

**ПОРА
ДЕЙСТВОВАТЬ!**

ПОДРОБНЫЙ ГАЙД

**ПО СОЗДАНИЮ
ЦЕПЛЯЮЩЕГО МАКЕТА И
РЕКЛАМЕ У БЛОГЕРОВ**

**LERA
KULCHITSKAYA**

СОДЕРЖАНИЕ ГАЙДА



МАКЕТЫ

1. ЧТО ТАКОЕ РЕКЛАМНЫЕ МАКЕТЫ?
2. КАКИЕ БЫВАЮТ МАКЕТЫ
3. В ЧЕМ ОТЛИЧИЕ МАКЕТА ДЛЯ ЛИЧНОГО АККАУНТА ОТ КОММЕРЧЕСКОГО
4. ВЫБОР ТЕМЫ ДЛЯ МАКЕТА
5. СТРУКТУРА СОЗДАНИЯ МАКЕТА
6. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦА
7. ФОРМУЛА ИДЕАЛЬНОГО МАКЕТА
8. КАК ПОДОБРАТЬ ФОТО/ВИДЕО МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ МАКЕТА
9. РАБОТА С ТЕКСТОМ. СОЗДАНИЕ КЛИКБЕЙТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ
10. ГДЕ РАСПОЛАГАТЬ ССЫЛКУ НА ПРОФИЛЬ
11. КАК ОТПРАВИТЬ СВОЙ МАКЕТ В ХОРОШЕМ КАЧЕСТВЕ
12. КАК ИЗБЕЖАТЬ БЛОКИРОВКИ МУЗЫКИ
13. КАКУЮ ИСПОЛЬЗОВАТЬ МУЗУКУ И КАК БЕСПЛАТНО ДОБАВИТЬ ТРЕК В INSHOT
14. ЧЕК-ЛИСТ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ КРАСИВЫХ МАКЕТОВ
15. ЧТО ЗНАЧИТ ПОДВОДКА К МАКЕТУ И ПОЧЕМУ ОНА ИГРАЕТ ВАЖНУЮ РОЛЬ

СОДЕРЖАНИЕ ГАЙДА



РЕКЛАМА У БЛОГЕРОВ

1. КОМУ ПОДОЙДЕТ РЕКЛАМА У БЛОГЕРОВ
2. КАКИЕ БЫВАЮТ БЛОГЕРЫ
3. СКОЛЬКО СТОИТ РЕКЛАМА
4. ОТ ЧЕГО ЗАВИСИТ ЦЕНА НА РЕКЛАМУ
5. КАК ПРОСЧИТАТЬ ПРИМЕРНУЮ СТОИМОСТЬ
6. КАК ПРАВИЛЬНО ВЫБРАТЬ БЛОГЕРА
7. ГДЕ ИСКАТЬ БЛОГЕРА
8. КАК ДОГОВОРИТЬСЯ О РЕКЛАМЕ
9. ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ У БЛОГЕРОВ
10. КАК ПОСЧИТАТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ

GiveCheck

ОБО МНЕ



ЛЕРА КУЛЬЧИЦКАЯ

@LERA_KULCHITSKAYA

ИНСТАГРАМ БЛОГЕР

БЛОГ ПРО ОБРАБОТКУ ФОТО, БЛОГИНГ

📷 12,5 тыс. подписчиков

ПАРУ МЕСЯЦЕВ НАЗАД, ЗАПУСТИЛА СВОЙ ПЕРВЫЙ КУРС ПО СОЗДАНИЮ МАСОК, СЛЕДОМ ЗАПУСТИЛА КУРС ПО БЛОГИНГУ, В БЛИЖАЙШИХ ПЛАНАХ ЗАПУСК КУРСА ПО ОБРАБОТКЕ ФОТО.

УСПЕШНО РАЗВИВАЮ ЛИЧНЫЙ ПРОФИЛЬ ИНСТАГРАМ, ЗА ДВА МЕСЯЦА ПРОДВИЖЕНИЯ НАБРАЛА 10ТЫС. ПОДПИСЧИКОВ.

СДЕЛАЛА УЖЕ БОЛЕЕ 100 РЕКЛАМНЫХ МАКЕТОВ ЗАКАЗЧИКАМ И ОБРАБОТАЛА СВЫШЕ 500 ФОТОГРАФИЙ.

ЧТО ТАКОЕ РЕКЛАМНЫЙ МАКЕТ

РЕКЛАМНЫЙ МАКЕТ

ЭТО ПРЕЗЕНТАЦИЯ В ФОТО/ВИДЕО ФОРМАТЕ, КОТОРАЯ ТРАНСЛИРУЕТСЯ В СТОРИС INSTAGRAM С ЦЕЛЬЮ ПРОДВИЖЕНИЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА И ПОВЫШЕНИЯ ПРОДАЖ ТОВАРОВ И УСЛУГ.

ФОРМАТ - 9:16

ДЛИТЕЛЬНОСТЬ - от 15-30сек.

КАКИЕ БЫВАЮТ МАКЕТЫ

ФОТО

ВИДЕО

ДЛЯ РЕКЛАМЫ У БЛОГЕРОВ

ДЛЯ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ

ДЛЯ ЛИЧНЫХ АККАУНТОВ

ДЛЯ КОММЕРЧЕСКИХ АККАУНТОВ

Give Check

В ЧЕМ ОТЛИЧИЕ МАКЕТОВ: ЛИЧНОГО ОТ КОММЕРЧЕСКОГО



■ ЛИЧНЫЕ АККАУНТЫ -

ЛИЧНЫЙ БРЕНД - ПРОДВИЖЕНИЕ СЕБЯ

ПОЛЬЗА - ПРОДВИЖЕНИЕ СЕБЯ КАК ЭКСПЕРТА

ХАЙП - ПОЙМАТЬ ПОПУЛЯРНУЮ ВОЛНУ



НА ЭТИХ ФАКТОРАХ ОСНОВАНА РЕКЛАМА



■ КОММЕРЧЕСКИЕ АККАУНТЫ -

УНИКАЛЬНОСТЬ ТОВАРА

ПОЛЬЗА ТОВАРА И УСЛУГ

ПРОДАЖА ТОВАРОВ И УСЛУГ

ВЫБОР ТЕМЫ ДЛЯ МАКЕТА



1 ТЕМА = **1** МАКЕТ

НЕ ПЫТАЙТЕСЬ ЗАПИХНУТЬ В МАКЕТ ВСЕ СРАЗУ

ВЫБЕРИТЕ ГЛАВНУЮ ТЕМУ, КОТОРУЮ ВЫ ПРОДВИГАЕТЕ И ПРИДЕРЖИВАЙТЕСЬ ЕЕ

ПОД РАЗНЫЕ ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ ИСПОЛЬЗУЙТЕ РАЗНЫЕ МАКЕТЫ ДЛЯ НАИБОЛЬШЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

ПРИМЕР: ЕСЛИ ВЫ ФИТНЕС БЛОГЕР И РЕКЛАМИРУЕТЕ СВОЙ МАРАФОН У ОДНОЙ АУДИТОРИИ (К ПРИМЕРУ БЛОГЕРА ПО ПИТАНИЮ) - ЗАЙДЕТ МАКЕТ СВЯЗАННЫЙ С ПИТАНИЕМ И ТРЕНИРОВКАМИ, У ДРУГОЙ АУДИТОРИИ (ДОПУСТИМ, МАМОЧЕК) МАКЕТ ДОЛЖЕН БЫТЬ С УПОРОМ НА ДОМАШНИЕ ТРЕНИРОВКИ

СТРУКТУРА СОЗДАНИЯ МАКЕТА

1

**ОПРЕДЕЛЯЕМ ЦА И ТЕМУ, КОТОРУЮ МЫ
ПРОДВИГАЕМ**

2

ОПРЕДЕЛЯЕМ ФОРМУЛУ

3

ПРОПИСЫВАЕМ СЦЕНАРИЙ

4

ПОДБИРАЕМ ФОТО И ВИДЕО МАТЕРИАЛЫ

5

ДОБАВЛЯЕМ ТЕКСТОВЫЕ БЛОКИ

6

**НАКЛАДЫВАЕМ МУЗЫКУ (ЕСЛИ ЭТО ВИДЕОРОЛИК)
И МОНТИРУЕМ**

ОПРЕДЕЛЯЕМ ЦА



ЦА (ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ) – ЛЮДИ, ОБЪЕДИНЁННЫЕ ОБЩИМИ ПРИЗНАКАМИ, ИЛИ ОБЪЕДИНЁННЫЕ РАДИ ОБЩЕЙ ЦЕЛИ ИЛИ ЗАДАЧИ.

