

Telegram для бизнеса



Сергей Стукалов

Коммуникационное агентство

Михайлов и Партнёры

Директор МиП Digital.. Человек года в SMM в России 2023 и
2024 на премии RUWARD AWARD.

Автор телеграм-канала @digitalrus

+7 (903) 627-71-59

stukalov@m-p.ru

m-p.ru

Почему Telegram?

- Топ-6 самых посещаемых сайтов Рунета с 86 млн ежемесячной аудитории. И самыми высокими темпами роста за последними 2 года.
- Медиа-источник номер 1 в России.
Лидер по доверию среди медиа.
- №1 для деловой коммуникации

№	Интернет-ресурс	Месячный охват, тыс. чел.
1	Яндекс	100325.9
2	Google	99769
3	Whatsapp*	96239.8
4	Youtube	95590.7
5	ВКонтакте	89894.1
6	Telegram	86255.9
7	Sberbank	83996
8	Дзен**	77543.3
9	Mail.ru	76095
10	Ozon	73974.1

По данным mediascope за июнь 2024 года:
<https://mediascope.net/data/>

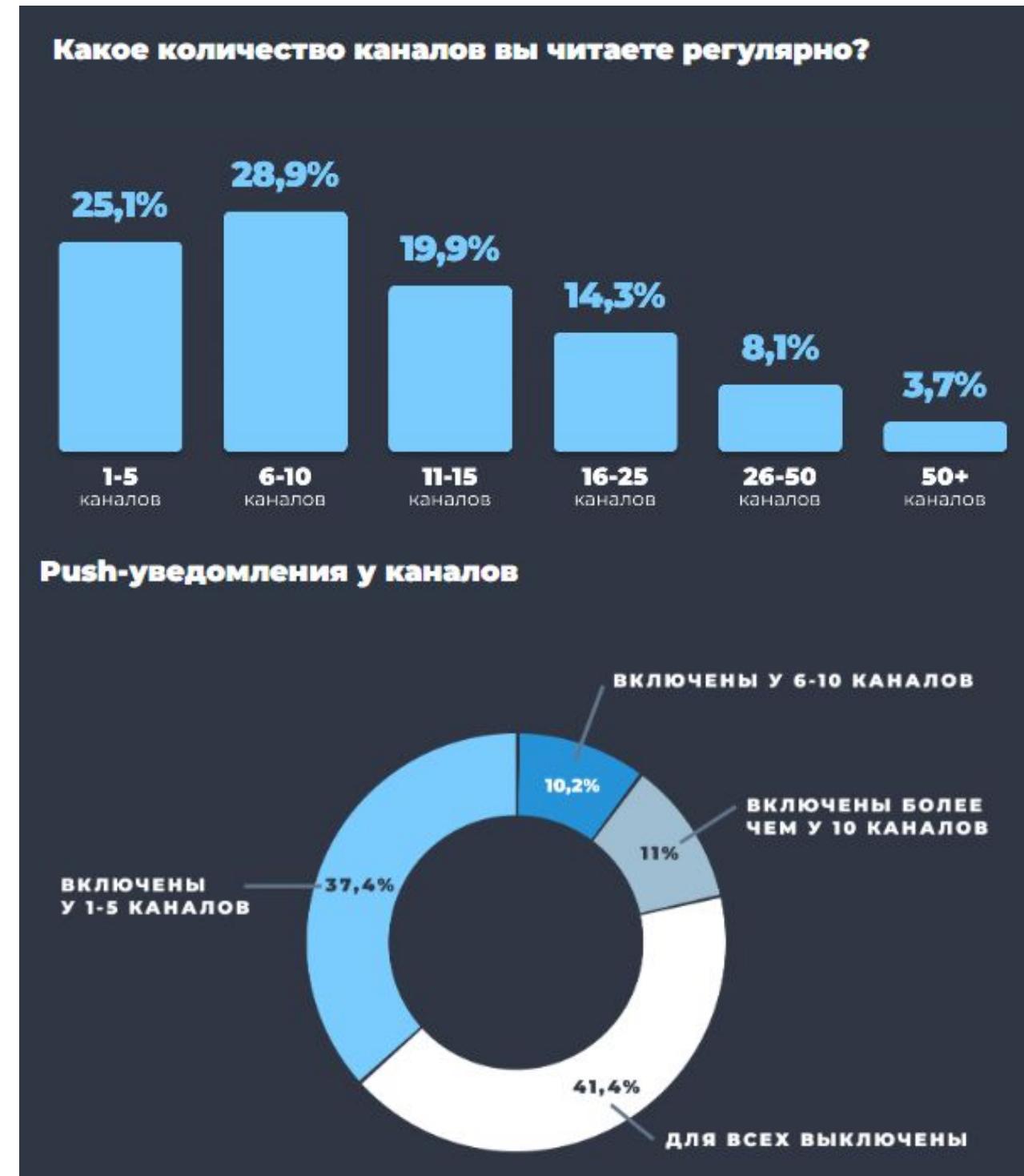
Цели, которые можно достичнуть

- Репутация, корпоративная повестка
(в большей мере для b2b)
- Продажи
- HR-маркетинг
- Построение комьюнити и др.



Минусы Telegram для бизнеса

- **Это не соцсеть, тут нет ленты новостей.**
Модель подписки определяет особенности потребления на платформе.
