

Как подготовить и запустить рекламную кампанию в системе LabelUp

Руководство пользователя. Версия 3

Февраль 2016

Содержание

- [1. Общая информация. PRO-доступ](#)
 - [1.1 Возможности системы без PRO-доступа](#)
 - [1.2 PRO-доступ](#)
- [2. Создание рекламного задания](#)
 - [2.1 Название рекламной кампании](#)
 - [2.2 Формат задания](#)
 - [2.3 Пример комментария](#)
- [3. Выбор и поиск исполнителей](#)
 - [3.1 Выбрать исполнителей](#)
 - [3.2 Таргетировать исполнителей](#)
 - [3.3 Калькулятор](#)
 - [3.4 Запросить комментарий](#)
 - [3.5 Премодерация](#)
- [4. Время публикации](#)
- [5. Запуск рекламной кампании. Отмена запуска](#)
- [6. Модерация и завершение рекламной кампании](#)
 - [5.1 Модерация](#)
 - [5.2 Статус поста](#)
 - [5.3 Завершение](#)
- [7. Подбор исполнителей. Детали](#)
- [8. Отчет](#)
- [9. Пополнение счета. Промо-коды](#)
- [10. Заключение](#)

Общая информация. PRO-доступ

LabelUp — сервис для размещения нативной рекламы в Инстаграме.
А это — краткое и содержательное описание работы с сервисом.

Руководство будет полезно всем, кто собирается запустить рекламную кампанию с участием инстаграмеров.

1.1 Возможности системы без PRO-доступа

Если вы не планируете активно использовать LabelUp или хотели бы запустить пробную рекламную кампанию, то вы можете сделать это до покупки PRO-доступа. В открытой версии сервиса всем пользователям доступна информация о пяти первых аккаунтах в таргетируемом списке. Информация об остальных аккаунтах скрыта.

В открытой версии можно запустить одну рекламную кампанию на любое число исполнителей. Вы не сможете искать инстаграмеров по никнейму, сохранять аккаунты в избранное и писать сообщения популярным блогерам. Но настроить таргетинг, пополнить счет и запустить кампанию — можете. Подробнее в разделе [3.2 — Таргетировать исполнителей](#).

1.2 PRO-доступ

PRO-доступ дает возможность использовать полный функционал работы со списками Инстаграмеров. Доступно три тарифа: на неделю, месяц или три месяца. Стоимость тарифа на месяц или три месяца возвращаем кэшбеком на ваш счет.

PRO-доступ открывает дополнительные возможности системы:

- Полный доступ к базе инстаграмеров
- Поиск по никнейму
- Сохранение фильтров поиска
- Добавление аккаунта в «Избранные»
- Отправка сообщений популярным блогерам
- Запуск неограниченного числа рекламных кампаний

Купить PRO-доступ

PRO-доступ открывает дополнительные возможности системы:

- Полный доступ к базе инстаграмеров
- Поиск по никнейму
- Сохранение фильтров поиска
- Добавление аккаунта в «Избранные»
- Отправка сообщений популярным блогерам
- Запуск неограниченного числа рекламных кампаний

| | | |
|--|---|---|
| Купить PRO-доступ на неделю за 1000 ₺ | Купить PRO-доступ на месяц за 2000 ₺ | Купить PRO-доступ на 3 месяца за 3000 ₺ |
| Без кэшбэка | Возвращаем стоимость пакета на счет при оплате публикаций на 5000 рублей за 30 дней | Возвращаем стоимость пакета на счет при оплате публикаций на 15000 рублей за 3 месяца |

Как подключить

1. Для начала нужно проверить, хватает ли у вас средств для оплаты PRO-доступа. Баланс отображается в левом меню. При необходимости, пополните баланс в системе.
2. Перейдите в раздел «PRO-доступ» в левом меню. Купите один из трех вариантов — доступ на неделю, месяц или полгода.
3. В кабинете появится информация о сроке подключения и кэшбэке.

! Обратите внимание, что само по себе пополнение счета не подтверждает факт покупки платного доступа. Если выполнили баланс, обязательно перейдите в раздел «PRO-доступ» в левом меню, чтобы подключить один из тарифов.

Стоимость и кэшбэк

Чтобы вернуть кэшбэком стоимость платного доступа на месяц или полгода вам нужно запускать рекламные кампании и оплачивать публикации за определенный период. Кэшбэка нет при покупке доступа на неделю.

- PRO-доступ на неделю — 1000 рублей, без кэшбека.
- PRO-доступ на месяц — 2000 рублей, возвращаем стоимость пакета на счет при оплате публикаций на 5000 рублей за 30 дней.
- PRO-доступ на три месяца — 3000 рублей, возвращаем стоимость пакета на счет при оплате публикаций на 15000 рублей за три месяца.

Информация о подключенном тарифе и кэшбэке всегда доступна в разделе PRO-доступ:

Текущее состояние PRO-доступа

Подключен **PRO-доступ на месяц** действует с **19.01.2016** до **18.02.2016**

Кэшбэк зачислен на баланс 19.01.2016

Если что-то пошло не так — пишите на support@labelup.ru или звоните на 8 800 500-69-96

2

Создание рекламного задания

Чтобы начать нажмите кнопку «+Создать кампанию» в левом меню личного кабинета. Откроется форма создания кампании.

Кампании / Создание рекламной кампании

★ Название рекламной кампании

Название [?](#)

🔗 Создание рекламного задания

Социальная сеть Instagram

Формат задания [?](#) Размещение поста Легкое задание Сложное задание Бартер/конкурс

Тип поста Изображение Видео

Изображения [?](#) Вы можете загрузить до 5 изображений, каждый размером не больше 5 мегабайт.

Текст подписи публикаций [?](#) При необходимости использовать в тексте #хэштеги и @меншены

Адаптировать комментарий под подписчиков [?](#)

Размещение поста — тип задания, когда исполнители публикуют готовые фотографии в своих лентах социальной сети.

Пример задания:
Текст подписи: "Сегодня узнал о новом сервисе #labelup, где можно зарабатывать на собственных фотографиях в инстаграм @labelup.ru!"
Хэштеги: #labelup
Мэншены: @labelup.ru

Разберем каждый пункт создания подробнее:

2.1 Название рекламной кампании

★ Название рекламной кампании

Название [?](#)

Название рекламной кампании увидят модераторы и исполнители. Назовите ее максимально просто и понятно. Можете использовать название своего продукта или акции, которую собираетесь продвигать.