ПОД ОБЩИМИ ПРИЗНАКАМИ МОГУТ ПОНИМАТЬСЯ ЛЮБЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ, НАПРИМЕР, ЛЮДИ ЖИВУЩИЕ В МОСКВЕ, ЖЕНЩИНЫ ОТ 25 ДО 35 ЛЕТ, СТУДЕНТЫ ИЛИ МАМОЧКИ В ДИКРЕТЕ.

ЕСЛИ ВЫ НЕ ЗНАЕТЕ КОМУ ВЫ ПРОДАЁТЕ, ЗНАЧИТ ВЫ НЕ ПРОДАДИТЕ

ЕСЛИ ВЫ НЕ ЗНАЕТЕ КТО ВАШ ЦЕЛЕВОЙ КЛИЕНТ, ОН ЖЕ САМЫЙ ПОПУЛЯРНЫЙ ПОСЕТИТЕЛЬ, ОН ЖЕ ГРУППА ЧАСТО ПОКУПАЮЩИХ ЛЮДЕЙ, ТО ВЫ НЕ ЗНАЕТЕ ЧТО ДЛЯ НЕГО ВАЖНО, КАКИЕ У НЕГО БОЛИ И ЧТО ОН ЛЮБИТ.

Give Check

КАКИЕ ЗАДАЧИ НУЖНО РЕШИТЬ:

ГДЕ

ВАМ НУЖНО ЗНАТЬ КАК ПРАВИЛЬНО ОПРЕДЕЛИТЬ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ, ЧТОБЫ ПОНЯТЬ ГДЕ ОБИТАЕТ ВАШ КЛИЕНТ.

ГДЕ ЕГО ИСКАТЬ, А ТОЧНЕЕ, **ГДЕ** РЕАЛИЗОВАТЬ РЕКЛАМНУЮ КАМПАНИЮ, ЧТОБЫ ОН ТОЧНО ЕЁ УВИДЕЛ И ОНА ТОЧНО СРАБОТАЛА.

ЗАДАЧА - ПРАВИЛЬНО ОПРЕДЕЛИТЬ КАНАЛЫ РЕКЛАМЫ.

КОГДА

НЕМАЛОВАЖЕН МОМЕНТ, **КОГДА** ПОКАЗЫВАТЬ СВОЁ РЕКЛАМНОЕ ОБЪЯВЛЕНИЕ. ОСОБЕННО ЭТО АКТУАЛЬНО, ЕСЛИ МЫ ЗАПУСКАЕМ РЕКЛАМУ НЕ НА ПОСТОЯННОЙ ОСНОВЕ, А В ОПРЕДЕЛЁННОЕ ВРЕМЯ.

ЗАДАЧА - ОПРЕДЕЛИТЬ НАИЛУЧШЕЕ ВРЕМЯ/ДЕНЬ ДЛЯ ПОКАЗА РЕКЛАМЫ.

ЧТО

ВЫ ЗНАЕТЕ ГДЕ И КОГДА ВАШИ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ ПРОВОДЯТ ВРЕМЯ, А ЗНАЧИТ ОСТАЛСЯ ОДИН ВОПРОС - **ЧТО** НУЖНО ДОНЕСТИ ДО НИХ. ТО ЕСТЬ КАКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗАЦЕПИТ ИМЕННО ИХ. ВЕДЬ У ВСЕХ У НАС РАЗНЫЕ БОЛИ, СТРАХИ, КРИТЕРИИ, ИНТЕРЕСЫ.

ЗАДАЧА - ОПРЕДЕЛИТЬ МАКСИМАЛЬНО ЭФФЕКТИВНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ И CALL TO ACTION.

ПО КАКИМ ФАКТОРАМ ДЕЛАЕМ АНАЛИЗ ЦА:

■ **ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ.** ВОЗРАСТ, ПОЛ, НАЦИОНАЛЬНОСТЬ, КУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ.

■ **СОЦИАЛЬНЫЕ.** ИЗУЧАЕМ СТАТУС И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЧЕЛОВЕКА С СОЦИУМОМ. РАБОТАЕТ ИЛИ УЧИТСЯ, ЕСТЬ ЛИ СЕМЬЯ, ДЕТИ. УРОВЕНЬ ДОХОДА. ГДЕ ЖИВЕТ. КАКИМ РОДОМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАНИМАЕТСЯ И Т.Д. ЧЕМ БОЛЬШЕ МЫ ЗНАЕМ, ТЕМ ТОЧНЕЕ СМОЖЕМ ПОПАСТЬ.

■ **ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ.** НУЖНО РАЗОБРАТЬСЯ, ЧТО ЛЮБИТ И ЧЕГО ХОЧЕТ ЧЕЛОВЕК.

■ **ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ.** ЦЕЛИ, МЕЧТЫ, ПРИНЦИПЫ, ПРИВЫЧКИ, ХАРАКТЕР, СТРАХИ И БОЛИ. ЗНАЯ ЭТИ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВЫ СМОЖЕТЕ ПОДОБРАТЬ ПРАВИЛЬНЫЕ КЛИКБЕЙТНЫЕ ЗАГОЛОВКИ И ФОРМУЛЫ.

ОПРЕДЕЛЯЕМ ПОРТРЕТ ЦА

1. КАКОГО ПОЛА ВАШ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ПОДПИСЧИК/КЛИЕНТ?
2. СКОЛЬКО ЕМУ ЛЕТ?
3. ГДЕ ОН ЖИВЕТ?
4. КАКОЕ СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ?
5. ЕСТЬ ЛИ ДЕТИ?
6. КАКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ПОЛУЧИЛ?
7. КЕМ РАБОТАЕТ?
8. СКОЛЬКО ЗАРАБАТЫВАЕТ?
9. ЧЕМ УВЛЕКАЕТСЯ?
10. КАК ПРОВОДИТ СВОИ ВЫХОДНЫЕ?
11. ЧТО ОН ХОЧЕТ ПОЛУЧИТЬ ОТ ВАШЕГО БЛОГА/ПРОДУКТА?
12. КАКИЕ У НЕГО ЕСТЬ "БОЛИ"?
13. ЧЕГО ОН БОЛЬШЕ ВСЕГО БОИТСЯ?

