



**iab.**russia

# **INFLUENCER MARKETING**

СЛОВАРЬ

# ОГЛАВЛЕНИЕ

General.....	3
Advanced .....	9
Показатели эффективности.....	9
Рекламные размещения .....	11
Сегментация блогеров .....	13
Площадки .....	14

# General

**ASAP— (As Soon As Possible — как можно скорее, при первой возможности)**

- часто встречается в чатах, а также давно вошел в бизнес-коммуникацию.

**B2B** — термин «Бизнес для Бизнеса», определяющий работу бизнеса не на конечного потребителя, а на другой бизнес.

**B2C** — термин "Бизнес для Потребителя" определяет взаимодействие бизнеса с конечным потребителем.

**CTA (Call To Action)** — мотивирующий к действию текст, оформленный в виде кнопки или стимулирующей к действию/покупке фразы.

**Influencer Marketing (Маркетинг влияния)** — форма продвижения товаров и услуг через инфлюенсеров.

**Апдейт (от англ. update — обновление)** — обновленная версия документа, макета, файла.

Пример использования: высылаем апдейт предложения в соответствии с новыми вводными.

**Аппрув (от англ. to approve — одобрять)** — утверждение, согласование чего-либо.

Пример использования: Сценарии отправляем на аппрув клиенту.

**Апсейл (от англ. upsale)** — продажа дополнительного объема работ активному клиенту.

**Блогер** — это любой человек (даже виртуальный), который ведет онлайн-дневник (блог), регулярно делится новым контентом.

**Бот** — программа, имитирующая деятельность пользователя в интернете<sup>1</sup>.

**Бриф** — подробное описание целей и задач рекламной кампании, содержащее информацию о рекламируемом объекте.

**Верификация** — подтверждение подлинности чего-либо или кого-либо.

**Воронка продаж** — принятое на рынке схематическое описание принципа распределения клиентов от первого контакта до заключения сделки.

**География** — текущее местоположение пользователей или блогеров.

**Дедлайн** — дата или время, к которому должна быть выполнена задача. (Например: подготовлен ролик блогера)

**Заявка на подбор блогеров** — техническое задание с критериями отбора блогеров (целевая аудитория, размер бюджета, количество просмотров, подписчиков, пол, возраст, гео.) под задачу рекламного проекта.

**Инфлюенсер** — пользователь, имеющий обширную и лояльную аудиторию, блогер, публикации которого оказывают заметное влияние на подписчиков.

**Инфоповод** — событие, которое может вызвать интерес у публики и стать сообщением в интеграциях у блогера.

**Кейс** — реальный пример проекта с детализированной механикой и результатами; случай /ситуация на рынке, которые описаны с результатами.

**Конверсия** — коэффициент посетителей, выполнивших целевые действия (сделавших покупку, зарегистрировавшихся на сайте, оформивших подписку и т.д.) и общего числа посетителей.

---

<sup>1</sup> Также ботами называют аккаунты в соцсетях, создаваемые для накрутки подписчиков.

**Кросспостинг** — размещение одного и того же материала на разных ресурсах (блоги, форумы, социальные сети).

**Лендинг** — интернет-страница, куда в рамках рекламной кампании направляется трафик. Как правило, характеризуется одной узкой целью, которая находится ниже в воронке конверсий относительно перехода на сайт: подписка на рассылку, заявка на уточняющий звонок, покупка конкретного продукта и т.д.

**Лидер мнений** — человек/образ, чьё мнение для его окружения по какой-либо тематике имеет больший вес, чем мнение среднего представителя такого окружения.

**Лидогенерация** — процесс маркетинговой активности, целью которой является привлечение лидов (людей, рассматривающих возможность покупки) на ваш продукт, связанное с передачей контактных данных лидов для последующей коммуникации и/или оформления заявки на покупку.<sup>2</sup>

**Медиаплан** — стратегический документ, содержащий в себе описание планируемых к использованию рекламных каналов (например: YouTube, Instagram, TikTok и т.д.) в виде комбинации рекламных площадок (например: конкретные блогеры), форматов (например: пост, сториз, видео и т.д.), стоимости размещений, прогнозируемых показателей конверсий по возможной для трекинга части воронки продаж и итоговой прогнозируемой эффективности. Состав документа зависит от используемых каналов и принятых систем измерения и оплаты в рамках каждого из них.