- **Перегретый рынок нативной рекламы** делает инвестиции в платформу рискованными. Стоимость рекламы через посевы растет ежеквартально.
- Официальный рекламный инструментарий (Telegram Ads) только набирает обороты и пока **полностью не удовлетворяет запрос бизнеса.**



Данные: <https://tgstat.ru/research-2023>

Разделяй и властвуй
продвигай

Если ты большой

Один канал = одна ЦА

Крупный бизнес сегментирует аудиторию по каналам, что позволяет удерживать внимание на соответствующим потребностям аудитории контента и дешевле привлекать и удерживать аудиторию.

Банки в Telegram	Для B2C	Для бизнеса B2B	Для инвесторов	HR-бренд	HR- сообщество для ИТ
Сбер	816 710	140 483	240 000	21 725	5 595
ВТБ	287 673		49 948	9 400	
Альфа-банк	808 180	5 900	483 428	5 486	30 587
ПСБ	25 305		12 751		1 275
Газпромбанк	93 903		44 938	1 300	6 300
Росбанк	44 379		4 543	3 223	
Т-банк	295 226		66 315	24 605	23 592
Совкомбанк	18 262	3 604	4 300		2 901

«Скрытые» форматы

Отраслевой регулятор

Канал, который **дает оценки**

в определенной отрасли. Подача информации провокационная.