- **ЧЕМ ПОДРОБНЕЙ ВЫ РАСПИШЕТЕ ПОРТРЕТ ВАШЕГО ПОДПИСЧИКА, ТЕМ БОЛЬШЕ БУДЕТ ВЕРОЯТНОСТЬ ПОПАДАНИЯ ТОЧНО В ЦЕЛЬ**
-

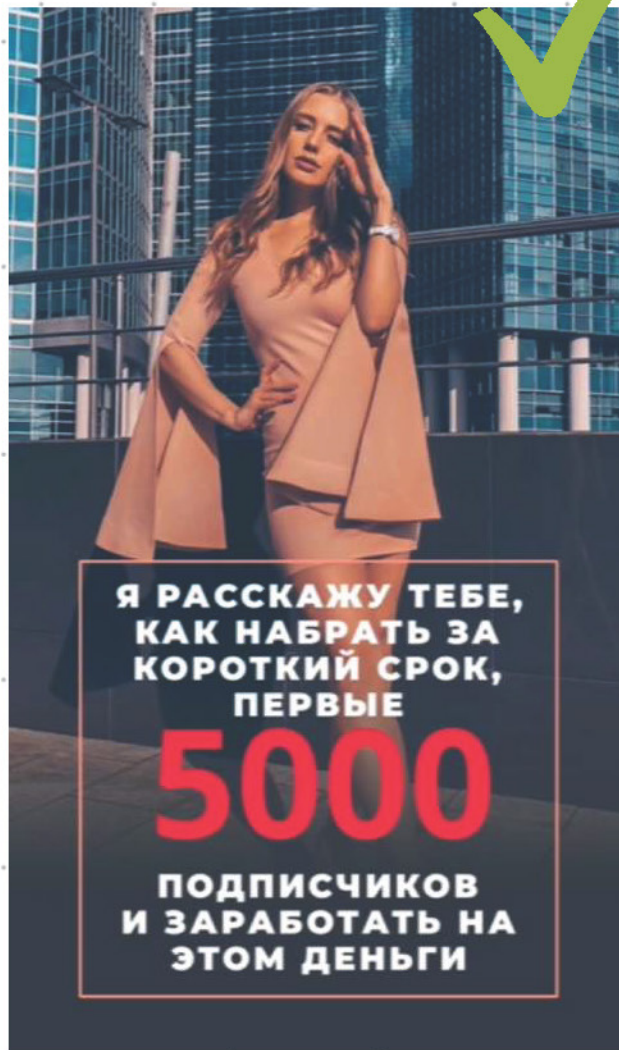


ФОРМУЛА ИДЕАЛЬНОГО МАКЕТА



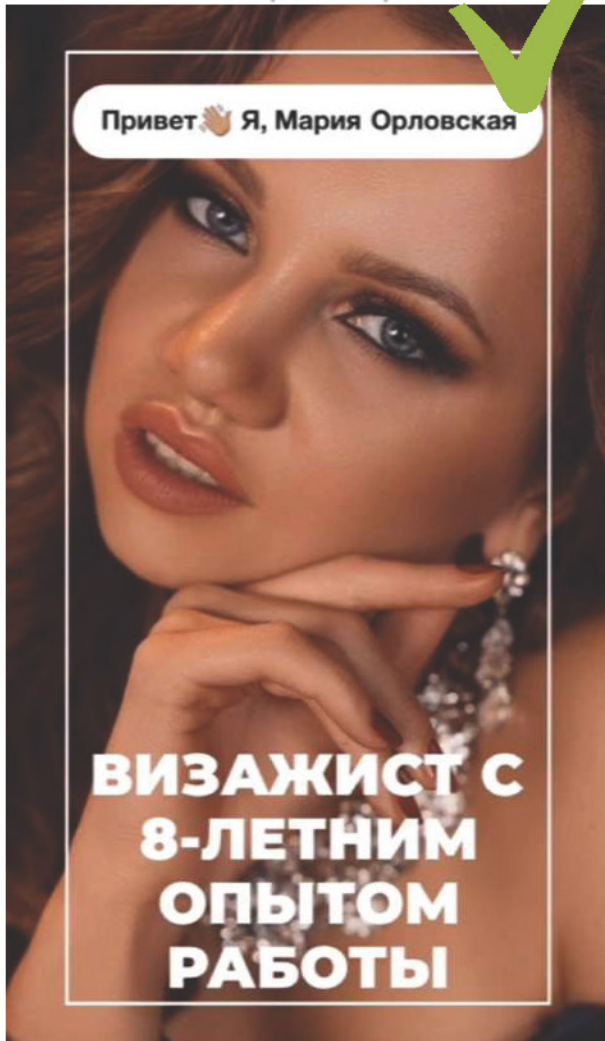
**КЛИКБЕЙТ - ЗАГОЛОВОК, КОТОРЫЙ ОБЯЗАТЕЛЬНО
ЗАСТАВИТ КЛИКНУТЬ И ПЕРЕЙТИ**

ПОЛЬЗА



ПРЕДЛОЖИТЕ ЧТО-ТО УНИКАЛЬНОЕ, ЛИБО ТО, ЧТО ПОМОЖЕТ ЗАКРЫТЬ "БОЛИ" БОЛЬШИНСТВА ЛЮДЕЙ

ЛИЧНОСТЬ



**НАЧНИТЕ РЕКЛАМНЫЙ МАКЕТ С ТОГО, КТО ВЫ, С
ВАШЕГО ОПЫТА, ИСТОРИИ УСПЕХА**

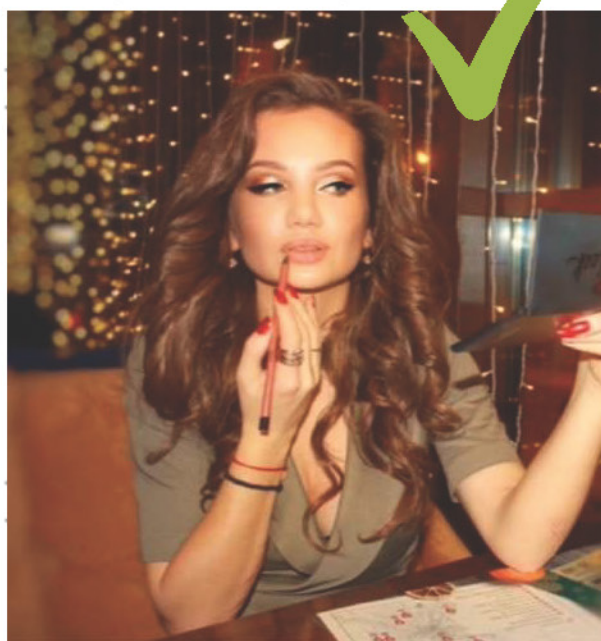
ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ+БЕСПЛАТН ЫЙ ПРОДУКТ ЗА ПОДПИСКУ



ПОДПИСЫВАЙСЯ

**И ПОЛУЧИ
ЧЕК-ЛИСТ ПО СОЗДАНИЮ
ИДЕАЛЬНОГО КАДРА И
МОЙ АВТОРСКИЙ ПРЕСЕТ**

**+9 МАСОК
ЗА
ПОДПИСКУ**



**ЗАПИСЫВАЙСЯ
НА МОЙ
МАСТЕР КЛАСС
СОВЕРШЕННО БЕСПЛАТНО**

**СМАХНИ ВВЕРХ, ЧТОБЫ
ЗАПИСАТЬСЯ**

**В КОНЦЕ, ДАЙТЕ ЛЮДЯМ ЧТО-ТО БЕСПЛАТНОЕ, ЭТО
ВЫЗОВЕТ БОЛЬШЕ ДОВЕРИЯ И НА ВАС БОЛЬШЕ
ПОДПИШУТСЯ - ВСЕ ЛЮБЯТ ПОЛУЧАТЬ ПОДАРКИ**

КАК ВЫБРАТЬ ФОТО ДЛЯ МАКЕТА

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ НА КАЧЕСТВО ФОТОГРАФИЙ

ВЫБИРАЙТЕ ТОЛЬКО ТЕ СНИМКИ, НА КОТОРЫХ ДОСТАТОЧНО СВЕТА, ЧТОБ ОНИ БЫЛИ ЧЕТКИМИ И КРАСИВЫМИ. ЕСЛИ У ВАС НЕТ ТАКИХ ФОТО - ПОЗАБОТЬТЕСЬ ОБ ЭТОМ ЗАРАНЕЕ ИЛИ СХОДИТЕ НА ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ ФОТОСЕССИЮ.

