



Анонсирование: работа с инфоканалами

Блогеры



Паблики Instagram и ВК

Telegram-каналы

Чек-лист по работе с блогерами

Шаг 1. Отобрать блогеров

Шаг 2. Оценить контент

Шаг 3. Оценить комментарии под постами

Шаг 4. Проанализировать, как часто блогер проводит розыгрыши

Шаг 5. Запросить статистику

Шаг 6. Обговорить условия до оплаты

Шаг 7. Поставить ТЗ

Шаг 8. Проверить материал

Шаг 9. Контролировать размещения



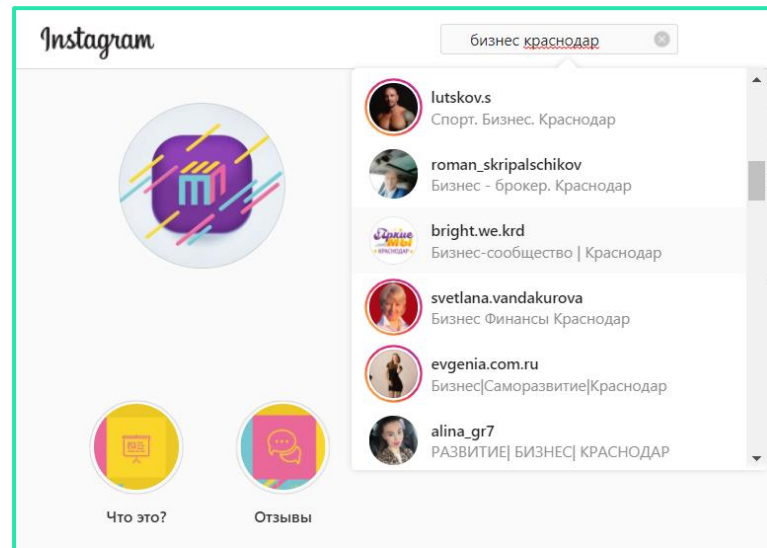
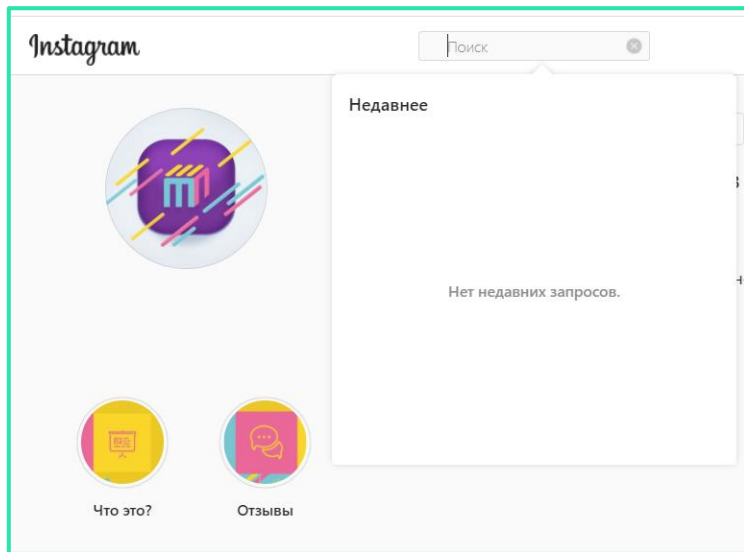
Шаг 1. Сделайте отбор блогеров

Как сделать отбор блогеров

1. Проведите анализ своих подписок, **возможно, вы уже подписаны на** каких-то региональных блогеров.

Как сделать отбор блогеров

2. Через строку поиска **по ключевому запросу** – «Бизнес», «Блогер Сочи», «Предприниматель Москва» и т.д. (в зависимости от необходимой тематики блога).



Как сделать отбор блогеров

3. Через специальные сервисы. Например, [GetBlogger](#), [LabelUp](#) и др.

Можно использовать сервис для размещения рекламы, можно вручную из сервиса копировать имя пользователя в Instagram и связываться для сотрудничества.

