

РЕКЛАМА У БЛОГЕРОВ. КАК НЕ ВЫКИНУТЬ ДЕНЬГИ НА ВЕТЕР

Предположим, что вы созрели для того, чтобы встать на эту скользкую дорожку, но у кого купить рекламу?

Ставь и обязательно сохраняй пост - он тебе ещё пригодится.

Если вы беспокоитесь о своём рекламном бюджете, то предлагаю ознакомиться с критериями при выборе блогера:

Количество публикаций.

Если публикаций мало, то откройте самую первую и посмотрите, сколько лайков набралось. Реальный срок раскрутки может составлять от года до нескольких лет, при этом в аккаунте обычно прослеживается плавный рост лайков и улучшение качества контента.

Исключение: блогер давно ведет свою страницу, но по каким-то причинам удалил первые размещения.

Количество подписок.

Их не должно быть много, 500-800 это предел.

Частота ведения аккаунта.

Блогеры, которые заботятся об охвате, делают публикации хотя бы раз в один-два дня. (речь идёт и о сториз)

Качество контента.

Здесь важно смотреть не столько на эстетику, сколько на содержание. Блогеры, привлекающие реальную аудиторию, делают это во многом за счёт интересной и полезной информации в профиле.

Наличие рекламы.

Поищите, были ли в профиле рекламные посты, много ли их. Так же, отзывы о рекламе могут находиться в хайлатах блога.

Анализ комментариев.

Ответы на комментарии подписчиков.

Общаясь с подписчиками, блогеры повышают вовлечённость, но их ответы визуально увеличивают активность в профиле. Поэтому обязательно открывайте ветки комментариев и не берите в расчёт ответы блогера.

Накрутка комментариев.

Эмодзи, фразы «вау», «красиво», «у вас интересный профиль» оставляют как правило боты или коммерческие страницы. Они имеют место быть, но не в избытке.

Комментарии от одних и тех же людей.

Как правило их оставляют друзья блогера. Это показатель низкой вовлеченности аудитории.

Средний охват постов.

Он лежит в границах 30-40% (с хорошей лояльной аудиторией) и 20-30% (когда охваты немного хромают). Охват ниже 20% рассматривать не стоит.

Средний охват сториз.

При нормальном ведении аккаунта он в среднем равен 10-20% от числа подписчиков.

Соотношение лайков и подписчиков.

В идеале 10-15%. Но это большая редкость, заказчики стали более лояльны. Так что достаточно 5% лайков от числа подписчиков.

Брали ли вы рекламу у блогеров? Какими критериями пользовались? А на какие не обратили внимание и слили рекламный бюджет? Делитесь своим опытом в комментариях.