

Принцип тройной эффективности контент-завода





Что важнее сегодня: сделать один идеальный ролик или построить систему упоминаний бренда в естественном контексте?



Выбираем то, что выбирают «свои»



68%

потребителей интересуются мнением других о товаре в интернет-пространстве¹



72%

потребителей доверяют положительным отзывам и рекомендациям и считают их более убедительными, чем контент от бренда²



Почему традиционный подход не решает задачу?

Разовое инфлюенсер-размещение

- 01 Ищем яркого автора - селебрити под один выход
- 02 Оцениваем потенциальный охват
- 03 Запускаем одну интеграцию
- 04 Получаем результат от одного ролика

Контент-завод

- 01 Собираем управляемую производственную сеть
- 02 Оцениваем качество, скорость, повторяемость и экономику
- 03 Выстраиваем серийную систему касаний
- 04 Получаем накопительный эффект контентного присутствия

Как обеспечить тотальное
присутствие бренда?



Как стать полноценной частью контентной ленты в социальных сетях **не перетрачивая бюджет?**

Как стать «своим»
для тысяч потенциальных клиентов?



новая единица планирования

Эффективность=охват×доверие×частота



№1 Эффективный охват — от 0,5% ЦА

Считаем по Mediascope: сколько людей нужного пола и возраста есть в интернете

Эффективный ОХВАТ

от 0,5%

рекомендуемый охват
блогера по ЦА категории

для аккаунтов до 250 тыс. подписчиков

- 01 Задаём критерии ЦА бренда
- 02 Получаем охват аудитории, соответствующей ЦА, в интернете
- 03 Рассчитываем необходимое число блогеров

Число блогеров = необходимый охват ЦА (0,5%) ÷
средний охват одного блогера

Пример выгрузки Mediascope

среднемесячный охват, февраль 2026: VK, Дзен, TikTok, Telegram, YouTube, с учётом пересечений

Категория	ЦА	Охват / мес.
Красота и здоровье	женщины 18–54	36,8 млн
Мода и стиль	женщины 18–44	27,0 млн
Еда и напитки	мужчины и женщины 18–54	71,2 млн

Расчёт для «Моды и стиля»

$27,0 \text{ млн} \times 0,5\% = 135 \text{ тыс.}$ — необходимый охват ЦА

$135 \text{ тыс.} \div 2,7 \text{ тыс. (средний охват блогера)} = 50 \text{ блогеров}$

№2 Доверие: аффинитивность от 130

Считаем по WholsBlogger: насколько ЦА сконцентрирована у блогера

Так это выглядит в WholsBlogger

224,6% = индекс 225 → выше порога 130

Блогер	Аффинитивность ЦА	Подписчики	Средний охват	ER	ERV Постов	Биография
 neiro_tarba Кристина Тарба о нейр...	224.6%	27.8k	2.1k	0.2%	2%	Каждый день готовые инструкции и промпты для фото, видео, ИИ-аватаров ■ 16 лет в бизнесе, 7 проектов: от универмага до завода ■ Внедряю нейросети в проекты 3 года Мой личный контакт: @trb_kristina 7180914957
 tarbakristina Кристина Тарба о личн... A+	224.6%	16k	473	< 0.1%	2.4%	■ 16 лет в бизнесе, 7 проектов ■ запускаю завод напитков на ваших глазах Внедряю нейросети в работу: @neiro_tarba Мой личный контакт @trb_kristina Ссылка на реестр РКН:...

от 130

рекомендуемая аффинитивность

ниже — риск попасть в непредсказуемую аудиторию

Как считается

доля ЦА в аудитории блогера ÷
доля ЦА в интернете × 100

Пример: 52% ЦА у блогера ÷ 40% в интернете × 100 = 130

Как читать

< 100

ЦА реже, чем в среднем

100–130

как в среднем

130+

ЦА сконцентрирована

№3 Эффективная частота касаний

У каждой категории свой пик: доля целевых действий в зависимости от количества постов

Еда и напитки (Delivery)

пик — 3 и 7 постов

макс. 12,6%



Мода и стиль

пик — 3 поста

макс. 15,2%



Маркетплейсы

пик — 2–3 поста

макс. 21,5%



Другие категории: Дом и семья — пик на 6 постах · Бизнес и финансы — 2–4 · Онлайн-сервисы — 2–5 · Развлечения — рост до 10