Как сделать отбор блогеров

4. Через Телеграм-каналы или через Чат-ботов

Телеграм-каналы для поиска блогеров:

- [Telegram: Contact @fromBerek](#)
- [Telegram: Contact @instabloog](#)
- [Telegram: Contact @otzovikkavkaz](#)
- [Telegram: Contact @Easyprbot_chat](#)
- [Telegram: Contact @instalogiya_chat](#)

Чат-бот: [@easyprbot Easyprbot v5.2 \(telegram.im\)](#)



**По размеру аудитории инстаграм-блогеров
можно разделить на 4 категории:**

- Нано-блогеры — **500-5K подписчиков**
- Микро-блогеры — **5-30K подписчиков**
- Милд-блогеры — **30-500K подписчиков**
- Макро-блогеры — **500K+ подписчиков**

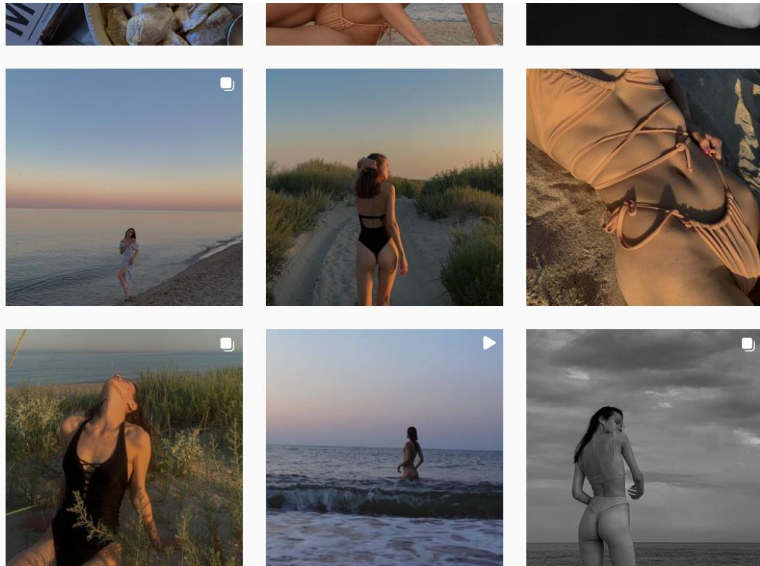


Шаг 2. Оцените контент

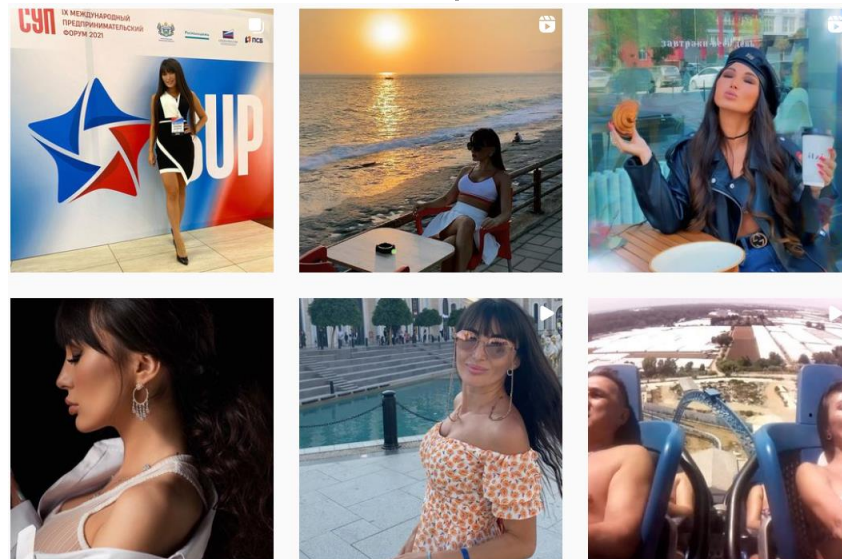
Как оценить контент



Не подходит под ЦА (фото в
белье, природа)



Предприниматель, активный образ
жизни





Шаг 3. Оцените комментарии под постами

Как оценить комментарии под постами

- Оцените наличие комментарием
- Нормально, если их хотя бы 0,1% от числа всех подписчиков
- Оцените комментарии на адекватность: совпадают с тематикой постов, оставлены живыми людьми, а не ботами

Как оценить комментарии под постами

Можно проверить несколько аккаунтов, с которых оставлены комментарии (бот или нет):

- подписчики без аватаров;
- профили с несколькими цифрами в нике;
- со случайным набором букв вместо имени;
- иностранные аккаунты (арабские или индийские фейки)



Шаг 4. Проанализируйте проведение розыгрышей

Как проанализировать проведение розыгрышей

Внимательно изучите аккаунт (посты с розыгрышами, проходит ли что-то в сторис сейчас).

