

Содержание

От автора	7
Введение. Почему нужно начинать продвижение в Telegram прямо сейчас	9
Часть I. Обзор Telegram и настройка канала	19
Глава 1. Как устроен Telegram и в чем его уникальность	22
Глава 2. Варианты работы: группы, супергруппы, каналы	37
Глава 3. Перед работой	42
Часть II. Старт работы	65
Глава 4. Выбор темы и подача материала	67
Глава 5. Как часто размещать посты? Три стратегии ведения канала	78
Глава 6. Организация работы	86
Часть III. Продвижение	121
Глава 7. Покупка и продажа рекламы	123
Глава 8. Безбюджетные методы продвижения	141
Послесловие	152
Вместо заключения	154

От автора

У этой книги непростая судьба. Несколько раз ее выход откладывался, и, в принципе, она могла не увидеть свет. Еще бы — Telegram на момент написания этих строк все еще запрещен на территории Российской Федерации. Имеет ли смысл публиковать информацию о том, что вне закона?

И все же книга вышла. Случилось это потому, что детище Павла Дурова — это больше, чем просто мессенджер. Это даже больше, чем соцсеть. Telegram — это примета нашего времени. Через десятилетия, вспоминая про конец «десятых» годов, люди будут упоминать в разговорах не только чемпионат мира по футболу, который приняла наша страна. Telegram также окажется неизменным «участником» таких разговоров. Не WhatsApp, не Viber и не другие «коллеги по цеху». Именно Telegram стало явлением, которое обсуждают, беззаботно любят, критикуют и обсуждают. А такое явление стопроцентно заслуживает книги.

Будущее не определено. На сегодняшний день мы не знаем, чем закончится (да и вообще — закончится ли?) история с Telegram. Будет ли удалено приложение из российских App Store и Google Play? Снимут ли блокировку в целом? Какова судьба криптовалюты Gram? Есть вероятность,

что на эти и многие другие вопросы вы, уважаемый читатель, ответы уже знаете. Мы на сегодня знаем лишь то, что, несмотря ни на что, Telegram работает и им пользуется огромное количество людей. Среди них есть ваши потенциальные подписчики, клиенты и даже партнеры.

Задача настоящего издания — дать действенные инструменты для работы в Telegram тем, кто смотрит на эту площадку с точки зрения продвижения. Да, эта книга о маркетинге в Telegram, и в ней собрана информация, которой достаточно для того, чтобы стартовать и получить первые результаты.

Возьмите продукт, «упакуйте» его и сделайте так, чтобы о нем узнало как можно больше людей. Это коротко. Подробнее — на всех последующих страницах.

Приятного и полезного вам чтения!

Артем Сенаторов, лето 2018 г.

Введение

Почему нужно начинать продвижение в Telegram прямо сейчас

Telegram (TG) – самый перспективный мессенджер и социальная сеть на рынке. Я действительно так считаю. И прежде чем привести несколько аргументов в пользу своего мнения, мне хочется оглянуться и посмотреть, какой была ситуация ранее.

Если кратко, то в 2011–2012 гг. бурный рост, а соответственно, внимание брендов и рекламодателей, наблюдался у «ВКонтакте» («ВК»). Тогда сеть представила новый формат сообщества — публичную страницу. Следующая заметная веха — взлет Instagram (IG). Бум спроса на эту площадку пришелся на 2016–2017 гг. Постоянные усовершенствования со стороны разработчиков (появление прямых эфиров, сториз, подписок на хештеги и др.) не давали расслабляться ни аудитории, ни компаниям, ни блогерам. Но несмотря на то, что в 2018 г. «ВК» и IG не собираются сдавать позиций, пришло время для нового явления.

Сразу поясню, что Telegram де-факто не только мессенджер, но и социальная сеть, хотя формально таковой не является. Судите сами: здесь есть сообщества (каналы), посты в них (с охватами), подписчики и многое другое. И даже если сегодня отдельных признаков, характерных для

таких классических сервисов, как Facebook и «ВКонтакте», у TG нет, не факт, что они не появятся в будущем (если еще будут актуальны). Поэтому предлагаю сразу относиться к Telegram как к полноценной соцсети.

