

28.03.2024

# Работа с блогерами: целесообразность, форматы, эффективность

[techart.ru](https://techart.ru)

[promo.techart.ru](https://promo.techart.ru)

Регистраций: 65 (компаний – 60), в т.ч.:

- 33.8% новых слушателей
- 17 топ-менеджеров
- 25 постоянных (4+) слушателей программы
- 13 с вопросами и обратной связью

# Рынок инфлюенс-маркетинга

## 2023 год\*:

- Рост оборота до 30 млрд рублей.
- 23% рекламодателей стабильно используют.
- 41% рекламодателей попробовали впервые.
- Стоимость рекламы у блогеров выросла от 10% (у «средних»), до 30% (у селебрити).
- Охваты аудитории у крупных блогеров-миллионников сопоставимы не только с отраслевыми и региональными, но и с федеральными СМИ.

## 2024 год:

- Оборот более 50 млрд рублей.
- 33% рекламодателей планируют начать использовать.
- Этап диверсификации медийности, контента и форматов. Происходит переход от маркетинга канала к маркетингу форматов.
- Долгосрочное сотрудничество крупных брендов с блогерами.

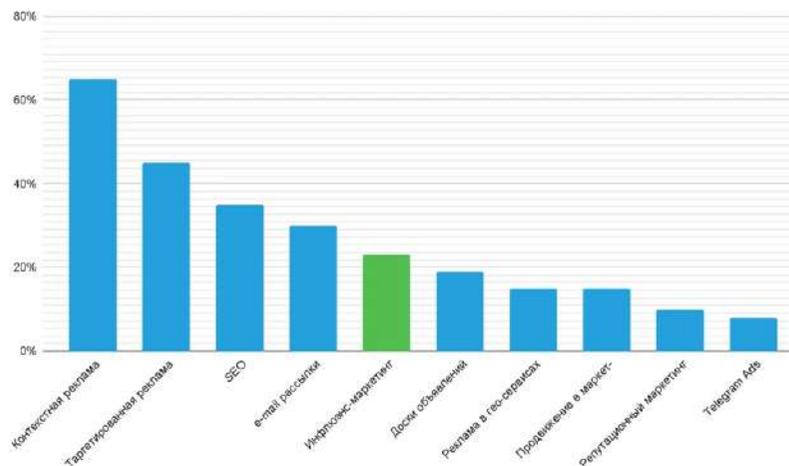
Основные площадки: ВКонтакте, Telegram, Youtube, Дзен, Instagram\*\*.

**Инфлюенс-маркетинг будет развиваться и наращивать свою долю в общем объеме рынка рекламы.**

\* Данные исследования [АБА x eLama](#), данные АРИР

\*\* Принадлежит корпорации Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной на территории РФ

Используемые каналы продвижения, 2023



# Цели и задачи работы с блогерами

## Основные:

- Информирование и рост узнаваемости бренда / продукта / услуги.
- Стимулирование покупательского спроса, рост продаж.
- Формирование положительного имиджа бренда.

## Дополнительные:

- Влияние на информационный фон и тональность обсуждений.
- Сбор обратной связи — плюсов и минусов продукта / услуги.
- Продвижение социальных сетей бренда (рост числа подписчиков в канале бренда).
- Образование аудитории (сложные продукты).

# Преимущества и недостатки работы с блогерами

## Основные преимущества:

### Нативность упоминаний

Не навязчивые рекомендации на языке целевой аудитории

### Лояльность аудитории

Блогера читают, значит ему доверяют

### Лучшая запоминаемость

Контент в авторском стиле обращает на себя большее внимание

### Получение обратной связи

Комментарии к посту — источник обратной связи для бренда

### Гибкость

Разовое или долгосрочное сотрудничество с блогером

## Основные недостатки:

### Непредсказуемый результат

Если блогеру что-то не понравится, он невольно может дать это понять подписчикам. Также иногда невозможно предугадать реакцию подписчиков на сообщение

### Сложность поиска блогера

Определение его ЦА, стиля, формата взаимодействия и т.п.