Не очень

Хорошо

Для маленьких блогеров

Акция «Весна в парфюмерном»

Тестовая кампания 4

Газировка Fefsi за репост

Видос репост


Трейлер фильма «Российский дрифт»

2.2 Формат задания


Формат задания  Размещение поста Легкое задание Сложное задание

Формат задания = уровень сложности. От выбранного формата зависит не только содержание задания, но и цена, за которую инстаграмеры опубликуют рекламные посты. Подробная информация о каждом формате появляется в поле справа. Выбирать можно из трех форматов:

- Размещение поста

Формат задания  Размещение поста Легкое задание Сложное задание

Тип поста  Изображение  Видео

Изображения   Вы можете загрузить до 5 изображений, каждый размером не больше 5 мегабайт.

Размещение поста — предложите инстаграмерам опубликовать готовые фотографии. Прикрепляйте к заданию до 5 готовых фото до 5 мегабайт каждое или один видеоролик в формате .mp4 или .mov. Размер ролика не должен превышать 35 мегабайт.

(!) Какие фотографии использовать для публикации?

Лайфстайловые снимки в нативном посте выглядят лучше, чем студийная съемка на белом фоне с огромным логотипом в углу. Не используйте для рекламы в инстаграме баннерные промо-картинки.

- Легкое задание

Формат задания  Размещение поста Легкое задание Сложное задание Бартер/конкурс

Тип поста  Изображение  Видео

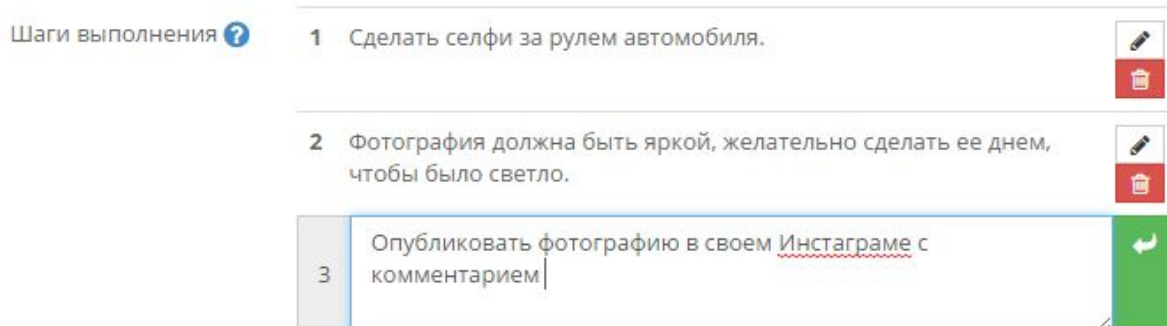
Шаги выполнения 

1 

Легкое задание — инстаграмеры делают фото (скриншот, репост) или видео по вашей инструкции. Если фотографировать надо в заведении или на мероприятии, то выбирайте «Сложное задание». Не стоит хитрить и выдавать сложное задание за легкое. Даже если модератор одобрит такую кампанию, многие инстаграмеры не согласятся в ней участвовать.

Как описать задание?

1. Определите, что должен снять исполнитель: фотографию или короткое видео. Описывать задание нужно по шагам.
2. Подробно опишите шаги выполнения (инструкцию). Каждый шаг сохраняйте зеленой кнопкой или нажатием «Enter» на клавиатуре. Если захотелось что-то поменять, можете отредактировать любой шаг.



(!) Перед запуском рекламной кампании внимательно прочитайте описание задания, которое предлагаете инстаграмерам. Если задание сформулировано слишком сложно и запутано, многие исполнители его проигнорируют. Если задание написано простым и доброжелательным языком, то и отклик на него будет лучше.

Не правильно

Сфотографируй свою тачку

Сфотографируйтесь голым в зеркале

Правильно

Сфотографируйтесь за рулем машины, в салоне или на фоне автомобиля. Фотография должна быть яркой и красивой. Будем благодарны за креативность.

Сфотографируйтесь в зеркале. Если не стесняетесь, то

сфотографируйтесь в нижнем белье или вообще без одежды.

- Сложное задание

Сложное задание — инстаграмеры должны посетить заведение, мероприятие или промо-акцию. В нужном месте они сделают фото или видео по вашей инструкции. Как правильно составить инструкцию? Смотрите описание «Легкого задания» выше, правила те же.

Шаги выполнения ?

1 Приехать на выставку автомобилей «Калина», 19 ноября 2015, с 19 до 22 часов. Адрес — Большая Трасса, 19Д. Подробности на сайте www.labelup.ru

2 На ресепшене сообщить, что вы участник рекламной кампании «Российский дрифт».

3

Профессиональный фотограф сделает

(!) Для коммуникации с инстаграмером не забывайте указывать адрес, время, контакты ответственного человека.

2.3 Пример комментария

Текст подписи публикаций ?

При необходимости использовать в тексте #хэштеги и @меншены

Адаптировать комментарий под подписчиков ?

В этом поле нужно ввести текст комментария, который инстаграмер опубликует под фото. Если нужно, чтобы скопировали ваш текст слово-в-слово, то уберите галочку из чек-бокса «Адаптировать комментарий под подписчиков».

Мы рекомендуем писать пример комментария и позволять инстаграмерам адаптировать текст под своих подписчиков. Это помогает сделать более нативный рекламный пост. В любом случае, постарайтесь написать живой текст, похожий на естественную человеческую речь, без рекламных штампов.

Текст подписи публикаций ?

При необходимости использовать в тексте #хэштеги и @меншены

Друзья, побывал на предпремьерном показе фильма #российскийдрифт на выставке @kalina, это просто бомбически круто! Хочу еще раз посмотреть в кино, кто со мной?

Хештеги: #российскийдр...

Меншены: @kalina

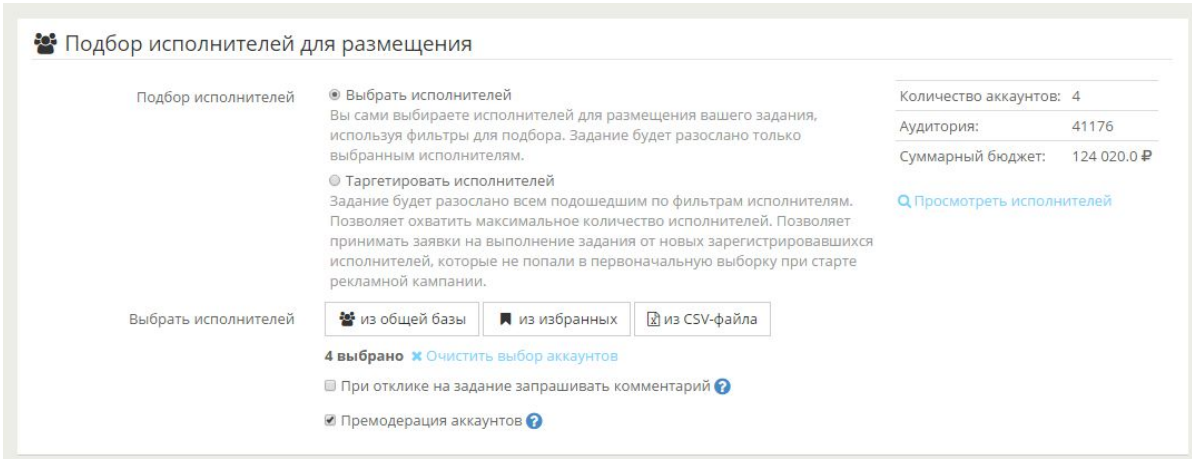
Адаптировать комментарий под подписчиков ?

