



Генеральний партнер



Optimum Media

ЕКОСИСТЕМА INFLUENCER MARKETING

© ГС «БЮРО ІНТЕРАКТИВНОЇ РЕКЛАМИ УКРАЇНА», 2023
У випадку використання тексту або будь-якої його частини
обов'язкове посилання на джерело та правовласника



Наталія Бороніна

Co founder і CEO креативної digital агенції VIVID

Цей документ — не про візуалізацію ринку. Це про фіксацію зрілості індустрії. Про момент, коли ринок перестає бути набором розрізнених практик і починає жити за спільною логікою, правилами та цінностями.

Це про формування спільної мови між брендами, агенціями та креаторами. Про фундамент довіри, без якого неможливі ні масштабування, ні довгострокові інвестиції, ні стійкий розвиток.

Ми віримо, що саме з таких рішень починається побудова екосистем — не хаотичних, а структурованих, передбачуваних і здатних рости в довгу. Не як черговий етап розвитку ринку, а як перехід у нову фазу існування індустрії — зрілу, відповідальну і системну



Ольга Бузунова

Директорка **Publicis Groupe Content**

Орієнтуватись в екосистемі ринку Influencer Marketing – це не просто перевага, а необхідність для всіх гравців ринку.

Розуміння тонкощів взаємодії між різними елементами цієї системи дає можливість забезпечити максимально ефективно та гармонійне співробітництво. А знання процесів дозволяє інфлюенсерам і брендам точніше досягати своїх цілей шляхом чіткої координації дій, адаптуючись до нових трендів у співпраці із агенціями, платформами та дослідницькими організаціями.

ІМ комітет IAB Ukraine доклав зусиль, щоб створити для ринку максимально повний та структурований документ, і ми віримо, що обізнаність у цих питаннях принесе користь кожному, хто прагне до успіху в цій динамічній галузі – як контент креаторам, так і великим міжнародним брендам.



Зміст

03

Екосистема

04Рекламні холдинги та
Digital/IM агенції**09**

Sales Houses

12

Агенти та менеджери

14

Категорії творців

17

Тривалість співпраці

19Категорії
інфлюенсерів**21**

Платформи

23Платформи для
аналітики**28**Платформи для
покупок послуг
креаторів

ЕКОСИСТЕМА

DEMAND

SUPPLY

DISTRIBUTION

PLATFORMS



ПЛАТФОРМИ ДЛЯ АНАЛІТИКИ

trendHERO

YOUSCAN

LOOQME



ПЛАТФОРМИ ДЛЯ ПОКУПКИ ПОСЛУГ КРЕАТОРІВ



INSENSE



INFLUENCE.CO

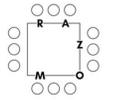
BUYERS / INITIATORS



РЕКЛАМНІ ХОЛДИНГИ



groupm



bettersvit



dentsu

FRACTAL



РЕКЛАМНІ АГЕНЦІЇ



FORWARD



DIEVO



MEDIAHEAD



INDIVID



MIX DIGITAL

INTERMEDIARIES



АГЕНТИ ТА МЕНЕДЖЕРИ



SALE HOUSES



EXECUTORS / CREATORS



БЛОГЕРИ



СТРИМЕРИ



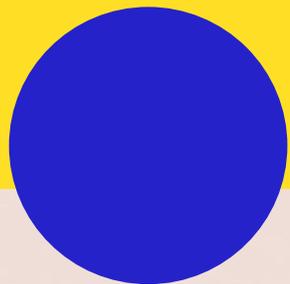
ІНФЛЮЕНСЕРИ



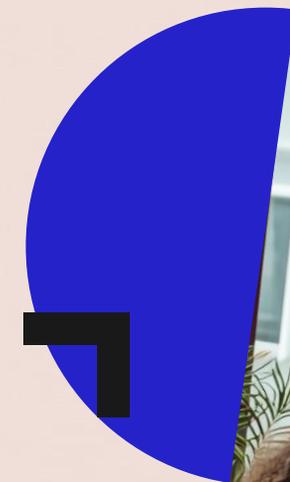
КРЕАТОРИ

MARKETER

CONSUMER



РЕКЛАМНІ ХОЛДИНГИ ТА DIGITAL/IM АГЕНЦІЇ



Рекламні холдинги



Що це?