### Сложность оценки эффективности

Мало данных для анализа о пользователях, просмотревших материал

### Высокий порог для входа

Для получения репрезентативных результатов необходим достаточный бюджет и множество тестирований

# Форматы публикаций

## Прямое упоминание

Автор открыто говорит аудитории о бренде / товаре / услуге



## Нативная интеграция

Блогер упоминает продукт как бы невзначай



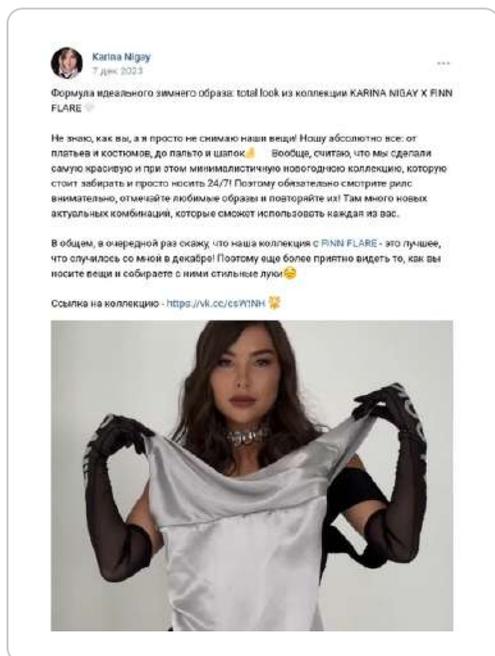
## Обзор / распаковка продукта

Автор презентует товар. Иногда создают целые рубрики по разным товарам



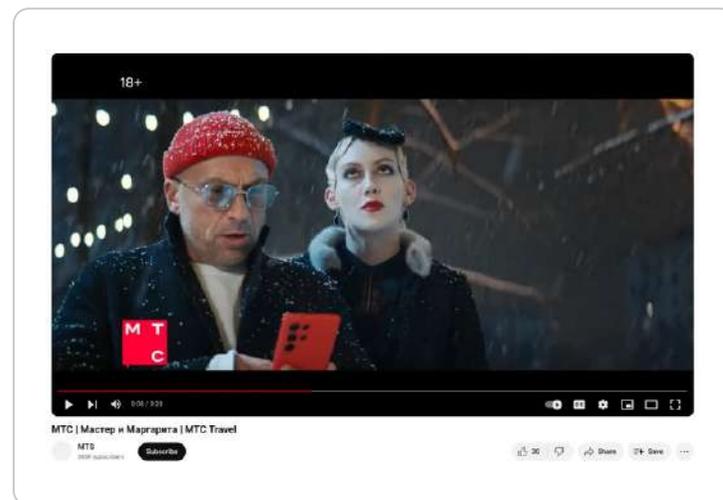
## Коллаборации

Сотрудничество бренда с блогером не только для рекламы, но и для создания совместного продукта



## Амбассадорство

Амбассадор пользуется продуктами бренда и рассказывает о своем опыте подписчикам



При выборе формата учитывайте особенности продукта и потребности вашей целевой аудитории.

# Выбор площадки

Выбор платформы зависит от сферы бизнеса, особенностей целевой аудитории, формата взаимодействия и бюджета рекламной кампании



# Подбор блогера

## 1. Поиск

→ Изучение рейтингов популярных авторов на разных площадках



[BrandAnalytics](#)

ВКонтакте, Telegram, YouTube, TikTok, Дзен



[МедиаЛогия](#)

ВКонтакте, Telegram, Одноклассники, YouTube, Twitter, Instagram\*, TikTok, Facebook\*

**LIVEDUNE**

[Livedune](#)

ВКонтакте, Telegram, YouTube, LiveJournal

По конкретным площадкам:



[Tgstat.com](#)

Telegram

zenstat.

[Zenstat.ru](#)

Дзен

trend**HERO**.

[Trendhero.io](#)

Instagram\*

→ Рекламные платформы, объединяющие блогеров



[Epicstars](#)

**WOW**Blogger

[Wowblogger](#)

**Telega.in**

[Telega.in](#)

# 2. Анализ аккаунта

## На что обращаем внимание при выборе:

- Соответствие контента блогера / канала Tone of Voice бренда.
- Количество подписчиков и динамика роста.
- Охваты публикаций.
- Динамика просмотров публикаций.
- Качество аудитории блогера — демография и вовлеченность.
- Частота и качество рекламных публикаций.
- Отношение аудитории к рекламной публикации.
- Публикации с упоминанием конкурентов.
- Мультиформатность, возможность делать публикации в альтернативные соцсети.

