

заработай

1000000

В INSTAGRAM



Подробный воркбук по заработку
от ra.dionova

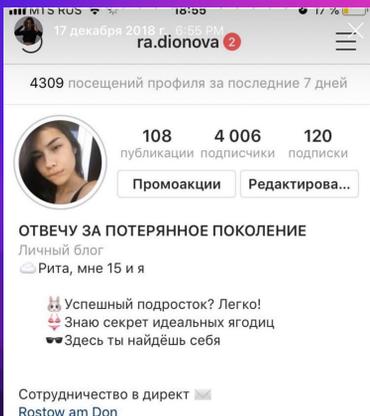
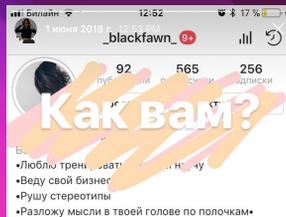
Содержание

1. Моя история
2. Актуальные профессии в инст 2020
3. Терминология
4. Как начать вести блог
 - Не знаю о чем писать. Как выбрать тему блога?
 - Оформление блога.
 - Как писать посты, которые будут читать.
5. Идеи для сториз, как делать стикеры
6. Продвижение в инст
 - Где покупать рекламу?
 - А что, если меня кинут?
 - Секрет подписчика в 1-2 рубля.
7. Где и кому продавать рекламу
 - Сотрудничество с брендами
 - Какую цену ставить?
8. Создание инфопродуктов
9. Личный бренд, как заставить себя любить
10. У кого зашла моя реклама

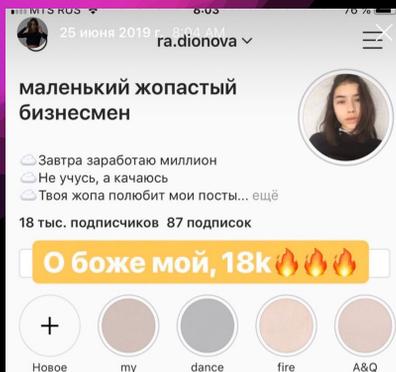


Моя история

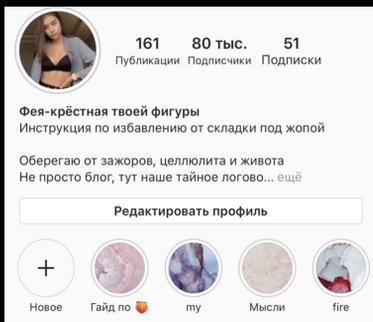
1 июня 2018 года я вела обычный instagram, выкладывала свои фотографии и подписывала смайликами. Мне часто писали комментарии: у тебя такая класная фигура, расскажи, как накачать жопу, а как убрать жир?



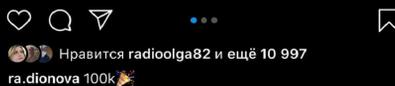
17 декабря 2018 года, все пошло и поехало. Я начала делать ВП, купила рекламу за 100, 50 рублей. Они зашли достаточно хорошо, я рискнула и купила рекламу за 1.000, подписчик вышел в рубль, тогда я и стала продавать рекламу



25 июня 2019 года, блог активно растет, уже 18.000, я жду дня рождения, чтобы вложить в блог все подаренные деньги



17 ноября 2019 года, отложила часть денег и поехала в Питер с мамой, это была первая поездка, оплаченная самостоятельно.



Давай без полезного поста и умных мыслей? Я просто счастлива и все ❤️

Актуальные профессии в instagram 2020

блогер
менеджер блогеров и коммерческих аккаунтов
копирайтер
создание рекламных подач
создание инфопродуктов
организатор гивов
таргетолог
контент-менеджер

МЕНЕДЖЕР

Менеджер блогера-востребованная профессия, но при этом есть ряд значимых и нужных навыков.

