

РАЗВИЙ БРАНДА И
ПРОДАВАЙ ПОВЕЧЕ С
ИНФЛУЕНСЪРИ

Радостина Христова

Radostina

ВМЕСТО ВЪВЕДЕНИЕ

1. Погрижи се да изградиш бранд дори и сред малка таргет група
2. Потърси инфлуенсъри, с които заедно да растете
3. Не забравяй рекламата
4. Комуникацията на твоите продукти и услуги струва пари, ако не си готов да плащаш, не губи времето на агенция, PR, инфлуенсър, social media експерт или който и да било друг, зает да разказва за твоята дейност и да вълнува твоите потенциални клиенти



ТВОЯТ БРАНД И ИНФЛУЕНСЪРИТЕ



Ти заявяваш ценностите



Ти определяш ключовите послания



Ти избираш кой да говори от и в
името на твоя бранд



Но пак ти даваш и свободата как да
се случи с инфлуенсъри



**ИНФЛУЕНСЪРИ – СЪЗДАТЕЛИ НА СЪДЪРЖАНИЕ – ЛИДЕРИ
НА МНЕНИЕ – ИЗВЕСТНИ ЛИЧНОСТИ (CELEBRITIES)**

01

**НИКОЛЕТА
ЛОЗАНОВА**

02

?

03

**ЛЮБОМИР
АЛАМАНОВ**

04

БЕРБАТОВ | ЛЮБО КИРОВ | НИКИ ИЛИЕВ



КАК ДА ИЗПОЛЗВАШ ИНФЛУЕНСЪРИ И СЪЗДАТЕЛИ НА СЪДЪРЖАНИЕ ЗА ТВОЯ БРАНД

- Еднократно с няколко инфлуенсъри

Цел: за кратко време много хора да чуят за бранда или посланието (1 кампания)

- Редовно с 1 инфлуенсър / brand ambassador/

Цел: едно лице да се свързва с бранда ви и така да се възползвате от неговите позитиви

- Кампании по определени поводи

Цел: продажби по празници, ключови дати или промоции

- Създатели на съдържание за твоя бранд

Цел: снимки, видеа, текстове за сайта (онлайн магазина), социалните мрежи, за блога ви



ИЗБОР НА ИНФЛУЕНСЪРИ

По размер на профила



По канали



По съдържание и теми в
профила

Общност от инфлуенсъри
(избираш 1 и ползваш
приятелите му инфлуенсъри)

7 СЪВЕТА ПРИ РАБОТА С ИНФЛУЕНСЪРИ

1. Винаги наблюдавай инфлуенсъра
поне 10 дни, преди да го ангажираш

Какво и колко често публикува, какво
рекламира и какъв език използва

2. Формулирай ясен бриф

Опиши в официален мейл накратко за
компанията, бранда или продукта, какви са
целите и какво очакваш от инфлуенсъра,
сложи дати и типа съдържание

3. Уточни плащане и график на
публикации в договор

Повечето инфлуенсъри нямат фирми, трябва
граждански договор + начин на плащане; График
за публикациите е добре да се сложи в договора



4. Изисквай снимки и видеа предварително

За сторитата може и повече свобода

5. Подготви човек/екип в деня на публикациите

Понякога инфлуенсърът не може да отговори на всички въпроси, добре е да има професионалист от бранда на линия

6. Предварително уточни статистиките

Какви статистики и кога ще очакваш, напомни за резултати от сторита още преди 24-ия час