## Ресурсы в помощь для анализа:



[Livedune](#)  
 ВКонтакте, Telegram, Одноклассники, YouTube и другие площадки



[Popsters.ru](#)  
 проверка YouTube, Вконтакте, Telegram и других площадок



[LabelUp](#)  
 проверка YouTube, Вконтакте, Telegram

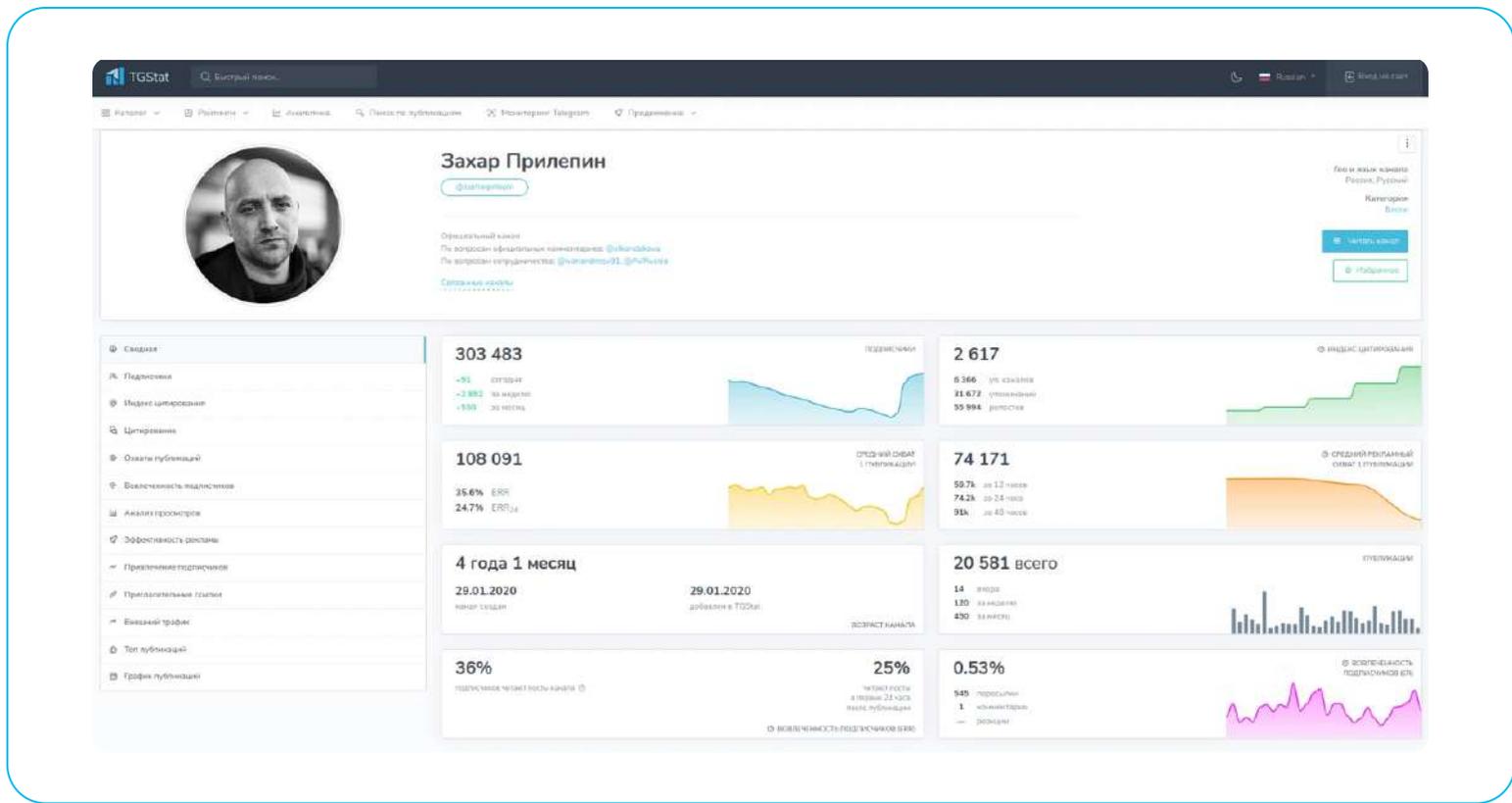
➔ Специализированные площадки:



[Telemetr](#)

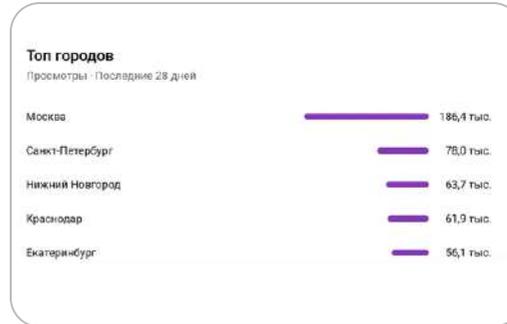
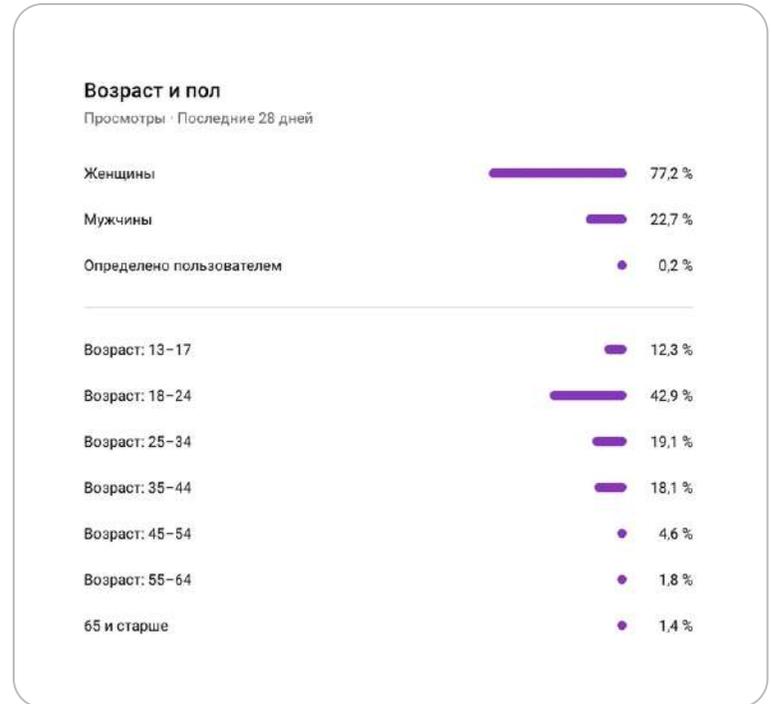
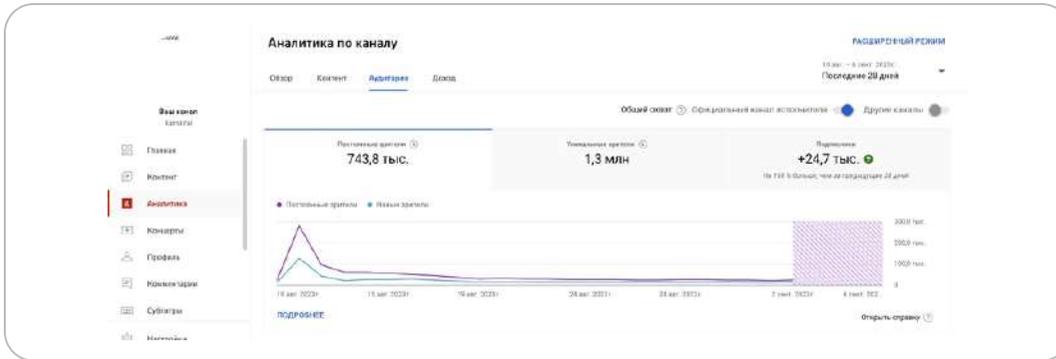
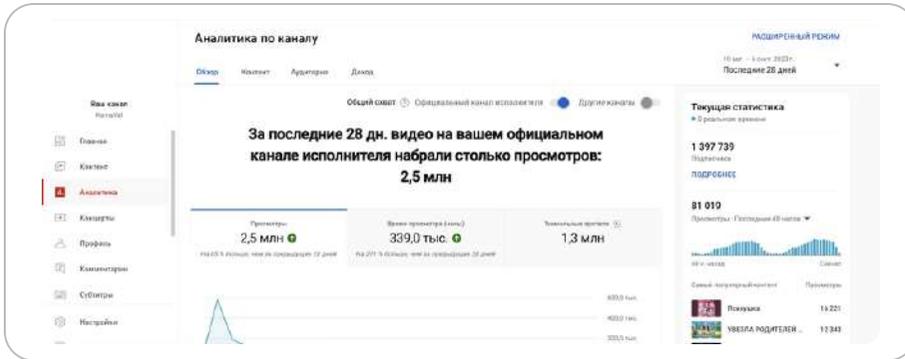


