



14.12.2023

# Telegram: возможности для рекламы сайтов

[techart.ru](https://techart.ru) | [promo.techart.ru](https://promo.techart.ru)

2023

1999

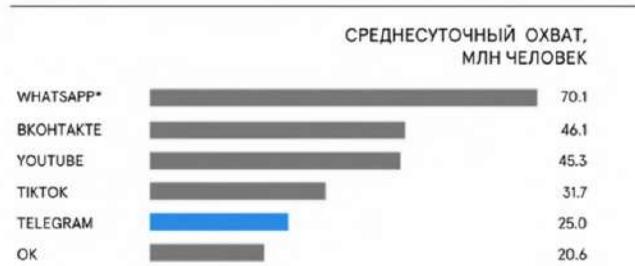
# Аудитория Telegram

## Топ площадок

ОКТАБРЬ 2023



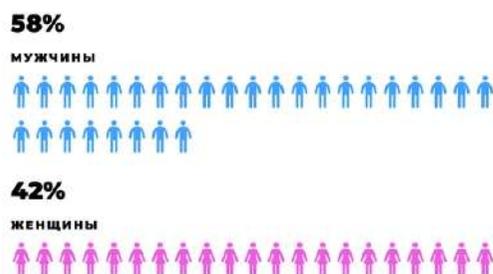
ЯНВАРЬ 2022



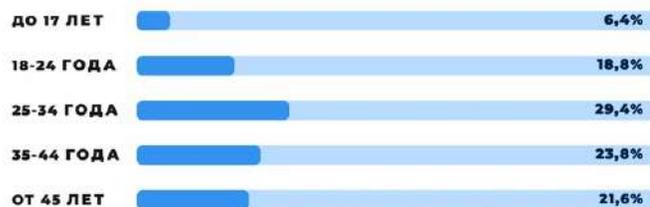
## Регионы



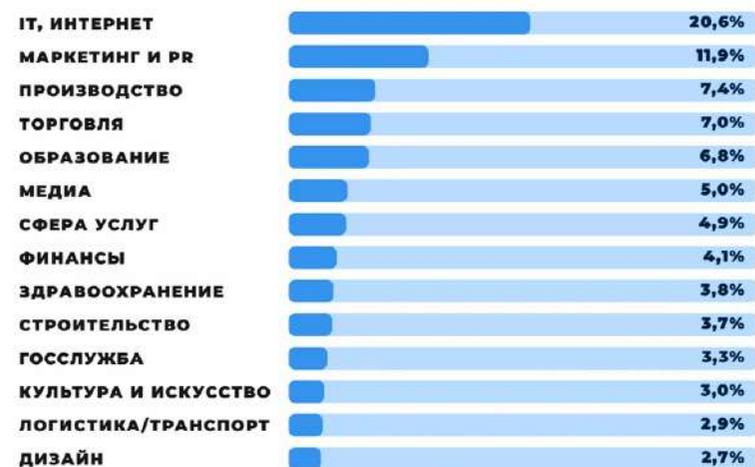
## Демография



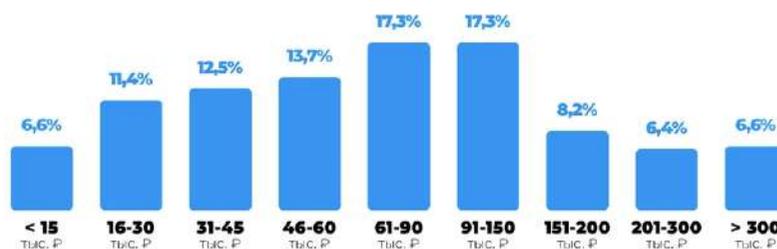
## Возраст



## Сфера деятельности



## Доход



\* По данным Mediascope и TGStat

# Реклама в Telegram-каналах через Яндекс Директ

С ноября реклама в Telegram-каналах теперь доступна всем рекламодателям.

## Что такое реклама в Telegram через Яндекс Директ?

Это реклама размещенная в публичных Telegram-каналах партнеров Рекламной сети Яндекса.



- Минимальный бюджет от 360 руб. (включая НДС).
- Оплата только за клики.
- Автомаркировка рекламы.
- Длинный текст объявлений.
- Возможность анализа мест показа объявлений и добавления в блок некачественных каналов.



