



Вкусные интеграции с блогерами

28 233

55 892

137 456



554

КТО МЫ



Кекс - это ваша команда по работе с блогерами



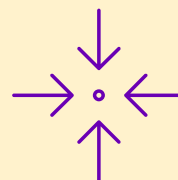
Креативность

Придумываем яркие идеи и разрабатываем стратегии



Подбор

Детальный подбор по ЦА и задачам, проверка блогеров



Интеграции

Предлагаем нестандартные форматы, организуем флешмобы



Профит

Добиваемся эффективности



ПОЧЕМУ МЫ

5520⁺

блогеров, с которыми мы работаем, продолжаем наращивать базу

12 тем

бьюти, дети/мамы, туризм, спорт, зож, бизнес, авто, питание, финансы, строительство и другое.

17

форматов интеграций у блогеров



ВКонтакте



YouTube



Telegram



TikTok



Яндекс.Дзен

● А также

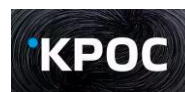
- Придумываем идеи и готовим концепции
- Делаем подробные отчеты
- Предлагаем стратегии достижения целей





НАШИ КЛИЕНТЫ

ИНТЕГРАЦИИ С БЛОГЕРАМИ





Наши услуги

- Разработка комплексных кампаний по работе с блогерами
- Организация и проведение блог-туров
- Работа с блогерами по бартеру
- Приглашение блогеров-спикеров на мероприятие
- Амбассадорство вашего бренда
- Продакшн (профессиональная видео- и фотосъемка, разработка посадочных страниц, графика и другое)





Победа – 75 2020

ЗАДАЧА

Разработать проект с блогерами, который позволит вовлечь и охватить большое количество людей.
Приобщить их к акции.
Создать событие.

РЕШЕНИЕ

Мы предложили 7 вариантов проектов с механиками к ним. Клиент утвердил 1 проект – поэтический флешмоб. Суть флешмоба – прочитать стихотворение на военную тему, предложить подписчикам подключиться к акции: публиковать видео со стихотворением и хештег. Проект поддержали более 1400 человек.

СМОТРЕТЬ

Участники

903 тыс.
Владимир Сычев

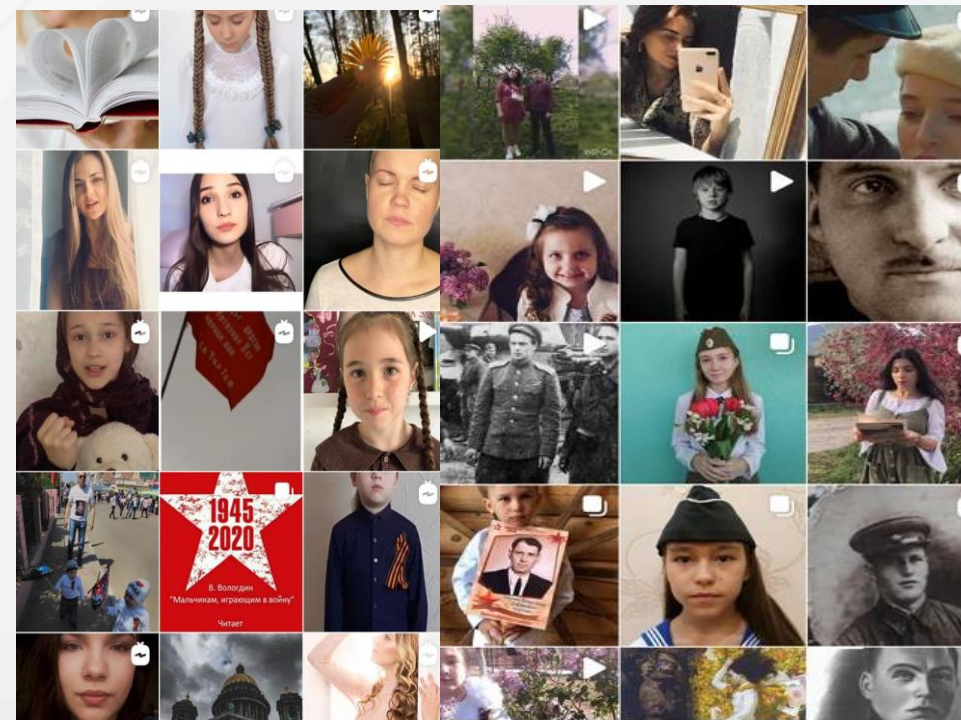
1 300 тыс.
Полина Максимова

1 100 тыс.
Анна Егоян

Результат:

12
БЛОГЕРОВ
ИНСТАГРАМ И ЮТУБ

1400 уч.
акции



КЕЙСЫ



XXIX Всемирная Зимняя Универсиада 2019 года

ЗАДАЧА

Проинформировать аудиторию из разных регионов России о предстоящей Зимней Универсиаде в г. Красноярске. Обеспечить выход не менее 3-х постов в соцсетях у каждого из 10 блогеров.

РЕШЕНИЕ

Пригласили блогеров из разных регионов России в блог-тур в Красноярск. В мероприятии приняли участие блогеры из Москвы, Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода, Екатеринбурга, Самары, Иваново

СМОТРЕТЬ

Участники

394 тыс.
Своим Ходом



394 тыс.
Маха Горячева



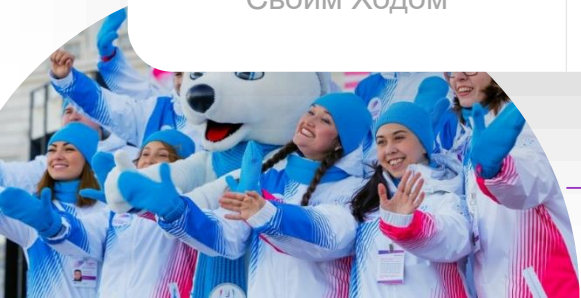
254 тыс.
Константин Сидорков

Результат:

175 ПУБЛИКАЦИЙ
1,1 млн. ОХВАТ ЦА



ИНТЕГРАЦИИ С БЛОГЕРАМИ





Федеральная розничная сеть

ЗАДАЧА

Проинформировать покупателей магазинов сети об акции, посвященной Дню знаний, побудить их принять участие в ней.

РЕШЕНИЕ

Для анонсирования акции мы сформировали идеальную команду из 7 блогеров с качественной аудиторией. Каждый из блогеров рассказал подписчикам личную и очень трогательную историю, связанную со школой и их отношением к ней.

Участники

430 тыс.

Андрей Клеверин

1,9 млн.

Доктор Анна Мама

1 млн.

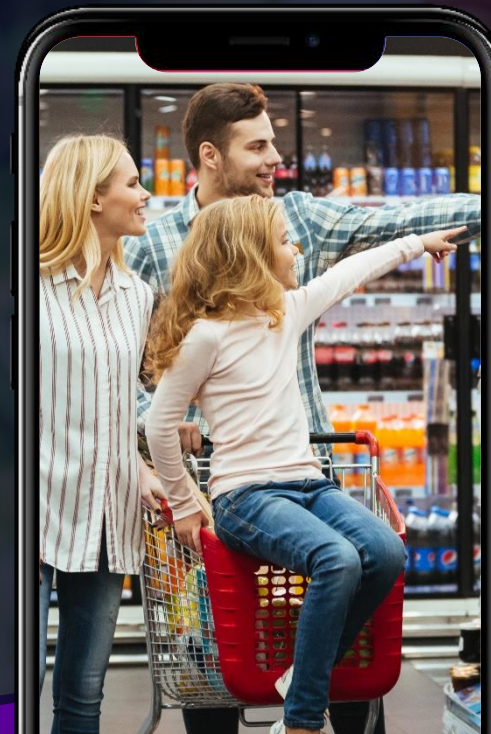
Istina Glagolova

Результат:

1,3 млн.
ПОКАЗОВ

1,0 млн.
ОХВАТ ЦА

100+ тыс.
ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ



КЕЙСЫ



Международный канал Olympic Channel

ЗАДАЧА

Обеспечить информационную поддержку выхода нового документального сериала о подготовке трех топ-гимнасток (из России, США и Китая) к Олимпийским играм 2020 в Токио и другим соревнованиям в течение года.