НИКАКИХ СЕЛФИ

СЕЛФИ НЕ ИМЕЕТ НИЧЕГО ОБЩЕГО С ПРОДАЖЕЙ - ПРОДАВАЙТЕ СВОЙ ЛИЧНЫЙ БРЕНД ГРАМОТНО

И ФОТОК В ДОМАШНЕМ ХАЛАТЕ

КАЖДАЯ ВАША ФОТОГРАФИЯ ДОЛЖНА БЫТЬ ИДЕАЛЬНА - НИКАКИХ ФОТОК ДЛЯ ЛИЧНОГО АРХИВА, ТОЛЬКО ТЕ ФОТОГРАФИИ, КОТОРЫЕ ПРИКОВЫВАЮТ ВЗГЛЯД

КАК ВЫБРАТЬ **ВИДЕО** ДЛЯ МАКЕТА

КРУПНЫЙ ПЛАН

НЕ ИСПОЛЬЗУЙТЕ ФОТОГРАФИИ, НА КОТОРЫХ ВАС ПЛОХО ВИДНО И ВЫ СТОИТЕ СПИНОЙ ИЛИ ГДЕ-ТО В ДАЛЕКЕ

ХОРОШЕЕ КАЧЕСТВО

ТОЖЕ САМОЕ, ЧТО И КАСАЕМО ФОТО

ЭМОЦИИ

ЕСЛИ ВЫ МОЖЕТЕ ПЕРЕДАТЬ СВОИ ЭМОЦИИ - ЭТО ТОЛЬКО ОГРОМНЫЙ ПЛЮС! И ПОМНИМ, ПРО ИСКРЕННОСТЬ, ИСКУСТВЕННЫЕ ЭМОЦИИ ВСЕГДА ЧУВСТВУЮТСЯ

ЭКСПЕРТНОСТЬ

ЕСЛИ У ВАС ЕСТЬ ВИДЕО ВАС В ДЕЛЕ - СУПЕР, ЭТО ЕЩЕ БОЛЬШЕ ПОДЧЕРКНЕТ ВАШУ ЭКСПЕРТНОСТЬ

РАБОТА С ТЕКСТОМ

КЛИКБЕЙТНЫЕ ЗАГОЛОВКИ

ОБЯЗАТЕЛЬНО ИСПОЛЬЗУЙТЕ ЦИФРЫ

ПЛОХО – ОШИБКИ, КОТОРЫЕ ДОПУСКАЮТ ВСЕ
НАЧИНАЮЩИЕ БЛОГЕРЫ

ХОРОШО – 9 ОШИБОК, КОТОРЫЕ ДОПУСКАЮТ ВСЕ
НАЧИНАЮЩИЕ БЛОГЕРЫ

ИСПОЛЬЗУЙТЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫЕ

ПЛОХО – ОШИБКИ, КОТОРЫЕ ДОПУСКАЮТ ВСЕ
НАЧИНАЮЩИЕ БЛОГЕРЫ

ХОРОШО – КРИТИЧЕСКИЕ ОШИБКИ, КОТОРЫЕ
ДОПУСКАЮТ ВСЕ НАЧИНАЮЩИЕ БЛОГЕРЫ

ИСПОЛЬЗУЙТЕ ПРИЗЫВЫ К ДЕЙСТВИЮ

ПЛОХО – ОШИБКИ, КОТОРЫЕ ДОПУСКАЮТ ВСЕ
НАЧИНАЮЩИЕ БЛОГЕРЫ

ХОРОШО – УЗНАЙТЕ ОШИБКИ, КОТОРЫЕ ДОПУСКАЮТ ВСЕ
НАЧИНАЮЩИЕ БЛОГЕРЫ

6 ФОРМУЛ ДЛЯ НАПИСАНИЯ ЦЕПЛЯЮЩЕГО ЗАГОЛОВКА



**ЧИСЛО – ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ –
СУЩЕСТВИТЕЛЬНОЕ – КЛЮЧЕВОЕ
СЛОВО – ОБЕЩАНИЕ**

**6 ПРОСТЫХ ФОРМУЛ, ЧТОБЫ НАПИСАТЬ ЦЕПЛЯЮЩИЙ
ЗАГОЛОВОК ЗА 2 МИНУТЫ**

**КАК – ДЕЙСТВИЕ – КЛЮЧЕВОЕ СЛОВО –
ОБЕЩАНИЕ**

**КАК НАПИСАТЬ ЦЕПЛЯЮЩИЙ ЗАГОЛОВОК ДЛЯ ЛЮБОГО
ПОСТА**

**ФОРМУЛИРОВКА – РУКОВОДСТВО ПО –
ДЕЙСТВИЮ – КЛЮЧЕВОЕ СЛОВО –
ОБЕЩАНИЕ**

**ЛЕГКОЕ РУКОВОДСТВО ДЛЯ НАПИСАНИЯ ЦЕПЛЯЮЩИХ
ЗАГОЛОВКОВ ЗА 2 МИНУТЫ**

**ПОЗИТИВНЫЕ СЛОВА – ЧИСЛО/
СУЩЕСТВИТЕЛЬНОЕ – КЛЮЧЕВОЕ
СЛОВО – ОБЕЩАНИЕ/ДЕТАЛИ**

**БЫСТРЫЙ ПУТЬ К НАПИСАНИЮ ЦЕПЛЯЮЩИХ ЗАГОЛОВКОВ
В ВАШ БЛОГ**

**НЕГАТИВНЫЕ СЛОВА – ДЕЙСТВИЕ –
КЛЮЧЕВОЕ СЛОВО**

**ПЕРЕСТАНЬТЕ ДОПУСКАТЬ ЭТИ ОШИБКИ ПРИ НАПИСАНИИ
ЦЕПЛЯЮЩИХ ЗАГОЛОВКОВ, ИСПОЛЬЗУЯ ЭТУ ФОРМУЛУ**

**ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ – КЛЮЧЕВОЕ
СЛОВО – ОБЕЩАНИЕ**

**ИСПОЛЬЗУЙТЕ ЭТИ 6 ФОРМУЛ ДЛЯ БЫСТРОГО НАПИСАНИЯ
ЦЕПЛЯЮЩИХ ЗАГОЛОВКОВ**

**ВСПОМНИТЕ, СКОЛЬКО ПОСТОВ И
СТОРИС В СОЦСЕТЯХ ВЫ
ПРОСМАТРИВАЕТЕ ЕЖЕДНЕВНО? ЧТО
ЖЕ ЗАСТАВЛЯЕТ ВАС ОТКРЫТЬ И
ПРОЧИТАТЬ ТУ ИЛИ ИНУЮ СТАТЬЮ?**



ВЕРНО! ЭТО САМ ЗАГОЛОВОК.

ГДЕ РАСПОЛОЖИТЬ ССЫЛКУ НА ПРОФИЛЬ



- ССЫЛКА ДОЛЖНА РАСПОЛАГАТЬСЯ ВНИЗУ ЭКРАНА, В МЕСТЕ КАСАНИЯ БОЛЬШОГО ПАЛЬЦА
- ОНА МОЖЕТ СОВЕРШЕННО НЕ СОЧЕТАТЬСЯ ПО ЦВЕТАМ С МАКЕТОМ
- ГЛАВНОЕ, ЧТОБЫ ССЫЛКА НЕ СЛИВАЛАСЬ С ФОНОМ

КАК ОТПРАВИТЬ СВОЙ МАКЕТ НА РЕКЛАМУ, **БЕЗ ПОТЕРИ** КАЧЕСТВА



В ФОТОПЛЕНКЕ ВЫБИРАЕМ ВИДЕОРОЛИК - ЖМЕМ НА ЗНАЧОК В ЛЕВОМ НИЖНЕМ УГЛУ - "СОХРАНИТЬ В ФАЙЛЫ"