ЗАДАЧИ:

- закупка рекламы (нужно уметь выбирать рекламные площадки под ца, чтобы был хороший приход)
- продажа рекламы (продавать рекламу в пиаре, а также на прочих ресурсах)
- ведение пиар-аккаунта (отвечать в рекламном аккаунте)
- дополнительные услуги (по договоренности создание подач, планирование, создание инфопродуктов)

ЗАРАБОТОК

Есть две схемы, по которым работают менеджеры

процент от проданной и купленной
рекламы ,в среднем где-то 20%

фиксированная цена зависит от
степени загруженности, начиная от
4 до 300.000 в месяц за одного
блогера

КАК СТАТЬ МЕНЕДЖЕРОМ

Я, как блогер, не выберу менеджера, который написывает мне в директ по шаблону, указывая цены и т.д. Таких объявлений приходит 100 в день, не надейтесь быть увиденными. Сначала нужно работать либо на процент, либо за совсем маленькую сумму, чтобы набраться опыта, отзывов, престижа. Блогеров можно искать на специальных сайтах, где оставляют объявления, в чатах телеграмм, особенно в платных, там сидят как маленькие, так и крупные блогеры. Предложите пробный срок, покажите отзывы, с таким подходом вероятность того, что Вас возьмут, больше

КОПИРАЙТЕР

Копирайтинг — написание текста с целью рекламы или других форм маркетинга. Это тексты, которые стимулируют рост продаж или популяризируют товар, компанию, услугу, человека или идею. То есть копирайтер-человек, который пишет на заказ эти тексты. Обычно работа заключается в поправке или в написании постов, исправлением ошибок в тексте инфопродуктов, создании рекламных текстов для компаний и т.д.

ЗАРАБОТОК

Копирайтеры не зарабатывают миллионы, но делать в месяц 50-100К вполне можно, если выйти на серьезные компании, т.е. нужен опыт.

КАК СТАТЬ КОПИРАЙТЕРОМ

Необходимо знать русский язык, разбираться в том, как написать продающий текст. Искать работу можно в чатах телеграмма, на сайтах по поиску услуг.

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПОДАЧ

В данный момент очень прибыльно, но важно знать что и как. Секреты успешной рекламы будут в другом разделе. ЗАРАБОТОК Делая подачи, можно зарабатывать и миллион. Моя знакомая начинала с подач по 1.000 рублей, теперь у нее свое агентство, где работают 4 человека, подача стоит 18.000, в месяц их в районе 40, это еще не предел!

Искать работу все также в телеграм, на сайтах, советую создать инст под свою работу, войти в платные чаты.

СОЗДАНИЕ ИНФОПРОДУКТОВ



Дизайнер инфопродуктов

Работа-красиво и структурировано оформить инфопродукт (гайд,воркбук).
Цена разная: от 50 до 500 рублей за страницу



Продюсирование инфопродуктов

Занимаясь этим, можно зарабатывать больше миллиона.
Задачи могут быть разные: создание сайтов (от 30.000), гайдов, но уже не просто так, а с продумыванием того, как его будут продавать.

ОРГАНИЗАТОР ГИВОВ

Гивы, марафоны сейчас очень популярны. Зарабатывать на их организации можно мало, работая с маленькими блогерами,и очень много, работая с миллионниками. Сначала помоги организовать гив совсем маленькому блогеру, попроси оставить отзыв, после этого начни продавать свои услуги.

ТАРГЕТОЛОГ

Это узкоспециализированный маркетолог, основная профессиональная задача которого заключается в настройке и ведении кампаний таргетированной рекламы в социальных сетях. То есть этот человек обеспечивает эффективное взаимодействие бизнеса и целевой аудитории в рамках Facebook, Instagram. Думаю, что каждый в инстаграм наткнулся на стори или пост человека/магазина/компании, на которых не подписан, это и есть таргетированная реклама. Чтобы стать таргетологом необходимо пройти обучения, сейчас площадок много, на разный вкус и цену. Но хороших таргетологов очень мало, на вес золота. Зарабатывать 100.000 вполне можно, за один запуск у меня взяла 6.000, это даже не самая высокая цена.