[Tgstat.com](#)



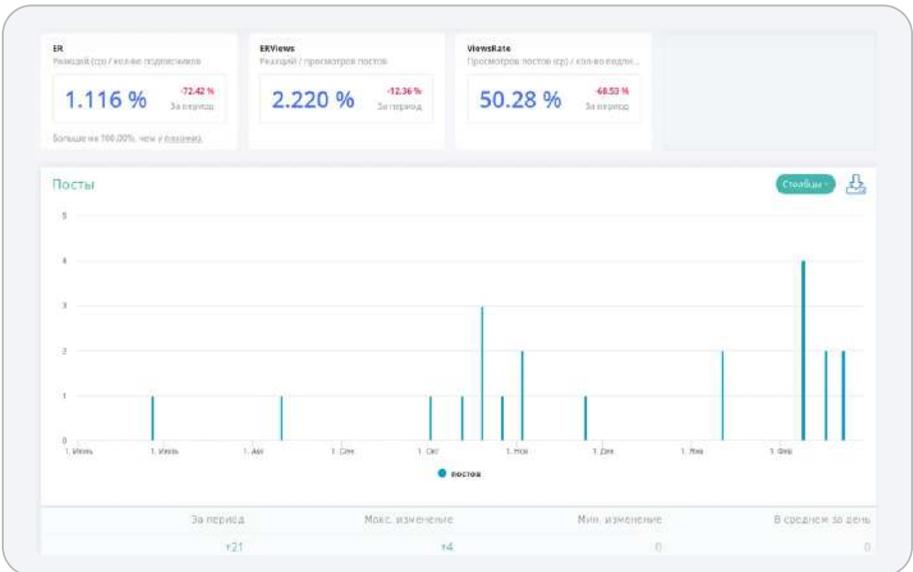
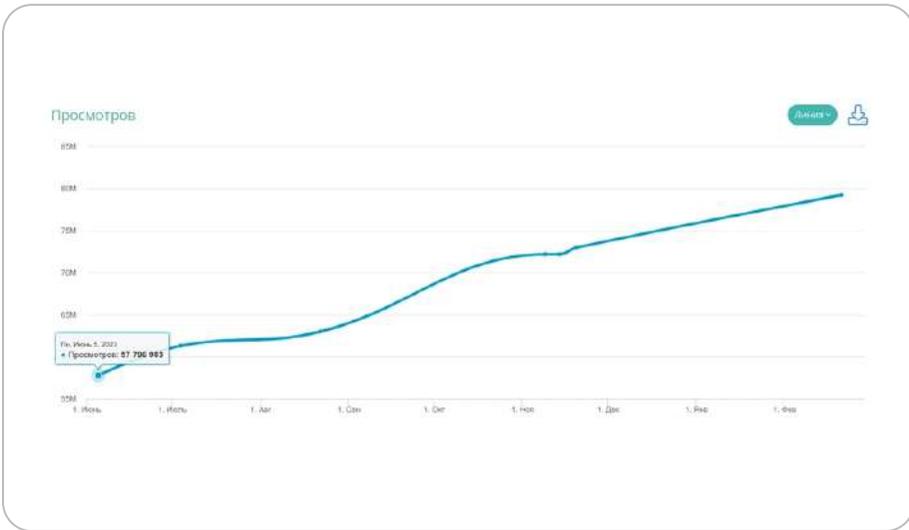
# Анализ аккаунта. Youtube-канал

## 1. Запросите информацию у блогера



# Анализ аккаунта. Youtube-канал

## 2. Используйте сторонние сервисы



This table provides a detailed breakdown of individual video performance. It includes columns for video title, likes, dislikes, views, comments, ER, and ERV. The data shows a variety of video types with different engagement levels, with the highest-performing video having 5,763 likes and 154,533 views.

