



ДЕНЬ
БРЕНДА

Influence to go 2025/2026

Формат 1

Вертикаль 1



Посевные РК и микро-авторы с ограниченным гео/тематикой/ЦА (HR в т.ч., открытие локальных тт, региональные акции, без привязки к федеративным) - закрытие узких задач по географии, с пониманием первичных утп - от найма персонала (курьеров через ВК или айтишников через ТГ-каналы) до открытия локальной торговой точки в Мытищах и/или Сызрани (все локальные группы от/до 1500 участников (от городских общих до “пабликов” в ЖК в геолокации района открытия).

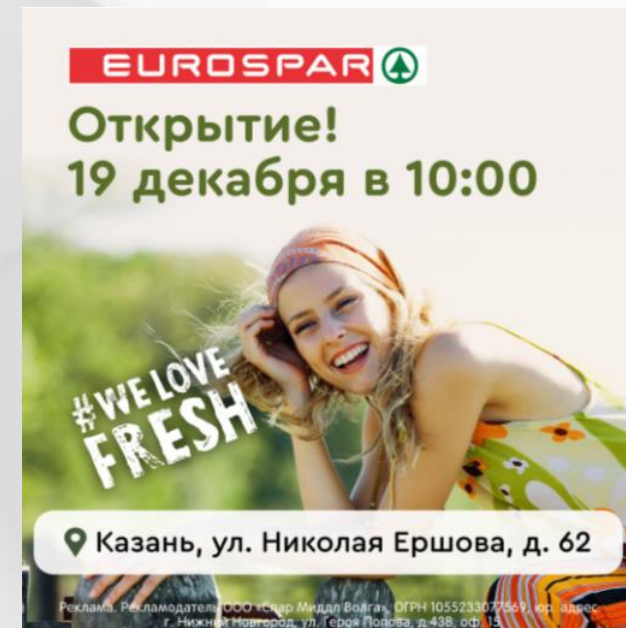
Кейс Eurospar



Локационные группы/районные группы по типу:

Подслушано Ивантеевка (промо на доставку по МО в период дачного сезона),

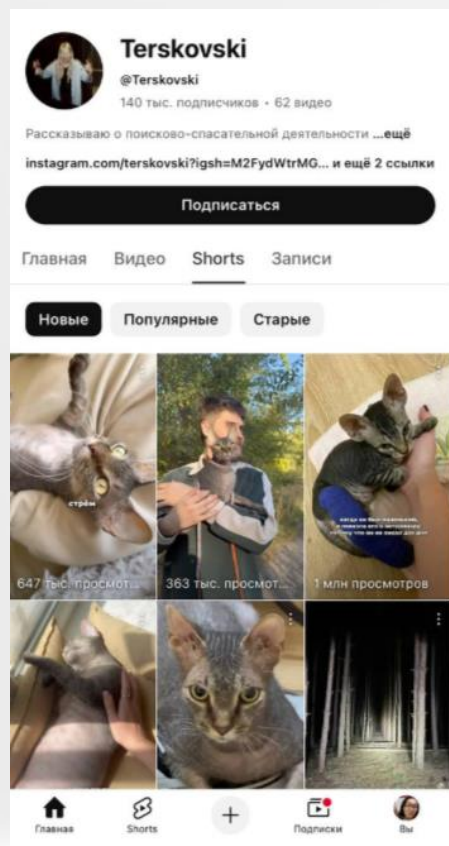
Соседи ЦАО, Наша Казань и пр.
(подсвет в районных сообществах при открытии новых торговых точек).



Вертикаль 2

Н Небольшие, средние, крупные авторы на разных площадках с кросс-постингом на несколько социальных сетей с одним и тем же контентом (вертикальный и горизонтальный форматы для видео, фото формат в единице или карусели).

Кейс Профи.ру



Вертикаль 3



Авторы UGC-контента, с/без выходом в их социальных сетях, с выкупом прав на использование контента для посевов/социальных сетей бренда/других площадок бренда.