КОНТЕНТ-МЕНЕДЖЕР

Самая молодая профессия, но очень нужная. Оформление для блогера очень важно! Ваша работа будет заключаться в идее для фото, возможно в фотосъемках, редактировании фото и подгону его под общий визуал. Также некоторые занимаются и помощью в создании красивых,завлекающих историй. 50-100 тысяч заработка обеспечено, но важно быть творческим и видеть общую картинку.

ТЕРМИНОЛОГИЯ

Блогер - лидер мнения, ведущий свой блог в Инстаграм.

Бизнес-аккаунт - профиль компании или личного бренда.

Только на бизнес- аккаунте возможно посмотреть автоматическую статистику и пользоваться дополнительными инструментами, такими как свайп, возможность помечать сообщение непрочитанным и т.д.

Личный аккаунт - профиль для самого примитивного пользования основными функциями. Только личный аккаунт можно закрывать в настройках конфиденциальности для уменьшения цены подписчика. Однако, вся накопленная статистика, кроме целевой аудитории, аннулируется.

Охват - показатель количества людей, которые просмотрели контент(сторис/пост).

Пример: 1охват=1человек. Это один из основных показателей качества блога. Хорошим охватом сторис считается 20-30% от количества подписчиков, чем больше, тем лучше, НО на охваты свыше 60% уже стоит обратить внимание, нет ли накруток, откуда такая активность.Охваты нестабильны, так что улчше указывать промежуток, у меня на данный моменты 12-19 тысяч.

Показы (просмотры) - показатель того, сколько раз контент был просмотрен одним или несколькими людьми.

Хайлатс (закрепленные сторис, закреп, сохраненные, актуальное) - это истории, которые можно сохранять более чем на 24 часа, расположенные под шапкой профиля, над основной лентой.

ЦА (целевая аудитория) - настоящие или потенциальные подписчики, объединенные общими интересами, благодаря которым они подписаны/могут подписаться на блог.



18-24 года - достаточно много лайкают и комментируют, большой актив в постах и сторис, любят дискутировать и просить совета, важен визуал, лояльны к покупкам инфопродуктов, услуг и некоторых других категорий товаров.

24-35 лет - много читают и пишут развернутые комментарии, мало лайкают, более лояльны к покупке дорогостоящих товаров, ценят пользу и прислушиваются к экспертному мнению.

35-44 года - много читают, мало внимания обращают на визуал, много - на простоту изложения, любят наблюдать, делиться опытом, являются платежеспособными.

ВП (взаимопиар) - бюджетный способ продвижения, при котором пользователи выкладывают рекламу друг друга для обмена аудиторией.

Бартер - обмен товара на услугу.

Товаром может выступать любой материальный объект или участие в каком-то проекте, использование инфопродукта, услуга - реклама на оговоренных заранее условиях.

Гив (Giveaway) - привлечение подписчиков на аккаунты под предлогом розыгрышей.

Спонсор (спикер) - блогер/магазин, оплачивающий участие в гиве.

Круговой гив - обмен аудиторией всех спонсоров друг с другом. Каждому участнику нужно подписываться на все подписки у своего блогера.

Лайктайм - механика, мотивирующая ставить лайки на посты.

Приход - количество пользователей в Инстаграм, подписавшихся на аккаунт с рекламы/гива за определенное количество времени.

Цена подписчика - стоимость одного подписавшегося пользователя блог в определенный период. Считается цена рекламы делить на приход.

Набор на рекламу - размещение информации о продаже рекламы в блоге, телеграм-чатах.

Заявка на рекламу - подготовленный шаблон, который рассылается по площадкам с целью покупки рекламы.

Обращение (рекомендация) - видео или текстовая сторис с основными тезисами рекламируемой площадки по ТЗ (с отметкой).

Тезисы - лаконичные фразы, передающие уникальное торговое предложение блога и/или включающие в себя рекламную подачу.

Стоп-лист - список тем, которые не подходят для рекламы в блоге.

Натив (нативная подача) - реклама, органично встроенная в контент, замаскированная.

Рекламные материалы - это макеты, тезисы, рекламная подача, техническое задание.

