

БЛОК-КОНФЕРЕНЦИЯ

Influencer Marketing day

ВЕДУЩИЕ

Александр

Кукса

Коммуникационное агентство SALO

Генеральный директор

СЕКЦИЯ

Как агентства по работе с блогерами обманывают бренды

ОПИСАНИЕ СЕКЦИИ

Какие документы и чек-листы нужно использовать при работе с блогерами, чтобы бренд получил нужный результат вместо головной боли и выстроил долгосрочные отношения с блогером.

Вопросы, которые хочется обсудить:

- Работа с блогерами в правовом русле: вызовы, угрозы, реальные документы
- Работа через агентство или “своими силами”
- Эффективность работы с блогерами: конверсия, ROI, как достигать результата, оценка результата в длительном периоде (реально ли?)
- Чек-лист при работе с блогерами: без чего лучше не начинать (статистика, кейсы, итп)
- Оценка стоимости работы с блогерами (метрики. стоимость контента, стоимость “имени блогера”). Например для рекламной кампании после.
- Какими данными можно оперировать при работе с блогерами

СПИКЕРЫ

Василий

Ящук

Players

Founder

Мутные воды работы с блогерами

**Илона
Рахманова**
Skyeng
Head of influence marketing

Микро, средние и крупные блогеры: с кем работать +
как не провалить второе размещение у блогера

**Ольга
Стукалова**
Коммуникационное агентство SALO
Исполнительный директор

Вы всё время про это забываете: что важно не упустить
при размещении у блогера (чек-лист)

**Кристина
Омельченко**
The Estée Lauder Companies
Earned Media Director

Influence Marketing в экосистеме бренда

- Бренд и его задачи
- Принципы работы и оценки эффективности
- Зачем нужно агентство?
- Перестройка процессов внутри компании
- Основные сложности и риски