Почему Telegram?

Обмен сообщениями присутствует в нашей жизни давно. И если говорить про Сеть, то простые мейлы, которые появились уже на заре существования Глобальной паутины, по сути, выполняли именно эту функцию — пересылку послания (преимущественно текстового) от отправителя к адресату. Позже популярность набрали сервисы для отправки мгновенных сообщений, лидером среди которых была «аська», как ее называли в народе, или ICQ, если официально. Проект оказался действительно народным, доходило даже до продажи и воровства «уинов» — численных юзернеймов, которые (по аналогии с номерами автомобилей) могли быть красивыми.

На смену ICQ пришли Skype и соцсети. До сих пор многие мои знакомые используют «ВКонтакте» как основную площадку для общения. Правда, таких становится все меньше и меньше. Skype также вызывает ряд нареканий, особенно после покупки проекта компанией Microsoft, после чего был внесен ряд спорных изменений в интерфейс приложения.

Мобильные мессенджеры появились в активном информационном поле еще позже. Проблема их развития на ранних этапах заключалась в том, что для работы, к примеру, Viber требовался постоянный мобильный интернет. А многие экономные пользователи отключали 3G и сообщения получали дома вечером (где работает Wi-Fi) скопом, как во времена FidoNet, когда почту нужно было «забирать» из Сети всю

сразу — всю и сразу. Но эти сложности с течением времени отошли в прошлое. Сегодня практически каждый смартфон подключен к Сети круглосуточно. Именно в этом причина постоянно растущей популярности мессенджеров.

Часто на конференциях по маркетингу можно услышать мнение, что будущее — именно за такого рода программами. Звучит логично. Во-первых, мобильная основа, то есть ориентация на работу через смартфон или планшет, — это несомненный плюс, ведь современный человек не расстается с гаджетами даже ночью, даже в поездках. А во-вторых, быстрый и доступный мобильный интернет превращает «чатилки» в идеальный продукт: простой и удобный интерфейс, персональные настройки, минимум трафика (много ли «съедает» текст?). Да, конечно, в приложениях типа WhatsApp сегодня можно передавать не только текст, но изначально позиционировались они как альтернатива SMS — устаревшим морально, ограниченным по количеству символов и дорожим. В итоге мессенджеры быстро убили эсэмэски. Но дальше началась война гражданская — с себе подобными.

И вот мы подошли к ключевому вопросу — почему Telegram если и не побеждает остальные мессенджеры, то по крайней мере занимает среди них выигрышное положение, имеет фанатов бренда и (уже) сообщество блогеров, ведущих там свои каналы.

2017 г. Telegram завершил со следующими показателями*:

- 180 млн активных пользователей в мире** (для сравнения: у «ВКонтакте» активная аудитория — 97 млн человек***);

* <http://telegra.ph/telestats-01-22>

** <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-12-12/cryptic-russian-crusader-says-his-5-billion-app-can-t-be-bought>

*** https://vk.com/page-47200925_44240810

- 500 000 новых пользователей ежедневно;
- 70 млрд сообщений отправляется каждые сутки;
- в России приложение входит в число самых скачиваемых (2-е место в App Store в разделе «Социальные сети» и 3-е место в Google Play в разделе «Связь»);
- рекламный оборот в российском Telegram – 20 млн рублей в месяц.

Да, WhatsApp – безоговорочный лидер по количеству установок и активных пользователей. Но эта огромная машина выглядит неповоротливой, когда начинаешь ее сравнивать с Telegram. Приведу ряд факторов, которые влияют на популярность Telegram в нашей стране.