В тексте используйте необходимые вам #хэштеги и @меншены с помощью символов # и @. Мы автоматически определим их, а исполнители получат задание с указанием на обязательное размещение в тексте необходимых вам меншенов и хэштегов.

(!) Не просите инстаграмеров указать в комментарии ссылку на веб-сайт. В Инстаграме она будет неактивной, пользы от нее не будет.

Выбор и поиск исполнителей

В базе LabelUp 4500 инстаграмеров из России и стран СНГ. База постоянно обновляется и актуализируется: приглашаем новых инстаграмеров и блокируем неактивных.



Подбор исполнителей для размещения

Подбор исполнителей

- Выбрать исполнителей**
Вы сами выбираете исполнителей для размещения вашего задания, используя фильтры для подбора. Задание будет разослано только выбранным исполнителям.
- Таргетировать исполнителей**
Задание будет разослано всем подошедшим по фильтрам исполнителям. Позволяет охватить максимальное количество исполнителей. Позволяет принимать заявки на выполнение задания от новых зарегистрировавшихся исполнителей, которые не попали в первоначальную выборку при старте рекламной кампании.

Выборить исполнителей

из общей базы из избранных из CSV-файла

4 выбрано [Очистить выбор аккаунтов](#)

При отклике на задание запрашивать комментарий [?](#)

Премодерация аккаунтов [?](#)

| | |
|-----------------------|-------------|
| Количество аккаунтов: | 4 |
| Аудитория: | 41176 |
| Суммарный бюджет: | 124 020.0 ₹ |

[Просмотреть исполнителей](#)

Так выглядит этап выбора исполнителей при создании рекламной кампании LabelUp.

Есть 2 варианта подбора: таргетировать сегмент из всей базы или подобрать определенных исполнителей в ручном режиме.

В режиме «Таргетировать исполнителей» уведомление о новом задании получают все, кто подойдет под настройки таргетинга (в том числе новые исполнители, прошедшие регистрацию в системе после старта рекламной кампании). Вы сможете установить премодерацию и выбирать среди откликнувшихся только подходящие аккаунты. Или ограничить рекламный бюджет, в рамках которого разрешить всем подходящим исполнителям выполнять задание.


В режиме «Выбрать исполнителей» задание получают только те инстаграмеры, которых вы выберете сами.

3.1 Выбрать исполнителей

В режиме «Выбрать исполнителей» вам доступно две кнопки:





Если вы еще не сохраняли нужных исполнителей в список избранных, то выбирайте «из общей базы». Откроется окно с настройкой поиска.


Подбор аккаунтов из общей базы  x


Аккаунт


Типы аккаунтов Личный аккаунт Паблик Популярный блогер


Тематики 


География  Не важно Подписчиков Исполнителей


Демография  Пол Возраст исполнителя


Количество подписчиков 

Вовлечение 

Прогноз лайков 

Рейтинг 

Исключить аккаунты 

Максимальная цена  за размещение поста: Р

Разберем каждую настройку по порядку.

Аккаунт (PRO)

Аккаунт

Здесь можно ввести никнейм определенного инстаграмера, чтобы найти его в системе и добавить в список участников рекламной кампании или проверить, зарегистрирован ли он в системе вообще.

Типы аккаунтов

Типы аккаунтов Личный аккаунт Паблик Популярный блогер

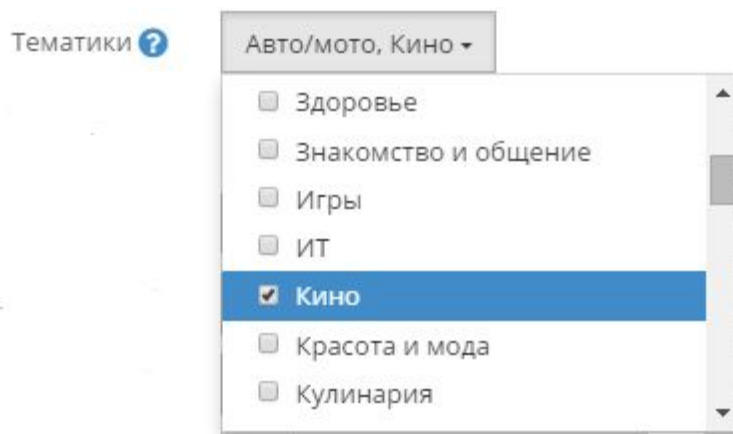
Это категории, на которые мы разделили пользователей для вашего удобства.

Личные — аккаунты от ста до нескольких тысяч подписчиков. Условно говоря, в этом списке может быть любой ваш друг, зарегистрированный в Инстаграме. Большинство подписчиков живут в одном городе с исполнителем и лично его знают. Реклама в личных аккаунтах дешевле, отлично подходит для кампаний с таргетингом по городу.

Популярный блогер — аккаунты с сотнями тысяч или даже миллионами подписчиков. Это могут быть популярные фотографы и модели, путешественники и музыканты, звезды шоу-бизнеса и спорта. На таких пользователей подписаны люди из разных городов и стран, которые с интересом следят за жизнью звезды. Один пост в звездном аккаунте дает большой охват пользователей.

Пабрики — как правило, это представительства популярных сайтов или групп с тематическим контентом. На паблики подписаны люди из разных стран и городов, которых объединяют общие интересы. Реклама в пабликах привлекает, если она соответствует тематике сообщества. От имени паблика здорово делиться полезной или забавной информацией, которая связана с вашим продуктом.

Тематики



Это интересы инстаграмера, которые он указал при регистрации.

География исполнителя

География  Не важно Подписчиков Исполнителей

Введите страну...

Введите регион...

Введите город...

+ Добавить

Это поиск по городу, который инстаграмер указал при регистрации.

География  Не важно Подписчиков Исполнителей

Россия

Москва, Россия 

Введите регион...