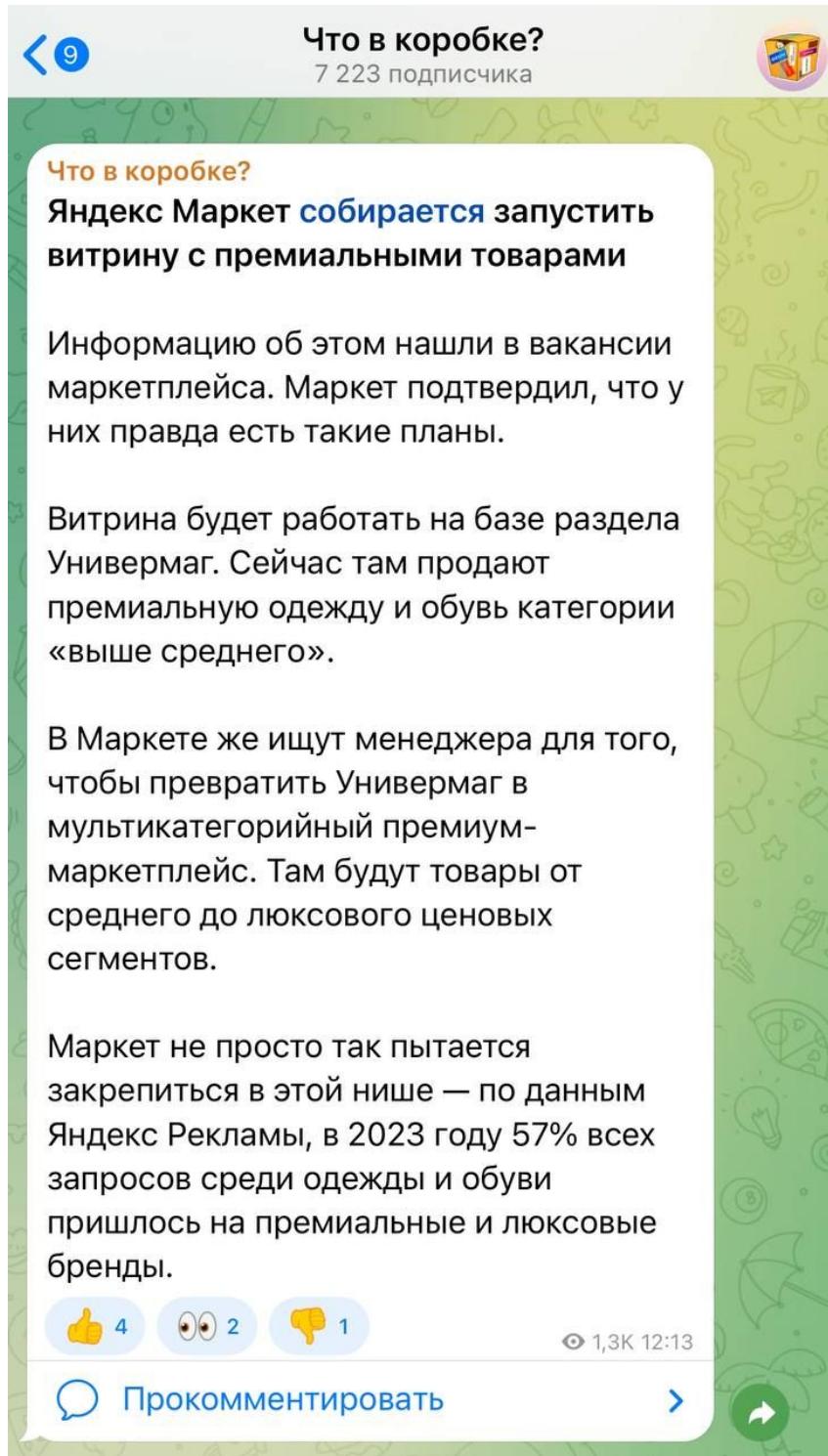
Всегда анонимный.

Применение:

1. Контроль отраслевых тем.
2. Защита отрасли, GR
3. Усиление позиций среди конкурентов.
4. Дополнительная поддержка в спорах и конфликтах.