Свайп - движение пальцами, не отрывая их от экрана, для выполнения определенного действия. В рамках Инстаграм - это открытие другой страницы через ссылку в сторис.

Шапка профиля - блок текста, расположенный под аватаркой и названием профиля.

Баттл - эффективная активность для вовлечения и привлечения подписчиков. Проводится между несколькими блогерами одновременно. Они дают друг другу задания, выполняя их по очереди и постоянно отправляя подписчиков в блоги друг к другу, смотреть насколько хорошо его оппонент справился.

Дедлайн - крайний срок сдачи выполненной работы. Директ - личные сообщения в Инстаграм.

Гайд - письменное обучающее руководство на определенную тему.

Горячее место - ближайшая свободная дата рекламы у блогера, которую он продает срочно и с возможностью скидки.

ТГ - приложение Телеграм.

КАК НАЧАТЬ ВЕСТИ БЛОГ

Не знаю о чем писать. Как выбрать тему блога?

Существует три типа блогов в instagram:

Экспертные
Личные
2 в 1

ЭКСПЕРТНЫЙ блог подразумевает под собой познавательный, учебный, показательный контент. Тематика может быть любой, начиная от фитнеса, заканчивая блогом рабочего, который показывает, как делать ремонт дома самостоятельно. Чтобы вести такой блог нужно: быть экспертом в какой-то области, показать свои умения/знания, постоянно давать новую и полезную информацию по этой теме. Плюсы: хорошая продаваемость инфопродуктов по теме аккаунта, можно продавать свои услуги. Минусы-дорогое продвижение, ибо люди любят настоящую жизнь также, как и лайфхаки, допустим, плохой личный бренд, из-за чего плохой актив на рекламе блогов или коммерции.

ЛИЧНЫЙ блог направлен на блогера, как личность, что он ест, куда ходит, сколько детей и собак, как любит проводить время и что у него со второй половинкой. Плюсы данной модели в сильном личном бренде, что гарантирует хорошие приходы на всевозможные рекламы, значит хороший заработок. НО! Плохая продаваемость инфопродуктов, услуг и т.д.

2 в 1, эта модель наиболее популярная и рабочая. Совмещение личного и экспертного обеспечивает хорошие приходы на рекламу, а также продажу услуг/инфопродуктов, что удваивает заработок. Я веду блог 2 в 1, показывая свою жизнь, чувства и проблемы, а также экспертность в сфере фитнеса, заработка.

Определив, какой тип блога тебе нужен, переходи к вопросу **"О ЧЕМ БУДЕТ ТВОЙ БЛОГ"**. Для этого нужно выбрать 2-3 основные темы, на которые ты будешь писать посты.

СОВМЕЩАЙ СОВМЕЩАЕМОЕ

фитнес+бьюти

бьюти+материнство

материнство+заработок

заработок+путешествия

путешествия+жизнь не в СНГ

Если писать на тему секса, то говорить о том, как чинить кран-ну не очень, если на постоянной основе. Людям должно быть понятно, о чем твой блог.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ!

Напиши 10 тем, в которых ты разбираешься, составь между ними связь. Выбери 2 основные, и 1-2 дополнительные

КОНЦЕПЦИЯ

Чтобы быть интересным, полезным и читаемым, важно чётко понимать концепцию своего блога.

Я приведу пример:

ПЛОХАЯ КОНЦЕПЦИЯ: похудев на 20кг, я решила писать об этом. Люди же хотят худеть-значит будут подписываться, ещё у меня дочь милая, наверное, им будет интересно.

ХОРОШАЯ КОНЦЕПЦИЯ: у меня личный блог с экспертной частью, я знаю, как на доступном языке объяснить аудитории, как похудеть без вреда для здоровья и привести себя в хорошую форму. Моя главная цель и задача-можно заниматься собой 20 минут в день и иметь шикарное тело, чистое лицо и много энергии.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ!

Чтобы четко сформировать концепцию блога ответьте на эти вопросы:

1. О чем я пишу/рассказываю в блоге?
2. Почему должны подписаться именно на меня?
3. Чем я помогу подписчикам?

Теперь сформулируй концепцию и запиши её.