TELEGRAM: НАЖИМАЕМ НА СКРЕПКУ - ФАЙЛ - ВЫБИРАЕМ ВИДЕОРОЛИК

WHATSAPP: НАЖИМАЕМ + - ДОКУМЕНТ - ВЫБИРАЕМ ВИДЕОРОЛИК



TELEGRAM: НАЖИМАЕМ НА СКРЕПКУ - ФАЙЛ - ВЫБИРАЕМ ВИДЕОРОЛИК

WHATSAPP: НАЖИМАЕМ НА СКРЕПКУ - ДОКУМЕНТ - ПОСМОТРЕТЬ ДОКУМЕНТЫ - ВЫБИРАЕМ ВИДЕОРОЛИК

КАК ИЗБЕЖАТЬ БЛОКИРОВКИ МУЗЫКИ

1 СПОСОБ

ИСПОЛЬЗОВАТЬ ВТРОЕННЫЕ В INSHOT ТРЕКИ ИЛИ ПЕСНИ
МАЛОИЗВЕСТНЫХ ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

2 СПОСОБ

УСКОРИТЬ В INSHOT МУЗЫКУ ОТ 0,3 - 0,7 СЕК - МОНТИРУЕМ
И СОХРАНЯЕМ РОЛИК - СОЗДАЕМ НОВЫЙ ПРОЕКТ В INSHOT
И ЗАГРУЖАЕМ РОЛИК - ЗАТЕМ УСКОРЯЕМ ПОЛНОСТЬЮ ВСЬ
РОЛИК С НАЛОЖЕННОЙ МУЗЫКОЙ

3 СПОСОБ

ЗАПИСЫВАЕМ ПОСТОРОННИЕ ЗВУКИ - МОНТИРУЕМ РОЛИК
В INSHOT И СОХРАНЯЕМ - СОЗДАЕМ НОВЫЙ ПРОЕКТ В
INSHOT И ЗАГРУЖАЕМ РОЛИК - ЗАТЕМ ДОБАВЛЯЕМ ЗАПИСЬ
КАКОГО - ЛИБО ЗВУКА (ПЕРЕХОДИМ В РАЗДЕЛ МУЗЫКА -
ЗАПИСЬ И ЗАПИСЫВАЕМ ЗВУК ИЛИ ШУМ) И УМЕНЬШАЕМ
ЕМУ ГРОМКОСТЬ

КАКУЮ ИСПОЛЬЗОВАТЬ МУЗУКУ И КАК БЕСПЛАТНО ДОБАВИТЬ ТРЕК В INSHOT

**ВЫБИРАЙТЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ТРЕКИ ИЛИ ЧТО-ТО
ДРАЙВОВОЕ И ЯРКОЕ**

**ЕСЛИ ВАШ МАКЕТ ПОДРАЗУМЕВАЕТ СПОКОЙСТВИЕ
И РЕЛАКС - ВЫБИРАЙТЕ БОЛЕЕ МЕДЛЕННЫЙ И
РАССЛАБЛЯЮЩИЙ ТРЕК**

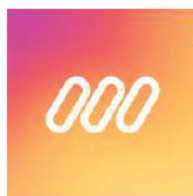
КАК ДОБАВИТЬ МУЗЫКУ В INSHOT БЕСПЛАТНО?

**В ТЕЛЕГРАМЕ ЕСТЬ МАССА БОТОВ, С ПОМОЩЬЮ КОТОРЫХ,
МОЖНО СКАЧАТЬ ПРАКТИЧЕСКИ ЛЮБОЙ ТРЕК НА ТЕЛЕФОН**

**НАПРИМЕР: [VK MUSIC BOT](#) - МУЗЫКА С ВКОНТАКТЕ
[LYBOT](#) - [YOUTUBE MUSIC BOT](#) - С ЮТУБА**

**ПИШЕМ БОТУ НАЗВАНИЕ ТРЕКА - ЖМЕМ НА СТРЕЛОЧКУ
РЯДОМ С СООБЩЕНИЕМ - ОТПРАВИТЬ - ЖМЕМ НА ИКОНКУ В
ПРАВОМ ВЕРХНЕМ УГЛУ ОКОШКА - ТАМ, ГДЕ
ПРЕДЛАГАЕТСЯ ВЫБРАТЬ ПРИЛОЖЕНИЕ В КОТОРОМ
НУЖНО ОТКРЫТЬ ЭТОТ ТРЕК, ЖМЕМ ЕЩЕ - СКОПИРОВАТЬ В
INSHOT**

ЧЕК-ЛИСТ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ МАКЕТОВ



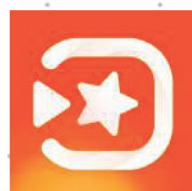
МОЖО - МОЕ САМОЕ ЛЮБИМОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ ДЛЯ СОЗДАНИЯ МАКЕТОВ. БОЛЬШОЙ ВЫБОР ШРИФТОВ И ГОТОВЫХ ШАБЛОНОВ.
ПОДПИСКА - 699Р В МЕСЯЦ



INSHOT - САМОЕ УДОБНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ ДЛЯ МОНТАЖА, ДОБАВЛЕНИЯ МУЗЫКИ И ПЕРЕХОДОВ.
ПОДПИСКА - ОТ 149Р В МЕСЯЦ



INSTORIES - ПОХОЖЕ НА МОЖО. ТОЖЕ БОЛЬШОЙ ВЫБОР АНИМИРОВАННЫХ ШАБЛОНОВ.
ПОДПИСКА - ОТ 399Р В МЕСЯЦ



VIVAVIDEO - ОТЛИЧНЫЙ ВИДЕОРЕДАКТОР ДЛЯ АНДРОИД. МОЖНО СМОНТИРОВАТЬ И ДОБАВИТЬ ДИНАМИЧНЫЕ ПЕРЕХОДЫ.



MOSTORY - АНАЛОГ МОЖО ДЛЯ АНДРОИД. НЕПЛОХИЕ ШРИФТЫ И ШАБЛОНЫ.

ЧТО ТАКОЕ **ПОДВОДКА** К МАКЕТАМ

ПОДВОДКА - ЭТО НЕСКОЛЬКО СТОРИС, КОТОРЫЕ РАСПОЛОЖЕНЫ ПЕРЕД ВАШИМ МАКЕТОМ, С ЦЕЛЬЮ ВЫЗВАТЬ ДОВЕРИЕ К ВАШЕМУ ПРОДУКТУ У АУДИТОРИИ БЛОГЕРА.

В СРЕДНЕМ, БЛОГЕР ДЕЛАЕТ 4-5 СТОРИС С ОТМЕТКОЙ ВАШЕГО АККАУНТА (ПОДВОДКА+МАКЕТ)

ПОДВОДКА МОЖЕТ БЫТЬ В ФОРМАТЕ ОПРОСА
ПРИМЕР: "А ВЫ ЗНАЛИ, ЧТО МОЖНО НАКАЧАТЬ ЯГОДИЦЫ, ДАЖЕ ЕСЛИ ВЫ ГЕНЕТИЧЕСКИ НЕ ПРЕДРАСПОЛОЖЕНЫ К ТАКИМ ФОРМАМ?"

ПОДВОДКА МОЖЕТ БЫТЬ НАТИВНАЯ
ПРИМЕР: БЛОГЕР СОБИРАЕТСЯ НА КАКОЕ-ТО МЕРОПРИЯТИЕ И СПРАШИВАЕТ У ПОДПИСЧИКОВ ЧТО НАДЕТЬ - А ВЫ ПРЕДОСТАВИЛИ ПЛАТЬЕ НА РЕКЛАМУ.

ПОДВОДКА МОЖЕТ БЫТЬ ПРЯМАЯ
:БЛОГЕР СРАЗУ ЗАПИСЫВАЕТ СТОРИС, ГДЕ РАССКАЗЫВАЕТ О ВАШЕМ ПРОФИЛЕ И СЛЕДОМ ИДЕТ МАКЕТ (НЕ ТАК ВОВЛЕКАЕТ, КАК ПРЕДЫДУЩИЕ ВАРИАНТЫ ПОДВОДКИ)

ТАКЖЕ, БЛОГЕР ПОПРОСИТ ВАС ПРЕДОСТАВИТЬ ТЕЗИСЫ-ФРАЗЫ О ВАШЕМ БЛОГЕ (ОПИРАЙТЕСЬ НА ФРАЗЫ С МАКЕТА), КОТОРЫЕ ОН ДОЛЖЕН ПРОГОВОРИТЬ В ПОДВОДКЕ

РЕКЛАМА У БЛОГЕРОВ



СОЗДАНИЕ СПРОСА НА ТОВАРЫ И УСЛУГИ С ПОМОЩЬЮ ЛИДЕРА МНЕНИЙ ИЛИ АВТОРИТЕТА ГРУППЫ ЯВЛЯЕТСЯ ОДНИМ ИЗ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫХ СПОСОБОВ ПРОДВИЖЕНИЯ.