РЕШЕНИЕ

Сериал был приурочен, в том числе, к Чемпионату мира по спортивной гимнастике и направлен на популяризацию спорта среди молодежи и Олимпийского движения в целом.

Цель — переходы целевой аудитории на сайт канала и увеличение просмотров новых эпизодов.

Результат:

40

БЛОГЕРОВ INSTAGRAM
ОТ 7 ЛЕТ

1,5 млн.

ОХВАТ ЦА

КЕЙСЫ



Корм для животных Karму

ЗАДАЧА

Повысить узнаваемость бренда Karму с помощью публикаций у блогеров

РЕШЕНИЕ

Предложили бренду реализовать конкурс «Любовь- это...», в котором несколько блогеров призывают делиться своими историями встречи и жизни с животными.

Для участия в конкурсе подписчики блогеров должны были сделать публикацию, указать хештег бренда и подписаться на аккаунт бренда. Конкурс проходил на двух платформах – Instagram и TikTok

Результат:

15

БЛОГЕРОВ
INSTAGRAM
TIKTOK

1

МЛН.
ОХВАТ ЦА

191

УЧАСТНИК
КОНКУРСА





Ahmad Tea Постоянное присутствие

ЗАДАЧА

Сформировать пул лояльных блогеров для размещения публикаций в течение года. Согласовать и разместить контент у блогеров
Подготовить статистику по итогам размещения.

РЕШЕНИЕ

Для долгосрочной работы с брендом был сформирован широкий пул блогеров (более 150 вариантов блогеров). Важно было подобрать блогеров, которые действительно любят чай, которые смогут дать доверительную рекомендацию.

Каждый блогер делал от 2 до 6 публикаций за период сотрудничества на протяжении года. С блогерами не заключались договора об амбассадорстве, однако количество выходов и ограничения по упоминаниям других брендов позволяли считать этот формат таковым.

Участники

148 тыс.
Aliya_home

135 тыс.
SumrakovaJulya

204 тыс.
Tanya_Derzhits



Результат:

15
БЛОГЕРОВ

>1,5 млн.
ОХВАТ ЦА



Новые пользователи «Москарты» и карты «Мудрость» для МКБ

ЗАДАЧА

Привлечь новых клиентов банка МКБ среди молодежной аудитории и пенсионеров.

РЕШЕНИЕ

Для каждой из аудитории были подобраны свои каналы и форматы:
 Для молодежи – Tik Tok, Яндекс.Дзен, Instagram
 Для пенсионеров – ОК, VK, Telegram
 Проведена разъяснительная кампания среди блогеров по объяснению финансовых услуг.

10

блогеров

3 000 000

совокупный охват





Работа с блогерами-пациентами для компании BIOCAD

ЗАДАЧА

Рассказать о существовании приложения для больных рассеянным склерозом. Стимулировать переходы по ссылке. Рассказать о фильме для пациентов «Потеря тела» Две кампании

РЕШЕНИЕ

Сформировали подборку блогеров-пацентов, обсудили формат сотрудничества. Разработали бриф, согласовали размещение и контент с комплаенс компании. Опубликовали контент у 13 блогеров за 2 дня.

В рамках кампании по продвижению фильма «Потеря тела» разместили посты также у 13 блогеров

13

микроинфлюенсеров

Особенность проекта:

Полное отсутствие крупных блогеров в этом сегменте. Поскольку блогерами выступали пациенты, на момент согласования контента некоторые из них находились в больнице.





Тату салон Maze.Tattoo

ЗАДАЧА

Проинформировать целевую аудиторию о салоне Maze.Tattoo (м. Новокузнецкая) и его услугах. Необходимо было привлечь внимание аудитории к салону, так как в нем произошли большие изменения в связи со сменой владельца.

РЕШЕНИЕ

К участию в кампании были приглашены блогеры, которые хотели сделать ту или иную услугу в тату-салоне (БАРТЕР). Они фотографировали и снимали на видео процесс исполнения, а потом выкладывали в соцсети.