Оформление блога.

АВАТАРКА

Аватарка-главное фото профиля, оно должно быть четкое, интересное и отличительное от других. Обычное селфи с плохим светом, фото напротив храма не отличат вас от обычного личного аккаунта. Это может быть фото в полный рост, фото-портрет, селфи (качественное, интересное), фото фигуры.

ИМЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

Имя пользователя-это как ссылка на Ваш блог, оно должно быть запоминающимся, чаще всего коротким и уникальным. У меня ra.dionova, я такая одна, в отличии от всех фитнес-блогеров, которые подписываются с частичкой fit. Идеи, которые я для себя выделяю: все, связанное с фамилией или именем, можно переставить буквы и т.д., красивые слова на английском, короткие сочетания букв.

ИМЯ

Имя не так важно, но имеет значение, его видно, когда кликают на отметку, при поиске. Часто вижу, что во время рекламы ставят имя ОТ РИТЫ ПРИМУ СРАЗУ, не делайте так, когда человек кликает-ему нужно с первой строки понять,

О ЧЕМ ВЫ

Вариантов много: короткий слоган, интересное описание, выжимка с Вашей концепции, желательно добавить имя в конце или начале.

ШАПКА ПРОФИЛЯ

Правило 1. Меньше смайлов

Правило 2. Никому не интересно, сколько дней вы с парнем вместе, когда он ушел в армию, сколько у Вас собак (если не 40), как зовут детей.

Правило 3. Пишите только о том, что уже есть. БУДУЩИЙ МИЛЛИОНЕР, МАМА И ПРЕЗИДЕНТ- не говорят человеку не о чем, он должен подписать сейчас, а не через 5 лет.

Правило 4. Не пишите много, у меня всего 2 строчки, зато шапка работает отлично. Блогеры-миллионники уже вообще ушли от шапок, но им и подписчики в 2 рубля на голову не падают.

Правило 5. В шапке должно быть самое интересное, чтобы тебе самой захотелось подписаться на себя

Знаю, как накачать жопу



СЕКРЕТЫ СОЧНЫХ ягодц, о которых не говорят

Накачать жопу за месяц



накачала жопу КОЛГОТКАМИ

Мама-одиночка, работаю дома



заработала миллион, сидя дома

Расскажите в шапке, почему Вы полезны. Например, у меня бесплатный марафон, у кого-то чек-лист, а кто-то делает разборы

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ!

Напиши шапку профиля по критериям описанным выше

АКТУАЛЬНЫЕ ИСТОРИИ

Прошло время, когда актуальные истории оформляли смайликами или готовыми картинками с пабликов. НЕ ДЕЛАЙТЕ ТАК! Сейчас люди хотя посмотреть на реальную жизнь, да и посмотрится это лучше. Поставь картинки одинаково палитры, свои фото и эстетичные снимки

Instagram profile before the update. The bio is cluttered with emojis and lacks a clear structure. The profile picture is a woman in a blue dress.

183 Публикации 113 тыс. Подписчики 35 Подписки

Привет, я Рита
❤️ знаю, как похудеть
👉 большая жопа тут 👈
20 дней до дембеля 🤪

Редактировать профиль

Новое fire Мысли Му 2.0 Обзоры

До

Instagram profile after the update. The bio is clean, professional, and includes a call to action. The profile picture is a woman in a black top.

МАЛЫШКА С МОЗГАМИ 🧠

Стань лучше за 15 минут в день
Марафон «Преображение» в сторис 📌

Создаю @oh.oxugen
Реклама @pr.radiionova

Редактировать профиль

Новое fire Мысли Му 2.0 Обзоры

После

ЛЕНТА

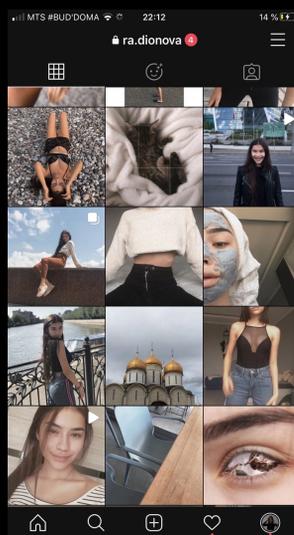
Вылизанные картинки и два цвета в палитре уже не актуально, даже студийные съемки лучше чередовать с обычными фотографиями. Людям не интересно смотреть на куклу, они хотят видеть человека с удачным снимком и без, с синяком под глазом и прыщиком.