**Мотивированный трафик** — трафик, где выполнение действий обязательно сопровождается получением (или шансом на получение) им заранее обозначенной материальной или нематериальной выгоды, которая является ключевой причиной для выполнения этого действия.<sup>3</sup>

---

2 В случае IM лидами выступает аудитория блогера/инфлюенсера/лидера мнений.

3 В случае IM к такому трафику можно отнести подписчиков, пришедших на страницы рекламодателей в рамках GiveAway кампаний.

**Немотивированный трафик** — трафик, где выполнение действий сподвигнуто рекламной коммуникацией и интересом к услуге/продукту. Не подразумевает гарантированное или вероятное получение какого-либо поощрения со стороны рекламодателя по факту выполнения действия.

**Неорганический трафик** — трафик, за привлечение которого рекламодателем были заплачены средства. Как правило, такой трафик имеет чёткую атрибуцию с источником коммерческого размещения.<sup>4</sup>

**Органический трафик** — это противоположность платному трафику, который определяет посещения, генерируемые платной рекламой.

**Парсинг** — процесс автоматического сбора информации по заданным критериям для поиска целевой аудитории или блогеров.

**Пересечение аудитории** — показатель, отражающий процент аудитории блогера, одновременно подписанный на другие каналы/аккаунты на этой же платформе.

**Подписчик** — пользователь, подписанный на аккаунт.

**Показ** — показ рекламного сообщения.

**Материальный мотиватор** — материальное побуждение к действию пользователей для принятия решения о выборе продукции или услуги и рациональности покупки (скидка, промокод).

**Нематериальный мотиватор** — нематериальное побуждение к действию пользователей для принятия решения о выборе продукции или услуги и рациональности покупки (обещание блогера).

---

<sup>4</sup> В случае IM таким трафиком является аудитория блогера, посещающая рекламодателя по факту проведения рекламной интеграции.

**Программа лояльности** — комплекс маркетинговых мероприятий для развития повторных продаж существующим клиентам в будущем, продажи им дополнительных товаров и услуг, продвижения корпоративных идей и ценностей, других видов потенциально прибыльного поведения.

**Пролонгация** — продление срока сотрудничества и рекламной кампании.

**Лайк (кнопка «Нравится»)** — функция в коммуникационном программном обеспечении, предназначенном для социальных сетей, блогов, интернет-форумов, сервисов социальных закладок, новостных сайтов, которая используется для выражения отношения пользователей к тому или иному контенту.

**Дизлайк** — опущенный вниз большой палец руки. Дословно — не нравится — прямая противоположность лайка, выражение неодобрения материалу или пользователю.

**Комментарий** — пояснения к тексту, рассуждения, замечания о чём-нибудь к посту или видео.

**Накрутка** — это способ искусственного увеличения каких-либо показателей социальных сервисов.

**Просмотр** — посетители, которые просматривали страницу (видео) более 15 секунд.

**Ретаргетинг** — технология показа рекламных сообщений, посредством которой реклама показывается тем пользователям, которые уже взаимодействовали ранее каким-либо образом с рекламным сообщением.

**Рекламная кампания** — целенаправленная система спланированных рекламных мероприятий, объединённых одной идеей и концепцией для достижения конкретной маркетинговой цели в рамках согласованной маркетинговой стратегии рекламодателя.

**Тестовая рекламная кампания** — первый запуск рекламной кампании, призванный получить аналитические данные для дальнейшей оптимизации.

**Тестовый бюджет** — первый пробный бюджет для запуска первой рекламной кампании, призванный получить аналитические данные для дальнейшей оптимизации.

**Техническое задание** — документ, в котором изложены требования заказчика к публикации.

**Трафик** — количество уникальных пользователей, перешедших по ссылке в публикации у блогера. Количество пользователей, просмотревших публикацию блогера.