- Ограниченное количество таргетингов: можно выбрать только ГЕО и обязательно нужно выбрать от 3 тематик каналов.
- Доступна стратегия показов только «Максимум кликов».
- Показ в каналах автоматический – нельзя самим выбрать каналы показа.

# Как выглядят объявления

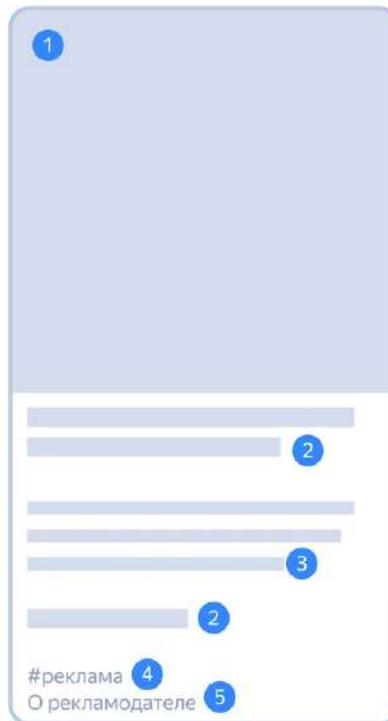
**Объявление выглядит как обычный пост в канале. Оно содержит:**

1. Изображение или видеоролик.
2. Кликабельный заголовок со ссылкой на рекламируемый сайт (до 56 символов).
3. Текст объявления (до 764 символов).
4. Метку «Реклама».
5. Ссылку на информацию о рекламодателе.



Могут добавляться дополнительные элементы: возрастная метка или предупреждение.

Из минусов: нельзя добавлять эмодзи.



# Кейс 1

05

**Клиент:** производитель авторской детской одежды (средний ценовой сегмент).

**Цель:** продажа детской одежды.

**Задача:** тестирование нового инструмента от Яндекса по запуску рекламы в Telegram.

## Ход тестирования:

Выбранные тематики: «Семья и дети», «Еда и кулинария», «Мода и красота», «Путешествия и природа», «Бизнес и маркетинг». При выборе тематик ориентировались на поиск домохозяек с детьми и платежеспособную аудиторию.

**Объявление:** в качестве рекламируемого объекта была выбрана верхняя одежда, т.к. сейчас пик сезона. Были добавлены кроме текста как баннер, так и видео. Система,

## Результат:

Показы: 35 205

Клики: 90

СРС: 95 руб.

Покупок: 0

**Вывод:** отсутствие конверсий и значительно более высокая цена клика вынудили приостановить тест. При этом качество трафика было хорошее (на уровне средних показателей сайта).

The image shows a screenshot of a Telegram advertisement interface. It is divided into three main sections: 'Текст поста' (Text post), 'Видео' (Video), and 'Предпросмотр' (Preview).

**Текст поста:** This section contains three text-based advertisements for children's clothing. Each item includes a title, a description of its features, and a price. The items are: 1) A semi-seasonal parka for girls with a contrasting velvet trim and a hood, priced at 9,980 rubles. 2) A semi-seasonal jacket with a hood, ideal for protection against changeable weather, priced at 8,980 rubles. 3) A winter parka-jacket with a hood and adjustable sleeve length, designed to keep a child warm until -30°C, priced at 11,980 rubles. A call to action at the bottom says 'Заказывайте онлайн на сайте по ссылке!' (Order online on the website via the link!).

**Видео:** This section features a video player. The text above the player recommends loading an MP4 video (no larger than 10 MB) for better viewing frequency. Below the player is a thumbnail image showing children in winter clothing, with a play button icon in the center.

**Предпросмотр:** This section shows a preview of the advertisement as it would appear in a Telegram chat. It includes a header 'С изображением' (With image), a thumbnail image of children in winter clothes, and the same text content as the 'Text post' section, including the call to action and a 'Перейти на сайт' (Go to website) button.

# Кейс 2

06

**Клиент:** продажа земельных участков в Подмосковье.

**Задача:** поиск новых каналов лидогенерации.

**Целевая аудитория:** жители Москвы в возрасте 35-55 лет с высоким уровнем дохода.

**Сложности проекта:** основной источник привлечения лидов — контекстная реклама. Стоимость обращения — 1 000 руб. Но есть спамные и нецелевые обращения (около 10-15%).