6 СЪВЕТА ПРИ РАБОТА С ИНФЛУЕНСЪРИ





ПЛАНИРАНЕ НА СЛЕДВАЩА КАМПАНИЯ



Микс от инфлуенсъри

Тези, които са се справили добре могат да продължат да работят

Избор на 1

Ако бюджетът не позволява повече, продължи с 1, но редовно

Избери нови

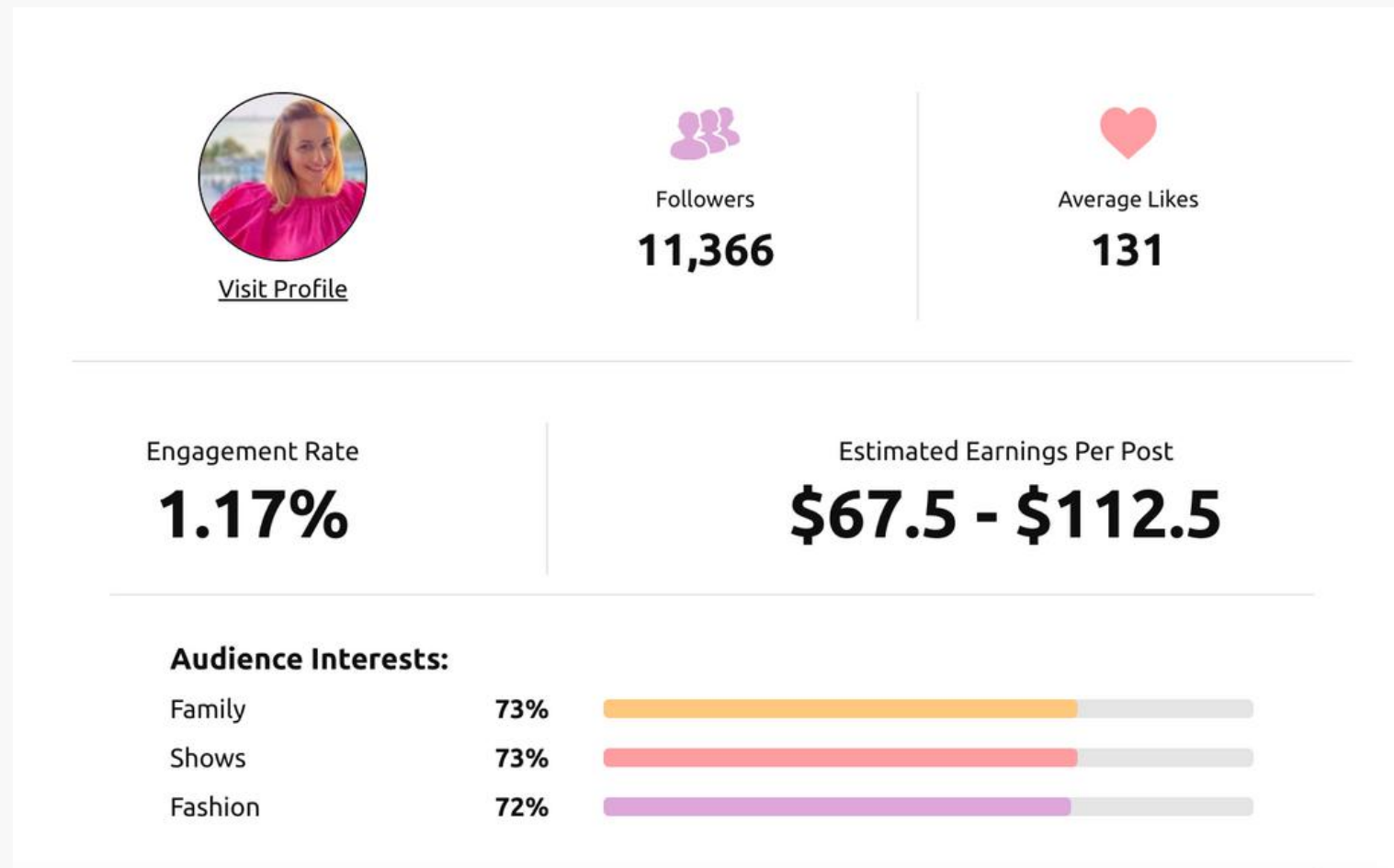
дДли заради резултати от предишните или заарди нужда от разнообразие, добавяне на нови винаги е добра идея



