

Чек-лист для рекламного предложения

Прежде, чем принять решение по поводу рекламного сотрудничества, ответьте на следующие вопросы:

Как давно был прошлый рекламный пост? Когда запланирован следующий?

Больше 3 дней назад/вперёд

Меньше 3 дней назад/вперёд

Читатели терпеливы к рекламе и активно реагируют на неё при условии, что видят рекламные посты не слишком часто. Злоупотребление рекламными постами с большой вероятностью вызовет волну отписок и недовольства среди читателей. Рекламные посты стоит планировать заранее, оставляя между рекламными публикациями достаточное количество нерекламных, полезных постов.

Вы изучили продукт/блог, который нужно рекламировать?

Да, изучены отзывы и предыдущие рекламные публикации.

Нет, решение о публикации было принято сразу.

Прежде, чем соглашаться на рекламную публикацию, изучите продукт/блог/бренд, который предстоит рекламировать. Проанализируйте, кто из блогеров уже работал с этим рекламодателем. Почитайте отзывы о продукте и о сотрудничестве. Если никто из ваших лидеров мнений с этим брендом не работал или тем более отказался от сотрудничества, стоит уточнить детали и относиться к таким рекламным предложениям с особой осторожностью. Реклама некачественного продукта может плохо сказаться на репутации.

Сочетается ли предлагаемый продукт/бренд/блог с вашим личным брендом?

Да, рекламируемый продукт/бренд/блог входит в сферу моих интересов.

Нет, рекламируемый продукт совершенно из другой сферы.

Каждый пост в вашем инстаграм-аккаунте должен отвечать концепции вашего личного бренда. В том числе и рекламные посты. Например, если вы фитнес-тренер, который пишет о правильном питании, не стоит размещать пост с рекламой Макдональдса, потому что ваши читатели могут сделать вывод, что за деньги вы будете советовать им что угодно. Это может плохо сказаться на вашей репутации и на «силе» вашего личного бренда.

Интересен ли рекламируемый продукт/бренд/блог вашей аудитории?

Наверняка да, читателям будет интересна и полезна эта информация.

Не знаю, может быть, и нет.

Вы должны точно знать, что интересно вашей аудитории и планировать посты с учетом интересов читателей. Нерелевантные рекламные посты, скорее всего, покажут низкую вовлечённость, плохо скажутся на вашем имидже и дадут плохой «выхлоп» рекламодателю.