«Скрытые» форматы



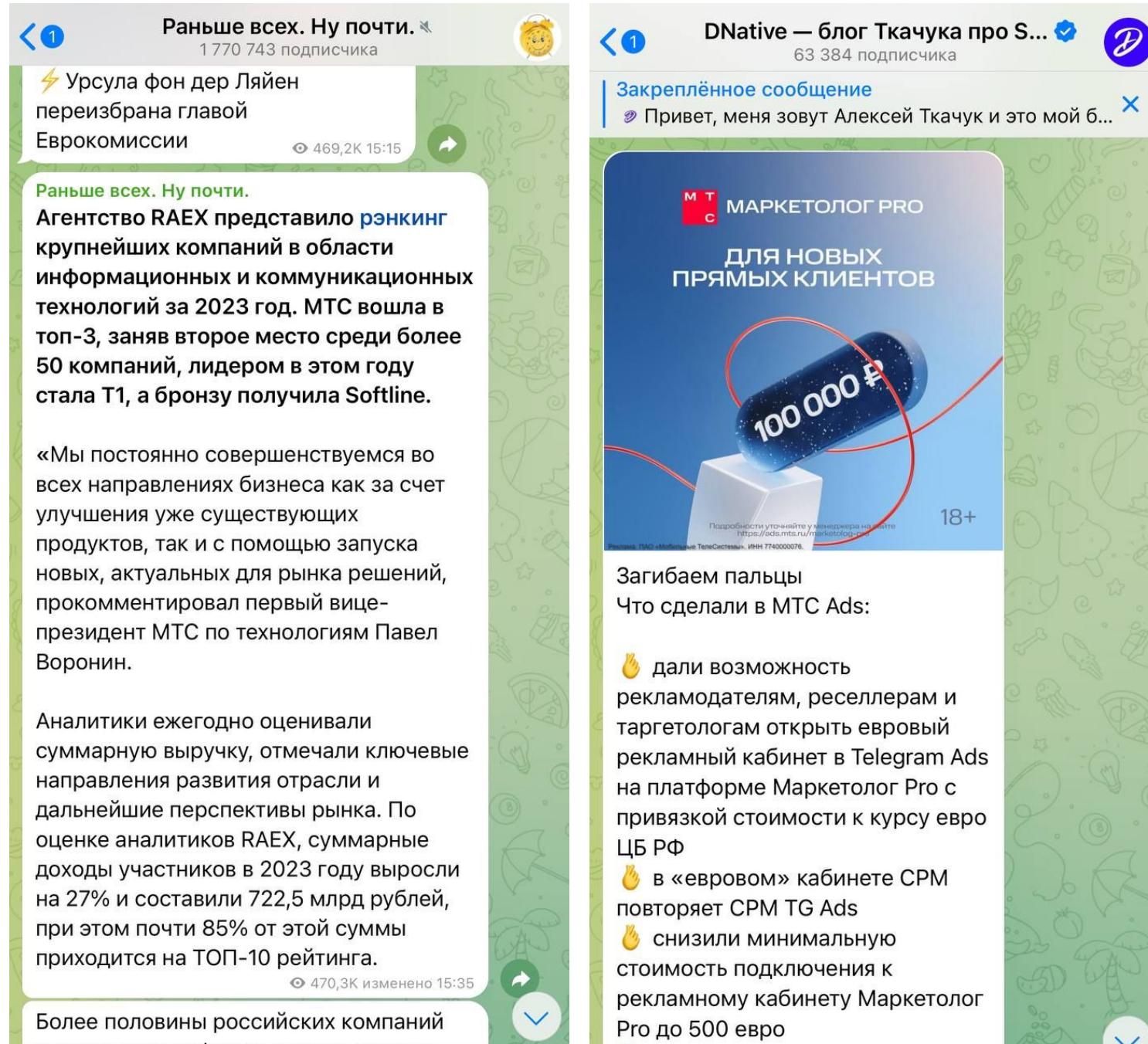
Анонимный отраслевой

Канал, который ведется на определенную тематику, но без раскрытия авторов. Всегда охватывает целую отрасль, чтобы скрыть «ушки» компании.

Применение:

1. Контроль отраслевых тем.
2. Усиление позиций среди конкурентов.

«Скрытые» форматы



Нативная реклама

Формат продвижения, когда ключевое действие связано либо со знанием, либо с действием на конверсию.

Применение:

1. Быстрая проверка гипотезы и предложения.
2. Когда нельзя выйти прямо.

ppc.world



Ближе и теплее

Если ты малый

Чат-сообщества

Открытые и закрытые с модерацией

Чат-сообщества собираются среди людей **одинаковых интересов, чтобы организовать и управлять обсуждениями, нативно и рекламно участвовать в их коммуникации.**

Применение:

1. Создание закрытых клубов.
2. Наибольшее применение в B2B.
3. Когда ваш продукт и услуга встроена в отрасль как этап/часть.

The image displays two side-by-side screenshots of mobile messaging applications, likely Telegram, illustrating the creation and management of fan clubs for the OMODA brand.

Screenshot 1 (Left): Shows the profile page for the "OMODA CLUB" group. At the top, there's a back arrow labeled "Назад" and the group logo, which is a stylized "O" inside a square frame. Below the logo, the group name "OMODA CLUB" is displayed, along with the number of participants: "34 996 участников, 4 037 в сети". There are three buttons at the bottom: a bell icon for "звук" (sound), a magnifying glass icon for "поиск" (search), and a three-dot menu icon for "ещё" (more). A message card is overlaid on the screen, containing the following information:

- ссылка: <https://t.me/omoda5club>
- описание: Официальный фан-клуб ОМОДА в России!
- Официальный сайт: <https://omoda.ru/>
- Онлайн-витрина: <https://cars.omoda.ru/>
- Горячая линия: 8 800 600 1 888
- Правила фан-клуба: <https://telegra.ph/Pravila-FanKluba-OMODA-10-23>

Screenshot 2 (Right): Shows a list of messages in the "OMODA CLUB" group. At the top, there's a back arrow labeled "Назад", the group name "OMODA CLUB", and the participant count: "34 996 участников, 4 037 в сети". Below this is a search bar with the placeholder "Поиск". The message list shows several posts from users, each with a timestamp:

- # Болталка 14:36
Чебурек московский
Я уже договорился приехать твой поезд ушел)
- ⚡ Техничка 14:24
Андрей Макаров
Завтра ворму зделают, и дюралем зальют.
- 🚗 Седан OMODA S5 GT 14:22
Сергей
З минимум, я думаю
- 🏆 Конкурсы 14:21
Natalia
Если вы владелец ОМОДА и хотели бы поуча...
- 🔥 Седан OMODA S5 14:19
Bars
После закрытия авто. Вся система в сон уходит ч...
- 🚗 OMODA C5 13:37
Вассиан 🙏
<https://www.youtube.com/watch?v=kpoDz18aPys>
- 🚗 Покупка авто 13:25
Анатоль
Ультимейт 24г 2.44
- ❗ Датчики давления в шинах на ОМОДА 13:19
Александр
Вроде это полный.