Участники



396 тыс.
Kiss Kate

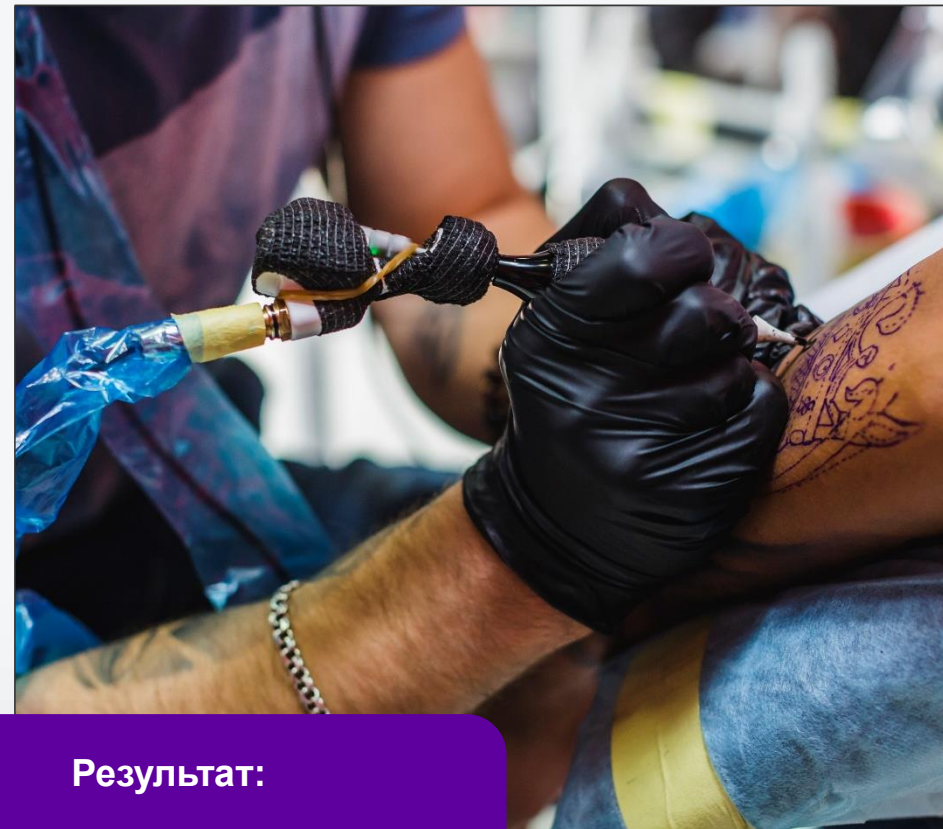
141 тыс.
Bambato

33 тыс.
T!na Eremchik

Результат:

5
БЛОГЕРОВ
ИНСТАГРАМ И ЮТУБ

350 тыс.
ОХВАТ ЦА





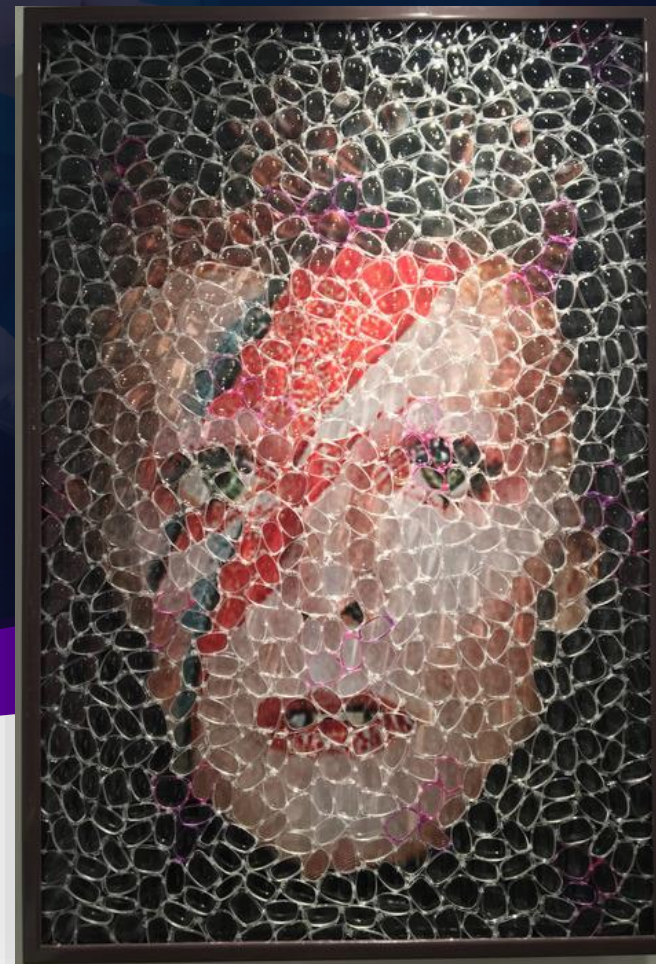
Открытая лекция известного американского художника в России

