочность!

Пройти тест



Тест: кто ты из «Игры Престолов»?

20 сентября самому жестокому писателю современности — Джорджу нашему Мартину — исполняется 70 лет. Реальному герою его знаменитой саги удалось дожить до этого возраста. По случаю юбилея создателя «Игры Престолов» **Kiduga** предлагает пройти тест и узнать, кем бы в мире королевств были вы.

Пройти тест

© 60225



Преимущества тестов:

1. Вовлечённость
2. Игровая механика
3. Гибкость под концепт
4. Нативность продвижения

Тест: Какой ты супергерой? ♡ 2

В наше время супергерои и фантастические Вселенные — тот дивный новый мир, который захватил и вдохновил множество людей по всему миру. Одни находят в себе силы и решимость, другим просто нравится наблюдать за бесконечными перепалками друзей со сверхспособностями. KudaGo вместе с интеллектуальной бар-олимпиадой «Мозгва»[®] решили проверить, каким суперчеловеком вы могли бы стать. Готовы узнать правду? Жамкайте на кнопку «Пройти тест»!

[Пройти тест](#)

© 50864



KUDAGo
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

Минусов нет



KUDAGO
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

Возможности PlayBuzz

- **Правильный/неправильный ответ**

Подходит для быстрой проверки знаний. [Один из старых примеров с KudaGo](#)



Знаете ли вы мосты Петербурга?

Created By KudaGo
Он 12 дек. 2017 г.



1 / 12

Что ж, пока вы не можете похвастаться знаниями в этой области.

Continue

Возможности PlayBuzz

- **Определение результатов по баллам**

Подходит для более сложных концепций. Например, вот тест по [вселенным Нолана](#).

- **Опросы**

Какая из реальностей Кристофера Нолана вам ближе?



Created By **KudaGo**

On 20 дек. 2017 г.



telegraph.co.uk

Начало

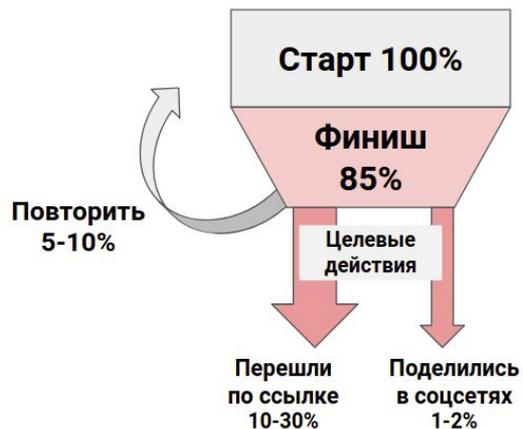
Для вас предметная реальность — лишь тени на стене пещеры, как выразился бы античный философ. Но философствовать полусту вам не слишком интересно. Ваш путь — постижение мира через опыт в поисках границ между иллюзией и действительностью. Фильм «Начало» напомнит, насколько непрочны эти границы — смотрите культовый триллер в рамках ретроспективы проекта «Иноекино».



KUDAGo
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

Как это работает?

Прохождение теста



KUDAGo
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

Тест vs пост

Охват записи [?]

22 449

22 241 / 640
подписчиков / виральных

9 переходов в группу
0 вступлений в группу
251 переход по ссылке

Обратная связь

18 2 2

Количество
коммент

Охват записи [?]

18 637

18 333 / 549 / 1
подписчиков / виральных / рекламных

8 скрыт
0 жалоб
1 скрыт

Обратная связь

18 0 12

Количество отметок «Нравится», репостов и
комментариев.

9 переходов в группу
0 вступлений в группу
807 переходов по ссылке

3 скрытия
2 жалобы
0 скрытий всех записей

 KudaGo: Санкт-Петербург
24 мар в 17:50

Тест: Насколько хорошо вы знакомы со сленгом нового |

Флип, блок, флоу, байт — угадаете (или вы знаете?), что эт

<https://kudago.com/go/2aq74/>



- ▶ GONE.Fludd — МАМБЛ
- ▶ GONE.Fludd — КУБИК ЛЬДА
- ▶ ATL — Танцуйте

 KudaGo: Москва
20 мар в 23:50

Тест: Насколько хорошо вы знакомы со сленгом нового русского рэпа?