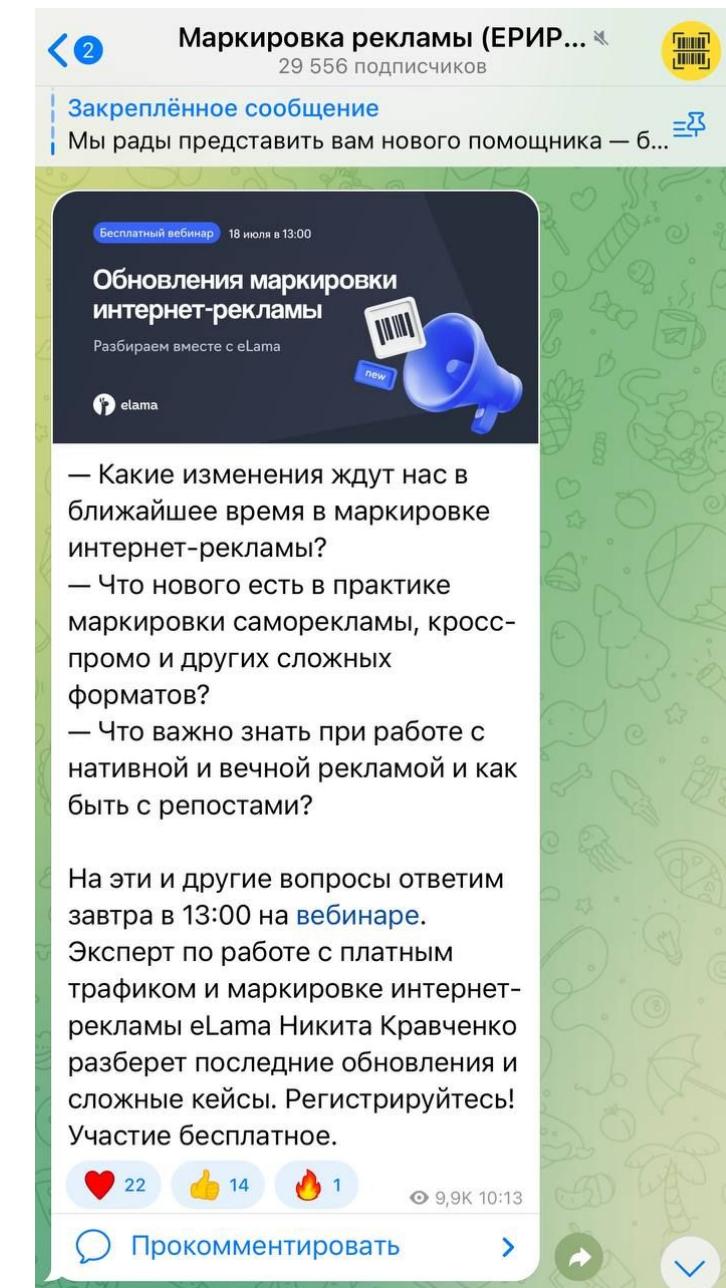
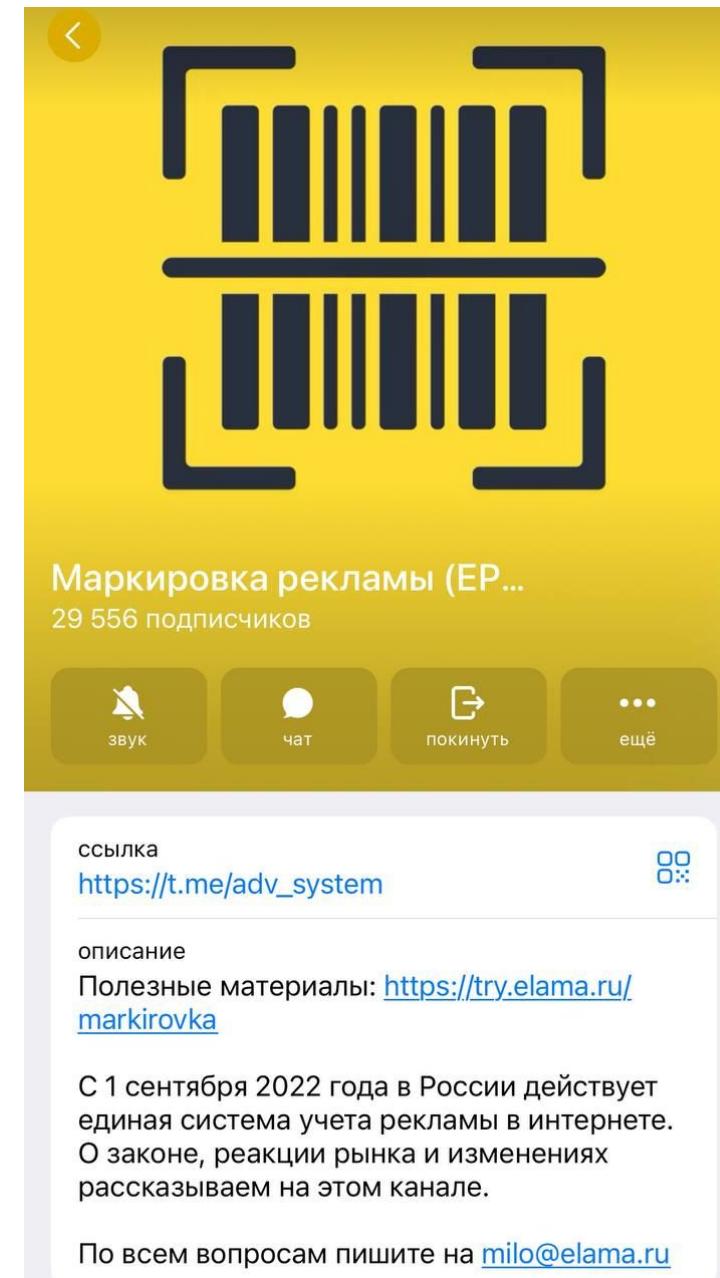
Чат-сообщества

Открытые и закрытые с модерацией

Чат-сообщества собираются среди людей **одинаковых интересов, чтобы организовать и управлять обсуждениями, нативно и рекламно участвовать в их коммуникации.**

Применение:

1. Создание закрытых клубов.
2. Наибольшее применение в B2B.
3. Когда ваш продукт и услуга встроена в отрасль как этап/часть.