1. Харизматичный лидер

Павел Дуров – человек, про которого пишут книги. Загадочный и немногословный. Он добился такого положения, когда общество прислушивается к каждому его высказыванию. Перед нами лидер, который не боится вступать в конфликты с правительствами различных стран. Дуров – человек, доказавший, что не является гением-однодневкой. Telegram – не менее громкий проект, чем «ВКонтакте» (это как минимум). Но самое главное, что он наш. Выходец из России, которому пришлось покинуть родину. Сам факт его существования говорит о том, что есть в стране молодые предприниматели-визионеры, способные менять что-то глобально, на мировом уровне. В России Дуров на особом положении. Многим известно, что именно он отец-основатель Telegram. А о том, что сооснователь и генеральный директор WhatsApp Ян Кум родился в 1976 г. в Киеве, осведомлены разве что очень продвинутые пользователи.

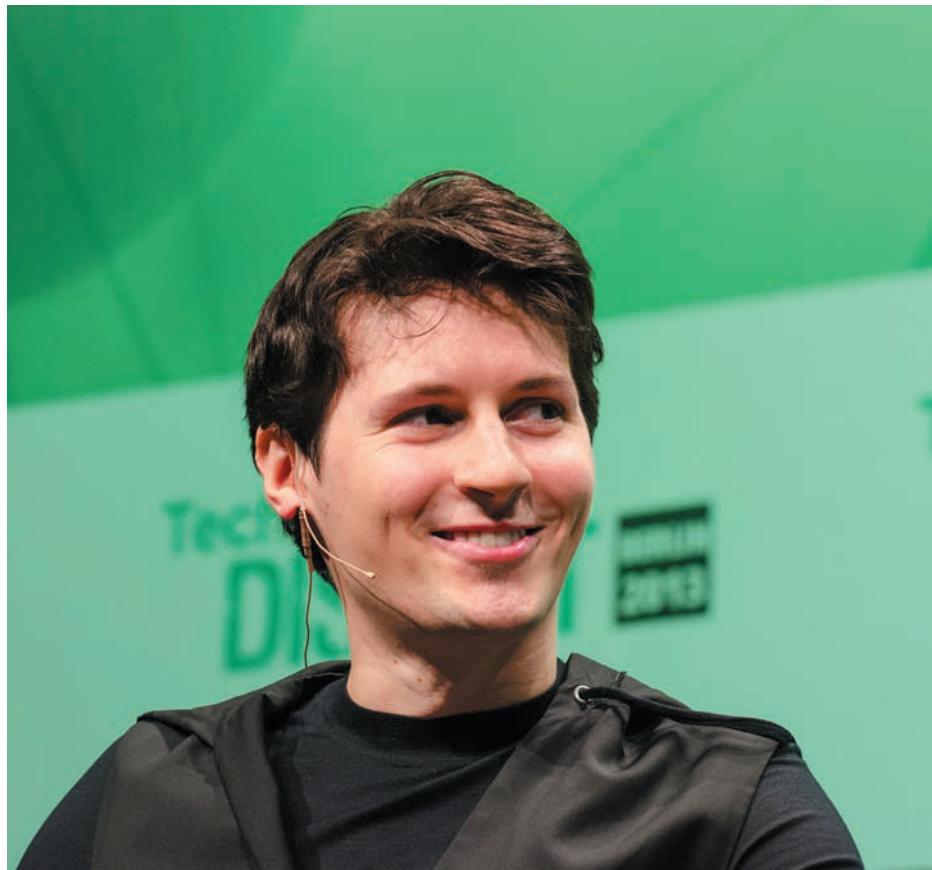


Рис. 1. Павел Дуров

2. Безопасность

Забота о неприкосновенности персональных данных стала декларируемой, ключевой особенностью Telegram, самым настоящим УТП (уникальным торговым предложением). Почему нужно установить это приложение? Чем оно примечательно? Безопасностью! Команда Telegram скорее

Рис. 2. Стену
Павла Дурова
можно читать как
отдельное СМИ



Павел Дуров

27 сен 2017

...