Санкт-Петербург, Россия

Пушкинский район, Санкт-Петербург, Россия

Чтобы найти город, сначала укажите страну и регион.

(!) Для Москвы и Петербурга можно выбрать одноименные регионы, в которые будут сразу включены города-спутники. Тогда в поле «Регион» укажите «Москва», а в поле город ничего не указывайте и нажмите «Добавить». Если нужна только Москва, без городов-спутников, выбирайте «Регион» — «Москва» и «Город» — «Москва», затем жмите «Добавить».

(!) Не всегда важно, в каком городе сейчас живет сам исполнитель, ведь рекламный пост увидят его подписчики. «География подписчиков» поможет выбрать, где должны жить подписчики исполнителя.

География подписчиков — показывает города, в которых по нашему прогнозу живет большинство подписчиков исполнителя. Вы можете смотреть географию подписчиков для каждого аккаунта или таргетировать исполнителей по городам их подписчиков. Чтобы сделать прогноз, мы анализируем геометки в открытых аккаунтах подписчиков исполнителя. По каждому городу прогнозируем процент и число подписчиков, выводим первые пять.

Демография

Демография ? Пол Возраст исполнителя

В системе регистрируются аккаунты от 18 лет, поэтому выставлять возраст меньше не имеет смысла.

Количество подписчиков

Количество подписчиков ?

Число подписчиков может варьироваться от 100 до 2 000 000.

Вовлечение

Вовлечение ?

Это процент подписчиков инстаграмера, которые ставят лайки под его постами. Вовлечение варьируется от 0,1% до 50%. У маленьких аккаунтов среднее вовлечение — 12-15%, у аккаунтов от 10 000 подписчиков среднее вовлечение — 3-5%. Чем больше подписчиков у аккаунта, тем меньше вовлечение.

Прогноз лайков

Прогноз лайков ?

Прогноз строится на основе вовлечения и среднего числа лайков под постами инстаграмера. Многие рекламодатели выбирают инстаграмеров с ценой не больше 2 рублей за лайк. Это отчасти верный подход, но не стоит забывать про локальных звезд и медийных личностей: посты у них могут стоить дороже, но получать большой отклик аудитории.

Рейтинг

Рейтинг ?

Рейтинг показывает вероятность реакции инстаграмера на рекламное предложение. При подсчете рейтинга мы учитываем сколько раз исполнитель

получал задания, сколько раз он на них реагировал (отказывал или соглашался) и сколько заданий выполнил. Рекомендуем выбирать аккаунты с рейтингом от 50%.

Исключить аккаунты предыдущих кампаний

Исключить аккаунты ?

#1161. CashForSelfie11 ▾

Используйте эту функцию, чтобы не отправлять задание тем, кто уже участвовал в одной из ваших кампаний.

Максимальная цена

Максимальная цена ?

за легкое задание: 1000

₽

Это сумма, больше которой вы не готовы платить одному инстаграмеру, независимо от количества его подписчиков. Чем больше это значение, тем больше инстаграмеров вам подойдет.

Фильтры

Фильтровать

Сбросить фильтры

Загрузить фильтры

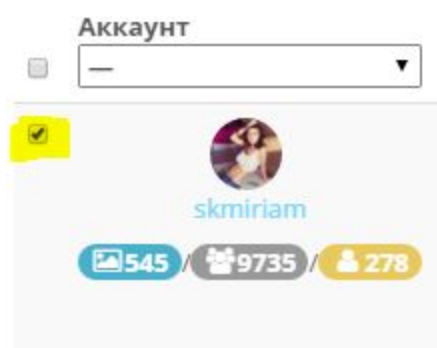
Сохранить фильтры

После ввода всех параметров поиска нажмите «Фильтровать». Система покажет подходящие аккаунты списком.

(!) В PRO доступе вы можете создать свою коллекцию фильтров, чтобы не повторять одну и ту же настройку несколько раз для разных кампаний.

Выбрать лучших исполнителей из списка вам помогут метрики, о них рассказываем на странице 25.

Выбор исполнителей



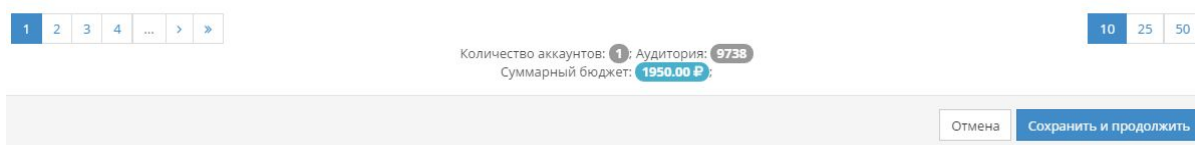
Чтобы добавить аккаунты для участия в рекламных кампаниях, отмечайте их галочками. Чтобы выделить всех на странице, поставьте галочку в верхнем меню.

Избранное (PRO)



Добавляйте аккаунт инстаграмера в избранное, если думаете, что он вам еще пригодится. Вы можете собрать в Избранном собственную коллекцию интересных аккаунтов и обращаться к ней при создании новых рекламных кампаний

Навигация и калькулятор



Навигацию и предварительный калькулятор ищите в конце списка. Можно выбрать число аккаунтов на странице: 10 — 25 — 50. Калькулятор показывает количество выбранных исполнителей, охват аудитории и суммарную стоимость публикации постов. Если аккаунты выбраны, нажмите кнопку «Сохранить и продолжить», вы вернетесь к созданию рекламной кампании.

3.2 Таргетировать исполнителей

Кнопка «Таргетировать исполнителей» открывает такие же параметры настройки, как и «Выбор исполнителей». Подробный разбор каждой настройки читайте выше.

После настройки таргетинга вы можете отправить задание всем подходящим исполнителям. Посмотреть, какие исполнители попали в список можно в меню «Посмотреть исполнителей» под калькулятором рекламной кампании.

| | |
|-------------------|-------------|
| Аудитория: | 41176 |
| Суммарный бюджет: | 124 020.0 ₺ |

[Посмотреть исполнителей](#)

Если в списке нет ни одного аккаунта, значит ваш таргетинг оказался слишком жестким для системы. Попробуйте смягчить условия поиска.

3.3 Калькулятор

| | |
|-----------------------|-------------|
| Количество аккаунтов: | 4 |
| Аудитория: | 41176 |
| Суммарный бюджет: | 124 020.0 ₺ |

[Посмотреть исполнителей](#)

Калькулятор показывает, сколько инстаграмеров получают приглашение участвовать в рекламной кампании, какой охват аудитории мы получим, если все инстаграмеры опубликуют рекламные посты, во сколько нам это обойдется и с какой суммой на балансе система разрешит запустить кампанию.