ЗАДАЧА

Привлечь участников на открытую лекцию художника Дэвида Датуны, работы которого почти всегда носят политический характер.

РЕШЕНИЕ

Созданы и наполнены официальные страницы в Facebook и Instagram, опубликован анонс мероприятия, осуществлена прямая трансляция с мероприятия в Facebook.





Бренд электронных сигарет

ЗАДАЧА

Сформировать пул курящих блогеров, которые будут готовы протестировать продукцию компании и дать обратную связь представителям компании.

РЕШЕНИЕ

Мы провели большую работу в части опроса блогеров и выявления их готовности к тестированию. Для тестирования необходимо было встретиться с представителем компании, прослушать информацию о бренде, и получить само курительное устройство. Через некоторое время представитель компании связывался с блогерами и уточнял результат тестирования.

Результаты

734

Блогера
опрошено

198

Блогеров предложено
заказчику

50

Блогеров вошли в пул и
протестировали продукт
Facebook и Instagram





Уровни оценки эффективности

Цели и задачи

Увеличить продажи

Проинформировать аудиторию

Улучшить имидж

Изменить сознание (сдвиг)

Возможные форматы

Серия интеграции

Серия интеграций, Флешмоб, марафон

Проект, конкурс

Серия интеграций, флешмоб, марафон, проект, конкурс

Варианты KPI

Охват, просмотры

Переходы на сайт клиента, установки приложения, использование промокода, покупка

Охват, просмотры, вовлеченность

Охват, вовлеченность, целевое действие

Как мы работаем



КЕКС – вкусные интеграции с блогерами!

vdon@keks-agency.ru
8 (495) 128 71 61

Свяжитесь с нами и мы сделаем вкусные интеграции для вас!



Форматы	Описание	Предлагаемый охват (за 1 нед.)	Характеристики	Стоимость за ед.	Количество за период 6 мес.	Стоимость за период
Тематические интеграции	Выход поста в Instagram, объединенный с кейсом, инфографикой, инфографикой.	1,2 - 1,6 млн	- 1 пост в IG на 1000 (или другие КМ по согласованию) - 10 постов в телеграмм-каналах	2450000	1	2450000
	Выход поста в блогерам, объединенный с кейсом, инфографикой, инфографикой, СД. Ссылкой ВК/ОД	1,5 - 2 млн.	- 1 пост в IG на 1000 (или другие КМ по согласованию) - 10 постов в телеграмм-каналах	2700000	1	2950000
	Латерский спонсоринг на YouTube	1,5 - 2 млн.	Ссылка (1 интеграционный день), монтаж, гонимый	250000		
Проекты	Плакаты на 80 шт	2,5 млн.	Дополнительные материалы	1550000	1	1350000
	Найти Вкусные Мар - дорожная карта для тех, кто хочет развиваться в теме	100 - 300 тыс.	Дорожная карта	3450000	1	3510000
	Блоггер	500 тыс.	Работа на видео с КМ, Делать и выкладывать контент	60000	1	1260000
Мероприятия	Пресс-конференция		Пресс-конференция (100 человек), Работа на мероприятии	1000000	2	2220000
	Работа на мероприятии		Работа на мероприятии	150000	3	900000
	Выходы в СМ и ТМ		Выходы в СМ и ТМ	100000	3	510000
Мегаджант проекта	Абонентская плата		Абонентская плата	50000	12	600000
ИТОГО				210000	6	1260000



ИНТЕГРАЦИИ С БЛОГЕРАМИ