Превью	Лайки	Дизлайки	Просмотры	Коммент.	ER	ERV	Дата
	2,317	0	91,675	292	0.18%	2.85%	21 февраля 2024 г. 21:20
	905	0	28,030	78	0.07%	3.51%	22 февраля 2024 г. 08:00
	1,434	0	70,342	105	0.11%	2.19%	17 февраля 2024 г. 08:00
	788	0	21,227	61	0.06%	4.00%	17 февраля 2024 г. 08:00
	883	0	30,239	109	0.07%	3.28%	7 февраля 2024 г. 08:00
	634	0	15,888	66	0.05%	4.41%	7 февраля 2024 г. 08:00
	314	0	7,388	47	0.03%	4.89%	7 февраля 2024 г. 08:00
	388	0	7,395	53	0.03%	5.96%	9 февраля 2024 г. 08:00
	5,763	0	154,533	345	0.43%	3.95%	12 февраля 2024 г. 08:00

# Анализ аккаунта. Telegram-канал

Для подбора каналов можно воспользоваться внутренним каталогом биржи или использовать TGStat. Здесь есть подборки каналов по различным тематикам и статистика по ним.

## Основные метрики, на которые стоит обратить внимание:

- Стоимость размещения.
- Количество подписчиков.
- ER – показатель активности аудитории (средний охват одного поста от числа подписчиков). Чем он выше, тем живее аудитория и наоборот.
- Стоимость одного просмотра.
- Накрутка просмотров. Сервис TGStat позволяет проанализировать охват постов. Всплески свидетельствуют о накрутке просмотров.



# Подбор блогера

## Должно насторожить

- Блогер / его менеджер долго выходит на связь.
- Блогер не предоставляет статистику.
- Есть явные признаки накрутки показателей (подписчиков или вовлеченности): неестественный прирост аудитории, высокий процент подписчиков без активности.
- Уклонение от согласия на условия сотрудничества: изменчивые условия, отказ от подписания договора и т.п.
- Не обозначает свободные даты для публикации, при этом требует предоплату.

# Этапы работ с блогером

## 1. Заключите договор и учтите все юридические аспекты.

Обратите внимание на:

- Обязанности сторон.
- Сроки выполнения работ.
- Кому принадлежат авторские права на контент.
- Штрафные санкции при нарушении пунктов договора.
- Кто осуществляет маркировку рекламных материалов и отчитывается по закону «О рекламе».

## 3. Предусмотрите возможность негатива и реакции на него.

Разработайте план действий на случай негативных ситуаций, связанных с кампанией.

## 2. Составьте правильное ТЗ.

Как минимум оно должно содержать:

- Описание бренда / продукта.
- Правильное произношение терминов, названий товаров и услуг.
- Цель рекламной публикации.
- Адреса страниц, куда должен переходить пользователь.
- Формат рекламы и требования к оформлению материала.
- Желаемое послание для целевой аудитории.
- Дату и время публикации.

## 4. Ведите активное взаимодействие.

Поддерживайте постоянную связь с блогерами во время кампании и мониторьте контент, чтобы гарантировать его соответствие вашим стандартам и ожиданиям.

