

06.02.2025

# Продвижение в Telegram. Органические и рекламные возможности, рекомендации и кейсы

1 9 9 9 — 2 0 2 5

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

Регистраций: 152 (компаний – 114), в т.ч.:  
- 42,1% новых слушателей  
- 53 топ-менеджера  
- 53 постоянных (4+) слушателя программы  
- 23 с вопросами и обратной связью



## Ключевые компетенции «Текарт»

### Консалтинг

- стратегия и стратегирование
- диагностика, бизнес-девелопмент
- трансформация
- цифровизация
- маркетинг
- организационное развитие
- бизнес-математика



Бизнес-аналитика

Интегрированный маркетинг

Дизайн

IT-решения и веб-разработка

Оргразвитие

Создание контента

**25**

лет на рынке бизнес-аналитики, маркетинга и digital

**14 000**

выполненных проектов

**38 500+**

клиентов и партнеров в экосистеме «Текарт»

**4 место**

рейтинга «Маркетинговый консалтинг» RAEX

**160**

сотрудников в штате

**ТОП 100**

в рейтинге работодателей Headhunter\*

\* среди компаний до 250 сотрудников



## Программа непрерывного образования для руководителей по маркетингу

### Основные треки программы:

Маркетинг (комплексное продвижение, SMM, SEO и т. д.), реклама

Martech, аналитика (технологии, данные, автоматизация, цифровые сервисы)

Дизайн, веб-разработка, контент, фото, видео

Маркетинговый анализ и стратегия

Менеджмент и кадры

**2**

года работы программы

**5 000+**

участников из 1600 компаний

**31**

спикер

**550**

пользователей [платформы](#)

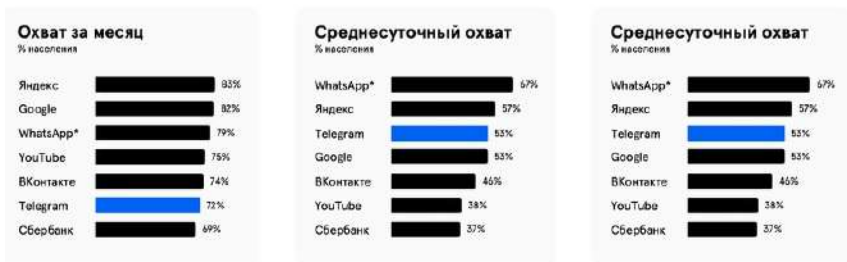
**Актуальные данные Telegram**



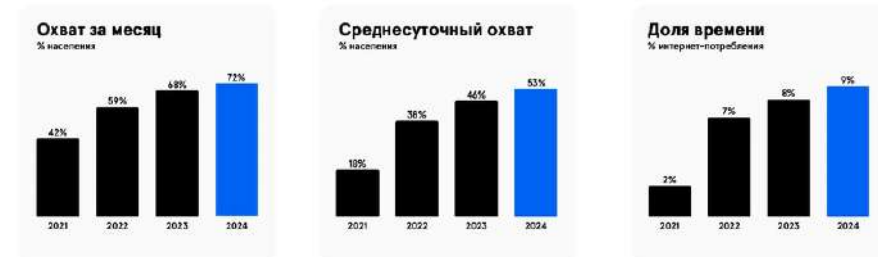
# Популярность площадки

- **53,2%** россиян в возрасте 12+ заходят на площадку ежедневно; 3-е место в списке самых популярных интернет-ресурсов в декабре 2024 г.\*
- **72%** населения России средняя месячная аудитория.
- **9%** всего времени россиян в интернете приходится на Telegram (в среднем около 45 минут в день).

## Telegram в структуре интернет-потребления



## Динамика показателей Telegram



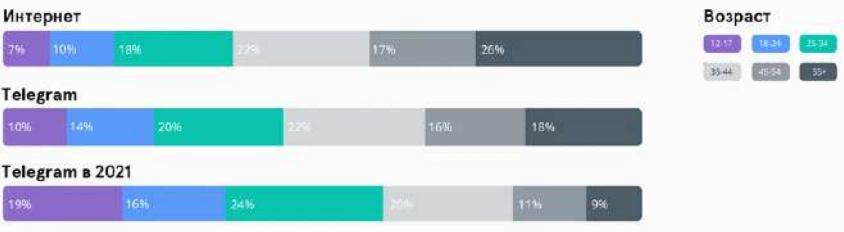
\*По данным Mediascope CrossWeb

# Портрет аудитории Telegram

Telegram остаётся самой популярной площадкой для россиян моложе 25 лет.

При этом в остальных возрастных группах аудитория мессенджера продолжает равномерно расти.