Giveaway (гив) – это конкурс, в котором блогер разыгрывает среди своих подписчиков призы. В большинстве своем в гивах участвует аудитория, которые хотят выиграть приз.

Блогер и контент не интересен.



Вам **нужны блогеры с заинтересованной, активной и платежеспособной аудиторией.**

После гива “страдает” статистика аккаунта блогера и нередко посты, сторис оказываются в теневом бане (их не видит часть подписчиков).



Шаг 5. Запросите статистику

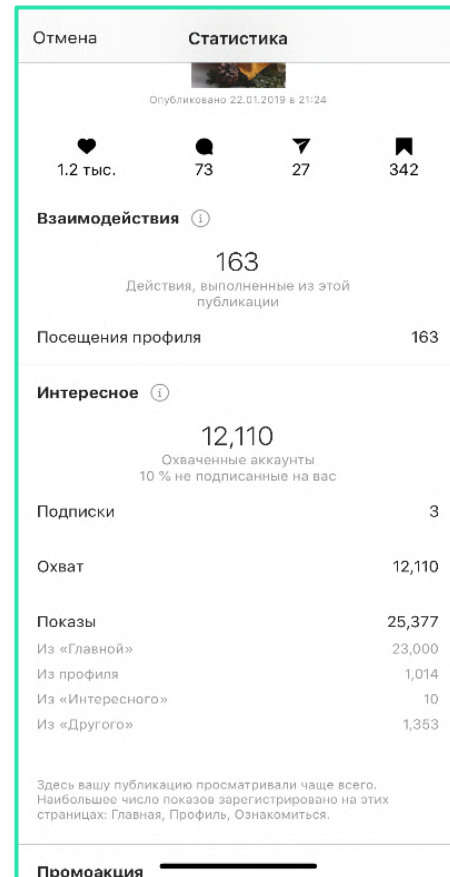
Статистика постов

Как расшифровывать:

Подписки - число аккаунтов, которые посмотрели пост и подписались после прочтения на блогера, если еще не были подписаны.

Охват - число уникальных аккаунтов, которые просмотрели публикацию.

Показы - общее число просмотров публикации. Учтите, что сюда входят повторы.

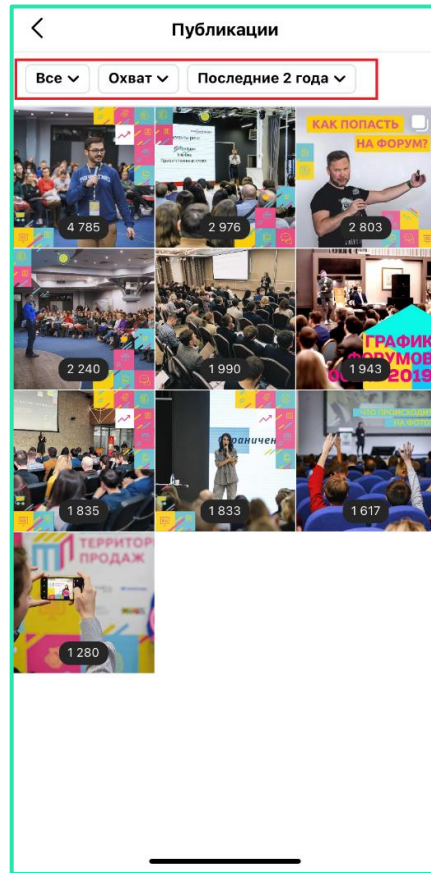


Статистика постов

Можно увидеть общую статистику по постам. (запрашивайте за 30 дней)

Обратите внимание на:

- охват
- взаимодействия с публикацией
- комментарии
- показы



Статистика сторис

Как расшифровывать:

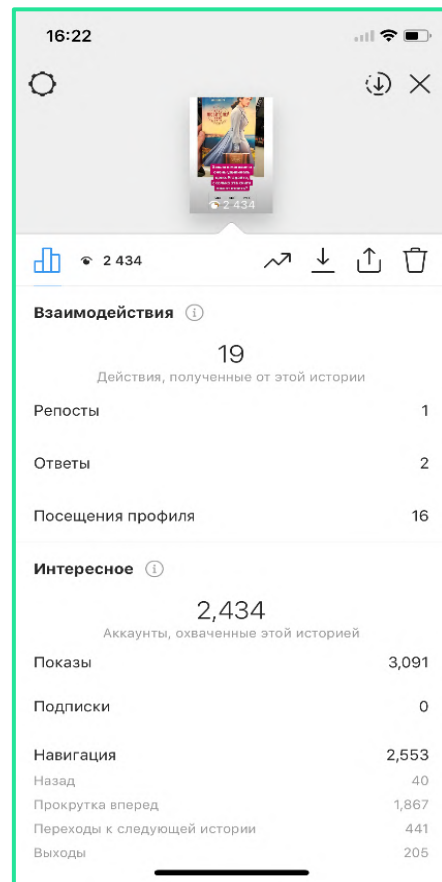
Показы - количество просмотров

Охват - количество аккаунтов, которые посмотрели историю

Подписки - количество аккаунтов, которые подписались на блогера после просмотра истории

Прокрутка назад/прокрутка вперед - число касаний для просмотра следующей или предыдущей истории

Выходы - число касаний для выхода из истории



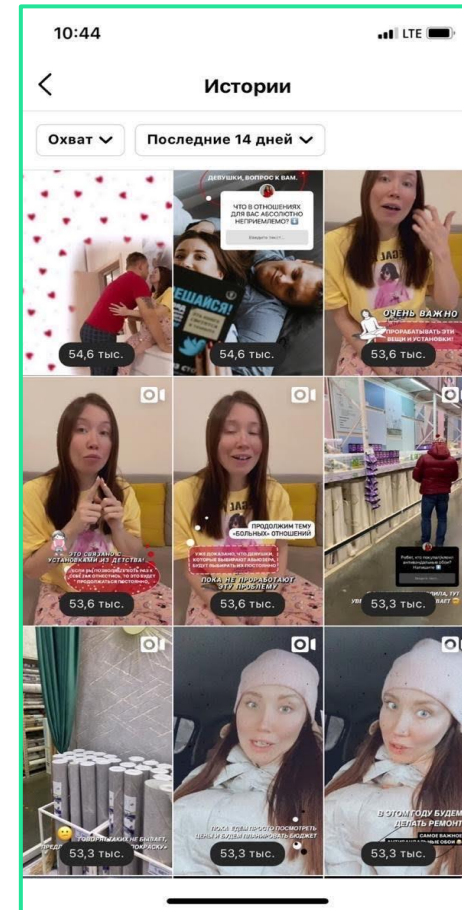
Статистика сторис

Можно увидеть общую статистику по сторис.

В общей статистике возможны фильтры выдачи:

Срок: 24 часа/7 дней/14 дней

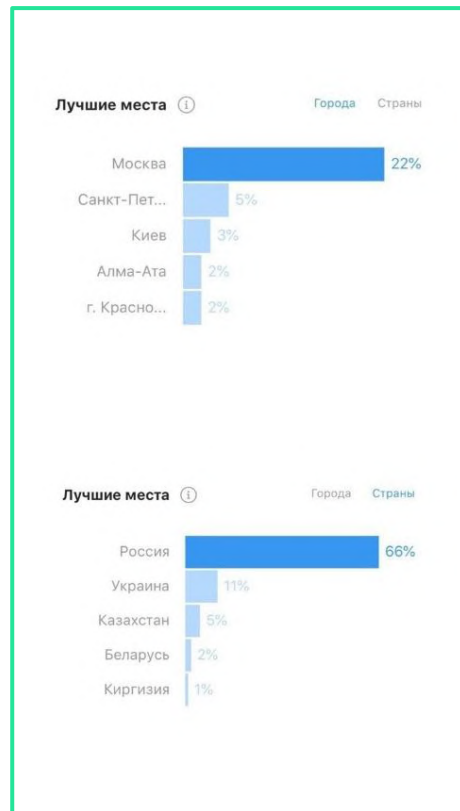
Оценивайте охваты



Статистика по географии подписчиков

Вам нужно анонсировать мероприятие на определенный город, округ, поэтому проверяйте статистику географии подписчиков.