Студенты МГИМО для Eurospar



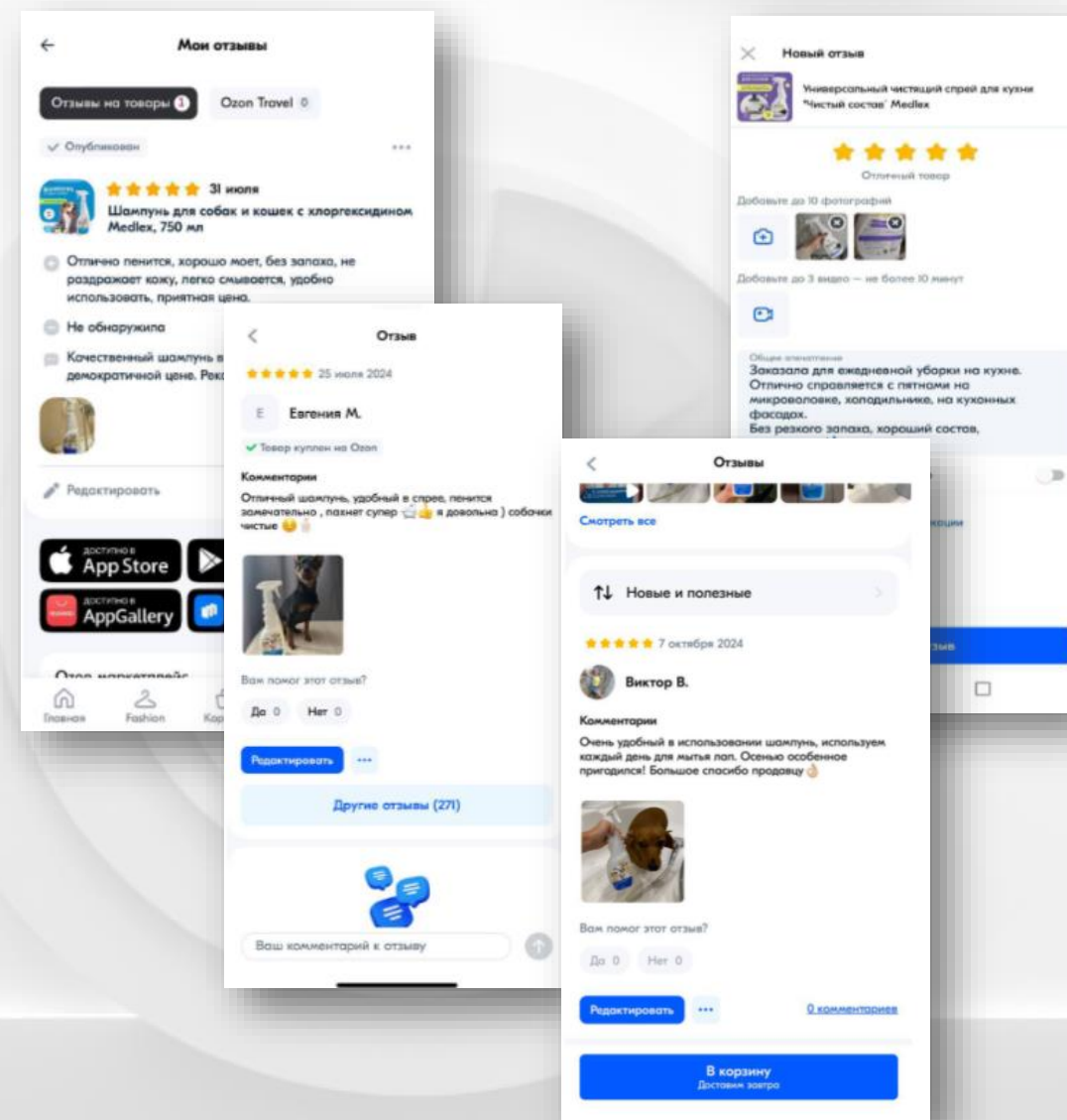


ДЕНЬ
БРЕНДА

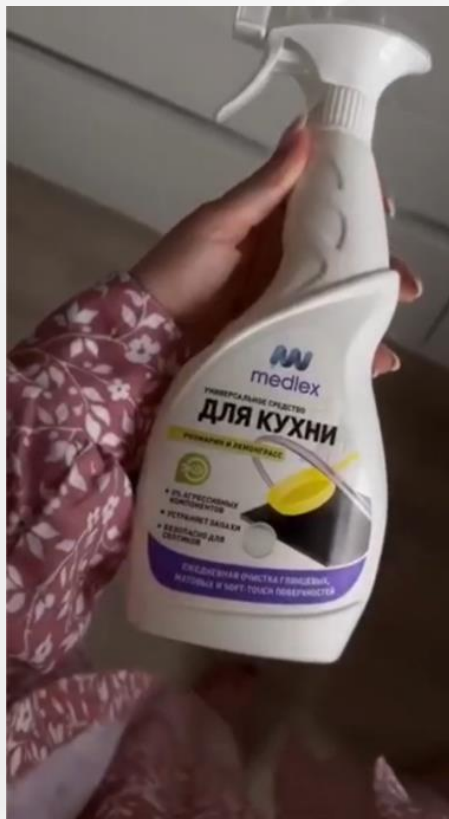
Influence с трафиком на маркетплейсы

Формат 2

- К**
- Классический формат интеграций с инфлюенсерами с ведением на отдельные карточки товаров на МП;
 - Дополнительный формат в виде отзывов (фото/видео и согласованный текстовый блок) для каждого инфлюенсера (интеграция = оставленный согласованный фото/видео отзыв с текстовым блоком)



Дополнительный формат в виде ugc-контента



К Комбинирование форматов вместе или поочередно (можно купить как статичную интеграцию, так и интеграцию с отзывом (без увеличения или с незначительным увеличением коста), так и интеграцию с выкупом контента (если он привлекателен/качественен/подходит под МП).