Сегодня Иран официально выбыл из числа стран, которые я могу посещать, – прокурор Тегерана завел там на меня уголовное дело. Телеграмом в Иране пользуется более 40 миллионов человек, и за все годы работы мы не заблокировали ни один политический канал и не выдали властям ни байта личных данных.

откажется от сотрудничества с правительством какой-либо страны, чем даст спецслужбам доступ к пользовательским данным. И это не просто риторика: в конце декабря 2017 г. Иран заблокировал Telegram за то, что разработчики отказались удалять оппозиционные каналы.

В России у властей также есть ряд вопросов к Дурову и его детищу. Но шумиха вокруг предполагаемой блокировки Telegram в нашей стране привела только к росту узнаваемости мессенджера и привлекла новую аудиторию. Неизвестно, что будет дальше, но на начало 2018 г. ситуация работает в пользу TG.

3. Высокий чек на рекламу

Интерес к Telegram большой, а развитых каналов, которые могли бы грамотно прорекламировать товары, услуги или другие каналы, – мало, что приводит к росту цен на промо. Как и на любых других нерегулируемых рынках, ценовая вилка широка. Но определенно, ни Instagram, ни тем более «ВКонтакте» и рядом не стоят по соотношению стоимости размещения и количества подписчиков.

4. Нет умной ленты

Умная лента, призванная защитить подписчика от ненужного контента, вызывает много вопросов. Мне приходилось слышать немало жалоб на алгоритмы сортировки публикаций в Facebook, Instagram и «ВКонтакте». Больше всего, конечно, от тех людей, которые работают в соцсетях. Умная лента нещадно режет охваты аудитории. И даже если расходы на продвижение не увеличиваются, то точно требуется больше времени на ведение аккаунтов. Вы можете написать пост, повесить его в сообщество, но увидят ваш пост только 10% подписчиков или даже меньше. В Telegram такого нет. Каждый ваш подписчик получит каждое ваше сообщение.

Перечислять преимущества TG можно и дальше: скорость передачи файлов, удобные программы-клиенты для ноутбуков и десктопов, несколько форматов общения (каналы, группы, супергруппы). Также для многих важно, что Telegram позволяет публиковать кликабельные ссылки на сторонние ресурсы, что дает широкие возможности для рекламы и продаж. В Instagram, к примеру, в ленту активную ссылку поставить нельзя (одна-единственная доступна в профайле, не считая сториз).

Впрочем, думаю, что если вы дочитали до этой страницы, то уже точно решили хотя бы попробовать что-то сделать в Telegram. Не исключено, что это решение изменит вашу жизнь! Проблема в том, что действовать нужно незамедлительно. Все происходящее внутри и вокруг Telegram настолько подогрело внимание публики, что проект растет лавинообразно. Если вы упустили 2011 г. с пабликами «ВКонтакте», проморгали 2015-й в Instagram, то вот он — ваш шанс отыграться. Прямо сейчас, пока вы читаете эту книгу, одни покупают и продают рекламу в Telegram, другие пишут посты и размещают их в Telegra.ph («родной» издательский

сервис, с помощью которого можно верстать для Telegram большие статьи с мультимедийным контентом), а третьи договариваются о взаимном продвижении.



Как устроена эта книга и кому она нужна

Эта книга построена как простая и четкая инструкция. Она ориентирована на тех, кто много слышал про Telegram, но до сих пор не знает, с какой стороны подойти к работе с ним.

Прочитав «Маркетинг в Telegram», вы сможете создать свой канал, оформить его и наполнить контентом. Вы сможете находить другие каналы для размещения рекламы и будете делать это наиболее выгодно.

Вы узнаете о безбюджетных и платных методах привлечения аудитории. Наконец, научитесь продавать — свой продукт, услуги или рекламу на канале.

Просто попробуйте! Если ничего не получится, вас хотя бы не будут мучить угрызения совести. Ну а если серьезно, то эта книга пусть и не претендует на исчерпывающие сведения о Telegram, но ее достаточно, чтобы первые шаги получились уверенными и в нужном направлении.