## Структура аудитории Telegram



## Социально-демографические показатели

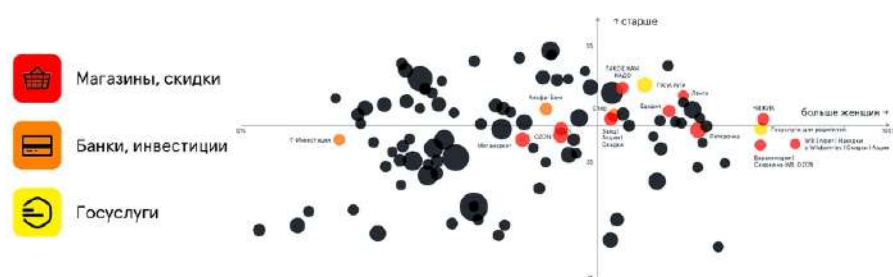
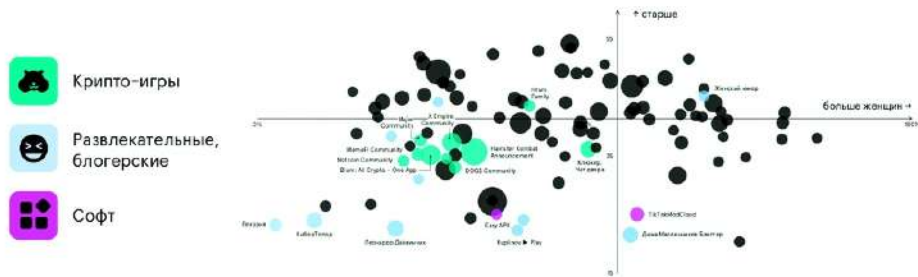
<b>Пол*</b> Мужчины — <b>58%</b> Женщины — <b>42%</b>	<b>Доход</b> 61 000-150 000 рублей в месяц — <b>35%</b> 150 000 рублей и выше — <b>21%</b> Безработные — <b>17%</b> 300 000 рублей и выше — <b>6,6%</b>	<b>Сфера деятельности</b> IT, интернет — <b>20,6%</b> Маркетинг и PR — <b>11,9%</b> Производство — <b>7,4%</b> Торговля — <b>7%</b> Образование — <b>6,8%</b>
---	---	--

\* Данные исследования TGStat 2023 год.

# Популярность каналов

Топ тематик каналов по популярности среди пользователей:

- Новости и политика.
- Крипто-игры.
- Крипто-игры.
- Развлечения.
- Личные блоги.
- Магазины и скидки.
- Банки и инвестиции.
- Госуслуги.



# Telegram и бизнес

07

**В 2024 г. Telegram стал одной из главных платформ для продвижения бизнеса:**

- 66,9% опрошенных компаний используют Telegram: 54,5% работают с Telegram Ads, 51,2% — с посевами\*.
- Объем рынка рекламы в Telegram за первые три квартала 2024 года составил 6,4 млрд руб. (данные только по промаркированной рекламе)\*\*.
- Основные рекламируемые категории: «Образование», «Строительство и недвижимость», «Финансы и банковское дело», «Электронная коммерция и ритейл», «IT и телекоммуникации».
- Средние показатели эффективности нативной рекламы в Telegram:
  - ERR (вовлеченность: отношение охвата к количеству подписчиков канала) — 21%;
  - CPM (средняя стоимость 1000 неуникальных показов рекламы) — 1960 рублей;
  - CPC (стоимость клика) — 50 рублей.

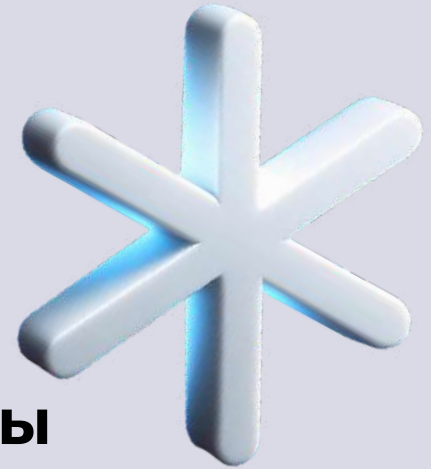
\* Исследование Magnetto.pro

\*\* Исследование eLama и AdVisor за 1-3 кв. 2024 г.