СРОК: ПОНЕ 6 МЕСЕЦА, МИНИМУМ 4 ПОСТОЯННИ ЛИЦА

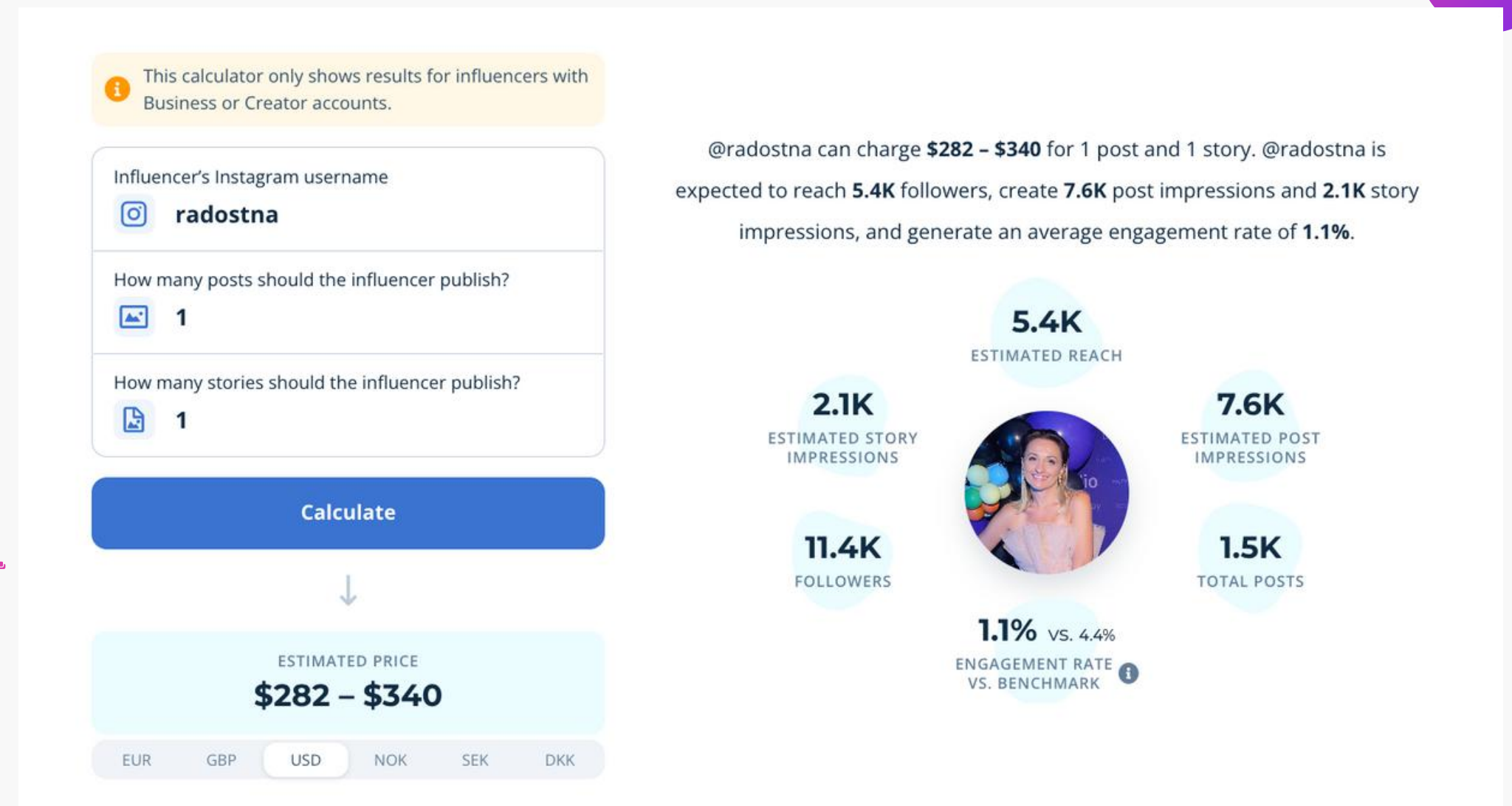


КОЛКО СТРУВА ДА РАБОТИШ С ИНФЛУЕНСЪРИ



[HTTPS://INFLUENCERMARKETINGHUB.COM/INSTAGRAM-MONEY-CALCULATOR/](https://influencermarketinghub.com/instagram-money-calculator/)

[HTTPS://INZPIRE.ME/INSTAGRAM-PRICING-CALCULATOR](https://inzpire.me/instagram-pricing-calculator)





КОЛКО СТРУВА ДА РАБОТИШ С ИНФЛУЕНСЪРИ



По техни
цени за пост

По твой
бюджет

Бартер



✦ ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Никога не тествай инфлуенсър еднократно
2. Планирай поне 3-6 месеца напред при работа с тях
3. Не спирай рекламата, докато работиш с инфлуенсъри, освен ако не искаш да измериш само тяхната ефективност, но дори и тогава е рисковано
4. Дори да избереш профил на човек с 1000 последователи, нека той изцяло пасва на ценностите и визията, която твойт бранд следва
5. Експериментирай с различни, но продължи с работещите
6. Промо кодове, игри и безплатни бонуси носят бързи резултати, но комуникацията трябва да се разнообразява
7. Ако не се увеличават посещенията в сайта/ магазина/, броя на последователите, няма харесвания или запитвания, продажби или друг тип активности, значи нещо не е както трябва.



Radostna

EMAIL

ME@RADOSTNA.COM

INSTAGRAM

@RADOSTNA

BLOG

MAMA.RADOSTNA.COM

MEDIA

INFLUENCERMEDIA.BG