3.4 Запросить комментарий

Что исполнитель должен указать в ответном комментарии?

Какой у вас размер одежды? Подарим футболки!

Галочка «При отклике на задание запрашивать комментарий» дает возможность запросить у Инстаграмера размер обуви и одежды, адрес или

любую другую информацию для рекламной кампании (в том случае, если требуется фото с рекламируемым товаром).

3.5 Премодерация

Премодерация аккаунтов [?](#)

Галочка «Премодерация аккаунтов» дает возможность просматривать и одобрять откликнувшихся на задание исполнителей. Исполнитель не может приступить к выполнению задания, пока вы не одобрите его заявку на выполнение задания. Премодерация исполнителей требует от вас ежедневно отслеживать ход рекламной кампании.

4

Время публикации

⊙ Время размещения и модерации

Дни и время, когда исполнители должны размещать выполненное задание

Дни Пн Вт Ср Чт Пт Сб Вс

Время

Количество размещений

Дней на модерацию

На данном этапе отметьте дни, в которые инстаграмер может выполнить задание и ограничьте время публикации. Если вам все равно, то можете ничего не менять. Но лучше убрать ночное время. Пост в 3 ночи, возможно, будет менее эффективным

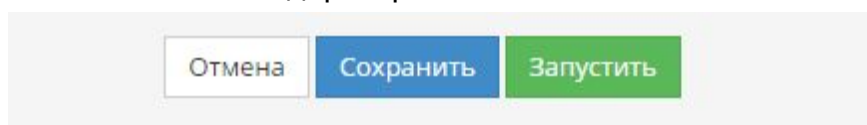
Пункт «количество размещений» дает возможность выбрать, сколько дней в заданное время у инстаграмера есть возможность выполнить задание. По истечению времени вы сможете отклонить инстаграмера. Замороженная сумма на оплату его работы вернется на ваш счет.

В последнем пункте выбирайте, сколько дней вам потребуется на проверку постов исполнителя. Если в течение этого срока вы не проверите задание, то его одобрит модератор.

5

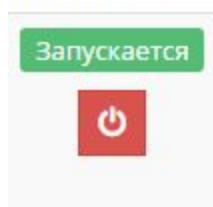
Запуск рекламной кампании. Отмена запуска

Готово, рекламная кампания заполнена. Нажмите кнопку «Сохранить», если не собираетесь запускать рекламную кампанию прямо сейчас. Кампания появится в папке «Сохраненные». Нажмите запустить, если готовы к старту. Кампания появится в папке «Запускаются» и будет запущена, как только пройдет проверку модератора. В будни это занимает до 2-х часов, в выходные рекламную кампанию можно запустить только по предварительному согласованию с модератором.



Если вы передумали запускать кампанию или хотите поменять ее текст на этапе запуска, то нажмите кнопку отмены в разделе «Запускаются».

Действия



6

Модерация и завершение рекламной кампании

5.1 Модерация

Следить за реакцией исполнителей можно в разделе «Запущенные» личного кабинета.

Запущенные кампании Здесь вы можете следить за запущенными рекламными кампаниями

| Информация | Аккаунты | Задание | Условия | Действия |
|--|----------------------------------|---|---|--|
| Трейлер фильма «Российский дрифт» Тип материала: Изображение Социальная сеть: Instagram Легкое задан... | Общее количество: 1 Аудитория | <ol style="list-style-type: none">Приехать на выставку автомобилей «Калина», 19 ноября 2015, с 19 до 22 часов. Адрес — Большая Трасса, 19Д. Подробности на сайте www.labelup.ruНа ресепшене сообщить, что вы участник рекламной кампании «Российский дрифт».Вам выдадут футболку, профессиональный фотограф сделает несколько снимков в этой футболке. Выберите лучшую фотографию и получите ее.Посетить предпремьерный показ фильма «Российский дрифт».Опубликовать выбранное фото в футболке «Российский дрифт», использовать в основе комментарий из примера. <p>Необходимо использовать: Комментарий не копировать! Адаптировать под подписчиков</p> <p>Комментарий: Друзья, побывал на предпремьерном показе фильма #российскийдрифт на выставке @kalina, это просто бомбически круто! Хочу еще раз посмотреть в кино, кто со мной? Хэштеги: #российскийдрифт Меншень: @kalina</p> | Зарезервировано средств: 0.0 Потрачено средств: 0.0 Разместить в дни: Ср Разместить во время: 19:00—22:59 Время на модерацию: 2 дня | Запущена [Иконки: стоп, лайк, просмотр] |

5.2 Статус поста

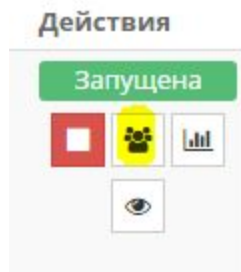
Общее количество: 51

[Иконки: 0, 1, 2+2, 4, 15+2]

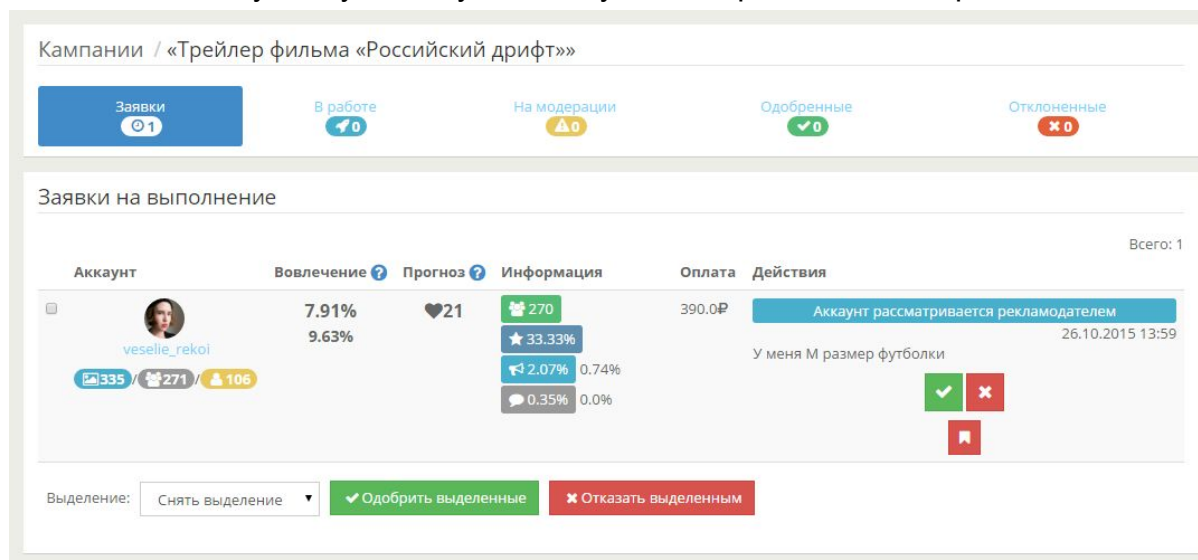
Аудитория

Реакцию исполнителей можно наблюдать в пяти статусах: заявки на выполнение, в работе, на модерации, одобренные, отклоненные.