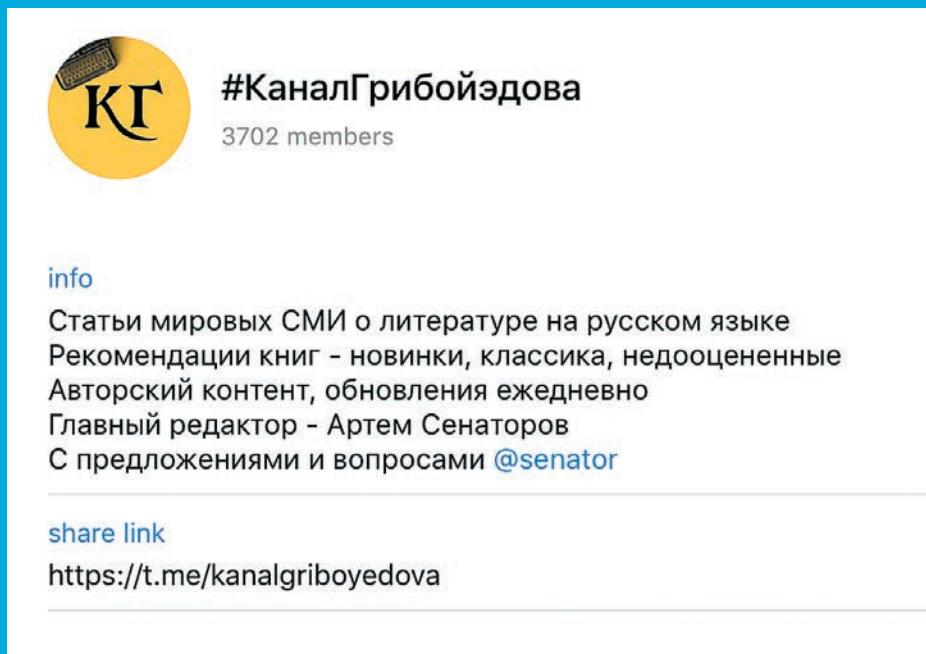
В работе над книгой приняли участие: руководитель проекта Ольга Равданис (благодарю за неизменно высокую планку качества), редактор Алина Сайдашева (спасибо, ценю бессонные ночи, потраченные на улучшение текста), SMM-специалист Родион Губер (твои ценные комментарии добавили в книгу еще больше конкретики), а также администраторы популярных каналов в Telegram — Егор Апполонов («Хемингуэй позвонит», @papawillcall) и Павел Федоров («Паша и его прокрастинация», @abbsol). Егор и Павел — профессионалы, которые ежедневно своим трудом делают русскоязычный Telegram еще интереснее. В этой книги они делятся с вами своими кейсами. Обратите внимание, что не всегда мнения Егора и Павла совпадают с моим — это нормально, у всех нас разный опыт. А вы, взвесив несколько точек зрения, сможете выбрать те способы продвижения, которые посчитаете нужным.

Часть I

ОБЗОР TELEGRAM И НАСТРОЙКА КАНАЛА

Проект стартовал в 2011 г. Павел Дуров сразу позиционировал его как международный, тем самым увеличивая во много раз количество потенциальных пользователей, в противовес «ВКонтакте»: в него хоть и встроены иностранные языки, фактически он был и до сих пор является сервисом для жителей бывшего СССР. Наибольшую популярность Telegram набрал в Иране и других странах Ближнего Востока. Именно там появился первый в мире канал-миллионник. Официальный Тегеран даже распорядился заблокировать приложение на территории государства, опасаясь, что с его помощью оппозиция будет слишком сильно влиять на умы населения. Все потому, что первая и главная отличительная особенность TG — абсолютная тайна переписки. Команда разработчиков утверждает, что шифрование, применяемое в приложении, наиболее защищенное.