Но гармоничная лента-это хорошо, когда снимки выглядят эстетично, не громоздко:

- Чередуйте фотографии. В полный рост/портрет/селфи/фигура/Деталь/пустое фото. Пустое фото-надпись на каком-то фоне, облака, да и просто фото с минимальным кол-вом акцентов.
- Не бойтесь смешивать цвета. Фото всегда можно кинуть в архив!
- Практикуйтесь, постоянно фотографируйте и пытайтесь сочетать фото между собой.



Лента в одних тонах, нет пустого пространства, выглядит дешево.



Живая лента, есть "пустые" фото, разные ракурсы и идеи снимков

Идеи для фото можно брать на ПИНТЕРЕСТ, в пабликах вк, ТГ, в самом instagram много аккаунтов с очень интересным и красивым визуалом

КАК ПИСАТЬ ПОСТЫ, КОТОРЫЕ БУДУТ ЧИТАТЬ

Правило 1. Актуальная фотография-залог успеха. Не забываем, что мы говорим про инст, тут все в первую очередь СМОТРЯТ, поэтому красивая, качественная фотография нужна, чтобы зацепить читателя. Под "актуальной" я также подразумеваю, что фото должно подходить под тему поста. По своему опыту скажу, людей отталкивает, когда пост о том, как накачать жопу, а фото-лица, или пост про контрацепцию, а фото с ребенком.

Правило 2. Завлекающий заголовок. По первой строчке должно быть понятно о чем текст, и почему его нужно прочесть. Это как рекламный слоган, если не интересный-люди и не купят, в данном случае не прочтут.

Правило 3. Абзацы. Разделенный на абзацы текст выигрывает в тысячу раз, он более понятен и привлекающий. Чтобы разделить текст, написанный в заметках, воспользуйтесь пустым символом, его можно найти в интернете. Также есть бот в ТГ, называется Text4InstaBot, туда вставляешь текст с отступами, а получаешь уже со вставленными пустыми знаками.

Правило 4. Вызови на контакт в конце или середине поста. Узнай было ли такое, понравилось ли, хотят ли продолжения, что еще интересно, как у них дела и что они делают в выходные.

Правило 5. Нужен ли пост? Узнай у зрителей заранее. Проведи опрос по теме, на которую хочешь написать пост, может твоей аудитории не интересно, как выйти замуж в Америке, например.

Правило 6. Расскажи о посте в сторис. Перед тем как ты выложишь пост-затронь эту тему. Например:

- Я написала пост о том, как сделать так, чтобы парень дарил цветы.
- Расскажу в сторис, что раньше мне не делали подарки, но я нашла фишку
- Фото цветов, теперь мне их дарят каждый день
- Кстати, вот пост с этой фишкой

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ!

составьте 15 тем для постов с привлекающими заголовками

ИДЕИ ДЛЯ СТОРИ. КАК СДЕЛАТЬ СТИКЕРЫ?

Сториз для блогера-главный способ взаимодействия с аудиторией, поэтому они должны быть:

А. Интересными. Никому не нравится смотреть, как ты проснулась, потом полежала, посмотрела в угол и уснула. Покажи, что ты активна, у тебя много идей и задач, вдохновляй.

В. Качественными. Картинка играет большую роль. Поэтому снимайте на хороший телефон, следите за звуком и добавляйте стикеры/гифки. Как сделать стикеры, я расскажу ниже.

С. Последовательными. Рассказывайте истории, не заканчивая, продолжайте на следующий день, вызывая интерес и, соответственно, увеличивая охваты.

СТИКЕРЫ И ГИФКИ.