Великі корпоративні структури або групи, які **володіють або контролюють кілька спеціалізованих компаній** у сфері маркетингу та реклами.



Функція

Координують діяльність своїх компаній для надання комплексних рекламних послуг своїм клієнтам.

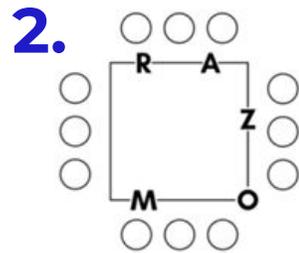
Рекламні агенції

Медіа-генції

PR агенції

Спеціалізовані
компанії

Приклади рекламних холдингів



Digital/IM Агенції



Що це?

Компанії, що спеціалізуються на реалізації та **інтеграції IM проєктів** у ширшу діджитал-стратегію.



Функція

Керують повним циклом: від підбору та верифікації креаторів до реалізації кампаній та аналітики.

Приклади Digital/IM агенцій





SALES HOUSES



Що таке sales houses?



Це компанії або агенції, які виступають **посередниками між брендами та інфлюенсерами** (переважно рівня Celebrities).

Для брендів:

- Оптимізація процесу закупівлі рекламних інтеграцій;
- Управління кампаніями;
- Забезпечення підтримки проєктів.

Для інфлюенсерів:

- Стабільні замовлення;
- Зручна комунікація;
- Доступ до пропозицій від великих брендів.



Вони **переважно є незалежними**, забезпечуючи брендам доступ до широкого пулу інфлюенсерів на різних платформах без обмежень.



Sales houses **спеціалізуються саме на закупівлі інфлюенсерів**, що робить їх ключовим каналом для брендів у пошуку та інтеграції таких партнерів.

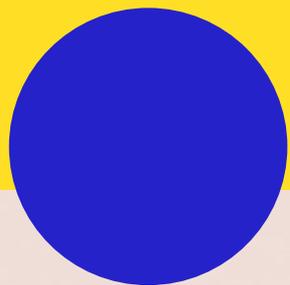
Приклади Sales Houses

***detali**
COMMUNICATIONS

YULA
PR COMPANY


REPOST
media

DiViSiON



АГЕНТИ ТА МЕНЕДЖЕРИ



Хто такі агенти та менеджери?



Це спеціалісти або спеціалізовані агентські структури, що **забезпечують повний операційний супровід інфлюенсерів** — від пошуку можливостей до виконання угод.

Основні функції:



Комунікаційна

Веде діалог з партнерами, брендами, агентствами.

Представляє інтереси інфлюенсера, звільняючи від рутини.



Комерційна

Знаходить бренди, веде переговори, закриває вигідні контракти.

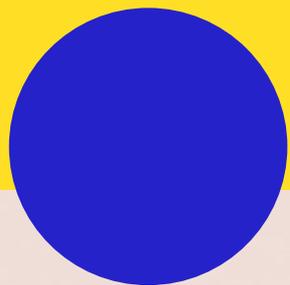
Забезпечує фінансову оптимізацію задля отримання максимального прибутку.



Операційна

Контролює дедлайни, якість контенту, договори, ТЗ.

Забезпечує безперебійне виконання кампаній.



КАТЕГОРІЇ ТВОРЦІВ



Блогери, інфлюенсери, стрімери

Блогер

Людина, яка **систематично створює контент на онлайн платформах** (Instagram, TikTok, YT, тощо).

Контент блогера охоплює **широкий спектр тем** — від лайфстайлу до нішевих інтересів (подорожі, кулінарія, фешн, б'юті, ЗОЖ, материнство, кар'єра, технології тощо) — і може бути поданий **у різних форматах**: сторіз, рілс, каруселі, TikTok-відео, блоги, текстові дописи.

Основною вимогою є, щоб контент створювався регулярно та отримував стабільну взаємодію аудиторії.

Можуть продавати **інтеграції у свій контент** брендам.

Інфлюенсер

Публічна особа чи група людей, що **має принаймні один власний канал комунікації** в соціальних мережах, стрімінгових сервісах, сервісах для відео-блогів, веб-блогів чи подкастів, де **систематично створює та розміщує затребуваний серед аудиторії каналу контент**.

Має вплив на поведінку чи рішення про покупку аудиторії завдяки своєму авторитету, експертизі та взаємовідносинам із аудиторією.