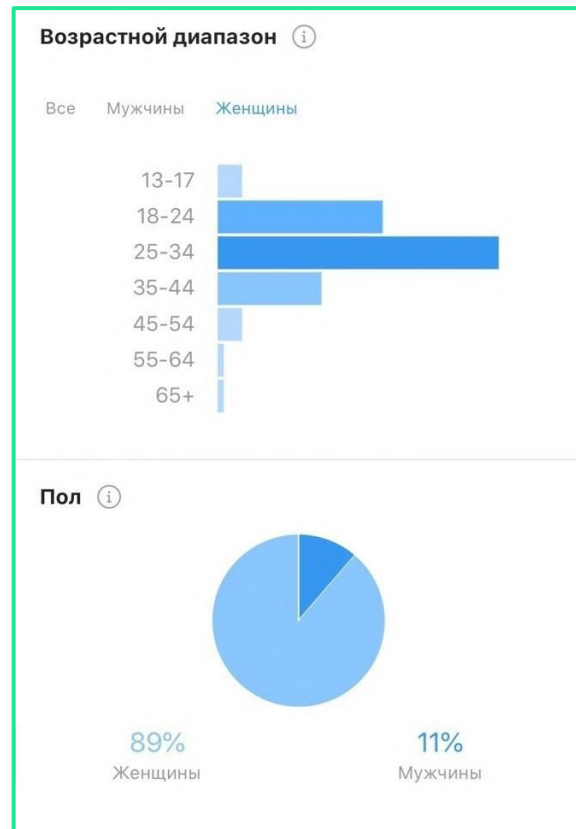
Блогер может быть из Челябинска, а 80% аудитории из Москвы. Такой вариант не подходит, если анонсирование ведется конкретно на Челябинск.



Статистика подписчиков по возрасту

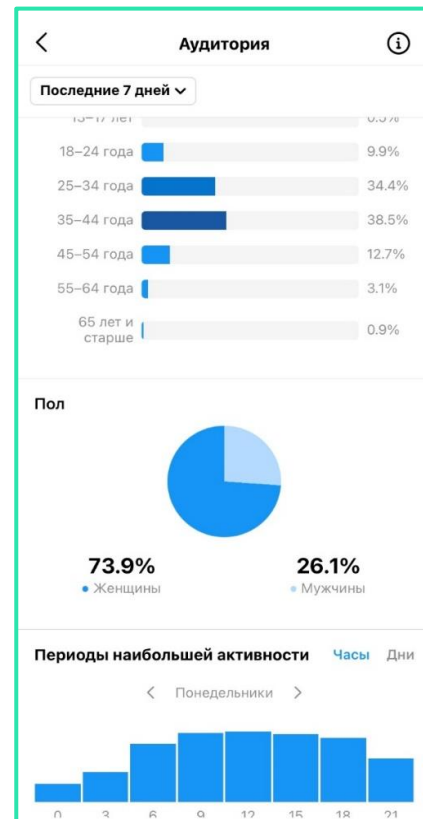
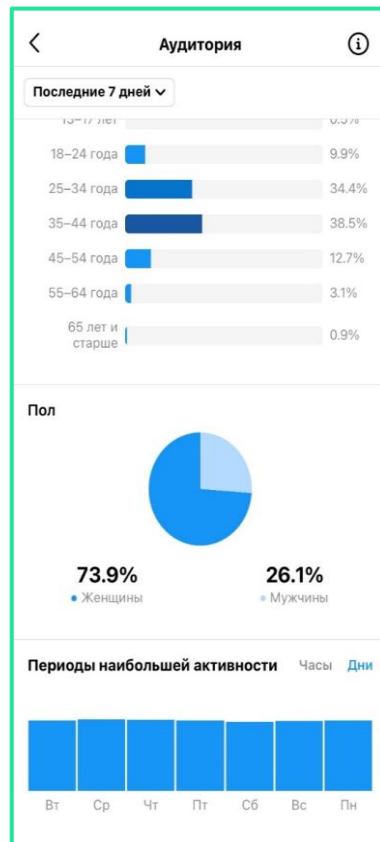
Также **обратите внимание на возраст подписчиков**, насколько аудитория подходит вам по этому параметру.

Вам не нужны студенты, школьники.
Вы ищете платежеспособную аудиторию.



Статистика по активности подписчиков

В самом низу можно посмотреть наиболее активные дни и часы. **Это поможет понять, на какой день и время точно ставить размещение, чтобы собрать максимальные охваты.** Либо можете обговорить с блогером этот момент.



Нормальные показатели статистики

Нормой можно считать следующее
соотношение:

Охват: от 30% до 60% от общего числа
подписчиков

Вовлеченность: 9-10% от охвата



Реклама у наноблогера с живой платежеспособной аудиторией в 2 000 подписчиков может стоить больше, чем у блогера с 20 000 подписчиков, не таких активных.