**Трекингвая система** — система, позволяющая вести подсчет ключевых параметров публикации.

**Флайт** — один из периодов продолжительной рекламной кампании.

**Целевая аудитория** — термин, используемый в маркетинге или рекламе для обозначения группы людей, объединённых общими признаками<sup>5</sup> ради какой-либо цели или задачи. Главное свойство целевой аудитории с точки зрения рекламы — то, что именно эти люди с большей вероятностью купят продукт. Поэтому именно на эту группу лиц направлено рекламное сообщение и рекламные мероприятия.

**Целевое действие** — желаемое для рекламодателя действие пользователя / потенциального клиента, совершенное на сайте или в мобильном приложении Заказчика.

---

<sup>5</sup> Под общими признаками могут пониматься любые характеристики, требуемые организаторами (например, работающие замужние женщины от 25 до 35 лет, носящие очки).



# Advanced

## Показатели эффективности

**Brand awareness** — показатель осведомленности потенциальных потребителей о бренде.

**Brand favourability** — индекс предпочтения бренда относительно других.

**CPA/CPL/CPS/CPO (Cost Per Action/Cost Per Lead/Cost Per Sale/Cost Per Order)** — модель оплаты, при которой оплачиваются не показы или клики, а только определенные целевые действия, например, заявки, продажи, заказы. Сокращенно: всё разнообразие моделей закупки рекламы за действие обозначают как CPx.

**CPC (Cost Per Click)** — модель закупки рекламы, при которой рекламодатель платит за каждый клик, который привел пользователя на сайт.

**CPE (Cost Per Engagement)** — это метод оценки стоимости участия пользователя в рекламных активностях (взаимодействии с рекламным контентом), учитывающий определенное взаимодействие с брендированным контентом или целевую подписку на сообщество бренда.

**CPI (Cost Per Install)** — модель ценообразования, при которой оплата за размещение или эффективность размещения определяются исходя из стоимости одной установки приложения.

**CPM (Cost Per Mille)** — модель закупки рекламы по показателю, означающему стоимость 1000 показов рекламного сообщения.

**CTR** — соотношение количества кликов на рекламное сообщение к числу его показов, выраженное в процентах.

**CR** — процентное соотношение положительных результатов в любом процессе по сравнению с общими показателями за определённый период времени.

**CPV (Cost Per View)** — модель закупки видеорекламы, подразумевающая оплату за просмотры (при этом значение «просмотра» зависит от конкретного продавца. Чаще всего это просмотр до конца, однако может быть установлено и зачетное время в секундах, например, 30 сек., 10 сек. или 5 сек.)

**ER** — показатель уровня вовлеченности аудитории в активности кампании, измеряется в процентном соотношении действий к охвату.

**KPI (Key Performance Indicator)** — ключевой, измеримый показатель результативности рекламной кампании.<sup>6</sup>

**Первичные KPI** — ключевые количественные показатели кампании, проекта, на основании которых делаются выводы о достижении цели и эффективности проекта.

**Вторичные KPI** — вторичные качественные показатели кампании, проекта, на основании которых делаются выводы о достижении цели и эффективности проекта.

**Purchase** — факт совершения покупки товара, заказа услуги рекламодателя.

**Purchase intent** — прогнозируемая вероятность совершения первой, либо повторной покупки в ограниченный временной промежуток.

**Reach (Охват аудитории)** — количество представителей целевой аудитории, хотя бы один раз совершивших контакт с рекламным сообщением в рамках рекламной кампании.

---

<sup>6</sup> Примеры KPI: Reach > 2M, ROI 7d - 10% и т.д.

**ROI (Return On Investment)** — коэффициент возврата инвестиций.<sup>7</sup>

**VTR (View Through Rate)** — метрика, позволяющая оценить долю показов видеорекламы, которая привела к просмотру ролика (при этом значение «просмотра» зависит от конкретного селлера, чаще всего это просмотр до конца, просмотр 30 сек., 10 сек. или 5 сек.); служит для оценки вовлеченности пользователей и сравнения эффективности различных категорий таргетинга, либо различных креативов в рамках единой категории таргетинга; представляет собой отношения количества полученных просмотров к количеству показов.