Если простое,
то автоматизируйся

Если твой продукт не требует консультаций

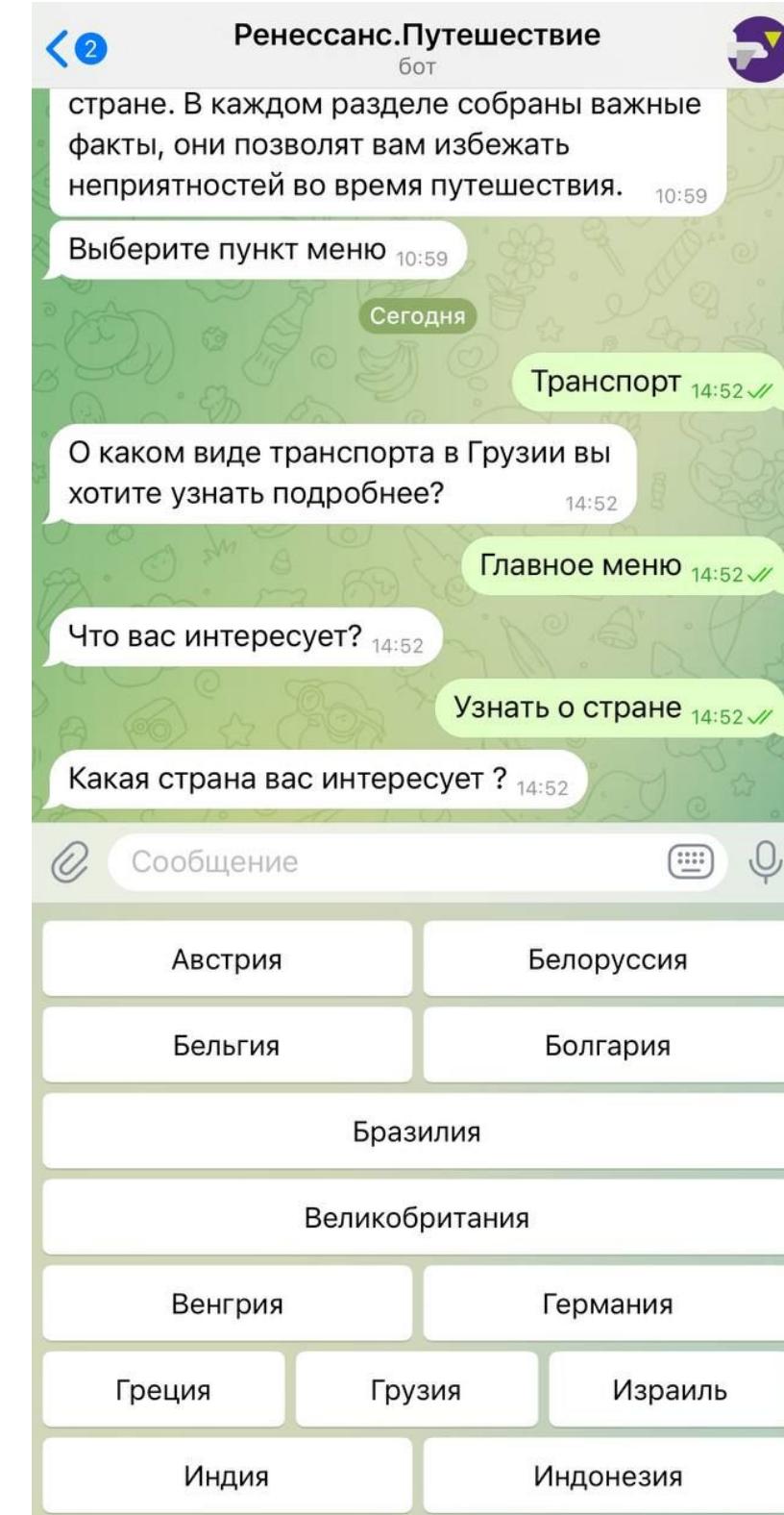
Чат-бот

Справочники и сервис

Чат-бот автоматизирует определенную потребность пользователя или тематику. Продукт встроен в коммуникацию.

Применение:

- Предоставление мгновенной информации.
- Создание сервиса для закрытия потребности аудитории.
- Автоматизация продаж.



