



БЕСПЛАТНЫЙ ЧЕК-ЛИСТ · 2026

Портфолио UGC-креатора: что подготовить перед отправкой бренду

Бренды выбирают по работам, а не по числу подписчиков. Используйте список как ориентир: отметьте то, что уже есть, а остальное оставьте себе как простой план доработки.

11 млн+ ОХВАТ МОИХ РОЛИКОВ В МЕСЯЦ	5,3 млн ПРОСМОТРОВ У РЕКОРДНОГО РОЛИКА	3 ниши ЕДА И РЕЦЕПТЫ, ДОМ, ЛАЙФСТАЙЛ
---	--	---

01 Состав подборки

база, по которой судят о диапазоне

- ☐ **От 5 до 10 работ.** Меньше трёх не покажет диапазон, больше десяти размывает впечатление.
- ☐ **Разные форматы.** Обзор, распаковка, рецепт с интеграцией, лайфстайл, видеоотзыв. Бренд должен увидеть, что вы решаете разные задачи.
- ☐ **Разная подача.** С лицом и без, с озвучкой и без, длинные разговорные и короткие динамичные. Именно это бренды указывают в брифе.
- ☐ **Вертикальный формат 15–60 секунд.** То, что заказывают чаще всего: Reels, TikTok, Shorts, VK Клипы.
- ☐ **Показаны результаты, если они есть.** Просмотры, скриншоты статистики, рост аккаунта бренда. Даже один ролик с цифрами усиливает всю подборку.

02 Каждая работа

смотрят быстро и без звука

- ☐ **Первые 1–3 секунды цепляют.** Движение, цвет, надпись или интрига. Слабое начало означает, что остальное не посмотрят.
- ☐ **Ролик понятен без звука.** Надписи в кадре ведут зрителя, даже когда телефон в беззвучном режиме.
- ☐ **Аккуратные свет и картинка.** Снято при хорошем свете, без шума и «мыла». Это первое, что выдаёт новичка.
- ☐ **Продукт выглядит органично.** Как часть реальной жизни, а не «появился из ниоткуда». За эту естественность UGC и ценят.
- ☐ **Есть подпись в одну-две строки.** Какая была задача и что сделано. Ролик с контекстом превращается в кейс.



03 Оформление и доступ

бренды смотрят с телефона, на ходу

- ☐ **Открывается с телефона в два клика.** Без регистраций, тяжёлых архивов и «запросить доступ».
- ☐ **Самые сильные работы стоят первыми.** Часто смотрят только три ролика. Первые три и решают.
- ☐ **Слабых и устаревших работ нет.** Портфолио оценивают по худшей работе не реже, чем по лучшей. Витрина, а не архив.
- ☐ **Контакты видны сразу.** Имя, ниша, Telegram или почта. Заказчик не должен их искать.

04 Перед отправкой бренду

то, что отличает ответ от тишины

- ☐ **Подборка адаптирована под нишу бренда.** Релевантный кейс поставлен первым: косметическому бренду сначала бьюти, продуктовому сначала еду.
- ☐ **Сообщение короткое.** Кто вы, чем полезны этому бренду, ссылка на портфолио. Три предложения, не письмо на страницу.
- ☐ **Предложение персонализировано.** Под конкретный продукт и задачу. Массовая рассылка одинаковых шаблонов не работает.
- ☐ **Вы знаете свою цену.** Цена за ролик и что в неё входит: съёмка, монтаж, права, правки. Ответ без паузы звучит уверенно.

ИЗ ПРАКТИКИ

- 🕒 **Тестовые ролики считаются.** Бренду важно, как вы снимаете, а не был ли ролик оплачен. Возьмите продукты, которыми пользуетесь, и снимите их как для заказчика.
- 🕒 **Месяц работы в компании даёт сразу три вещи:** реальные задачи, обратную связь и кейсы для портфолио. Я прошла через это сама, и рост начался именно с практики.
- 🕒 **Пересматривайте подборку раз в 2–3 месяца.** Убирайте всё, что уже слабее вашего текущего уровня.

ЛИЧНАЯ КОНСУЛЬТАЦИЯ

Нужен взгляд со стороны?

На консультации разбираем ваше портфолио: что оставить, что переснять, где искать первые заказы и сколько просить за ролик. 60 минут один на один, с планом действий после встречи.

natalia-ugc.com/konsultatsiya

Telegram: t.me/nattydri



БОНУС К ЧЕК-ЛИСТУ

Как написать бренду первое сообщение

Длинное письмо не нужно. Покажите, что вы понимаете бренд, предложите одну идею и дайте ссылку на работы.

Здравствуйте, [имя / команда бренда]!

Меня зовут [ваше имя], я UGC-креатор и снимаю [форматы / ниша]. Посмотрела [продукт или аккаунт бренда] и придумала идею: [одна конкретная идея для этого продукта].

Вот моё портфолио: [ссылка]. Если формат вам подходит, пришлю варианты роликов и стоимость.

Как говорить о цене

После ответа бренда уточните формат, количество роликов, сроки и права на использование. Затем назовите одну понятную цену: «За такой ролик стоимость [сумма] ₽ — в неё входят съёмка, монтаж, одна правка и [права / срок использования]».

ЛИЧНАЯ КОНСУЛЬТАЦИЯ

Нужен взгляд со стороны?

На консультации разберём вашу подборку, выберем сильные работы и соберём понятный первый шаг к брендам.

natalia-ugc.com/konsultatsiya

Telegram: t.me/nattydri