**Тональность** — эмоциональный окрас в подаче информационного сообщения от бренда или инфлюенсера.

**Тональность комментариев** — количество эмоционального окраса текста комментариев.

## Рекламные размещения

**Content production + targeting ad** — производство уникального и качественного контента с блогером, соответствующее целям и задачам бренда с последующим таргетингом этого ролика на подписчиков блогера для обеспечения контакта с более заинтересованной аудиторией.

**Influencer targerting** — видеореклама с инфлюенсерами в Instagram или YouTube с последующим таргетингом. Здесь сочетаются плюсы трёх направлений — таргетинг, influencer-маркетинг и Paid Social.

**Mid-roll** — рекламная вставка таргетинга, influencer-маркетинга, которая показывается в процессе просмотра через заданный промежуток времени.

---

<sup>7</sup> Рассчитывается по формуле:  $(\text{доход} - \text{инвестиции на IM} / \text{инвестиции на IM}) * 100\%$ . Проект выходит на окупаемость при значении  $\text{ROI} > 100\%$ .

**Post (Пост)** — любая статья или запись на интернет-странице. Название «пост» произошло от английского «post», что в переводе на русский язык означает «размещать», «публиковать».

**Pre-roll** — рекламная вставка, которая загружается до начала запрошенного пользователем онлайн-видео и длится, как правило, до 30 секунд.

**Product placement (Продакт плейсмент)** — приём неявной (скрытой) рекламы, заключающийся в том, что реквизит, которым пользуется блогер в видео, имеет реальный коммерческий аналог. Может проявляться в демонстрации непосредственно самого рекламируемого продукта, его логотипа, а также упоминания продукта в положительном смысле.

**Нативная интеграция** — незаметная для пользователя реклама, которая воспринимается как часть естественного контента блогера.

**Офлайн реклама** — это комплекс мер по привлечению внимания целевой аудитории к бренду или продукту вне интернета. Сюда относятся маркетинговые способы продвижения (организация конференций, промо-акции, мастер-классы, курсы, публикации в СМИ), а также реклама — наружная, на телевидении, по радио, в прессе и прочая.

**Продюсирование** — менеджмент и продвижение продукта, блогера, проекта.

**Продюсирование блогеров** — продюсирование начинающих блогеров.

**Продюсирование шоу** — создание, менеджмент и стратегия развития шоу/программы/проекта.

**Рекламная вставка** — размещение заранее подготовленного контента (с участием лидера мнения или без) в контенте блогера.

**Создание новых продуктов** — процесс создания и вывода нового изделия или услуги на рынок.

**Создание новых продуктов для бренда** — коллаборация бренда и блогера, создание идеи продукта (например, курсы, эксклюзивный мерч), менеджмент проекта, производство контента, дистрибуция.

**Создание новых продуктов для инфлюенсера** — создание нового продукта блогером для увеличения монетизации аудитории. Включает в себя менеджмент проекта, производство контента, дистрибуцию.

**Спецпроект** — формат рекламы, в котором контент создается блогером специально для бренда в рамках определённой темы.

**Стандартный формат** — формат, зависящий от платформы, на которой он реализуется: Инстаграм - рекламная интеграция в формате фото в ленте или сториз - видео до 15 секунд; YouTube — рекламная вставка без дополнительной идеи и продакшена.

**Формат 24 часа** — рекламное размещение в формате сториз, которое доступно для аудитории в течение 24 часов.

**Эксклюзив** — создание видеоролика или серии видео по техническому заданию и под потребности клиента. Может быть размещено как на канале инфлюенсера, так и на канале бренда.

## Сегментация блогеров

**Сегментация блогеров** — это система градации блогеров на основе количества подписчиков.

**Наноблогеры** — блогеры с 10К - 50К подписчиков.

**Микроблогеры** — блогеры с 50К - 100К подписчиков.

**Миниблогеры** — блогеры с 100К - 500К подписчиков.

**Средние блогеры** — блогеры с 500К - 1МЛН подписчиков.

**Крупные блогеры** — блогеры с 1МЛН - 2МЛН подписчиков.

**ТОП-блогеры** — блогеры от 2МЛН подписчиков.

**Селебрити** — публичные личности, имеющие поклонников и последователей, но не обязательно занимающиеся блогерской деятельностью.<sup>8</sup>

## Площадки

**ОК** — одна из крупнейших социальных сетей в России и странах ближнего зарубежья, входит в холдинг Mail.Ru Group. Ежемесячная аудитория соцсети — 71 млн человек, которые общаются с друзьями и близкими с помощью различных сервисов: сообщений, голосовых и видеозвонков, открыток и стикеров.