Стрімер

Контент-крейтор, який **трансляє відео в режимі реального часу** через онлайн-платформи (Twitch, YouTube Live, TikTok тощо) з метою залучення аудиторії та побудови ком'юніті.

Найчастіше стріми охоплюють такі тематики (відеоігри, реакції на контент, Q&A, Музика, «живе» спілкування).

Основна цінність стрімера — це **живий канал комунікації з цільовою аудиторією**. Його сила — у **високому рівні залучення глядачів у режимі реального часу**, що створює ефект довіри, близькості й автентичності.

Хто такі креатори?



Це незалежний виробник цифрового контенту, який створює унікальні формати та впливає на аудиторію через креативність, якість та експертність, а не через особистий статус.



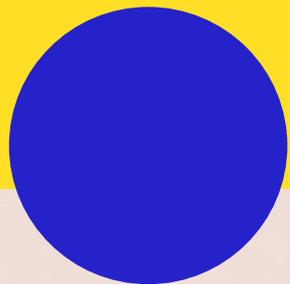
Ключова задача

Створення унікальних форматів і системне виробництво контенту.



Відмінність від блогера

Не обов'язково веде щоденник чи особистий бренд — він у першу чергу створює контент, а не «життя в блозі».



ТРИВАЛІСТЬ СПІВПРАЦІ

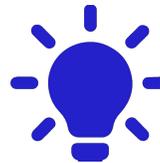


Формати співпраці



Амбасадорство

Довготривала співпраця (місяці, роки), де інфлюенсер стає **обличчям бренду** і регулярно, максимально нативно просуває продукцію у своєму контенті. Зазвичай, використовується cross-платформеність.



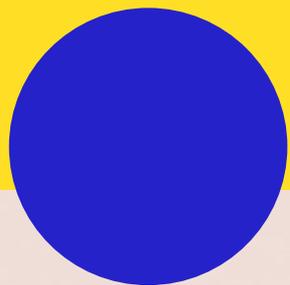
Колаборація

Створення **спільного продукту** (колекції одягу, лімітованого смаку, курсу) брендом та блогером/інфлюенсером, яка **підтримується медійно** блогером/інфлюенсером.



Короткострокова співпраця

Бренд **використовує контент, створений інфлюенсером** (або іншими користувачами), у своїх рекламних кампаніях.



КАТЕГОРІЇ ІНФЛЮЕНСЕРІ В



Категорії Інфлюенсерів

Тип	Кількість послідовників	Особливості
Nano	до 1К	Висока залученість і низька вартість; місцеві зв'язки
Micro	1К–50К	Нішевий контент; низька вартість, однорідна аудиторія
Middle	50К-250К	Міцне партнерство з брендом; економічно ефективні
Macro	250К-1М	Відомі особистості Інтернету; широке охоплення
Mega	>1М	Знаменитості; висока вартість, дуже широке охоплення



ПЛАТФОРМИ



Тематики і платформи



YouTube

Популярні ніші:
розважальний контент, освітній
контент, новини та огляди.



Instagram

Популярні ніші:
Beauty & Fashion; стиль життя та
подорожі; їжа та здоров'я.



TikTok

Популярні ніші:
розважальний контент, краса та мода,
спосіб життя, лайфхаки, музика і танці,
вуличні інтерв'ю.



Facebook

Популярні ніші:
новини та суспільно-політичний
контент; ком'юніті та групи за
інтересами



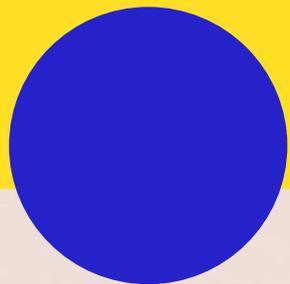
Twitter

Популярні ніші:
думки, позиція, гострі
висловлювання; меми, іронія, сарказм



Threads

Популярні ніші:
особисті думки та рефлексія;
лайфстайл ; креатив; медіа



ПЛАТФОРМИ ДЛЯ АНАЛІТИКИ



Платформи для аналітики

Пошук і перевірка блогерів

Сервіси, призначені для **виявлення релевантних інфлюенсерів** та оцінки їхніх профілів.

Дозволяють аналізувати структуру аудиторії, рівень залученості, виявляти фейкових підписників і потенційні аномалії в активності.