ВЛИЯТЕЛЬНЫМ ЧЕЛОВЕКОМ ИЛИ **ИНФЛЮЕНСЕРОМ** ПРИНЯТО СЧИТАТЬ ТОГО, КТО СПОСОБЕН ВЛИЯТЬ НА РЕШЕНИЯ И МНЕНИЯ ДРУГИХ ЛЮДЕЙ ЗА СЧЕТ НАЛИЧИЯ ОГРОМНОГО ОПЫТА, АВТОРИТЕТА ИЛИ ПОЗНАНИЙ В ОПРЕДЕЛЕННОЙ ОБЛАСТИ. ЕСЛИ ГОВОРИТЬ О СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ, ТО ТАКИМИ ЛЮДЬМИ БЕССПОРНО ЯВЛЯЮТСЯ БЛОГЕРЫ.

КОМУ ПОДОЙДЕТ РЕКЛАМА У БЛОГЕРОВ



■ ЛИЧНЫЙ БЛОГ

РЕКЛАМА ПОДХОДИТ КАК ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ БЛОГЕРОВ, ТАК И ДЛЯ ТЕХ, У КОГО УЖЕ ДОВОЛЬНО КРУПНЫЕ БЛОГИ. ВАЖНО ПОДОБРАТЬ ИНФЛЮЕНСЕРА, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ КОТОРОГО ПЕРЕСЕКАЕТСЯ С ВАШЕЙ. НАПРИМЕР, ЕСЛИ ВЫ ПОСВЯТИЛИ СВОЙ БЛОГ ТЕМАТИКЕ ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ, ВЫ МОЖЕТЕ ПРОРЕКЛАМИРОВАТЬСЯ У ФИТНЕС-БЛОГЕРА.

■ КОММЕРЧЕСКИЙ АККАУНТ

ПОДХОДИТ КАК ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ, ТАК И ДЛЯ ИЗВЕСТНЫХ БРЕНДОВ. КРУПНЫЕ БРЕНДЫ ИСПОЛЬЗУЮТ МАРКЕТИНГ ВЛИЯНИЯ ДЛЯ ПОДДЕРЖАНИЯ ИЛИ УВЕЛИЧЕНИЯ УЗНАВАЕМОСТИ БРЕНДОВ И ПРОДАЖ. ВОСТРЕБОВАНО СОТРУДНИЧЕСТВО С БЛОГАМИ И ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ НОВОГО ПРОДУКТА.

КАКИЕ БЫВАЮТ БЛОГЕРЫ



■ МИКРО

БЛОГЕРЫ ТАКОГО МАСШТАБА НЕ МОГУТ ПОХВАСТАТЬСЯ МИЛЛИОНАМИ И ДАЖЕ СОТНЯМИ ТЫСЯЧАМИ ПОДПИСЧИКОВ, НО ИМЕЮТ КАЧЕСТВЕННОЕ ВЛИЯНИЕ НА СВОЮ ОТНОСИТЕЛЬНО НЕБОЛЬШУЮ АУДИТОРИЮ. ДАННЫЙ ТИП БЛОГЕРОВ, СЧИТАЕТСЯ НАИБОЛЕЕ ВОСТРЕБОВАННЫМ, ДЛЯ СОТРУДНИЧЕСТВА И ПОКУПКИ РЕКЛАМЫ.

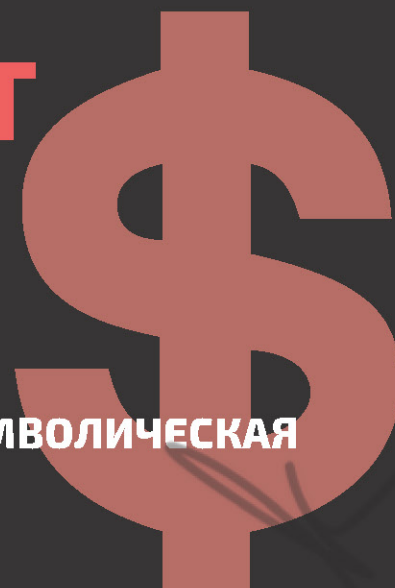
■ МАКРО

ЭТИ БЛОГЕРЫ, КАК ПРАВИЛО, ХОРОШО ИЗВЕСТНЫ. У НИХ СОТНИ ТЫСЯЧ ИЛИ ДАЖЕ МИЛЛИОНЫ ПОДПИСЧИКОВ. ПАРТНЕРСТВО С НИМИ ПОЗВОЛЯЕТ ЗАХВАТИТЬ ВНИМАНИЕ ОГРОМНОЙ АУДИТОРИИ.

■ СЕЛЕБРИТИ

К ДАННОЙ КАТЕГОРИИ ОТНОСЯТ МАКРО-ИНФЛЮЕНСЕРОВ, КОТОРЫЕ НЕ ЯВЛЯЮТСЯ ТИПИЧНЫМИ БЛОГЕРАМИ, НО ИХ СТРАНИЦЫ РАСКРУЧЕНЫ, ПОСКОЛЬКУ ОНИ ИЗВЕСТНЫ И ЗНАМЕНИТЫ. ЭТО МОГУТ БЫТЬ МУЗЫКАНТЫ, КОМИКИ, АКТЕРЫ, СПОРТСМЕНЫ. СОТРУДНИЧЕСТВО С НИМИ БУДЕТ СТОИТЬ ХОРОШИХ ДЕНЕГ, НО ИМЕННО ОНИ ДЕЛАЮТ БРЕНД ЗАПОМИНАЮЩИМСЯ.

СКОЛЬКО **СТОИТ** РЕКЛАМА



БЛОГЕРЫ **ДО 10000** ПОДПИСЧИКОВ - СИМВОЛИЧЕСКАЯ ПЛАТА ИЛИ БАРТЕР

БЛОГЕРЫ **С 10ТЫС-30ТЫС** ПОДПИСЧИКОВ - ОТ 600Р ДО 2000Р

БЛОГЕРЫ **С 30ТЫС-60ТЫС** ПОДПИСЧИКОВ - ОТ 2000Р ДО 3500Р

БЛОГЕРЫ **С 60ТЫС-100ТЫС** ПОДПИСЧИКОВ - ОТ 3500Р ДО 6000Р

БЛОГЕРЫ **С 100ТЫС-130ТЫС** ПОДПИСЧИКОВ - ОТ 6000Р ДО 15000Р

БЛОГЕРЫ **ОТ 300ТЫС.** ПОДПИСЧИКОВ - ОТ 15000Р

***ЭТИ ЦИФРЫ ДАЛЕКО НЕ ПОКАЗАТЕЛЬ ТОГО, ЧТО ЦЕНА БУДЕТ ИМЕННО ТАКАЯ. НЕ СТОИТ СИЛЬНО ОПИРАТЬСЯ НА ДАННЫЕ ЦИФРЫ, ЦЕНА РЕКЛАМЫ У БЛОГЕРА ЗАВИСИТ ОТ МНОГИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И ФАКТОРОВ**

**В СТОРИЗ ЦЕНА ЗАЧАСТУЮ В 2-2,5
РАЗА НИЖЕ, ЧЕМ ЗА ПОСТ**

ОТ ЧЕГО ЗАВИСИТ ЦЕНА



1

КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ

ЧЕМ БОЛЬШЕ ЧИТАТЕЛЕЙ, ТЕМ БОЛЬШИЙ ОХВАТ АУДИТОРИИ И СООТВЕТСТВЕННО, ВЫШЕ СТОИМОСТЬ РЕКЛАМЫ (ЕСЛИ ЭТО НЕ НАКРУТКА ПОДПИСЧИКОВ)

2

АППЕТИТЫ БЛОГЕРА

ВЫ ЗАПРОСТО МОЖЕТЕ НАЙТИ ДВА ПРАКТИЧЕСКИ АНАЛОГИЧНЫХ АККАУНТА С ОДИНАКОВЫМ КОЛИЧЕСТВОМ ПОДПИСЧИКОВ, НО ВЛАДЕЛЕЦ ОДНОГО БУДЕТ ХОТЕТЬ 10ТЫС., А ДРУГОЙ – 5ТЫС.