**Яндекс.Дзен** — рекомендательная лента контента и платформа для блогеров, в рамках которой формируется лента публикаций, автоматически подстраиваемая под интересы пользователя.

Подбор публикаций осуществляется на основе анализа истории посещённых страниц, указанных пользователем предпочтений, местоположения, времени суток и других факторов.

**Clubhouse** — закрытая голосовая соцсеть, где пользователи могут общаться в виртуальных комнатах. Зарегистрироваться можно только по приглашению и только владельцам iPhone.

---

8 Например, Ксения Собчак, Сергей Шнуров.

**Facebook** — крупнейшая социальная сеть в мире и одноимённая компания (Facebook Inc.), владеющая ею, часто используемая для продвижения товаров или услуг компаний. Facebook предоставляет пользователям возможность оставлять отзывы, так как подписчики могут комментировать публикации, выставлять оценки страницам брендов, чтобы их могли видеть другие.

**Instagram (IG)** — приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей.

**Likee** — видео-приложение для смартфонов, которое позволяет создавать короткие видео. Является аналогом TikTok.

**Telegram (TG / ТГ)** — кроссплатформенный мессенджер, позволяющий обмениваться сообщениями и медиафайлами многих форматов.

**TikTok** — видеохостинг для создания коротких видео, принадлежащий пекинской компании «ByteDance».

**Twitch** — видеостриминговый сервис, специализирующийся на тематике компьютерных игр, в том числе трансляциях геймплея и киберспортивных турниров. Видео на платформе Twitch можно просматривать как в реальном времени, так и по запросу. Twitch принадлежит Twitch Interactive — дочерней компании Amazon.

**Twitter** — социальная сеть для публичного обмена сообщениями при помощи веб-интерфейса, SMS, средств мгновенного обмена сообщениями или сторонних программ-клиентов для пользователей интернета любого возраста. Публикация коротких заметок в формате блога получила название «микроблогинг».

**VK** — российская социальная сеть со штаб-квартирой в Санкт-Петербурге. Сеть позволяет пользователям отправлять друг другу сообщения, создавать собственные страницы и сообщества, обмениваться изображениями, тегами, аудио- и видеозаписями, играть в браузерные игры.

**YouTube** — видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки и показа видео. YouTube стал популярнейшим видеохостингом и вторым сайтом в мире по количеству посетителей.



# 0 IAB Russia

The Interactive Advertising Bureau (IAB) Russia

## **Ассоциация развития интерактивной рекламы**

входит в международную сеть ассоциации IAB, основная задача которой – рост и развитие рынка интерактивной рекламы. Отделения IAB успешно работают в 43 странах на 4 континентах.

## **Приоритетными направлениями деятельности The Interactive Advertising Bureau (IAB) Russia являются:**

- Образовательная деятельность;
- Работа над формированием индустриальных стандартов, гайдлайнов и глоссария;
- Проведение отраслевых мероприятий, включая MIXX Conference и MIXX Awards;
- Проведение исследований в области интернет рекламы с учетом имеющихся международных методологии и практик в этой сфере.

## Контакты:

127018, г. Москва, ул. Полковная, д.3, стр. 3, этаж 4.

телефон/факс: +7 (495) 662-39-88

email: [add@iabrus.ru](mailto:add@iabrus.ru)

[www.iabrus.ru](http://www.iabrus.ru)

# INFLUENCER MARKETING COMMITTEE

## **IAB Russia Influencer Marketing Glossary 2021**

Выпущен в рамках комитета по Influencer Marketing  
Председатель комитета по Influencer Marketing:  
Антон Петухов, Co-founder Woombat

**Февраль 2021**