Чтобы сделать стикеры, нужна программа Adobe Sketch. Создаем новый проект, убираем слой фона, выбираем нужную кисть, цвет и размер.

Гиф-классный и легкий способ украсить сториз. Их нужно искать в разделе стикеров, нажимаем на иконку GIF.

Мои любимые разделы:

kapebeans

mikyla

minimal

agiszerint

kinupos

tape

nmemoji

greendotori

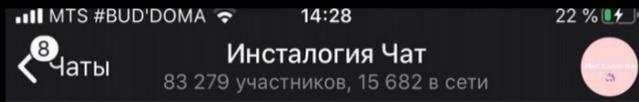
gladdest

vipapier

simple

ПРОДВИЖЕНИЕ В INSTAGRAM

Где покупать рекламу? Основная площадка для поиска блогеров, у кого взять рекламу-ЧАТ ИНСТАЛОГИИ. Чтобы найти, зайти в телеграм и вбей "инсталогия".



Есть бот, но лучше всего искать в самом чате, у меня есть секретный способ (только тссс):

1. Ищешь в инсте блоги с твоей ца
2. Вбиваешь имя пользователя в поисковую строку (уже в чате)
3. Смотришь, у кого зашла их реклама
4. Копируешь ссылку, смотришь другие отзывы на этого блогера. Так за 10 минут можно найти 30 рабочих площадок для рекламы.

Критерии площадки для рекламы: У блогера должно быть много хороших отзывов от активных страничек, указан охват в пиар-профиле. Теперь отправляем в директ свою подачу, предварительно поздоровавшись, а также макет, ждет ответ. Планируйте свой рекламный бюджет, не должна быть первая половина месяца пустая, а во второй все рекламы.

Как не наткнуться на мошенников?

Тщательно отбирай отзывы, если они от аккаунта, который ну явно НЕ ОЧЕНЬ, накрутка, не та ца не нужно брать. Обязательно согласуй охваты, если к моменту рекламы они будут намного ниже-прости повторную рекламу (1-2 макета) или частичный возврат.

СЕКРЕТ ПОДПИСЧИКА В 1-2 РУБЛЯ

Все дело в рекламной подаче. Блогеры месяцами не могут сделать идеальные тз и макеты, которые бы заходили, но их ошибка в том, что нужно продумывать стратегию, полноценную, а не тз и макеты отдельно.

ВИДЕО-МАКЕТЫ УЖЕ НЕ ЗАХОДЯТ

ТЕЗИСАМИ О ТОМ, ЧТО ТЫ НАКАЧАЛА ЖОПУ ЗА ПОЛ ГОДА НИКОГО НЕ УДИВИТЬ
ТЫ НЕ ОДНА ЖДЕШЬ ПАРНЯ С АРМИИ

Это был крик души, теперь-какая подача зайдет в наше время? Подводка, чаще всего это опрос. Она нужна для завлечения читателя, в подводке можно спросить АКТУАЛЬНО ЛИ ДЛЯ НЕГО ЧТО-ТО, сталкивался ли он с подобным. Далее идет макет, раскрывающий тему опроса. Лучше, чтобы это был скрин поста с кричащим заголовком и кликабельными подписями на нем. Рекомендация должна быть четко по тз, не нужно скидывать 5 страниц описания профиля, иначе блогер сделает на отвали. Нужно четко прописать текст, где ставить отметку и какие тз вынести в печатный формат. Макет, также скрин поста.

ГДЕ И КОМУ ПРОДАВАТЬ РЕКЛАМУ?

Сотрудничество с брендами. Условия сотрудничества с брендами отличаются от обычной рекламы: 1. Есть два типа: бартер, бартер с доплатой. Это зависит от охватов, кол-ва подписчиков и цены товара. 2. Заранее нужно согласовать: что будете делать, если товар не понравился/плохого качества. Обычно бренды сами находят рекламные площадки, так что писать по аккаунтам не нужно.

Какую цену ставить?

Продажа рекламы — один из основных способов заработка блогера, но как и где ее продавать?