Чтобы перейти к просмотру всех постов нужно нажать кнопку «Рекламные предложения» в правой колонке.



Навигация между статусами будет доступна в верхней части экрана.



Заявки



Если вы включили премодерацию аккаунтов, то все откликнувшиеся сначала попадут в раздел «Заявки на выполнение». Это позволит вам одобрять для участия лучшие аккаунты и отклонять менее подходящие.

В работе. Переписка с исполнителем (PRO)



Как только инстаграмер взял задание в работу, сумма для оплаты его публикации замораживается на вашем счете.

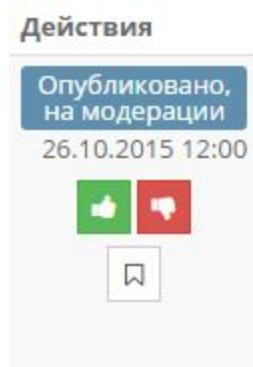
Если задание выполняет популярный блогер, то в PRO-доступе вы можете написать ему сообщение из этого раздела. Для этого нужно нажать значок конвертика справа от аккаунта исполнителя. На момент бета-тестирования написать можно не всем исполнителям, а только некоторым популярным пользователям.

Можете обсудить с ним задание и предварительно согласовать фотографию для публикации. Обратите внимание, чат автоматически закроется, как только исполнитель отправит вам опубликованный рекламный пост или откажется от выполнения задания.

На модерации



Когда исполнитель отмечает выполненное задание в своем личном кабинете, оно отображается в вашем личном кабинете, раздел «на модерации».



Если что-то выполнено неверно, вы можете отправить публикацию на доработку: например, попросить поменять текст комментария. Если доработка невозможна, то неверно выполненный пост можно отклонить. В таком случае, модератор проверит обоснованность отклонения и замороженные деньги вернутся на счет.

Если все выполнено верно, то вы можете одобрить публикацию через сутки. Через 24 часа система делает скриншот и собирает статистику, исполнитель получает возможность удалить пост, а вы можете одобрить выполнение.

Одобренные



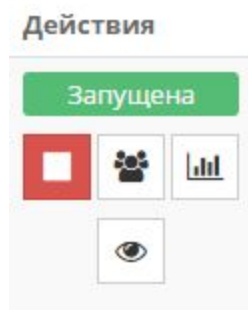
Посмотреть скриншоты можно в любой момент в личном кабинете.

Отклоненные



Отклоненные аккаунты попадают в соответствующий раздел. В этом же разделе будут исполнители, которые сами отказались от участия в рекламной кампании (с указанием причины).

5.3 Завершение



Чтобы завершить рекламную кампанию нажмите знак «Стоп» в меню запущенной рекламной кампании. Вы можете остановить кампанию, только если все заявки на участие будут одобрены или отклонены, а все опубликованные посты будут промодерированы (и так же одобрены или отклонены). Как только это произойдет, кампания завершится. Все, кто взял задания в работу, но еще не опубликовал смогут сделать это до истечения указанного срока. Если срок кампании подойдет к концу, а кто-то так и не выполнит задание, то замороженные деньги вернутся на ваш баланс.



Подбор исполнителей. Детали

Метрики

Если вы выбираете аккаунты в ручную, то метрики позволят найти лучших среди подходящих.

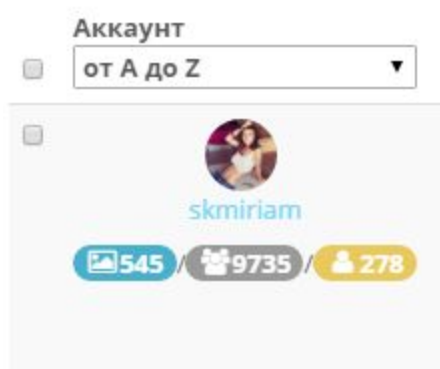
Предположим, вам нужен жесткий таргетинг: девушки из Москвы от 10 000 до 50 000 подписчиков, с высоким вовлечением и ценой за пост до 5 000 рублей.

По такому запросу система находит 7 прекрасных аккаунтов:

| Аккаунт | Вовлечение | Метрики | Дополнительно | Цены | Действия |
|--|----------------|--|--|---|----------|
| от А до Z  acid.m 120 11742 1195 | 5.9% 3.93% | 692 11740 56.25% 2.01% 0.17% 0.24% 0.05% | Тип: Личный аккаунт Тематики: Красота и мода, Продукты питания, Развлечения, Товары и услуги, Фото Пол: женский Дата рождения: 01.09.1997 География аккаунта: Москва, Россия География подписчиков: Лондон, Англия, В... — 4% (524 подписчика) Москва, Россия — 3% (378 подписчиков) Нью-Йорк, Соедин... — 2% (241 подписчик) Дзвонице, Пили... — 1% (138 подписчиков) Санкт-Петербург, Р... — 1% (133 подписчика) | Готовый пост: 910.0 ₺ Простая публикация: 650.0 ₺ Непростая публикация: 1 950.0 ₺ | |
|  dorianesmari 1722 15558 469 | 5.97% 5.42% | 928 15557 60.0% 1.46% 0.55% 0.04% 0.03% | Тип: Личный аккаунт Тематики: Активный отдых, Красота и мода, Культура и искусст..., Новости и СМИ, Увлечения и хобби Пол: женский Дата рождения: 05.07.1997 География аккаунта: Москва, Россия География подписчиков: Москва, Россия — 21% (3259 подписчиков) | Готовый пост: 195.0 ₺ Простая публикация: 260.0 ₺ Непростая публикация: 1 950.0 ₺ | |

Наша задача — выбрать двух лучших инстаграмеров. Все найденные аккаунты отображаются в табличном списке, для каждого доступны метрики эффективности. Они могут многое сказать о пользователе до того, как вы попадете на страничку его аккаунта.

Число подписчиков, подписок и публикаций



Это стандартные метрики Инстаграма. По ним можно с высокой вероятностью определить, использует ли инстаграмер сервисы автоподписки прямо сейчас. Если число подписок (на кого подписан пользователь) — несколько тысяч, то аккаунт вполне может оказаться накрученным. Подтвердить или опровергнуть это могут метрики вовлечения, просмотр аккаунта, география подписчиков.