Забезпечують **обґрунтований вибір блогерів** для ефективного планування та реалізації ІМ-кампаній.



Платформи для аналітики

TrendHero (українська платформа)

trendHERO.

Для чого:

Пошук і аналітика Instagram-блогерів.

Корисність:

Детальна перевірка аудиторії (боти, масфоловери, справжні підписники), ER, охоплення, збереження історії даних; часто використовується в Україні саме для перевірки якості інфлюенсерів.

+ Переваги:

- Велика база для пошуку (на момент огляду 112+ млн. акаунтів);
- Є фільтр пошуку за тематичними нішами;
- Не потрібно інтегрувати свій обліковий запис;
- Сервіс надає актуальні підказки для читання статистики;
- Оновлення звітів, трекінг сторінок;
- Оперативна технічна підтримка.

— Недоліки:

- Аналіз у межах лише однієї соцмережі - Instagram;
- Для експорту в PDF потрібно поставити плагін;
- Перша тестова перевірка не відкриває всіх можливостей платної підписки;
- Мінімальний платний тариф включає лише 10 перевірок на місяць;
- Чим більше метрик потрібно перевірити, тим більше потрібно заплатити

Платформи для аналітики

YouScan (українська платформа)

YOUSCAN

Для чого:

Моніторинг соцмереж та пошук інфлюенсерів за допомогою ШІ.

Корисність:

Пошук інфлюенсерів, глибокий аналіз аудиторії, оцінка якості та контексту контенту через візуальні інсайти, доступ до великого архіву даних, фільтрація спаму та нерелевантних згадок, сповіщення про активність інфлюенсерів.

+ Переваги:

- Розумний пошук інфлюенсерів;
- Аналітика стратегій інфлюенсерів;
- Списки social audience;
- Швидкі інсайти через ШІ;
- Великий історичний архів;
- Поглиблений аналіз аудиторії.

— Недоліки:

- Ключові функції лише у дорожчих тарифах;
- Необхідність попередньої комунікації з менеджером для реєстрації;
- Можливий обмежений функціонал у мобільній версії.

Платформи для аналітики

LOOQME

LOOQME (українська платформа)

Для чого:

Платформа для моніторингу згадок бренду в медіа та соцмережах.

Корисність:

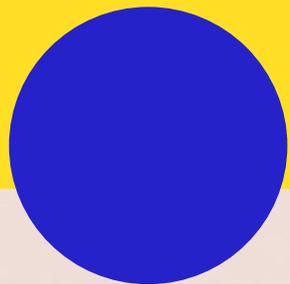
Автоматизований збір даних, виявлення інфлюенсерів, понад 50 метрик ефективності, інтерактивні дашборди, ШІ-аналіз трендів, автоматизовані звіти, сповіщення.

+ Переваги:

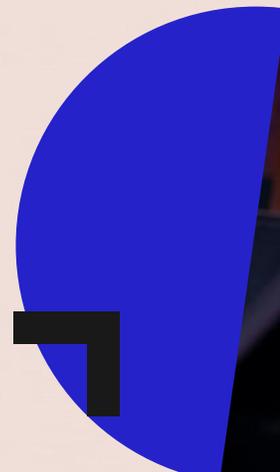
- Широке охоплення джерел;
- ШІ для аналізу тональності;
- Інтерактивні дашборди;
- Автоматизовані звіти;
- Ретроспективний аналіз.

— Недоліки:

- Не спеціалізована на пошуку інфлюенсерів (лише моніторинг ключових особистостей, без інструментів валідації чи контрактів);
- Деякі інструменти чи функції можуть бути обмежені для певних тарифних планів, що може не задовольнити потреби всіх користувачів.



ПЛАТФОРМИ ДЛЯ ПОКУПОК ПОСЛУГ КРЕАТОРІВ



Платформи для покупок послуг креаторів



Назва платформи

pin.top

Опис платформи

Онлайн-платформа, призначена для креаторів контенту, які прагнуть монетизувати свій вплив у соціальних мережах. Креатори створюють профіль і підключають соцмережі з аудиторією, бренди обирають формат і бюджет, кошти резервуються на платформі та виплачуються після виконання, платформа працює більш ніж у 70 країнах.

Переваги

Інтеграція з основними соцмережами (Instagram, TikTok, YouTube та LinkedIn); автоматично підтягнута статистика; збереження історії усіх кампаній разом із документами та оплатами в одному кабінеті.

