



Специально для Digital Brand Day 2021
Иван Тулинов, директор по развитию Happy Monday

influencer marketing: сценарий развития 2021

ТОЧКА ЗРЕНИЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО АГЕНТСТВА

УСПЕХИ ОТДЕЛЬНО ВЗЯТОГО АГЕНТСТВА: 2020 VS. 2019



ЧИСЛО ПРОЕКТОВ



на 50%
больше



СРЕДНИЙ ЧЕК



на 50%
выше



РОСТ ВЫРУЧКИ



в 2,25 раза
год к году



ТРИ НАПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ УСТОЙЧИВОСТИ РАЗВИТИЯ



martech

№1 в категории
«биржи блогеров»

рейтинга «adindex
technology index»



масштаб

активированы
>1000 блогеров

в том числе >300 –
через проприетарную
платформу Influencer.ru



модель

от работы
на баинговом подряде

к выполнению всех типов задач
в канале для топ-клиентов
(CPG и розничные услуги)





2020

главные
уроки



2020: КАК ИЗМЕНИЛСЯ СПРОС В INFLUENCER MARKETING?



паника

остановка кампаний

снятие бюджетов

отказ от запусков
продуктов



адаптация

замена ценовых промо
призовыми

спрос на ситуативный
и недорогой креатив

кратное снижение чека
рекламной активации



новая норма!

сокращение горизонта
планирования

бюджетирование
«от бизнеса» и рост спроса
на CPA-инвентарь

возобновление трейд-промо
со смещением поддержки
в онлайн и social

2020: ПОЧЕМУ ЗАТРАТЫ НА КАНАЛ РАСТУТ ДАЖЕ В КРИЗИС? ▲

1

РОСТ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ИНВЕНТАРЯ

число авторов и проектов выросло
кратно на всех платформах

2

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ МЕДИАПЛАТФОРМ

от вспышек сверхновых звезд
до миллионных продаж на стримах

3

БОЛЬШЕ СЦЕНАРИЕВ КАМПАНИЙ С ДОКАЗАННОЙ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ

чем охватные продуктовые интеграции,
PR-поддержка или имиджевый креатив

4

ПРЕДЛОЖЕНИЕ БЫСТРО МЕНЯЕТСЯ ПОД НУЖДЫ ТОП-КЛИЕНТОВ

как и на любом не вполне
консолидированном рынке 😊

5

БУМ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ДЕНЕГ В ПРОДЮСЕРСКИХ ЦЕНТРАХ

востребованность новых лиц
и большего разнообразия «инвентаря»



2021

тренды
и прогнозы



ОТ МОНИТОРИНГА БЛОГЕРОВ К ПРЕДИКТИВНОЙ АНАЛИТИКЕ ▲

2019

объем и доля упоминаний,
характер сентимента

конъюнктура, направления
клиентских инвестиций



2020

анализ преимуществ
и недостатков IM-тактики

динамика затрат
конкурентов в канале



2021

realtime-аналитика
активности конкурентов
+

моделирование трендов
+

опережающее спрос
совершенствование
инвентаря и механик

СТРАТЕГИЯ: УСИЛИТСЯ ВАРИАТИВНОСТЬ ПОДХОДА

ВСЁ РЕЛЕВАНТНЕЕ И РЕЛЕВАНТНЕЕ

Прогрессивные клиенты разобрались со стратегией в канале. Масштаб и характер задачи, а не «вера» и прецедент определяют роль инфлюенсеров в кампаниях.

Данные – рулят, а скорость и число операций растет. Аналитические и исследовательские данные – musthave для бюджетирования, выбора персон и лучшей формы сотрудничества.

Прогноз:

Агентства усовершенствуют технологические инструменты и расширят ассортимент аналитических услуг.

Продюсерские центры увеличат число платформ присутствия (вкл. аудио, игры и мессенджеры), разнообразие жанров и форматов PGC, количество авторов и наполнение их контрактов



НОВЫЕ ЛИЦА КОММЕРЦИИ

ПРОДАЖИ – В ПРИОРИТЕТЕ

Клиенты хотят продавать онлайн при любой возможности!
Инфлюенсеры – хотят и могут это делать, особенно в рамках промо.

Прогноз:

Часть бюджетов трейд-маркетинга реаллоцируется с классического мерчендайзинга и BTL на сотрудничество с инфлюенсерами, интересное ритейлу.

Реферальную практику маркетплейсов и онлайн-сервисов переймут сначала ритейлеры, а затем и производители.

Теперь и в прямом эфире – продажи на стримах!

87%

пользователей признаются, что на их решение совершить покупку повлияли лидеры мнений*

29%

хотят, чтобы опыт выбора и покупки поглощал настолько, чтобы сам процесс был развлечением **

*Rakuten & Viga: 2019 Influencer Marketing Global Survey
** Global Web Index: Consumer trends for 2021

БРЕНД-АМБАССАДОРЫ НА ВЫРОСТ

ПОСТОЯНСТВО – В ЦЕНЕ

Бренды нацелены превратить инфлюенсеров в своих амбассадоров. Это выгодно!

Медиакомпаниям и love-брендам «проще» – амбассадорами становятся их талантливые сотрудники и харизматичные руководители.

Прогноз:

Бренды при помощи агентств и продюсеров будут «растить своих» амбассадоров, чтобы получить заведомо более релевантный контент, добиться большей лояльности аудитории,кратно улучшить ценовые условия и защититься от конкурентов.

Долгосрочные контракты – не только для знаменитостей или топ-экспертов!

49%

авторов заинтересованы в долгосрочном сотрудничестве*

50%

стоимости зависит от объема и сложности производства контента**

* https://www.iab.com/wp-content/uploads/2015/12/Crowdtap_TheStateofInfluencerMarketing.pdf

** <https://spark.ru/startup/polilog/blog/56249/kakim-budet-marketing-vliyaniya-v-2020-godu=>

НА ЧТО ЕЩЕ РАСТЁТ ТАКТИЧЕСКИЙ СПРОС?



Быстрый «искренний» креатив

ЭТО ПОЛНЫЙ ТИКТОК!

Короткие гиперэмоциональные видео,
в центре – позитивный личный опыт
инфлюенсера с продуктом

Мощная простая механика

НАЦИОНАЛЬНЫЕ Е-ПРОМО С БЛОГЕРАМИ

Продающие кампании с новыми звёздами
и ритейлерами/ маркетплейсами =
медиаподдержка 360* + упаковка + контент

Ultimate serial brandformance

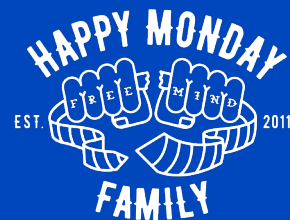
СПРЯМЛЕНИЕ ПУТИ К ПОКУПКЕ

Адресуемый продающий авторский
креатив во всех видеоформатах,
интеграция с RTCO/ DCO

Амбассадоры – со старта

ПРЕМИЯ – ТОЛЬКО ЗА НИЗКИЙ РИСК

Агентства талантов, школы лояльности,
CGI-персоны, фабрики идолов и другие способы
«выращивания своих, а не покупки готовых»



**ПРОБЛЕМЫ РЫНКА –
ЭТО ВОЗМОЖНОСТИ
ДЛЯ ЧАСТИ ИГРОКОВ**