Я присоединился к Telegram чуть ли не на старте и всегда следил за развитием проекта. К примеру, в день, когда появилась возможность занимать уникальные юзернеймы (ох, кажется, это случилось в 2014-м), я занял @senator. Из-за этого мне буквально ежедневно пишут незнакомцы из разных стран и на разных языках пытаются выяснить, кто я такой. В течение 2017 г. я провел несколько экспериментов по старту и продвижению собственных каналов в Telegram, что привело к созданию в октябре 2017 г. «Канала Грибояедова» (@kanalgriboyedova), или «КГ» (хе-хе), — канала, посвященного, как нетрудно догадаться, литературе и всему, что с ней связано. Запуская, наполняя и продвигая «КГ», я допустил немало ошибок, в том числе и финансовых. В этой книге я делясь своим опытом. Надеюсь, это позволит вам избежать досадных оплошностей, и вы не потратите время на неэффективные действия.



The image shows a screenshot of a Telegram channel's info page. At the top, there is a yellow circular profile picture containing a stylized logo with the letters 'КГ' and a small book icon. To the right of the logo, the channel's name is displayed as '#КаналГрибоядова' and the member count is shown as '3702 members'. Below this, there is a section titled 'info' containing the following text:
Статьи мировых СМИ о литературе на русском языке
Рекомендации книг - новинки, классика, недооцененные
Авторский контент, обновления ежедневно
Главный редактор - Артем Сенаторов
С предложениями и вопросами [@senator](https://t.me/senator)
A horizontal line follows this text. Below the line, there is a 'share link' section with the URL <https://t.me/kanalgriboyedova>.

Рис. 4. Info
о «КаналГрибоядова»

Глава 1

Как устроен Telegram и в чем его уникальность

Российская аудитория Telegram

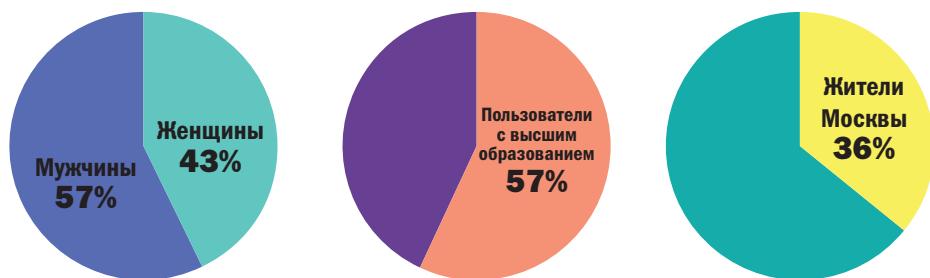


Рис. 5. Российская аудитория Telegram

В Telegram – активная продвинутая аудитория. Самый большой возрастной сегмент – от 18 до 34 лет, 43% – женщины, 57% – мужчины (данные актуальны на апрель 2018 г.). 57% пользователей имеют высшее образование. Это жители крупных городов (36% приходится на Москву), опытные специалисты со стабильным доходом*.

* <http://telegra.ph/telestats-01-22>

Но такая ситуация может поменяться за считанные недели. Уже сейчас я встречаю в Telegram проекты, похожие на набившие оскомину паблики «ВКонтакте» о том, как стать успешным. В свое время сообщества с цитатами Стива Джобса, правилами жизни Генри Форда и прочей мотивационной информацией набирали сотни тысяч подписчиков. Проблема в том, что, кроме красивых слов, в этих пабликах больше ничего не было. Взрослой публике быстро надоел однообразный контент, и такие группы получили репутацию «для школьников». А поскольку мотивационные каналы появляются в TG, можно сделать вывод, что подростковая аудитория начинает мигрировать сюда.