# Оценка эффективности размещения

## ✓ Охват

- Количество просмотров публикации
- Динамика роста подписчиков

## ✓ Вовлеченность

- Лайки, комментарии, репосты
- ER (реакции аудитории / количество подписчиков)
- ERViews (реакции аудитории / число просмотров постов)
- ViewsRate (просмотры постов / количество подписчиков)

## ✓ Конверсии

- Переходы по ссылкам
- Использование промокодов (у каждого блогера свой уникальный)
- Лиды

## ✓ Узнаваемость бренда

- Brand-Lift (влияние на восприятие бренда и поведение аудитории)

## ✓ Рентабельность инвестиций

- CPA (стоимость целевого действия)
- ROI (процентное соотношение прибыли от рекламной кампании к полным затратам на нее)

# Выводы

**Аудитория доверяет инфлюенсерам и прислушивается к их рекомендациям. Именно поэтому реклама у блогеров — эффективный способ продвижения.**

Блогеры работают на всех этапах воронки:

- Формируют спрос с нуля.
- Увеличивают знания о бренде.
- Подогревают интерес к продукту.
- Подталкивают аудиторию к принятию решения о покупке.

## Рекомендации:

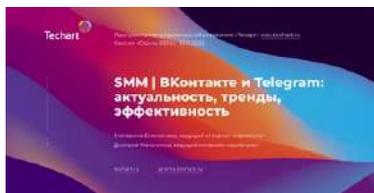
- Тестируйте разные форматы в зависимости от целей: прямые продажи, интеграции, коллаборации, обзоры и амбассадорство.
- Оформляйте все документально.
- Не осуществляйте 100% предоплату.
- Тщательно выбирайте блогера.
- Если нет ресурсов, опыта работы напрямую — попробуйте работу через биржи (WOWBblogger, Telega.in и др.).
- Для получения репрезентативных выводов по работе инструмента обязательно проведите несколько размещений.

# Наши материалы по теме



15.11.2023

[Закон о рекламе.  
Квалификация, маркировка,  
отчетность](#)



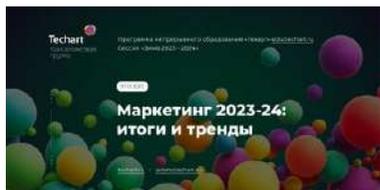
23.11.2023

[SMM | ВКонтакте и Telegram:  
актуальность, тренды,  
эффективность](#)



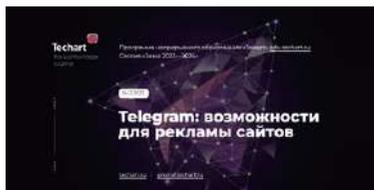
30.11.2023

[Визуальный контент: тренды  
и рекомендации на 2024 год](#)



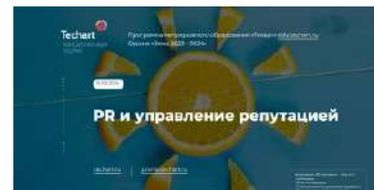
07.12.2023

[Маркетинг 2023-24:  
Итоги и тренды](#)



14.12.2023

[Telegram: возможности для  
рекламы сайтов](#)



15.02.2024

[PR и управление репутацией](#)



Консалтинг, цифровая трансформация,  
интеграция бизнес-процессов, маркетинга и оргразвития



### **Мигулина Елена**

директор практики  
интегрированного маркетинга



### **Алескеров Руслан**

заместитель директора практики  
интегрированного маркетинга,  
руководитель группы рекламы

### **Релевантные услуги «Текарт»:**

- [Проведение рекламных кампаний](#)
- [Продвижение в социальных сетях](#)
- [Управление репутацией](#)
- [Performance-маркетинг](#)
- [Веб-аналитика](#)

**+7 495 790 75 91**

Консалтинговая группа «Текарт»  
[techart.ru](http://techart.ru)

Интегрированный маркетинг и PR  
[promo.techart.ru](http://promo.techart.ru)

IT-решения и веб-разработка  
[web.techart.ru](http://web.techart.ru)

Дизайн-бюро  
[design.techart.ru](http://design.techart.ru)

Креативное агентство  
[creative.techart.ru](http://creative.techart.ru)

Фотоагентство  
[photo.techart.ru](http://photo.techart.ru)

Аналитика и бизнес-планирование  
[research.techart.ru](http://research.techart.ru)

Работа в «Текарт»  
[hr.techart.ru](http://hr.techart.ru)

Университет «Текарт»  
[edu.techart.ru](http://edu.techart.ru)



[Авторский telegram-канал «Системное развитие бизнеса»](#)

[Канал информационной поддержки Edu.Techart](#)