**Выбирайте блогеров с
показательной статистикой и
оптимальной для вас
стоимостью.**



Шаг 6. Обговорите условия до внесения оплаты



Если блогер не готов на берегу договориться на конкретные условия сотрудничества, **обходите его стороной!** Иначе вы просто потеряете время, силы и получите не то, что ожидали.



Шаг 7. Поставьте ТЗ

Как поставить ТЗ

- Используйте для постановки ТЗ – бриф (краткий файл с описанием задачи). Каждому блогеру необходимо подготовить отдельный бриф
- Отправьте бриф блогеру, ответьте на все возникшие вопросы

Можно использовать готовый бриф – [скачать здесь](#)



**Чем четче будет составлено ТЗ,
тем эффективнее будет реклама!**



Шаг 8. Проверьте материалы

Проверьте материалы

- **Если все устраивает** – дайте согласие на размещение в назначенный день.
- **Если есть замечания** – напишите их, и обозначьте сроки, за которые блогер должен переделать материалы



Шаг 9. Контролируйте размещение

Чек-лист по работе с пабликами в Instagram

Шаг 1. Отобрать паблики

Шаг 2. Оценить комментарии под постами

Шаг 3. Запросить стоимость рекламы

Шаг 4. Запросить статистику

Шаг 5. Забронировать дату

Шаг 6. Отправить материалы для размещения и проконтролировать выход



Пабрики в Instagram

**Шаг 1. Сделайте отбор
пабриков**

Как сделать отбор

По тематике лучше всего работают городские паблики, сообщества с новостным контентом:

«Типичный Калининград», «Это Сочи, детка», «Новости», «ДТП Краснодар», «Куда пойти» и т.д.

Перед размещением оцените контент сообщества.

Не должно быть желтого контента.

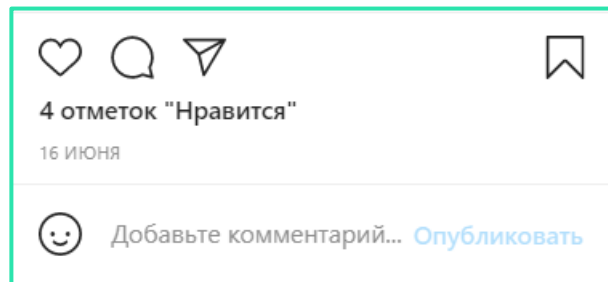


Пабрики в Instagram

**Шаг 2. Проверьте
комментарии под постами**

Как проверить комментарии под постами

Самое главное – смотрите на наличие комментариев (если под всеми записями 0 комментарием и 2 лайка, нет смысла делать размещение).





Пабрики в Instagram

**Шаг 3. Запросите
стоимость размещения**



Пабрики в Instagram

**Шаг 4. Запросите
статистику у админа
паблика**

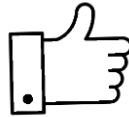


Пабрики в Instagram

Шаг 5. Забронируйте дату

Забронируйте дату

Если статистика устраивает, забронируйте у админа дату размещения и договоритесь, к какому периоду вы отправите материалы для размещения.





