

## INFORMACJE GŁÓWNE



imię i nazwisko: **Nikola Styłowa** Data założenia profilu: **01.05.2018**  
 płeć: **kobieta** Data założenia głównego medium: **01.01.2018**  
 wiek: **22** Kategoria główna: **LIFESTYLE**  
 lokalizacja: **Radom** Kategorie dodatkowe: **URODA KUCHNIA MODA ZAKUPY**

**BUDDY SCORE** Wynik procentowy **15%** Rating Buddy Score: **C2** (wiarygodność niska)

## MEDIA

Instagram:	nicole_stylowa	liczba follow: 129 000	data założenia: 01.01.2018
Facebook:	nicole_style	liczba lubiących: 456	data założenia: 01.01.2018
Blog:	stylowanikola.pl	liczba UU: 150	data założenia: 10.04.2018

## INFORMACJE OGÓLNE

Opis własny:	Influencerka. Promotorka. Miłośniczka dobrego stylu.
Zainteresowania:	moda, uroda, selfie, fotomodeling, podróże, technologie, zakupy, rozrywka, filmy, muzyka, nauka

## STATYSTYKI

Instagram:	Liczba obserwujących: <b>129 000</b>	Engagement Rate: <b>0,5%</b>																	
Data/okres danych: 1.01.2018 - 15.05.2018	<p>Płeć obserwujących:</p> <p><b>30%</b> kobiety <b>70%</b> mężczyźni</p>	<p>Wiek obserwujących:</p> <table border="1"> <tr> <td>13-17</td> <td><b>40%</b></td> <td>45-54</td> <td><b>2%</b></td> </tr> <tr> <td>18-24</td> <td><b>45%</b></td> <td>55-64</td> <td><b>3%</b></td> </tr> <tr> <td>25-34</td> <td><b>5%</b></td> <td>65+</td> <td><b>2%</b></td> </tr> <tr> <td>35-44</td> <td><b>3%</b></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	13-17	<b>40%</b>	45-54	<b>2%</b>	18-24	<b>45%</b>	55-64	<b>3%</b>	25-34	<b>5%</b>	65+	<b>2%</b>	35-44	<b>3%</b>			<p>Najpopularniejsze lokalizacje:</p> <p><b>Miasta TOP 3:</b> 1. Abu Dabi 2. Dżakarta 3. Warszawa</p> <p><b>Kraje TOP 3:</b> 1. ZEA 2. Brazylia 3. Polska</p>
13-17	<b>40%</b>	45-54	<b>2%</b>																
18-24	<b>45%</b>	55-64	<b>3%</b>																
25-34	<b>5%</b>	65+	<b>2%</b>																
35-44	<b>3%</b>																		
	Liczba wyświetleń wpisu po 3 dniach: <b>1900</b>																		
	Liczba wyświetleń wpisu po 3 m-cach: <b>2100</b>																		
	Tygodniowy zasięg profilu: <b>2700</b>																		
Facebook:	Liczba lubiących: <b>456</b>	Engagement Rate: <b>1%</b>	<b>1 000 000 PLN</b>																
Data/okres danych: 1.01.2018 - 15.05.2018	Płeć obserwujących: BRAK DANYCH	Wiek obserwujących: BRAK DANYCH	Najpopularniejsze lokalizacje: BRAK DANYCH																

## STATYSTYKI KAMPANII

Nazwa kampanii:	<b>Stylowe Parówki</b>			
Liczba wyświetleń:	<b>1245</b>	Liczba interakcji:	<b>400</b>	Procent:
Nazwa kampanii:	<b>Krem pod oczy</b>			
Liczba wyświetleń:	<b>1724</b>	Liczba interakcji:	<b>500</b>	Procent:
Nazwa kampanii:	<b>Chipsy paprykowe</b>			
Liczba wyświetleń:	<b>1546</b>	Liczba interakcji:	<b>324</b>	Procent:
Nazwa kampanii:	<b>Bikini</b>			
Liczba wyświetleń:	<b>3300</b>	Liczba interakcji:	<b>100</b>	Procent:

## RELACJA Z MARKAMI

Marki, z którymi twórcza współpracował	krem, mydło, parówki, biżuteria, herbatki, chipsy, stroje kąpielowe, fryzjer, soczki, piwo, płyn do prania, drogeria internetowa, lakier do paznokci, środek na biegunkę
Jestem Buddy dla:	-
Chciałbym być Buddy dla:	mogę reklamować wszystko

## REFERENCJE/KOMENTARZE BUDDIES

INFLUENCER A 10.04.2018 <b>POZYTYWNY</b>	Świetna promotorka. Like4like.
INFLUENCER B 11.03.2018 <b>POZYTYWNY</b>	Pięknie wygląda
INFLUENCER B 10.02.2018 <b>NEGATYWNY</b>	Zaniża stawki na rynku!!!

## SZCZEGÓLNE INFORMACJE O WSPÓŁPRACACH:

<b>Krem pod oczy</b> 4.04.2018 Status: <b>UKOŃCZONA</b>	<p>Kampania: <b>Krem pod oczy</b></p> <p><b>Ocena ogólna:</b> ●●●●● <b>2,5</b></p> <p>Jakość wizualna ●●●●●</p> <p>Zgodność z briefem ●●●●●</p> <p>Efektywność ●●●●●</p> <p>Terminowość ●●●●●</p> <p><b>Komentarz:</b> Influencerka opublikowała wszystko we wskazanym terminie. Podstała zdjęcia do akceptu oraz sumiennie wywiązywała się z przedmiotu kampanii. Jakość realizacji pozostawia jednak sporo do życzenia. Influencerka nie przedstawiła pełnych statystyk.</p>
<b>Drogeria internetowa</b> 2.02.2018 Status: <b>UKOŃCZONA</b>	<p>Kampania: <b>Drogeria internetowa</b></p> <p><b>Ocena ogólna:</b> ●●●●● <b>2,2</b></p> <p>Jakość wizualna ●●●●●</p> <p>Zgodność z briefem ●●●●●</p> <p>Efektywność ●●●●●</p> <p>Terminowość ●●●●●</p> <p><b>Komentarz:</b> Influencerka wykonała kampanie. Zdjecie było poprawne, jednak efektywność kampanii żadna. Z linki trackującego na 129000 obserwujących zanotowaliśmy 3 wejścia.</p>
<b>Parówki</b> 3.03.2018 Status: <b>UKOŃCZONA</b>	<p>Kampania: <b>Parówki</b></p> <p><b>Ocena ogólna:</b> ●●●●● <b>1,4</b></p> <p>Jakość wizualna ●●●●●</p> <p>Zgodność z briefem ●●●●●</p> <p>Efektywność ●●●●●</p> <p>Terminowość ●●●●●</p> <p><b>Komentarz:</b> Influencerka wykonała zadanie. Kontakt był miły i szybki. Jednak godzinę po publikacji pojawił się post promujący konkurencyjną markę szynki. Post został ukryty po 3 tygodniach wbrew kryteriom.</p>

## CZYNNIKI RYZYKA

	Większość obserwujących pochodzi spoza Polski.
	Liczba interakcji oraz wyświetleń sugeruje, że społeczność nie jest wiarygodna.
	Twórcza często eksponuje ciało w sposób wulgarny, nie jest to odpowiednia ekspozycja dla marek premium.

## INNE ZDARZENIA WPŁYWAJĄCE NA SCORING:

	<b>NEGATYWNY</b> Twórcza nie pojawił się na wydarzeniu do którego promocji został zaangażowany.	02.01.2018
	<b>POZYTYWNY</b> Twórcza w wielu kampaniach realizuje dodatkowe publikacje bez zmiany wyceny	02.01.2018