3

ПОКАЗАТЕЛИ ВОВЛЕЧЕННОСТИ

ЧТОБЫ ПРОСЧИТАТЬ ПРОЦЕНТ ВОВЛЕЧЕННОСТИ, СЛОЖИТЕ КОЛИЧЕСТВО **ЛАЙКОВ** И **КОММЕНТАРИЕВ** НА СТРАНИЦЕ И ПОДЕЛИТЕ ЭТУ СУММУ НА КОЛИЧЕСТВО **ПОСТОВ** БЛОГЕРА. В ХОРОШЕМ АККАУНТЕ КОЛИЧЕСТВО КОММЕНТАРИЕВ РАВНЯЕТСЯ **8-10%** ОТ КОЛИЧЕСТВА ЛАЙКОВ. ПРИ ЭТОМ КОММЕНТАРИИ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ЖИВЫМИ И ПО ТЕМЕ, А ТАКЖЕ, СОДЕРЖАТЬ НЕ МЕНЕЕ 4 СЛОВ.

4

КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ

ВЫ МОЖЕТЕ ЗАКАЗАТЬ РЕКЛАМУ ПРАКТИЧЕСКИ ЛЮБОГО ФОРМАТА: ФОТО, ПРЯМЫЕ ЭФИРЫ, ВИДЕО, ОБЗОРЫ, РЕКОМЕНДАЦИИ И ТАК ДАЛЕЕ. ОДНИ ФОРМАТЫ БУДУТ СТОИТЬ ДОРОЖЕ, ДРУГИЕ ДЕШЕВЛЕ.

5

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ РЕКЛАМЫ

ЭТИ ФАКТОРЫ ИМЕЮТ ПРЯМОЕ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИИ СТОИМОСТИ. УЧИТЫВАЙТЕ ТАКЖЕ ЭКСКЛЮЗИВНОСТЬ И ТРЕБОВАНИЯ.

ВЫБИРАЯ БЛОГЕРА ДЛЯ РЕКЛАМЫ, СТОИТ БЫТЬ МАКСИМАЛЬНО ВНИМАТЕЛЬНЫМ ПРИ ВЫБОРЕ. МНОГИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ МОГУТ БЫТЬ НЕВЫГОДНЫМИ ПО ПРИЧИНЕ НАЛИЧИЯ В ПОДПИСЧИКАХ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО БОТОВ.

ПРОСИТЕ ПРЕДОСТАВИТЬ БЛОГЕРА ОХВАТЫ ПОСТОВ И СТОРИС-ПРОСМОТРЫ МОЖНО ЛЕГКО НАКРУТИТЬ

КАК ПРАВИЛЬНО ВЫБРАТЬ БЛОГЕРА



**РЕКЛАМА У ПОПУЛЯРНЫХ БЛОГЕРОВ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ
ГАРАНТИЕЙ УСПЕХА.**

**ОГРОМНОЕ КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ – НЕ ГАРАНТИЯ
КАЧЕСТВЕННОГО ПРОДВИЖЕНИЯ.**

- **ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ.** МНОГИЕ СОВЕРШАЮТ ОДНУ И ТУ ЖЕ ОШИБКУ – НЕПРАВИЛЬНО ВЫБИРАЮТ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ. СОТРУДНИЧАТЬ СТОИТ ТОЛЬКО С ТЕМИ, ЧЬИ ПОДПИСЧИКИ ПОДХОДЯТ ПОД ПАРАМЕТРЫ ВАШЕЙ ЦА.
- **КАЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ.** ОЧЕНЬ МНОГИЕ ПРИБЕГАЮТ К НАКРУТКЕ ПОДПИСЧИКОВ, В РЕЗУЛЬТАТЕ ЧЕГО В ЧИТАТЕЛЯХ ЧИСЛЯТСЯ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО БОТЫ И РАЗЛИЧНЫЕ МАГАЗИНЫ. ЭТО ЛЕГКО ПРОВЕРИТЬ, ЕСЛИ ПОСМОТРЕТЬ СТАТИСТИКУ РОСТА ЧИСЛА ПОДПИСЧИКОВ. В СЛУЧАЕ, ЕСЛИ ИХ КОЛИЧЕСТВО РАСТЕТ РЕЗКИМИ СКАЧКАМИ, МОЖНО ГОВОРИТЬ О НАКРУТКЕ. ПОЭТОМУ ВСЕГДА ПРОСИТЕ У БЛОГЕРА АКТУАЛЬНУЮ СТАТИСТИКУ И НЕ В ФОРМАТЕ СКРИНШОТА, А ВИДЕО ЭКРАНА!!
- **ТАКЖЕ, МОЖНО ПРОВЕРИТЬ НАКРУТКУ С ПОМОЩЬЮ ПОПУЛЯРНОГО СЕРВИСА LIVEDUNE**
- **ОТЗЫВЫ.** ВНИМАТЕЛЬНО ИЗУЧИТЕ ОТЗЫВЫ ЛЮДЕЙ, КОТОРЫЕ УЖЕ ПОКУПАЛИ РЕКЛАМУ У БЛОГЕРА ВЫБРАННОГО ВАМИ.

ГДЕ **НАЙТИ** БЛОГЕРА



■ **ОПРОС**

ЕСЛИ ВЫ НЕ ЗНАЕТЕ ГДЕ НАЙТИ БЛОГЕРА, ТО НЕ СТЕСНЯЙТЕСЬ ПРОВЕСТИ **ОПРОС** СРЕДИ СВОЕЙ АУДИТОРИИ. ПОПРОСИТЕ ИХ ПОДЕЛИТЬСЯ С ВАМИ ИНФОРМАЦИЕЙ О ТОМ, БЛОГИ КАКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ ИМ ИНТЕРЕСНЫ, НА КОГО ОНИ ПОДПИСАНЫ И ЗА КЕМ СЛЕДЯТ

■ **БИРЖИ БЛОГЕРОВ**

НА ТАКИХ ПЛАТФОРМАХ МОЖНО НАЙТИ БЛОГЕРОВ ДЛЯ РЕКЛАМЫ. ПЛЮСЫ ТАКОГО СПОСОБА ЗАКЛЮЧАЮТСЯ В ВОЗМОЖНОСТИ ЗАКЛЮЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОЙ СДЕЛКИ, НУ А МИНУСЫ - ЗАКЛЮЧЕНИЕ СОТРУДНИЧЕСТВА НА ПЛАТФОРМЕ, СТОИТ ГОРАЗДО ДОРОЖЕ, ЧЕМ НАПРЯМУЮ ОБРАЩЕНИЕ К БЛОГЕРУ.

САМАЯ ПОПУЛЯРНАЯ ПЛАТФОРМА В РОССИИ - **GETBLOGEK**

■ **АГЕНСТВА**

С ПОМОЩЬЮ УСЛУГ СПЕЦИАЛЬНЫХ АГЕНТСТВ МОЖНО НАЧАТЬ СОТРУДНИЧАТЬ С БЛОГЕРАМИ, ЧИСЛО ПОДПИСЧИКОВ КОТОРЫХ ПРЕВЫШАЕТ 200 ТЫСЯЧ. НЕКОТОРЫЕ ИЗВЕСТНЫЕ БЛОГЕРЫ ТАКЖЕ ЗАКЛЮЧАЮТ С ТАКИМИ КОМПАНИЯМИ ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ КОНТРАКТЫ И НАЧАТЬ СОТРУДНИЧАТЬ С НИМИ МОЖНО ТАКИМ ПУТЕМ. ВЫБИРАЯ ЭТОТ СПОСОБ, ВЫ МОЖЕТЕ РАССЧИТЫВАТЬ НА ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ ПОМОЩЬ, НО ВАМ ЭТО ОБОЙДЕТСЯ В КРУГЛУЮ СУММУ.