**Решение:** запуск рекламы в Telegram через Яндекс Директ.

## Настройки рекламной кампании:

- Большое количество текста в объявлении Telegram дало возможность указать все ключевые для пользователей характеристики: стоимость, локацию, площадь, условия покупки и т.д.
- В качестве таргетингов было задано гео: Московская обл. и интересы: «Семья и дети», «Новости», «Политика». Т.о. реклама показывалась в местных каналах Подмосковья.

## Результат:

- Стоимость обращения в 2 раза выше, чем в РСЯ (стоимость клика выше, чем в РСЯ, а коэффициент конверсий ниже).
- Все полученные обращения целевые.
- Спам отсутствует.



**Участки в рассрочку  
в Подмосковье. 36 км от МКАД.**

Участки в коттеджных поселках  
рядом  
с Ленинградским и Пятницким  
шоссе.  
- от 507 400 рублей  
- Рассрочка на 2 года - 0% !  
- Оформление документов в МФЦ  
под ключ  
- Площадь участков от 4 до 7 соток  
- Подходят под ПМЖ  
- Рядом ж/д станция Поварово-1,  
лес и собственный водоем

Выберите участок на сайте  
и запишитесь на просмотр!

**Выбрать**

#реклама

О рекламодателе

# Telegram Ads

07

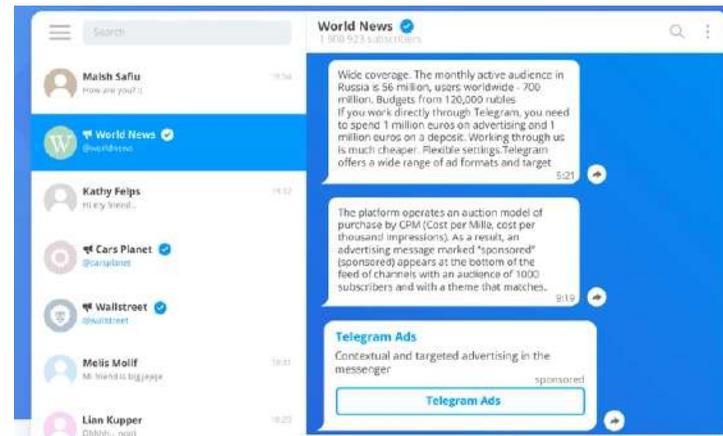
Telegram Ads – это официальная платформа для запуска рекламы в Telegram-каналах.



- Возможность разместить рекламу в любом публичном канале от 1 000 подписчиков без согласования с администратором (даже у конкурентов!).
- Возможность таргетирования на тематику каналов и язык. Telegram автоматически покажет объявления в каналах заданной тематики. Также недавно добавлен раздел Target Users, позволяющий таргетировать по интересам пользователей, а также на страну и город.
- Нативная статистика по показам рекламы, кликам и количеству приведенных подписчиков.
- Рекламу можно вести на чат-бот, канал и с августа этого года на внешний сайт.
- Минимальный CPM снижен: теперь он 1,5 евро (ранее 2 €).
- Объявление всегда закреплено внизу канала.



