



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Чек-лист по работе с инфлюенсерами для ресторанов

От поиска до анализа: максимизируйте отдачу от каждого сотрудничества

1. Подготовка

☐ Определите конкретные цели сотрудничества

Примеры: увеличение бронирований на 15% за месяц, повышение узнаваемости бренда на 20% в целевой аудитории, запуск нового блюда/меню.

☐ Установите бюджет на кампанию

Включите оплату инфлюенсеру (если не бартер), расходы на продукты/услуги для блогера, потенциальные затраты на продвижение контента блогера.

☐ Сформулируйте предложение для инфлюенсера

Что вы предлагаете (деньги, бартер, скидки)? Какие условия (количество постов, сторис, рилсов)? Какие ожидания от блогера?

2. Поиск и оценка инфлюенсера

Критерии поиска

География: инфлюенсер должен быть из вашего города или региона. Ниша: фуд-блогеры, лайфстайл-блогеры, местные гиды. Размер аудитории: микро- (1-10к), нано- (до 1к) или макро- (100к+) инфлюенсеры. Для ресторанов часто эффективнее микро- и нано-блогеры с высокой вовлеченностью локальной аудитории (источник: vc.ru).

Критерии оценки

Вовлеченность (ER): не менее 3-5% для Instagram (источник: Influencer Marketing Hub). Анализируйте качество комментариев: они должны быть осмысленными, а не спамом. Качество контента: эстетика, соответствие вашему бренду, оригинальность. Проверьте накрутки: используйте сервисы типа HypeAuditor или trendHERO для анализа аудитории.

Список вопросов для первого контакта

1. Какие у вас есть кейсы сотрудничества с ресторанами?
2. Какова демография вашей аудитории (гео, возраст, интересы)?
3. Какова средняя статистика по охватам и вовлеченности за последние 3-5 постов/сторис?
4. Какие форматы контента вы предлагаете?
5. Ваши расценки или условия бартера?

3. Бриф для блогера

Пункт брифа	Описание	Пример
Цель сотрудничества	Что вы хотите получить от кампании.	Привлечь 50 новых посетителей, проинформировать о новом меню.
Ожидаемый контент	Количество и формат публикаций (пост, сторис, рилс), ключевые сообщения.	1 пост с фото/видео, 3 сторис с отметкой, 1 рилс с обзором блюд.
Что показать/подчеркнуть	Особенности интерьера, конкретные блюда, атмосфера, уникальные предложения.	Обязательно показать блюдо 'Фирменный бургер', интерьер в стиле лофт, упомянуть о живой музыке по пятницам.
Что нельзя упоминать/показывать	Конкуренты, негативные аспекты, запрещенные темы.	Не упоминать другие рестораны в районе, не использовать ненормативную лексику.
Обязательные элементы	Хэштеги, отметки аккаунта, геометка, призывы к действию.	#ВашРесторан #РестораныГорода #ГастрономическийОпыт, @ваш_аккаунт, призыв 'Забронировать столик по ссылке в профиле'.
Сроки публикации	Дата и время публикации, срок согласования.	Публикация до 15:00 15.05.2024. Контент на согласование за 2 дня до публикации.
Примеры удачных/неудачных брифов	Удачный: конкретный, структурированный, с примерами. Неудачный: расплывчатый, без четких требований, с излишним контролем.	Удачный: 'Сделайте акцент на эмоциях от дегустации, покажите процесс подачи десерта'. Неудачный: 'Просто снимите что-нибудь про нас'.

4. Согласование и сотрудничество

☐ Заключите договор или соглашение

Обязательно пропишите условия оплаты/бартера, сроки, количество и формат контента, права на использование контента, ответственность сторон. Это защитит обе стороны.

☐ Контролируйте публикацию

Запросите контент на согласование до публикации. Проверьте соответствие брифу (хэштеги, отметки, ключевые сообщения). После публикации проверьте наличие и корректность.

☐ Предоставьте обратную связь

Поблагодарите инфлюенсера за работу. Если есть замечания, дайте конструктивную обратную связь для будущих сотрудничеств.

5. Анализ результатов

Метрики оценки эффективности

Охват (сколько уникальных пользователей увидели контент).
Вовлеченность (лайки, комментарии, репосты, сохранения).
Трафик (переходы по ссылке, если была).
Бронирования/заказы (используйте промокоды или опрос 'Откуда узнали о нас?'). Упоминания бренда (рост количества отметок после кампании).

Чек-лист для отчета блогера

1. Скриншоты статистики по охватам и просмотрам (для сторис и рилсов).
2. Количество лайков, комментариев, репостов, сохранений.
3. Количество кликов по ссылке (если была).
4. Демография аудитории, которая взаимодействовала с контентом (по возможности).

Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