Магазин в Telegram

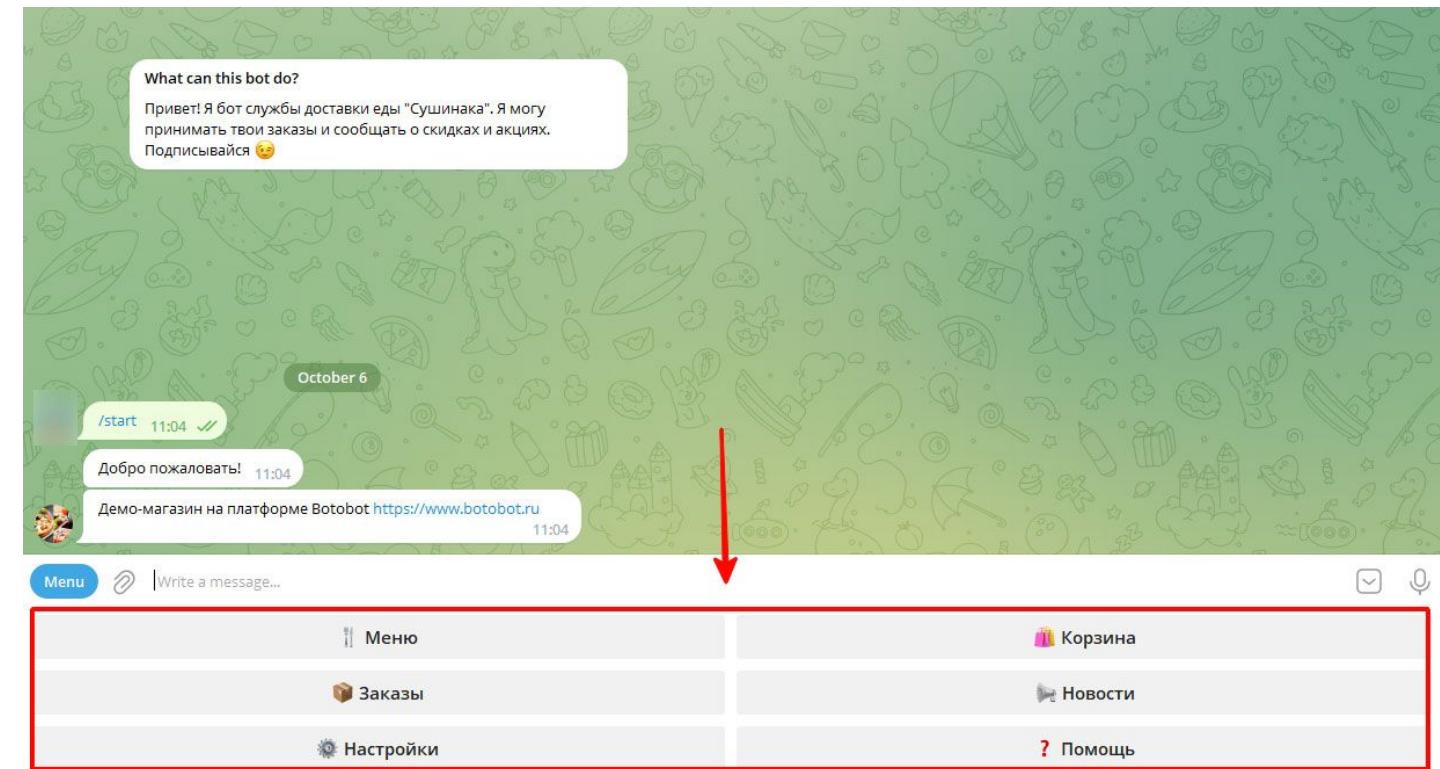


Сервисы и продажи

Интернет-магазин может быть реализован как чат-бот, либо как отдельное приложение внутри Telegram.

Применение:

1. Продажа товаров и услуг.
2. Автоматизация.



Вопросы для понимания форматов работы с Telegram

- Кто ваша аудитория? Будет ли ей интересно находиться в одном канале вместе или требуется сегментизация?
- В каком формате вам будет удобнее создавать контент, а аудитории его потреблять. Сколько вы его можете производить и с каким качеством?
- Как вы планируете привлекать аудиторию? Сколько это будет стоить?
- Какие потребуются ресурсы для продвижения? Кто создает контент? Кто привлекает ресурсы? Рекламный бюджет?

Спасибо
за внимание!