Вовлечение



Процент подписчиков инстаграмера, которые ставят лайки под его постами. Верхняя цифра — вовлечение за последние 15 постов. Нижняя — за последний пост.

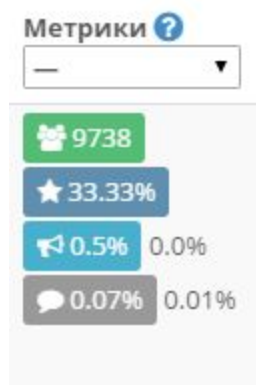
Вовлечение варьируется от 0,1% до 50%. У маленьких аккаунтов среднее вовлечение — 12-15%, у аккаунтов от 10 000 подписчиков среднее вовлечение — 3-5%. Чем больше подписчиков у аккаунта, тем меньше вовлечение.

Прогноз лайков



Строится на основе вовлечения и среднего числа лайков под постами инстаграмера. Многие рекламодатели выбирают инстаграмеров с ценой не больше 2 рублей за лайк. Это от части верный подход, но не стоит забывать про локальных звезд и медийных личностей: посты у них могут стоить дороже, но получать большой отклик аудитории.

Группа дополнительных метрик:

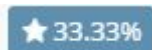


Активные подписчики



Число подписчиков без неактивных ботов.

Рейтинг



Показывает вероятность реакции инстаграмера на рекламное предложение. При подсчете рейтинга мы учитываем сколько раз исполнитель получал задания, сколько раз он на них реагировал (отказывал или соглашался) и сколько заданий выполнил. Рекомендуем выбирать аккаунты с рейтингом от 50%.

Публичность (spread rate)



Сколько людей не подписанных на инстаграмера ставит лайки под его постами. Число на синей плашке — за последние 15 постов. Число справа — за последний пост. Высокий процент может говорить об использовании популярных хэштегов для привлечения внимания или сервисов накруток.

Комментируемость (comment rate)

0.07% 0.01%

Сколько процентов подписчиков комментирует посты инстаграмера. Число на серой плашке — за последние 15 постов. Число справа — за последний пост.

Описание аккаунта

Дополнительно

Тип: Звездный аккаунт

Тематики: Культура и искусс... Путешествия

Развлечения Товары и услуги Фото

Пол: женский

Дата рождения: 03.05.1990

География аккаунта:

Санкт-Петербург, Р...

География подписчиков:

Санкт-Петербург, Р... — 13% (1269 подписчиков)

Москва, Россия — 6% (590 подписчиков)

Экатепек-де-Море... — 2% (171 подписчик)

Нью-Йорк, Соедин... — 2% (203 подписчика)

Лондон, Англия, В... — 1% (132 подписчика)

Описание содержит общую информацию. Мы предлагаем обратить внимание на географию подписчиков инстаграмера. На первом месте должен стоять тот город, для которого вы бы хотели разместить рекламу. Если в первой пятерке только зарубежные города, то аккаунт может оказаться накрученным.

Цена поста

Цены

По убыванию ▼

Готовый пост:

1 300.0 ₹

Простая публикация:

1 950.0 ₹

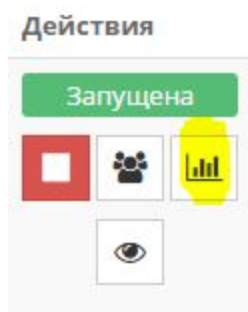
Непростая публикация:

3 900.0 ₹

Каждый исполнитель сам устанавливает цену за публикацию в своем аккаунте. Обратите внимание на соответствие цены и прогноза лайков. В среднем, 1 лайк должен стоить не дороже 2х рублей. Это правило не касается звезд и медийных личностей, их публикации могут стоить дороже.

Отчет

Отчет о рекламной кампании можно посмотреть и скачать в личном кабинете. Для этого нажмите значок графика справа от нужной рекламной кампании.



Статистика содержит исходные данные, счетчики, охват, бюджет, топ 5 постов по лайкам и топ 5 постов по комментариям. Отчет с данными по каждой публикации и общей статистикой можно скачать в формате PDF.

Кампании / Статистика «App_cashforselfie» pdf отчет

Социальная сеть: Instagram

Тип задания: Легкое задание

Тип материала: Изображение

Задание:

1. Скачать приложение labelup.ru по ссылке: <https://itunes.apple.com/WebObjects/MZStore.woa/wa/viewSoftware?id=1031379154&mt=8>
2. Сделать селфи с о-о-очень удивленным и восторженным выражением лица
3. Разместить ссылку <http://goo.gl/kHYhML> в описании профиля, чтобы ссылка была активной (Редактировать профиль->Веб-сайт)
4. Опубликовать селфи, использовать предложенный текст комментария. Его можно переписать своими словами, но основная суть должна быть такой, как в нашем примере!
5. Самые классные фотографии с вашего разрешения опубликуем в статье на одном популярном сайте;

Комментарий: Мое лицо, когда я в первый раз получил(а) деньги за сэлфи. Добавил(а) к себе в профиль ссылку на приложение в AppStore, присоединяйтесь!) Спасибо, @labelup.ru У кого Андроид — тому не повезло :-P #labelup #cashforselfie
Комментарий нужно адаптировать под подписчиков

Хэштеги: #labelup #cashforselfie

Меншены: @labelup.ru

Тип кампании: Выбрать исполнителей

Аккаунты:

Дни размещения: Пн Вт Ср Чт Пт Сб Вс

Время размещения:

Время на модерацию: 2 дня

Счетчики

Общее количество исполнителей: 3
Количество отклоненных задания: 0
Количество одобренных заданий: 3

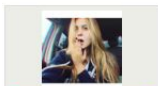
Охват одобренных заданий

Общий охват подписчиков: 253226
Уникальных подписчиков: 244980
Суммарное количество ❤️: 17821
Суммарное количество 💬: 187

Бюджет

Потраченный бюджет: 9 900,0₽
Стоимость просмотра: 0.04₽
Стоимость уникал. просмотра: 0.04₽
Стоимость ❤️: 0.56₽

♥️ Топ 5 по лайкам



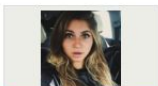
Рекламный материал был удален

Тип: 🖼️Изображение
Счетчики: ❤️ 9440 / 💬 63
Местоположение: Сестрорецкий курорт
Опубликован: 05.09.2015 14:59
Хэштеги: #labelup | #cashforselfie
Меншены: @labelup.ru

[Ссылка на профиль](#) 📄 mashashatrova
[Ссылка на пост](#) 📄
[Скриншот размещения в ленте](#) 📄
[Скриншот проверки размещения поста](#) 📄