■ **ЧАТ В ТЕЛЕГРАМ**

В КОНЦЕ ВИШЕНКА НА ТОРТЕ - ЧАТ-КАНАЛ В TELEGRAM. ЭТИМ СПОСОБОМ ПОЛЬЗУЮТСЯ ПРАКТИЧЕСКИ ВСЕ.

ПЛЮСЫ - ВЫ МОЖЕТЕ ПРОЧИТАТЬ МАКСИМАЛЬНО ДОСТОВЕРНЫЕ ОТЗЫВЫ О РЕКЛАМЕ У ТОГО ИЛИ ИНОГО БЛОГЕРА.

НАЙТИ ТАМ ЖЕ САМОГО БЛОГЕРА, ПО ВАШЕЙ ТЕМАТИКЕ.

ПОСМОТРЕТЬ КАКАЯ СТОИМОСТЬ/СРАВНИТЬ ЦЕНЫ И ПОЧСОТРЕТЬ, КАКОЙ БЫЛ ПРИХОД ПОДПИСЧИКОВ У ЛЮДЕЙ, КОТОРЫЕ ПОКУПАЛИ РЕКЛАМУ У ОДНОГО И ТОГО ЖЕ БЛОГЕРА.

САМЫЙ ПОПУЛЯРНЫЙ ЧАТ ПО ПОДБОРУ БЛОГЕРОВ - ИНСТАЛОГИЯ

НАЙТИ ЕГО ОЧЕНЬ ПРОСТО - МОЖЕТЕ ТАК И НАПИСАТЬ - "ИНСТАЛОГИЯ ЧАТ" ИЛИ ПЕРЕЙТИ ПО ССЫЛКЕ - [T.ME/INSTALOGIYA_CHAT](https://t.me/INSTALOGIYA_CHAT)



61,5 ТЫС. ПОДПИСЧИКОВ

СРЕДИ КОТОРЫХ, ВЫ ТОЧНО СМОЖЕТЕ ПОДОБРАТЬ БЛОГЕРА ДЛЯ ПОКУПКИ РЕКЛАМЫ И ИЗУЧИТЬ ОТЗЫВЫ О НЕМ ДОСКОНАЛЬНО

ТАКЖЕ, ПО ОКОНЧАНИЮ ВАШЕЙ РЕКЛАМЫ, ВЫ МОЖЕТЕ НАПИСАТЬ В ЭТОТ ЧАТ СВОЙ ОТЗЫВ

КАК ДОГОВОРИТЬСЯ О СОТРУДНИЧЕСТВЕ

- **ДАЖЕ ЕСЛИ ВЫ НАШЛИ БЛОГЕРА - НЕ ФАКТ, ЧТО ВАМ УДАСТСЯ С НИМ ДОГОВОРИТЬСЯ О СОТРУДНИЧЕСТВЕ**
- **БЛОГЕРЫ МОГУТ ОТКАЗЫВАТЬ В СОТРУДНИЧЕСТВЕ БЕЗ ОБЪЯСНЕНИЯ ПРИЧИН** ИЛИ НЕ ОТВЕЧАТЬ НА СООБЩЕНИЯ МЕСЯЦАМИ
- **УЧТИТЕ ТОТ ФАКТ, ЧТО РЕКЛАМА У БЛОГЕРОВ РАСПИСАНА НА МЕСЯЦ ВПЕРЕД, ПОЭТОМУ ПОЛУЧИТЬ РЕКЛАМУ ДЕНЬ В ДЕНЬ ИЛИ В ТЕЧЕНИИ ДВУХ ДНЕЙ - ПРАКТИЧЕСКИ НЕРЕАЛЬНО.**
- **ПЛАНИРУЙТЕ ВЫХОД РЕКЛАМЫ ЗАРАНЕЕ И ПИШИТЕ С РАСЧЕТОМ НА ТО, ЧТО ВАША РЕКЛАМА МОЖЕТ СОСТОЯТЬСЯ НЕ РАНЬШЕ ЧЕМ ЧЕРЕЗ МЕСЯЦ (ВСЕ ЗАВИСИТ ОТ ЗАГРУЖЕННОСТИ БЛОГЕРА) - БЛОГЕР ИЛИ ЕГО МЕНЕДЖЕР, САМ ПРИШЛЕТ ВАМ СВОБОДНЫЕ ДАТЫ НА РЕКЛАМУ, ДЛЯ БРОНИ ДАТЫ, ПРИДЕТСЯ ОПЛАТИТЬ РЕКЛАМУ СРАЗУ ЖЕ ПОЛНОСТЬЮ**

КАК ПОСЧИТАТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ

○————○

ГЛАВНЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ –
ОКУПАЕМОСТЬ ПОСТА И КОЛИЧЕСТВО ПРИХОДА
ПОДПИСЧИКОВ

ЧТОБЫ ПРОСЧИТАТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПО ЭТОМУ
ПАРАМЕТРУ, РАЗДЕЛИТЕ КОЛИЧЕСТВО **ПОТРАЧЕННЫХ**
СРЕДСТВ НА КОЛИЧЕСТВО **НОВЫХ ПОДПИСЧИКОВ** -
РЕКЛАМА СЧИТАЕТСЯ УСПЕШНОЙ, КОГДА СТОИМОСТЬ ЗА
ОДНОГО ПОДПИСЧИКА РАВНА **ОТ 1-7 РУБЛЕЙ**.

ПРОАНАЛИЗИРУЙТЕ ТАКЖЕ, НАСКОЛЬКО УВЕЛИЧИЛСЯ
ПОКАЗАТЕЛЬ ВОВЛЕЧЕННОСТИ В ВАШЕМ АККАУНТЕ. ЧЕМ
ВЫШЕ ДАННЫЙ ПАРАМЕТР, ТЕМ ЧАЩЕ ВАШИ ПУБЛИКАЦИИ
БУДУТ ПОЯВЛЯТЬСЯ В ВЕРХУШКЕ ЛЕНТЫ ВАШИХ
ПОДПИСЧИКОВ, И ТЕМ БОЛЬШЕ ВНИМАНИЯ БУДЕТ
ПРИКОВАНО К ВАМ.

ЕСЛИ ВЫ РАЗМЕСТИЛИ РЕКЛАМУ У 1-2 БЛОГЕРОВ И **НЕ**
ПОЛУЧИЛИ ДОЛЖНОГО ЭФФЕКТА, ТО НЕ СТОИТ ДЕЛАТЬ
ВЫВОД, ЧТО ИНСТРУМЕНТ НЕ РАБОТАЕТ. ВОЗМОЖНО, ВЫ
ПРОСТО ОШИБЛИСЬ С ВЫБОРОМ. ПРОДЕЛАЙТЕ РАБОТУ НАД
ОШИБКАМИ И ПОВТОРИТЕ ЕЩЕ РАЗ.

БЛАГОДАРЮ ТЕБЯ ЗА ВЫБОР МОЕГО ГАЙДА

**НАДЕЮСЬ ИНФОРМАЦИЯ БЫЛА ДЛЯ
ТЕБЯ МАКСИМАЛЬНО ПОЛЕЗНОЙ И ТЫ
НАЧНЕШЬ УСПЕШНО ПРОДВИГАТЬСЯ!**

**ЕСЛИ ТЕБЕ ПОНРАВИЛСЯ МОЙ ГАЙД,
БУДУ БЕЗГРАНИЧНО РАДА ЕСЛИ ТЫ ЕГО
ПОРЕКОМЕНДУЕШЬ СВОИМ ДРУЗЬЯМ/
КОЛЛЕГАМ/ЗНАКОМЫМ**

**И ПОМНИ, ЗАЛОГ УСПЕШНОГО
ПРОДВИЖЕНИЯ - ЭТО КАЧЕСТВЕННО
УПАКОВАННЫЙ ПРОФИЛЬ!**