<https://kudago.com/go/muxyg/>



Охват записи [?]

11 075

10 873 / 259 / 9
подписчиков / виральных / рекламных

7 переходов в группу
0 вступлений в группу
457 переходов по ссылке

Обратная связь

61 6 4

Количество отметок «Нравится», репостов и
комментариев.

2 скрытия
0 жалоб
0 скрытий всех записей

 KudaGo: Санкт-Петербург
сегодня в 0:50

#прогород@kudagospb

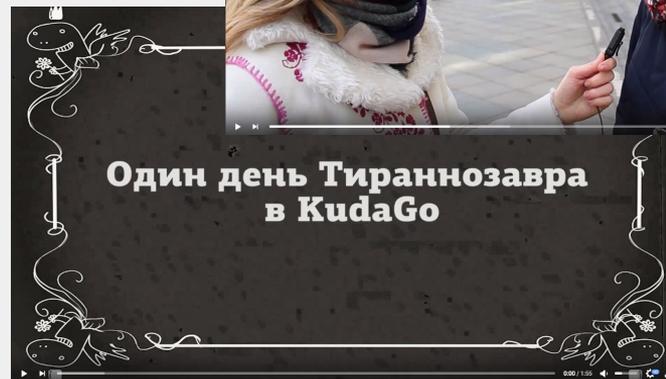
Правильные секонд-хенды Петербурга, в которых есть бренды и совсем новые вещи

<https://kudago.com/go/8jrxy/>



Видеоформат

Теперь мы не только рассказываем о событиях и местах, но и показываем их



KudaGo
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

Преимущества видеоконтента

текст



- 1 минута стоит 1000 слов
- Удобный для восприятия продукт
- Широкий охват аудитории
- Вовлеченность в социалках
- Виральность
- Популярность среди молодой аудитории
- Приоритезация в соцсетях

видео



Шторка / флип-карта

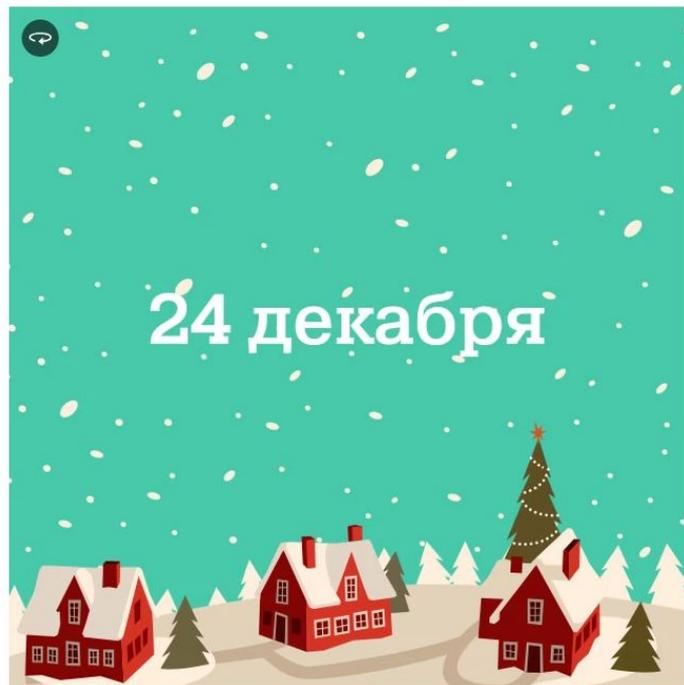
[Пример шторки](#)



KUDAGo
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

Шторка / флип-карта

План на 24 декабря



Флип-карта

План на 24 декабря

Сходите в кино

Например, на «Щелкунчик и четыре королевства» с Морганом Фриманом и Кирой Найтли или новую версию «Гринч» (его лучше смотреть в оригинале — главного героя озвучивает Камбербетч)

Вопросы?



KUDAGo
ЖИВИТЕ ИНТЕРЕСНО

Будем на связи!



KUDAGO

Илья Кокоуров

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА

ikokourov@kudago.com

+7 (812) 339-45-26

+7 (904) 555-48-37

kudago.com