Пабрики в Instagram

**Шаг 6. Отправьте материалы,
проконтролируйте размещение**

Чек-лист по работе с пабликами в ВК

Шаг 1. Отобрать паблики

Шаг 2. Запросить стоимость рекламы, обсудить условия

Шаг 3. Отправить материалы к размещению и внести оплату

Шаг 4. Контролировать размещения

Для удобства используйте биржу ВК



Паблики в ВКонтакте

**Шаг 1. Сделайте отбор
пабликов**



Пабрики в ВКонтакте

**Шаг 2. Запросите
стоимость, обсудите
условия**



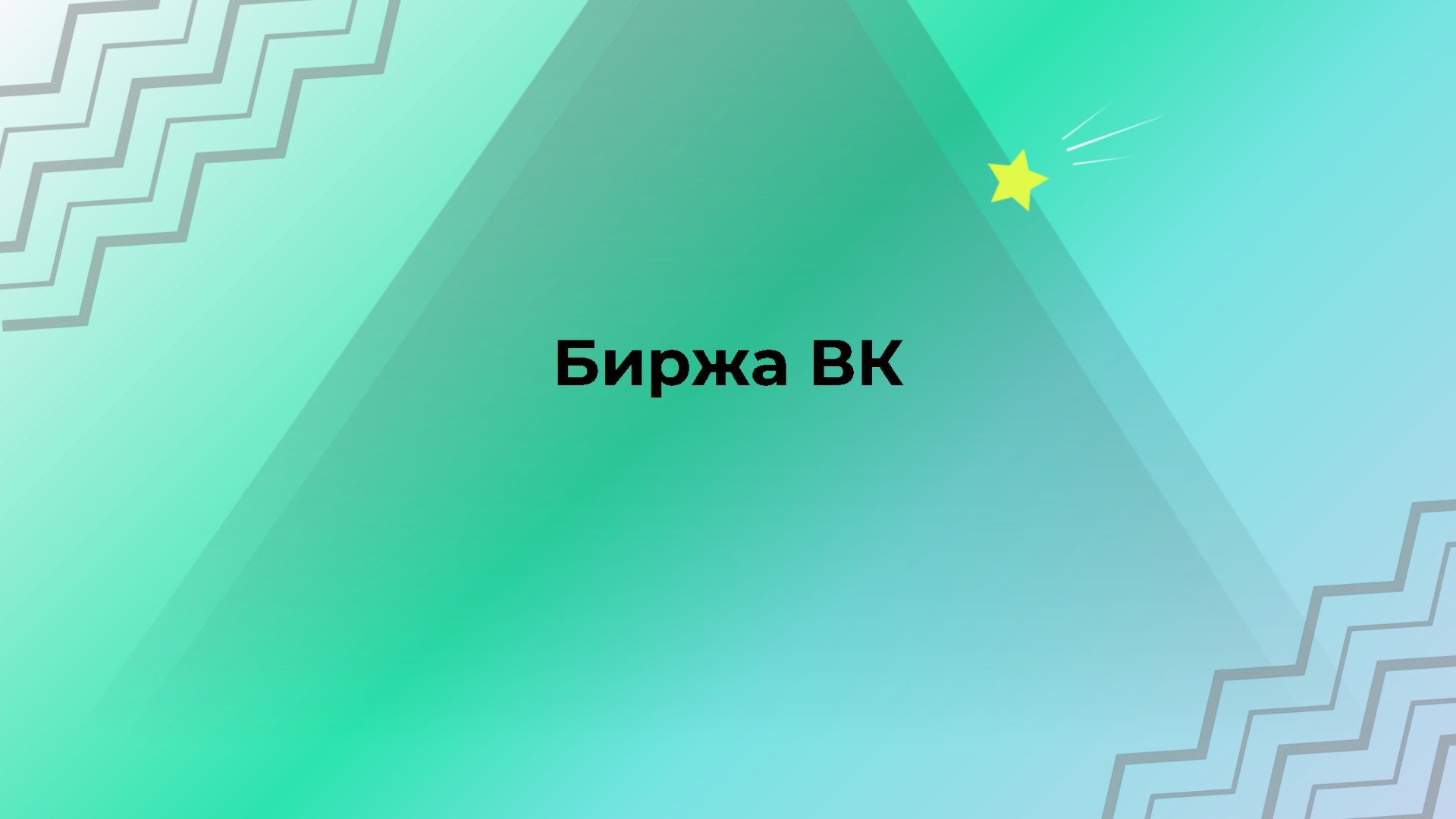
Паблики в ВКонтакте

**Шаг 3. Внесите оплату и
отправьте материалы для
размещения**



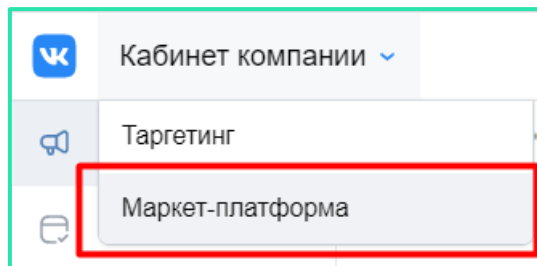
Паблики в ВКонтакте

Шаг 4. Контролируйте размещения

The background features a large teal triangle pointing downwards, set against a light blue gradient. In the top-left and bottom-right corners, there are grey zigzag lines. A yellow five-pointed star is positioned in the upper right area, with several short white lines radiating from it to suggest motion or a spark.

Биржа ВК

Биржа ВК (маркет-платформа) – это возможность закупать рекламу сразу в нескольких аккаунтах (т.е. вам не нужно связываться с каждым админом паблика, вы все можете настроить через платформу).