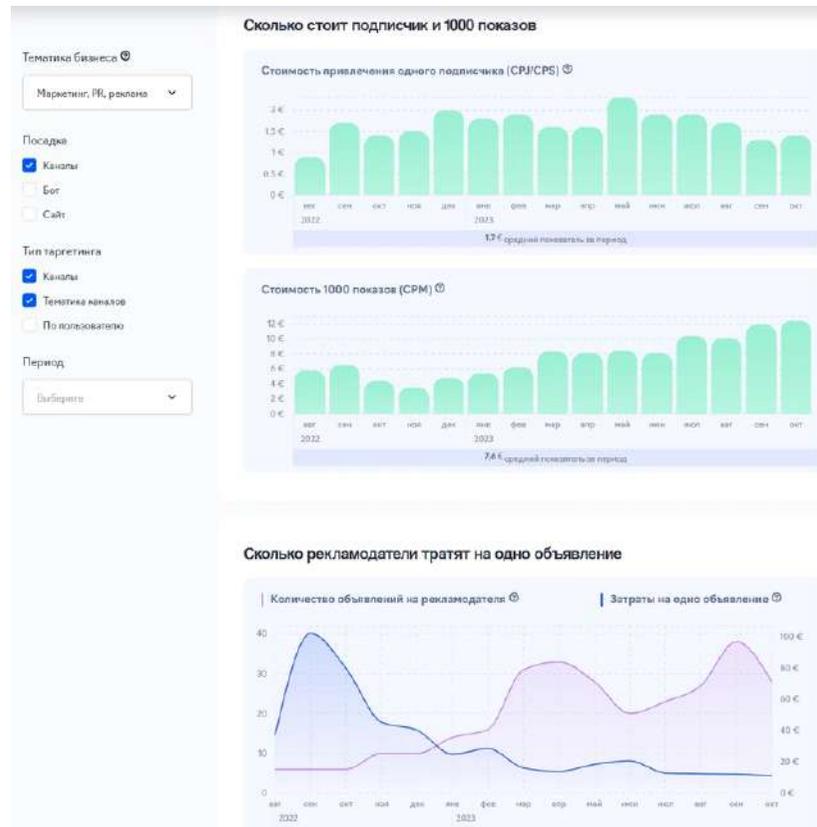
- Высокий порог входа: минимальный бюджет 2 160 €. (1 500 € сумма пополнения+20% НДС+20% комиссия площадки).
- Объявление ограничено 160 символами. Нельзя использовать баннеры и видео.
- Жесткая модерация. Например, в объявлениях нельзя писать глаголы в повелительном наклонении (фраза «переходите на сайт и заказывайте» модерацию не пройдет). Нельзя обращаться напрямую к пользователю: «Вы», «ты».
- Пользователи с премиум подпиской не видят рекламу.



# Прогнозирование в TelegramAds

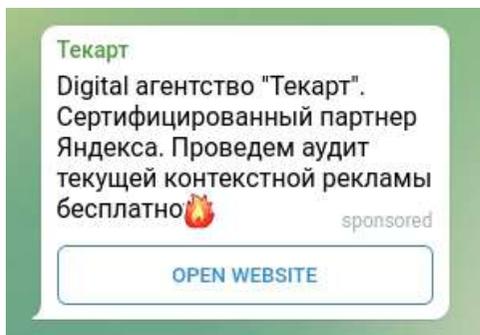
Одна из главных проблем рекламы в Telegram – прогнозирование результатов на этапе медиапланирования, т.к. инструмент относительно новый и нужного опыта на данный момент мало по разным тематикам.

Elama, один из партнеров Telegram Ads, запустил инструмент «Аналитика Telegram Ads» позволяющий построить прогнозы по стоимости подписчика в Telegram (CPJ) и 1 000 показов (CPM) на основе средних показателей по рынку.

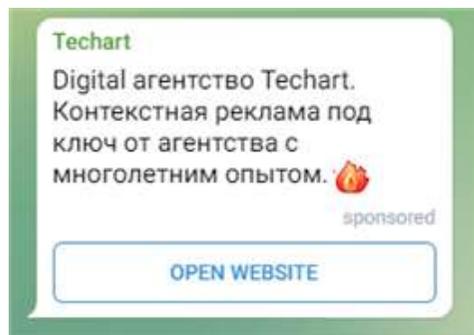


# Возможности для кастомизации объявлений в Telegram Ads

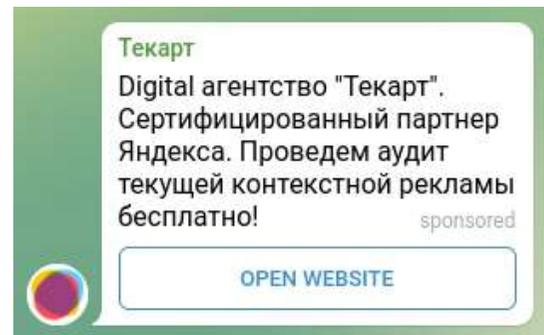
1. Добавление обычных эмодзи.  
Наценки нет.



2. Добавление анимированные эмодзи. Наценка 20% к CPM.  
Требуется премиум аккаунт.