Недоліки

Невелика кількість потенційних клієнтів; залежність успіху від регулярного оновлення профілю та проактивного просування послуг; відсутність просунутих аналітичних інструментів та інструментів для автоматизації; обмежена географія з фокусом на англомовному ринку.

Платформи для покупок послуг креаторів



Назва платформи

Insense

Опис платформи

Платформа для пошуку та співпраці з 35+ тис. UGC-креаторів та інфлюенсерами на Instagram і TikTok. Дозволяє швидко створювати кастомний контент (відео, фото, Reels), керувати кампаніями, інтегруватися з Meta/TikTok для реклами та отримувати повні права на контент. Ідеально для e-commerce брендів, які шукають автентичний контент на шкалу.

Переваги

Фільтри для точного підбору по ніші/аудиторії/локації; централізоване управління кампаніями (чати, бюджети, статуси) з автоматизованими платежами та ліцензіями.

Недоліки

Обмежена кількість креаторів з великою аудиторією (багато з <1k фоловерів) та локальна база (фокус на США/Європу, мало україномовного контенту); варіативна якість контенту через відсутність жорсткої модерації; високі комісії (до 20%).

Платформи для покупок послуг креаторів



Назва платформи

JoinBrands

Опис платформи

Маркетплейс з 300+ тис. креаторів для UGC та інфлюенсер-колаборацій (TikTok, Instagram, YouTube). Використовує AI для підбору креаторів, пропонує повний цикл: брифінг, створення контенту, схвалення та ліцензування. Підходить для DTC-брендів, які хочуть швидкий обсяг контенту з повними правами.

Переваги

Швидкий і простий запуск кампаній без передоплати за підписку (платиш лише коли креатор бере роботу); прозора система оплати й ліцензії прав на контент; зручні інструменти для управління кампаніями й аналітики.

Недоліки

Дорогий для малого бізнесу (pay-as-you-go від \$100/кампанія, але з комісіями); повільне схвалення кампаній (до 7 днів); технічні помилки в чатах; обмежена комунікація з брендами (через платформу); не підтримує креаторів з України (лише США, Австралія, Великобританія, Канада, Німеччина — реєстрація блокується); ризики з виплатами через обмеження для UA-користувачів (можливе блокування акаунтів).

Платформи для покупок послуг 🔥 INFLUENCE.CO креаторів

Назва платформи

[Influence.co](#)

Опис платформи

Спільнота для інфлюенсерів та брендів з фокусом на нішеві колаборації. Дозволяє шукати креаторів за демографією, створювати кампанії та ділитися портфоліо. Freemium-модель з інструментами для зв'язку, аналітики та оплати — добре для органічного контенту та довгострокових партнерств.

Переваги

Комплексна автоматизація кампаній від управління до звітності для економії часу; аналітика базових показників та метрик (ROI, кількість підписників, рівень залученості); інтеграція з CRM-платформами.

Недоліки

Базова аналітика (лише лайки/коменти, без глибокого ROI); висока ціна Pro-плану (\$600/міс. для брендів, \$4/міс. для креаторів); креатори самі пишуть профілі, що призводить до неавтентичності; обмежена фільтрація за платформами; мало локальних креаторів (глобальний фокус, але UA-аудиторія слабка); часті скарги на фейкові профілі, що знижує довіру для UA-брендів.

Над проектом працювали



Наталія Бороніна
Co founder і CEO креативної
digital агенції VIVID



Ольга Бузунова
Директорка Publicis Groupe
Content



Захарченко Олександра
Операційна директорка
агенції BetterSvit



Роза Багдасарян
Head of Influence Marketing
OMG agency



Дарина Годлевська
Senior Project-manager
агенції AIR Brands



Аля Ланьо
Influence Marketing Lead
агенції BetterSvit



Марина Шаламова
Head of Strategy креативної
digital агенції VIVID



Марія Приходько
IM Strategist креативної
digital агенції VIVID



ДЯКУЄМО!

ЗА СПІВПРАЦЮ



Якщо у вас є зауваження, пропозиції та доповнення, будь ласка повідомте нас електронною поштою anastasiia.kucheruk@iab.com.ua

Ми врахуємо усі конструктивні доповнення у наступній редакції