ПИАР-АККАУНТ

Укажите свой пиар аккаунт в шапке профиля, так магазинам/блогерам будет удобнее. Выложите туда актуальную статистику, охваты и отзывы.

ОТБИРАЙТЕ БЛОГИ

Не нужно брать всех подряд, берите только блоги с продуманной подачей, хорошим оформлением. Задача не просто продать рекламу, а получить хороший отзыв.

ЦЕНА ЗА ПРИХОДЫ

Цена за рекламу складывается из двух факторов: охват и приходы. Совсем не важно, какое у Вас кол-во подписчиков. На хорошо оформленные блоги приход обычно 2-3 рубля, исходя из этого ставьте цену.

РАСПИСАНИЕ

Реклама каждый день быстро надоест аудитории, 10-12 реклам в месяц — самое то. Делай перерывы, чтобы аудитория отдыхала от реклам.

В пиар аккаунт будут поступать заявки на рекламу, но чтобы увеличить их число, нужно: 1. Оставлять объявление о наборе в ЧАТАХ 2. Получать хорошие отзывы, которые опять таки будут публиковаться в ЧАТАХ

Основной из них — ИНСТАЛОГИЯ, но есть еще много тех, что поменьше!

СОЗДАНИЕ ИНФОПРОДУКТОВ

Актуальные виды инфопродуктов в инст:

1. чек-лист, воркбук, гайд, электронная книга
2. Вебинар, видеоурок
3. Онлайн-курс
4. Информационное сопровождение

Что влияет на продажу инфопродуктов:

-Актуальные для ца блогера

-Личный бренд автора и его экспертность в данной теме

-Эксклюзивность информации

Важно не просто сделать, например, чек-лист, а также продумать прогрев, т.е. привлечение аудитории для покупки. Как правильно сделать прогрев? На это нужна примерно 1 неделя, необходимо “давить” на актуальность проблемы, показывать свою экспертность и т.д.

ЛИЧНЫЙ БРЕНД, КАК ЗАСТАВИТЬ СЕБЯ ЛЮБИТЬ

Личный бренд - это внешность, характер, компетенции, репутация, манера речи, убеждения, ценности, эмоции, которые вы вызываете. Одним словом все то, с чем вы ассоциируетесь у людей. Личный бренд может помогать, а может работать против Вас, если Вы известны людям, как ленивый, безответственный человек, то у Вас не будут покупать рекламу/инфопродукты.

Как развивать личный бренд:

1. Самоидентификация. Ваш зритель должен понять, о чем Вы думаете, как относить к материнскому капиталу и что цените в людях вокруг.
2. Показатель экспертности. Иногда нужно напоминать, что у Вас образование психолога, поэтому посты на эту тему-актуальны. Что Вы покорили уже 100 парней, знаете секрет, о котором говорите. Работали тренером, в банке, прошли курс, все что угодно.
3. Соответствие внешнего вида. Если блог о фитнесе-нужно показывать фигуру, не заплывшую жиром. Если блог о стиле, важно выглядеть актуально,
4. УТП-уникальное торговое предложение. Почему нужно подписаться/обратиться именно к Вам? Нужно транслировать: жизнь, экспертность, личный стиль.

ТОП БЛОГЕРОВ

Супер-мега подарок

Вам не придется искать площадки еще очень долго, я поделюсь секретом своих удачных реклам в 1-3 рубля.

Вот, у кого можно взять рекламу (моя ца 18-24):

since1545	
ulyakoroliova	rodifit
radistkaaa_ket	gu.ppi
maxdolinov	wow.dy
di.arrr	helga_volk_
yadomarova.a	poli.diaryfood
ksusha.zay	roma_shupeiko
pervicery	kreizerr
lyo.la	helgaspataki
ulyana.verner	_vlenv_
maama.olya	ndndnaaa
ann_sports	iditenaxyiplz
shultz_olga	_FILYAAAAAAAA69_
alii_lii	linaafood
pt.polly	elizaveta.blog
lisa.kokos	yuliamillkiss
lyola_live	nyusha.fit
pipsses.vi	rochetka
name.citati	vaksksik
inwglv	
kulinich_anya	