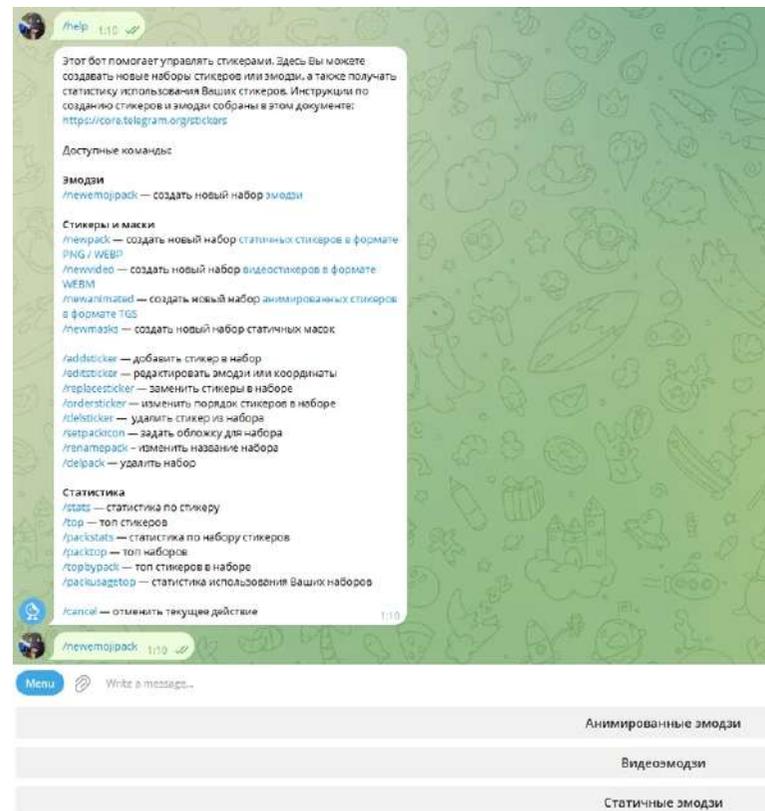
3. Добавление картинки к объявлению.  
Наценка 30% к CPM.



# Создание кастомных анимированных ЭМОДЗИ

Создание кастомных эмодзи производится через официальный бот <https://t.me/Stickers>

- Задаем команду /help.
- Выбираем команду /newemojipack.
- Выбираем нужный вид эмодзи (в нашем случае анимированные).
- Далее необходимо загрузить файл в формате .TGS, который можно создать с помощью программы Adobe After Effects и расширения Bodymovin.
- Задаем название нашему набору эмодзи и загружаем файл в бот.
- Далее необходимо задать стандартный эмодзи, который будет соответствовать анимированному, и опубликовать набор.

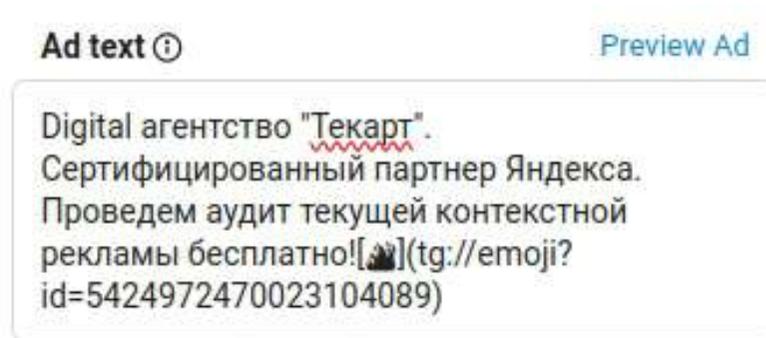
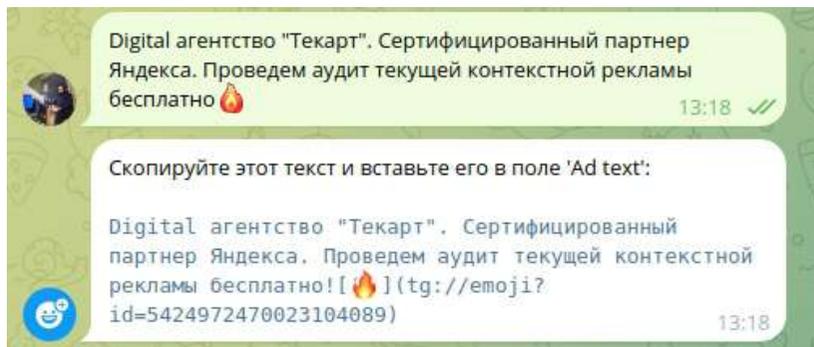


# Добавление анимированных эмодзи в объявления

Добавление анимированных эмодзи происходит не напрямую, а через специального чат-бота

<https://t.me/AdsMarkdownBot>

- Вставляем текст нашего объявления в бота. Добавляем нужный эмодзи.
- Получаем сгенерированный код.
- Вставляем полученный код в текстовое поле объявления.



