

ФРОД → ПРИЧИНЫ

- инфобизнес;
- блогерские чаты активности;
- успешные фрод кейсы блогеров, не имеющих реальной аудитории;



2

**ЧЕМ ОТЛИЧАЮТСЯ ОРГАНИЧЕСКИЕ
И СИНТЕТИЧЕСКИЕ МЕТРИКИ?
И КАКИМ ВЕРИТЬ?**

- **API**

- **доступен**

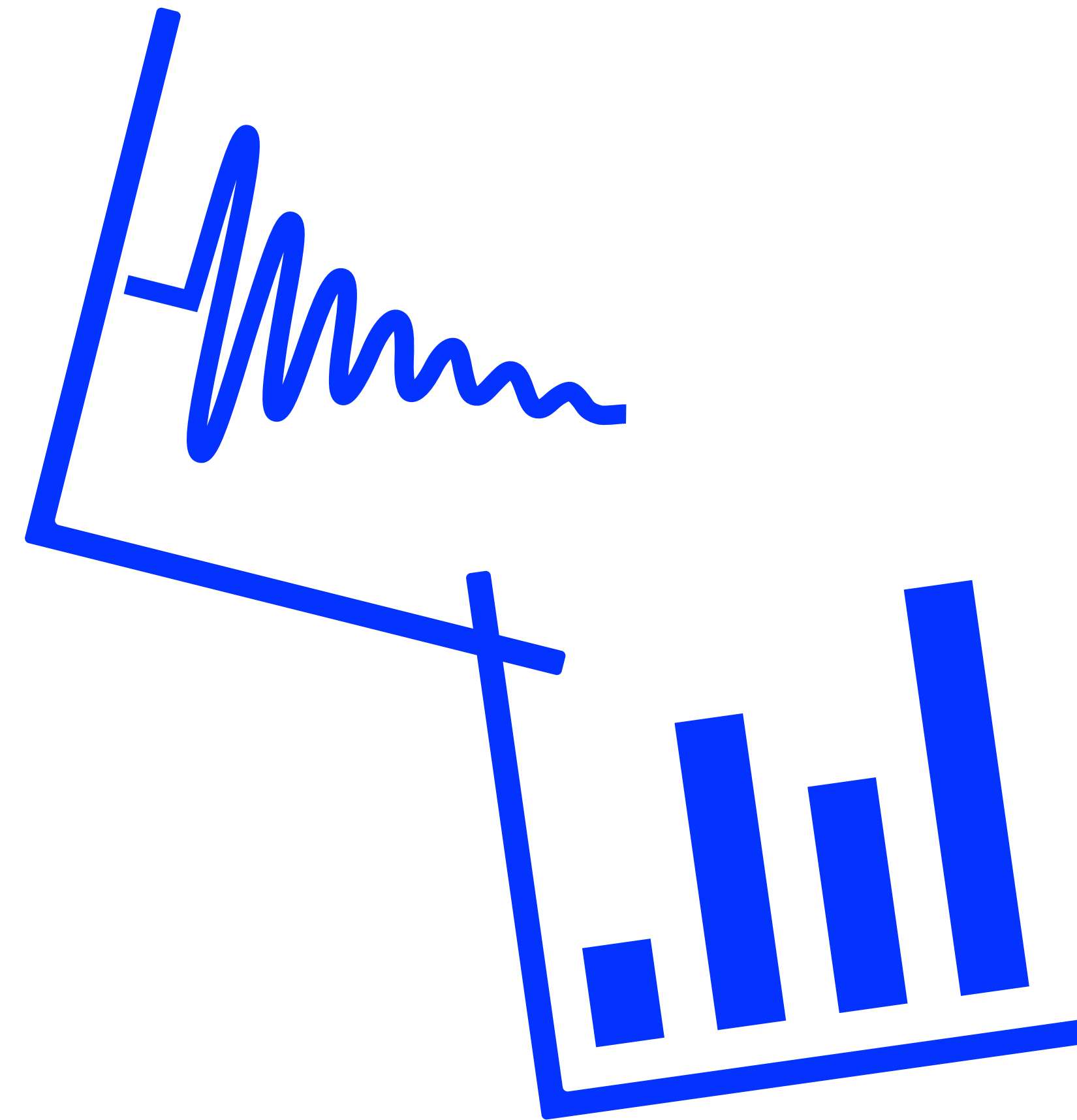
- YouTube, Vk.com, OK.ru, Telegram, Twitter, Twitch, Pinterest