ШОК! Теперь можно получать деньги за селфи. 📸 Добавила к себе в профиль ссылку на приложение в AppStore, присоединяйтесь!)
Спасибо, @labelup.ru
📱 У кого Андроид — тому не повезло :-P
#labelup #cashforselfie

💬 Топ 5 по комментариям



Рекламный материал был удален

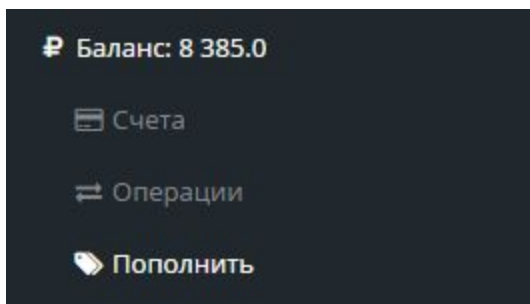
Тип: 🖼️Изображение
Счетчики: ❤️ 5909 / 💬 70
Местоположение: Saint-Petersburg Sports and Concert Complex
Опубликован: 05.09.2015 13:45
Хэштеги: #labelup | #cashforselfie
Меншены: @labelup.ru

[Ссылка на профиль](#) 📄 lida_koppalina
[Ссылка на пост](#) 📄
[Скриншот размещения в ленте](#) 📄
[Скриншот проверки размещения поста](#) 📄

Мое лицо, когда я в первый раз получила деньги за сэлфи 📸
Хочу поделиться с вами приложением, с помощью которого вы наконец-то сможете зарабатывать свои первые деньги, публикуя посты в Инстаграм. Добавила к себе в профиль

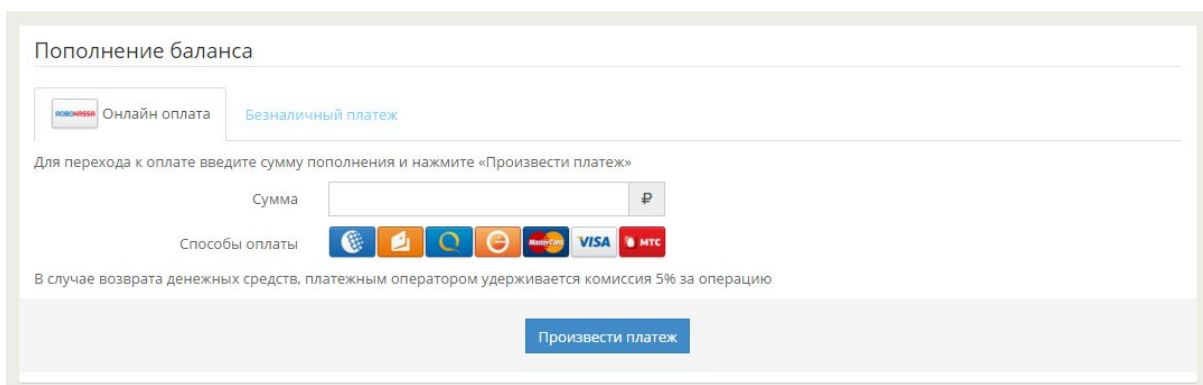
Пополнение счета. Промокод

Пополнить можно через электронный кошелек или по безналичному расчету. Оплата работы инстаграмеров через систему гарантирует безопасность сделки. Деньги не спишутся с вашего счета, пока вы не подтвердите, что инстаграмер верно выполнил задание.



Ваш баланс отображается в меню слева.

Наличный расчет (онлайн-пополнение)

A screenshot of a web-based payment interface titled "Пополнение баланса" (Account Recharge). It features two tabs: "Онлайн оплата" (Online payment) and "Безналичный платеж" (Cashless payment). Below the tabs, there is a text prompt: "Для перехода к оплате введите сумму пополнения и нажмите «Произвести платеж»" (To proceed to payment, enter the recharge amount and click «Perform payment»). A text input field labeled "Сумма" (Amount) is provided, followed by a "₽" symbol. Below the input field, there is a section for payment methods labeled "Способы оплаты" (Payment methods), which includes icons for various services: a globe, a document, a QR code, a Euro symbol, Mastercard, VISA, and MTC. A note at the bottom states: "В случае возврата денежных средств, платежным оператором удерживается комиссия 5% за операцию" (In case of return of funds, the payment operator deducts a 5% commission for the operation). A blue button labeled "Произвести платеж" (Perform payment) is located at the bottom right.

Пополнить онлайн можно с электронных кошельков, банковских карт, мобильных телефонов, через терминалы и салоны сотовой связи. Введите сумму оплаты и нажмите «Произвести платеж». Система переведет вас на страницу платежной системы.

Безналичный расчет (по договору)

Пополнение баланса

Онлайн оплата Безналичный платеж

Безналичный расч... **Название компании:** ООО "НЕОМЕДИА"
Юридический адрес: 197110, г.Санкт-Петербург, ул.Петрозаводская д 11 лит.Б
Расчетный счет: 40702810901070043606 в ОАО "ЭНЕРГОМАШБАНК" г.Санкт-Петербург
Корреспондентский счет: 30101810700000000754
БИК: 044030754
ИНН: 7813536707
КПП: 781301001
ОГРН: 1127847314891
ОКПО: 09634261
Генеральный директор: Борисов Кирилл Андреевич

Дополнительно: [Договор об оказании услуг](#)

Об успешном платеже сообщите **сумму пополнения, ваш кошелек отправителя, ваш аккаунт в системе LabelUP** нам по адресу support@labelup.ru

Во вкладке «безналичный платеж» наши реквизиты и договор. Чтобы получить счет и подписать договор пишите менеджеру на support@labelup.ru

Промо-коды

Промо-коды

На данный момент вы не использовали ни одного промо-кода

Если у вас есть промо-код на скидку, бесплатный про-доступ или бонус к пополнению счета, введите его в разделе меню «Промо-коды». Для этого нажмите кнопку «Использовать промо-код» и введите нужное слово.

Использование промо-кода

Промо-код

Обратите внимание, что PROMO и promo — это разные промо-коды. Вводите буквы в нужном регистре.

В разделе доступна информация об использованных промо-кодах:

| Промо-коды | | |
|------------|------------------|----------------------|
| Промо-код | Использован | Возможности |
| promo01 | 03.02.2016 11:10 | PRO-доступ на неделю |

[Использовать промо-код](#)

Заключение

Надеемся, что руководство помогло вам подготовить и запустить рекламную кампанию в системе. Если мы описали что-то недостаточно понятно или вы не нашли ответа на свой вопрос - свяжитесь с нами по телефону 8 800 500 69 96 или напишите на support@labelup.ru.