**Клиент:** оператор коммерческих центров обработки данных в России.

**Задача:** продвижение услуг облачных сервисов.

**Ограничение:** очень сложный B2b продукт с узкой аудиторией.

**Решение:** протестировать рекламу в Telegram Ads.

## **Ход рекламной кампании:**

Было принято решение протестировать несколько сегментов таргетингов от более узкой к широкой аудитории:

1. Каналы конкурентов.
2. Новостные каналы IT тематики.
3. Бизнес каналы.
4. Интерес: «Технологии и Интернет» с сужением до гео Москва и Санкт-Петербург.

## **Результат:**

- Конверсии получены с каждого из таргетингов, кроме интересов.
- Наименьшая цена лида в кампании на конкурентов. В ней же наибольшая кликабельность объявлений.
- В ходе рекламной кампании были произведены различные тесты с креативами: добавление статичных эмодзи, анимированных, картинки. Тесты показали, что значительного прироста CTR данные дополнения не дают.



# Посев постов через биржи Telegram-каналов

Биржа Telegram-каналов – это площадка, где вы можете выбрать и разместить рекламный пост в нескольких каналах без дополнительных договоров, заключив только один с биржей.



- Реклама по стилю и оформлению практически не отличается от обычных постов. Формат: текст + изображение/ видео.
- Посадочная страница — любая ссылка (чат-бот, канал, сайт и др.).
- Рекламу увидят премиум подписчики.
- Стоимость размещения начинается от нескольких сотен рублей.



- Администратор может отказать в размещении поста.
- Размещение происходит на ограниченное время (часы/дни).
- Нет нативной возможности получить статистику по кликам и привлеченным подписчикам.
- Нет таргетингов, как таковых. Нужно самостоятельно подбирать каналы.

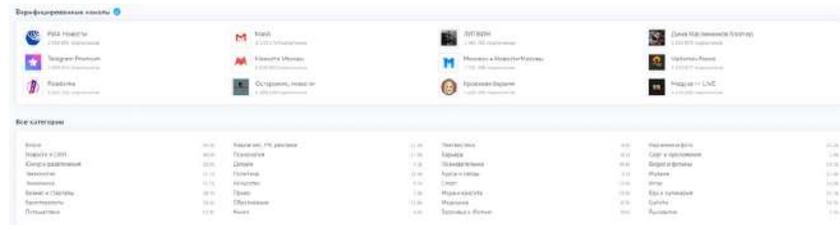


# Как выбрать канал для размещения рекламы

Для подбора каналов можно воспользоваться внутренним каталогом биржи или использовать TGStat. Здесь есть подборки каналов по различным тематикам и статистика по ним.

## Основные метрики на которые стоит обратить внимание:

- Стоимость размещения.
- Количество подписчиков.
- ER – показатель активности аудитории (средний охват одного поста от числа подписчиков). Чем он выше, тем живее аудитория и наоборот.
- Стоимость одного просмотра.
- Накрутка просмотров. Сервис TGStat позволяет проанализировать охват постов. Всплески свидетельствуют о накрутке просмотров.



# Кейс

**Клиент:** агентство IT рекрутинга и аутсорсинга.

**Задача:** привлечение соискателей на IT вакансии.

**Ограничения:** дефицит IT специалистов высокой квалификации.

**Решение:** посев постов в тематических Telegram-каналах.

## Ход рекламной кампании:

- Подобрано несколько тематических каналов, в которых доля пользователей, чья профессия может быть связана с программированием, наиболее высока.
- В объявлениях использовался максимально нативный способ подачи информации (по аналогии с постами каналов).

**Результаты:** кампания показала наименьшую стоимость привлечения отклика на вакансию по сравнению с другими рекламными каналами.



Бэждор

Хочешь БОЛЬШЕГО?

У вас отличная работа и высокая зарплата? Ребятам из IT-рекрутингового агентства [redacted] есть что вам предложить. Прямо сейчас у них в работе 300+ горящих вакансий от крупных зарубежных и российских компаний.