Возможно, подобный контент не приживется в Telegram, как не прижился он в Instagram. Году примерно в 2015-м, когда стало ясно, что IG – это всерьез и надолго, администраторы пабликов «ВКонтакте» сделали в новомодной сети клоны своих сообществ. Результат оказался плачевным: эта модель не сработала, потому что профайлы с цитатами и веселыми картинками были обезличены, то есть не было понятно, кто именно стоит за проектом. В итоге мотивационные аккаунты оказались на обочине Instagram, а популярность завоевали персональные блоги.

Пока в Telegram ситуация складывается точно так же. Наиболее успешные каналы ведутся кем-то конкретным. Не всегда явно, многие популярные проекты остаются анонимными, но каждый из них узнаваем благодаря характерному почерку. То есть для блогеров и журналистов это идеальное место. Поэтому



Рис. 6. Telegram-каналы с цитатами

если вам есть что сказать, у вас есть собственное оригинальное мнение по какому-либо вопросу — добро пожаловать, ваши шансы быть замеченным уже неплохи. Ваше мнение необязательно должно быть объективным. Скажу больше: даже хорошо, если оно отличается от общепринятого. Оно будет смотреться свежее и любопытнее, при условии, правда, что вы сумеете аргументированно его обосновать. Тема может быть любой, но особенно востребованы политика, общество, техника, культура и искусство, бизнес, блокчейн.

Кому подойдет Telegram, а кому нет?

Telegram — в первую очередь текстовая социальная сеть. Сюда приходят читать, именно поэтому тут так популярны литературные каналы и каналы для писателей. Предпринимателям также стоит присмотреться к Telegram. Канал компании в TG — хорошая площадка для общения с действующими клиентами и привлечения новых. И не страшно, если вашей аудитории до сих пор нет в этой соцсети. Не исключено, что она там окажется уже завтра. Или вы можете сами ее туда привести.

Как это сделать? Допустим, вы владелец барбершопа. У вас уже есть страница в Instagram, куда вы направляете основной трафик для последующей конвертации подписчиков в клиентов. Когда эти самые клиенты приходят к вам за стрижкой или бритьем, им можно давать флаер с предложением присоединиться к вашему Telegram-каналу. Мотивация — уникальные предложения, о которых можно узнать только там. Например: «10 сертификатов на бритье и стрижку по сниженной цене отдаем первым, кто нам дозвонится». Таким образом вы получите канал, полностью состоящий из ваших действующих клиентов, который можно позиционировать как VIP-клуб. Не забывайте публиковать не только

информацию рекламного характера. Скажем, полезно будет вывесить график работы на новогодних праздниках.

Какие нюансы в работе Telegram следует учесть компаниям? Если вам обязательно нужно получать обратную связь от подписчиков, TG не для вас. Ведь еще одной его особенностью является практически полное отсутствие обратной связи, о чем я подробнее расскажу ниже. Впрочем, уже есть боты, с помощью которых можно комментировать посты, они пока криво работают, но начало положено.

Чем функционал Telegram отличается от функционала других мессенджеров и соцсетей

Отсутствие обратной связи

Если в других сетях, таких как «ВКонтакте» или Facebook, подписчики могут комментировать публикации или хотя бы ставить лайки, то здесь для этого нужно настраивать ботов (о них я подробнее расскажу ниже). По умолчанию единственная метрика, на которую можно ориентироваться, помимо охвата поста, — отписки. Да, в отличие от других соцсетей, в Telegram нужно обращать внимание на количество отписавшихся за сутки после публикации. Если больше 1% аудитории решило с вами рас прощаться, пост явно «не зашел».

Тем, кто непременно хочет получать хоть какую-то обратную связь, помогут ControllerBot и SecretgramBot. С первым, пройдя элементарную процедуру авторизации канала, вы сможете добавлять «реакции» на пост (например, большой палец вверх и большой палец вниз) и вставлять в свои публикации кликабельные эмоджи. Чтобы стимулировать подписчиков к активности, попросите их прямым текстом: «Тестирую

Конец ознакомительного фрагмента.
Приобрести книгу можно
в интернет-магазине «Электронный универс»
(e-Univers.ru)