**Есть 2 варианта
размещения
на бирже ВК**

Биржа VK – способ 1

1. Выбрать группы вручную и размещать по одной заявке, с помощью расширения для браузера Google Chrome - [Ad Spoiler](#). Здесь удобно найти нужную группу. И разместить пост только в ней.



Биржа VK – способ 2

2. Выбирать группы в интерфейсе биржи **по методу закупа**. В этом случае вы размещаетесь массово в группах, исходя из бюджета.

Бюджет	Мин. цена записи	Макс. цена записи	Тематика	Дневной охват, от	Участников, от
1000	Мин. цена записи	Макс. цена записи	Выберите тематику	Введите дневной охват	Введите кол-во участников
Регион	Пол	Возраст	Охват записи, от		
Выберите страну	Не имеет значения	Выберите возраст	Введите охват записи		
Диапазон времени размещения					
26 Июля 2021	23	:	15	29 Июля 2021	23
					:
					15

Подробнее о бирже ВК – [читать
здесь](#)

Что учитывать при работе с биржей ВК

- **Не закупайте объявления в пабликах:** Объявления, Знакомства, Барахолки, Бесплатно / Халява, Ищу тебя и тд.
- **Выбирайте вручную день и время для размещения.** Иначе размещение публикации пройдет в рандомное время (ночью, рано утром в выходной день и т.д.).

Ориентируйтесь на время:

В будний день:

раннее утро с 7:00 до 9:00

обеденное время – 12:00-14:00 вечернее время – 18:00-23:00

В выходной день:

после 10:00

Telegram-каналы



Telegram-каналы

Для размещения в Телеграм-канале заранее подготовьте:

- Текст с сокращенной кликабельной ссылкой
- Изображение (если есть возможность добавлять на канале)

Telegram-каналы

Шаг 1. Отобрать каналы

Шаг 2. Связаться с админами каналов

Шаг 3. Забронировать нужную дату, отправить материалы для размещения

Шаг 4. Контролировать размещения



Шаг 1. Отобразить каналы

Используйте специальные сервисы для поиска:

- [Крупнейший каталог Telegram-каналов;](#)
- [Лучшие каналы Telegram регионы.](#)



Шаг 2. Связаться с админами каналов

Свяжитесь с админами Telegram-каналов

Как найти контакт?

Ссылка для связи должна быть
указана в описании канала.

Уточните у админа стоимость



**Шаг 3. Забронируйте необходимую дату,
отправьте текст и изображение для
публикации**



**Шаг 4. В день размещения проконтролируйте
пост на канале (проверьте ошибки и
кликабельность ссылок).**

**Пройдемся по каждому чек-
листу еще раз**

Чек-лист по работе с блогерами

Шаг 1. Отобрать блогеров

Шаг 2. Оценить контент

Шаг 3. Оценить комментарии под постами

Шаг 4. Проанализировать, как часто блогер проводит розыгрыши

Шаг 5. Запросить статистику

Шаг 6. Обговорить условия до оплаты

Шаг 7. Поставить ТЗ

Шаг 8. Проверить материал

Шаг 9. Контролировать размещения

Чек-лист по работе с пабликами в Instagram

Шаг 1. Отобрать паблики

Шаг 2. Оценить комментарии под постами

Шаг 3. Запросить стоимость рекламы

Шаг 4. Запросить статистику

Шаг 5. Забронировать дату

Шаг 6. Отправить материалы для размещения и проконтролировать выход

Чек-лист по работе с пабликами в ВК

Шаг 1. Отобрать паблики

Шаг 2. Запросить стоимость рекламы, обсудить условия

Шаг 3. Отправить материалы к размещению и внести оплату

Шаг 4. Контролировать размещения

Для удобства используйте биржу ВК

Чек-лист по работе с Telegram-каналами

Шаг 1. Отобрать каналы

Шаг 2. Связаться с админами каналов

Шаг 3. Забронировать нужную дату, отправить материалы для размещения

Шаг 4. Контролировать размещения

Вы разобрали за 4 презентации:

- ✓ **Медиапланирование**
- ✓ **Подготовка материалов**
- ✓ **Подготовка к запуску РК**
- ✓ **Настройка таргета в Facebook**
- ✓ **Работа с каналами (блогеры, паблики, Телеграм-каналы)**

Задавайте вопросы!



marketing_request@1c-bitrix.ru

marketing-support.bitrix24.tech