- **ограниченно доступен**

- Instagram

- **ПАРСЕРЫ**

- **СИНТЕТИЧЕСКИЕ
МЕТРИКИ**



”

*Don't transfer any data that you receive from us
(including anonymous, aggregate, or derived data)
to any ad network, data broker, influencer network,
or other advertising or monetization-related service*

“



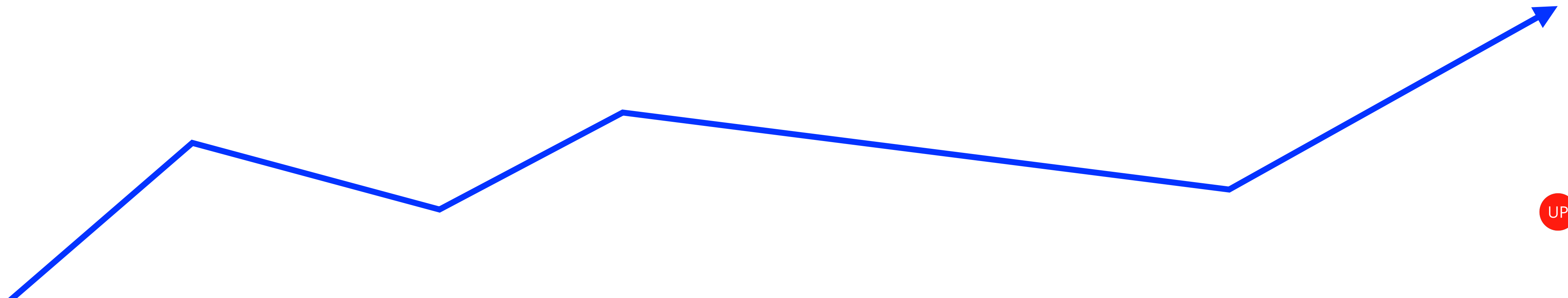
ОРГАНИЧЕСКАЯ СТАТИСТИКА

- **КОЛ-ВО ПОДПИСЧИКОВ**
- **пересечение подписчиков**
- **среднее кол-во лайков**
- **структура лайков**
только на labelup
- **среднее кол-во просмотров**
- **география аудитории**
- **пол аудитории**
- **глубина просмотра**
YouTube
- **охват + возраст**
только для сервисов с API



СИНТЕТИЧЕСКИЕ МЕТРИКИ

- **ER %**
 - только для сервисов с API
 - по просмотрам/подписчикам
- **досягаемость**
 - количество подписок у подписчиков
- **активность подписчиков**
- **процент уникальной аудитории**
- **динамика по лайкам**
- **динамика по подписчикам**
- **CPM**
- **CPC**
 - сервисы с трекингом
- **CTR**