[PHP разработчик](#), [Golang разработчик](#) и [Rust разработчик](#) — лишь некоторые из них. Загляните в [раздел вакансий](#) или напишите напрямую [redacted]

Реклама. ИНН: [redacted]

33 28 4

21.6K 13:58

# Размещение напрямую у блогеров

Например, когда нужного блогера нет на бирже, приходится заключать с ним контракт напрямую.



- Отсутствие посредников – более низкая цена размещения.
- Возможность задействовать влияние автора канала (сделать пост от его имени).
- Размещение на неограниченное время.



- Более проблемный документооборот.
- Блогеры зачастую долго не выходят на связь/пропадают.
- Нативный пост сложнее согласовать.
- Отсутствует автоматическая маркировка.



# Рекомендации по работе с блогерами

1. Проанализируйте показатели целевой аудитории блогера: перед началом сотрудничества запросите у него статистику по возрасту, полу, гео и т.д.
2. Количество подписчиков не равно качеству. Проанализируйте активности аудитории (показатель ER).
3. Узнайте, готов ли блогер работать по договору (не работайте без договора!).
4. Формат оплаты. Не рекомендуем работать по 100% предоплате.
5. Зафиксируйте в договоре, кто отвечает за маркировку рекламы.
6. Составляйте подробное техническое задание. Без него есть большой риск, что реклама пройдет впустую.
7. Обговорите сроки выхода рекламного материала и дедлайн его согласования, чтобы запустить рекламу в максимально эффективный период.
8. Проверка материала – просмотрите конечный продукт и внесите последние правки.
9. После завершения РК запросите статистику у блогера и проанализируйте эффективность.



# Отличительные особенности

Яндекс Директ	Telegram Ads	Биржи Telegram каналов	Напрямую у блогеров
Минимальный бюджет от 360 руб. (с НДС).	Бюджет от 2 160 €.	Если у вас ограниченный бюджет.	Стоимость зависит от канала и задачи.
Оплата за клики.	Оплата за 1000 показов.	Оплата за публикацию материала.	Оплата за публикацию материала.
Относительно длинный текст + фото/видео.	Короткий текст без фото/видео.	Максимально широкие настройки по виду объявления.	Максимально широкие настройки по виду объявления.
Нельзя выбрать определенные каналы для показа. Можно только отминусовать и выбрать тематики+ГЕО.	Хотите размещаться в каналах конкурентов.	Самостоятельный подбор канала.	Размещение поста от автора канала (большее доверие).
Возможность анализа мест показа объявлений и добавления в блок некачественных каналов.	Не можете договориться с администратором интересующего канала.	Размещение поста от автора канала (большее доверие).	Блогер отсутствует на бирже.
Могут быть проблемы с модерацией.	Не можете самостоятельно отобрать каналы.	Нет проблем с модерацией.	Нет проблем с модерацией.
Автомаркировка.	Возможность отслеживать статистику по просмотрам и подпискам без дополнительных усилий.	Автомаркировка.	Самостоятельная маркировка.
	Могут быть проблемы с модерацией.		
	Самостоятельная маркировка.		



Консалтинг, цифровая трансформация,  
интеграция бизнес-процессов, маркетинга и оргразвития



## Руслан Алескеров

руководитель группы рекламы

[aleskerov@techart.ru](mailto:aleskerov@techart.ru)

### Релевантные услуги:

- [Продвижение в социальных сетях](#)
- [Проведение рекламных кампаний](#)
- [Управление репутацией](#)
- [Perfomance-маркетинг](#)
- [Веб-аналитика](#)

**+7 495 790 75 91**

Консалтинговая группа «Текарт»  
[techart.ru](http://techart.ru)

Креативное агентство  
[creative.techart.ru](http://creative.techart.ru)

IT-решения и веб-разработка  
[web.techart.ru](http://web.techart.ru)

Дизайн-бюро  
[design.techart.ru](http://design.techart.ru)

Фотоагентство  
[photo.techart.ru](http://photo.techart.ru)

Работа в «Текарт»  
[hr.techart.ru](http://hr.techart.ru)

Аналитика и бизнес-планирование  
[research.techart.ru](http://research.techart.ru)

Интегрированный маркетинг и PR  
[promo.techart.ru](http://promo.techart.ru)

Университет «Текарт»  
[edu.techart.ru](http://edu.techart.ru)