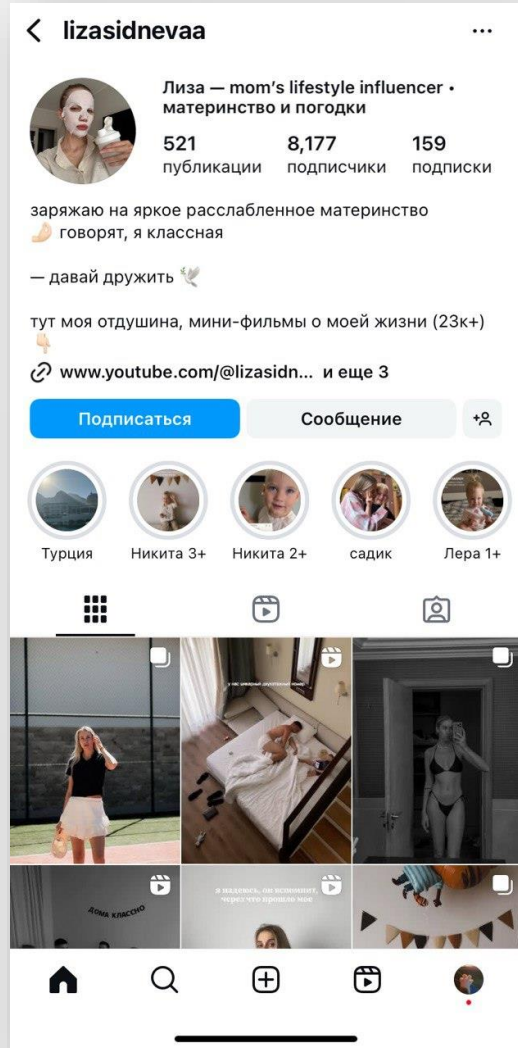


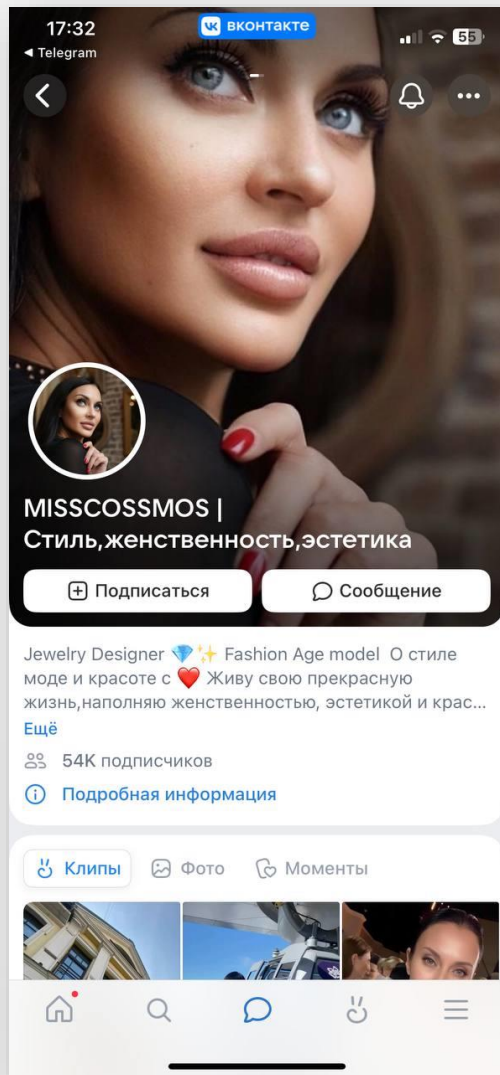
**ДЕНЬ
БРЕНДА**

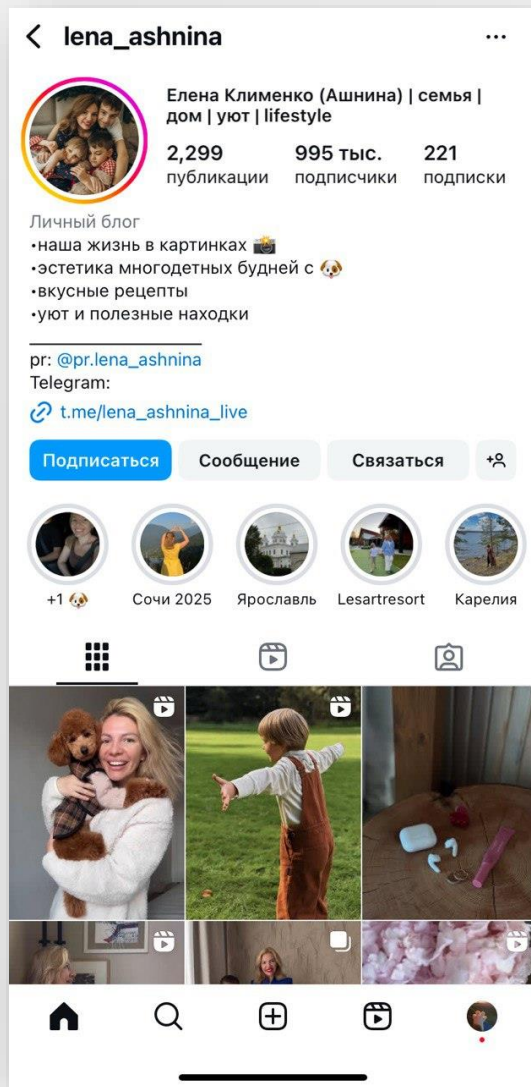
Запрещенка

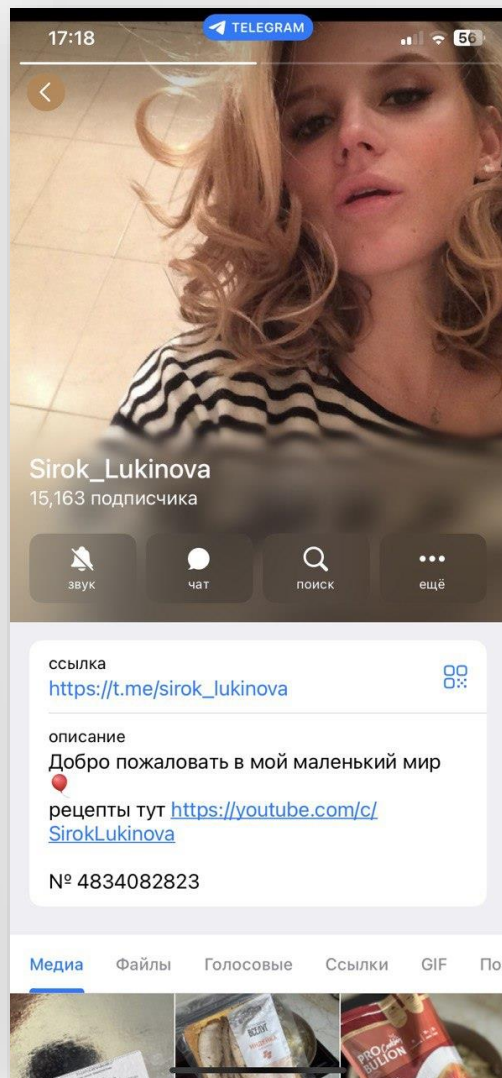
**...или те, кого нельзя называть... ЧТО ДЕЛАТЬ , Как обходить и что
сейчас (ПОКА) работает**

Формат 3









В

- всего отправок в рассылке 100 +
- конверсия средняя за 3 месяца в упоминания 78%
- охват нативных упоминаний 2 млн + просмотров
- прогнозная стоимость коммерции авторов, упомянувших рассылку - 2,5 млн рублей

RUSSBRENDA
АССОЦИАЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ФИРМЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК



ДЕНЬ
БРЕНДА

Adindex



H:P:A

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



Анна Иоспа

СЕО
АПУМ