Особенности контент – завода Perfluence

01

Сеть релевантных
авторов

02

Контентная
архитектура

03

Сценарные и SKU-
матрицы

04

Серийное
производство

05

Дистрибуция через
аудитории авторов

05

Аналитика и
оптимизация

Кейс размещения Магнит

апрель

72

ролика в VK Клипах, TikTok и Дзене: 24
блогера × 3 касания

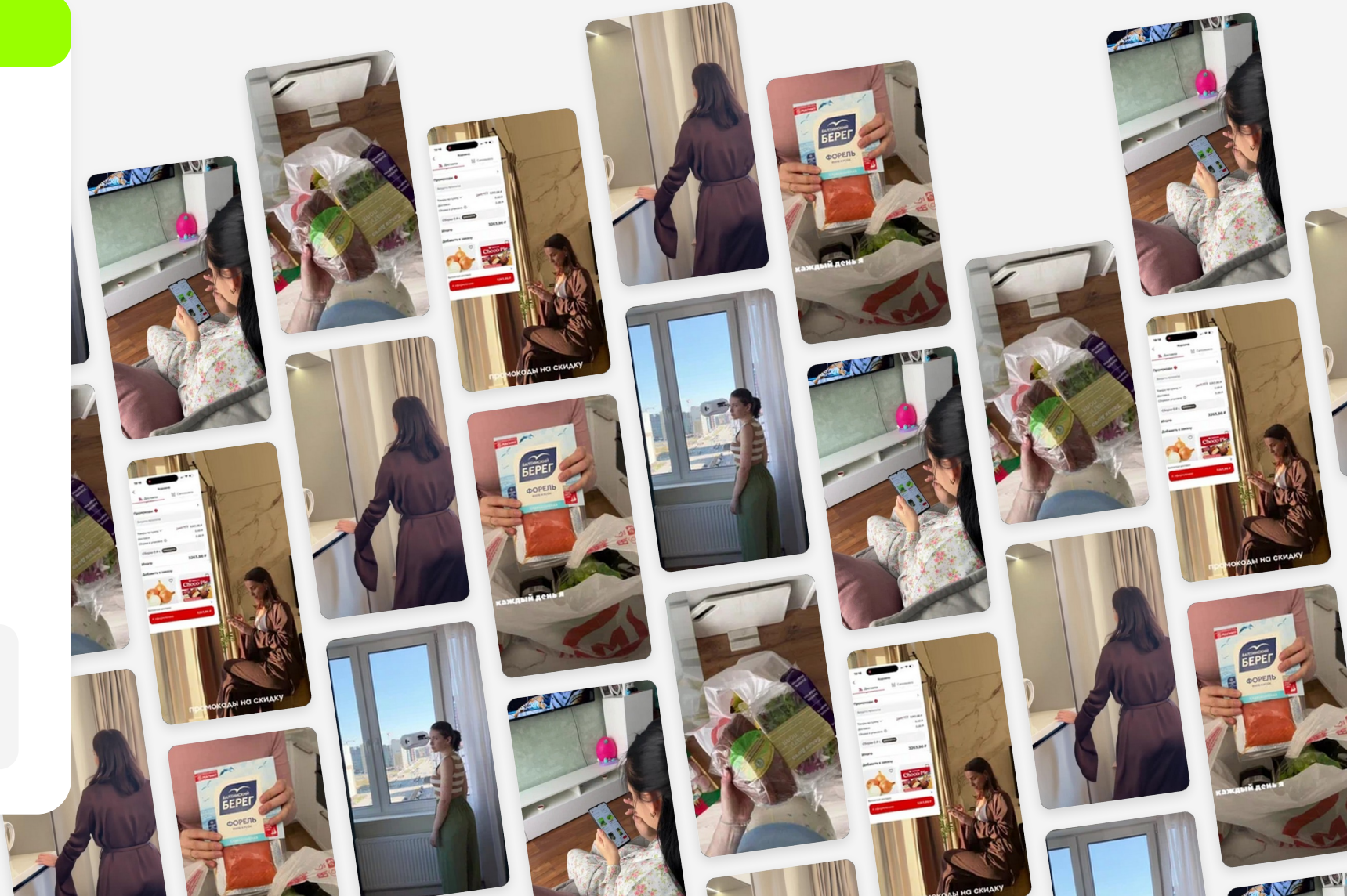
в 4 раза

перевыполнили план по просмотрам

0,21 ₽

CPV при плане не более 0,83 ₽

Задача: актуализировать сервис бренда
через сюжетный сторителлинг



Кейс размещения Zarina

ИЮНЬ—ИЮЛЬ

150+

роликов в VK Клипах, YouTube Shorts и
TikTok: 50 блогеров × 3 касания

в 1,4 раза

перевыполнили план по просмотрам

0,66 ₽

CPV — в 1,5 раза ниже плана

Задача: нативно показать разные
коллекции в видеоформате



Серийность ≠ конвейер

Бренд задаёт основу ролика, а подачу оставляет автору

Основа — задаёт бренд

одинаково в каждом ролике серии

- Роль касания в серии
- Крупный план товара
- Рациональный хук
- УТП продукта

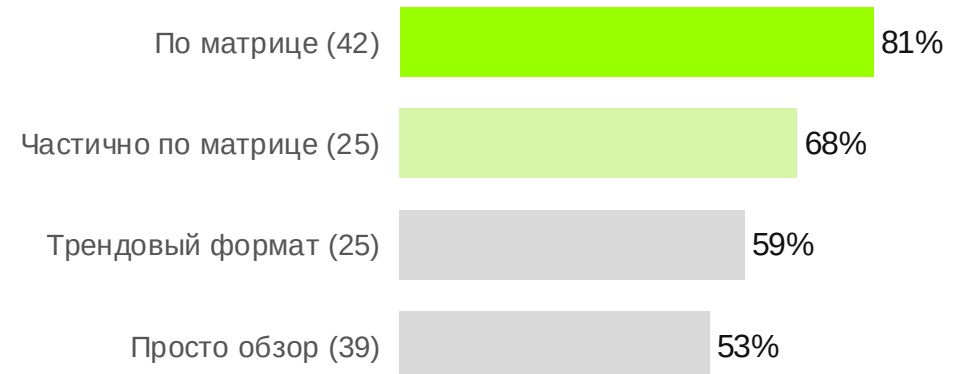
Подача — решает автор

у каждого блогера своя

- Сюжет и сценарий
- Интонация и юмор
- Тренды и хуки
- Свой стиль съёмки

Оценка роликов по формату подачи

общий критерий качества, в скобках — число касаний



Выводы

92%

Уникальность не теряется

качество съёмки и подачи у блогеров стабильно высокое

45%

Теряется механика