НЕ ВЕРИТЬ СТАТИСТИКЕ, КОТОРУЮ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ПЛАТФОРМА БЕЗ API

INSTAGRAM

- возраст аудитории
- уникальный охват
- статистика stories

YOUTUBE

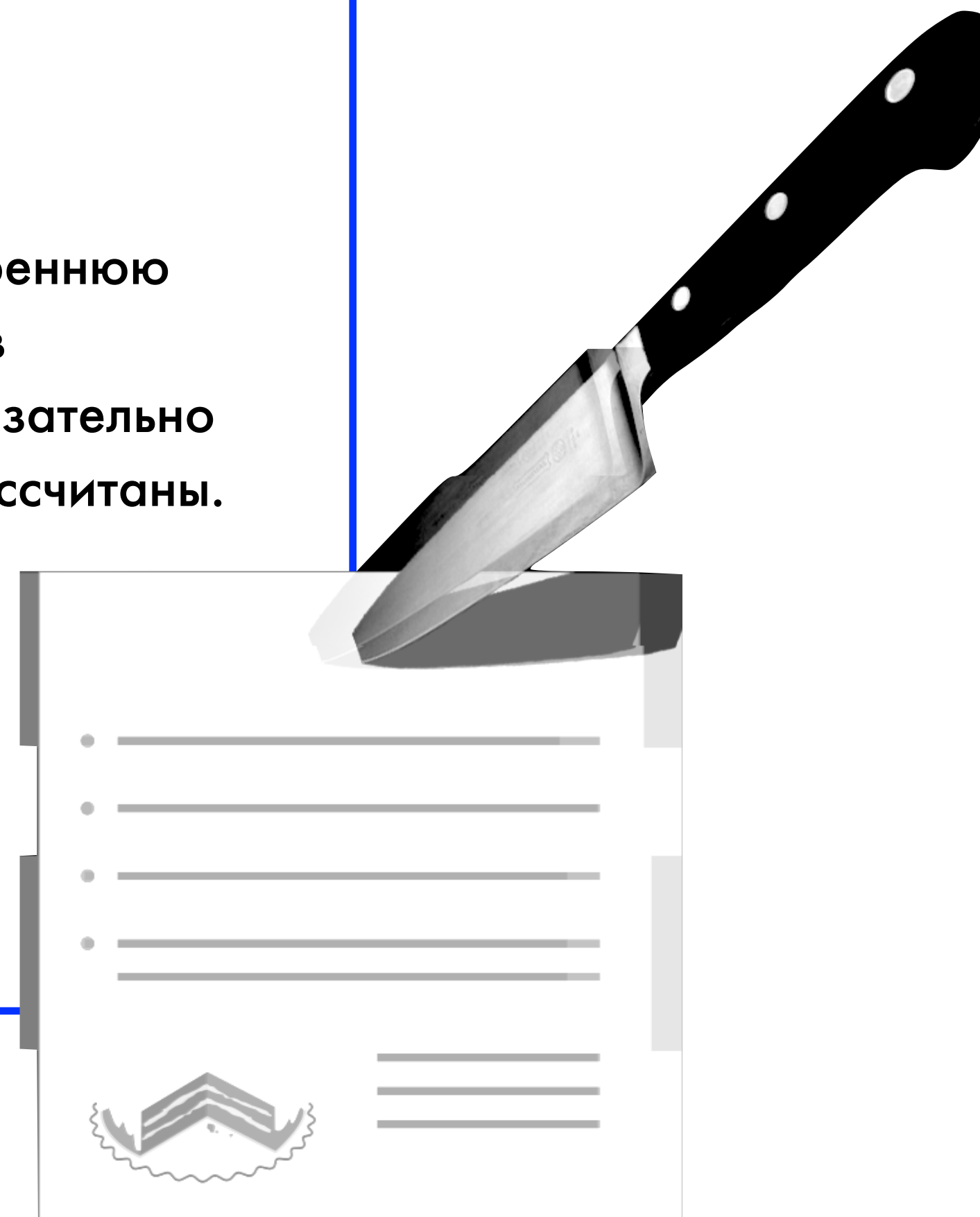
- соцдем аудитории
- география
- глубина просмотров

хозяйке на заметку

РЕЙТИНГИ / БАЛЛЫ

Если на платформе вы видите внутреннюю систему оценивания инфлюенсеров (рейтинговую или балльную) — обязательно узнайте, по какой методике они рассчитаны.

Чаще всего это маркетинговый ход.





THANK YOU!