без основы хук, крупный план и УТП выпадают из ролика

+28,5

Основа усиливает креатив

балла у роликов по матрице против «просто обзора»

Как запустить контент-завод: 5 шагов

Доверие масштабируется не через одного большого автора, а через сеть точных микроавторов

01

Охват

Кого охватить?

от 0,5% ЦА на блогера

инструмент: Mediascope

02

Доверие

Кому из авторов верят?

аффинитивность
от 130

инструмент: WholsBlogger

03

Частота

Сколько касаний?

по пику
категории: fashion
— 3

инструмент: аналитика
Perfluencе

04

Серия

Зачем каждый ролик?

зацепить →
раскрыть →
дожать

инструмент: креативная
матрица

05

Контроль

Как не потерять идею?

крупный план,
хук, УТП до
выхода

инструмент: чек-лист +
фидбэк

Выводы

Платим за доверие, а не за известность

сеть микроавторов с аффинитивностью
130+ вместо одной звезды

Планируем касания, а не ролики

число блогеров и касаний считаем от ЦА
и пика категории

Качество закладываем до публикации

основа в матрице, чек-лист и фидбэк
после первого касания



Промышленная революция контента

это не про то, чтобы
заставить бренд
говорить громче



Промышленная революция контента

это про то, чтобы дать
бренду возможность
стать частью разговоров,
рекомендаций и
привычной ленты
аудитории



Спасибо за внимание!

Мария Шарашкина

Директор департамента реализации
рекламных продуктов Perfluence