Тематика	Среднее по полю CPM, руб.
Бизнес-услуги и консалтинг	2 498
Упаковка и материалы	2 369
Финансовые услуги	2 251
Юридические услуги	2 240
Печатные и графические услуги	2 232
Такси и транспорт	2 1
Недвижимость	2 163
Маркетинг и реклама	2 161
Оптовая торговля	2 157
Туризм и путешествия	2 136

**Согласно трендбуку АРИР, наиболее востребованными платформами для работы с блогерами в 2025 году будут YouTube, Telegram и VK.**

# **Особенности платформы и поведения пользователей**





# Основные особенности Telegram



- Сочетание функционала **мессенджера и социальной сети** обеспечивают для бизнеса максимально близкий и быстрый контакт с пользователем.
- Высокая степень **конфиденциальности и безопасности** привлекает внимание пользователей и обеспечивает активный рост аудитории площадки.
- **Интенсивное развитие площадки** как с точки зрения форматов контента, так и функционала (2024: бизнес-аккаунт; истории; в официальной рекламе — кастомные эмодзи, объявления с видео, новые тарге-тинги и т. д.).
- **Разные типы аккаунтов:**
  - **канал** — информирование аудитории, получение обратной связи, работа над ростом лояльности.
  - **чат (группа)** — быстрое обсуждение вопросов с коллегами / заказчиками / целевой аудиторией.
  - **бот** — для ответов на частые вопросы, увеличения продаж, круглосуточной техподдержки пользователя и сбора контактов для последующего взаимодействия (например, рассылки).
  - **мини-приложения** — функционируют как сайты, приложения или игры; предназначены для развлечения, покупок, получения информации и взаимодействия с брендом.



- Нет «умной» ленты и нет нерекламного продвижения.
- Нет индивидуального вида канала (за исключением оформления с Premium-функциями).
- **Несовершенный поиск.** Основной фактор ранжирования — вхождение ключевых слов в название канала и адрес.
- Большое число спам-авторов (пользователи, публикующие большое число похожих сообщений в день) — около 42% от всего объема публикаций на платформе. Но даже если вычесть спам, площадка является лидером по числу авторов и публикуемого контента.

# Особенности поведения пользователей

10

## Поведение пользователей

Большинство пользователей подписываются на каналы **по рекомендации**.

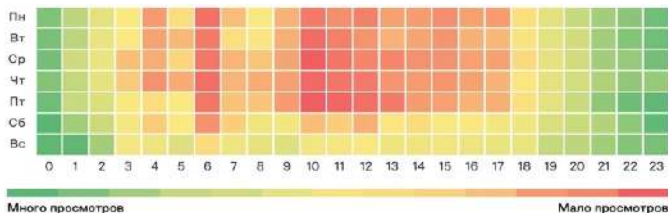
Прежде чем подписаться, пользователи **просматривают описание и публикации в канале**.

Пользователи довольно часто и **с легкостью отписываются от ресурса**. Основные причины отписок: неинтересный контент (более 50%), много рекламы, слишком частый постинг, канал перестал обновляться.

Большинство пользователей отключают получение уведомлений (мьютят канал) сразу же после подписки.

Пользователи реже читают **каналы, которые публикуют больше трех постов в день** (за исключением новостных каналов).\*

Больше всего просмотров собирают посты, **опубликованные ближе к полуночи**.\*



\*Исследование LiveDune

## Рекомендации

Уделяйте должное внимание распространению информации о своем канале и его репутации.

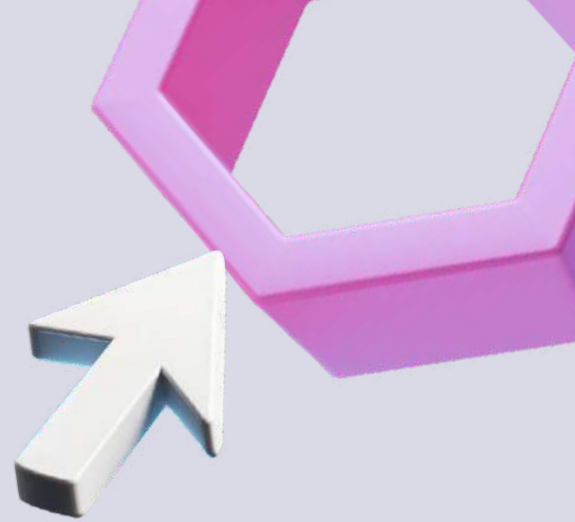
Качественно заполненные поля увеличивают вероятность того, что посетитель канала станет подписчиком.

Ваш материал должен быть интересным, полезным и разнообразным. Не пишите только новости компании, не переполняйте канал рекламой (даже собственной продукции) — это отпугнет подписчика.

С этим сложно справиться. Но нечастый постинг и интересный контент будут способствовать тому, чтобы этого не произошло.

Рекомендуемая частота постинга для бизнес-канала — 2-3 поста в неделю.

При этом стоит учитывать портрет своей целевой аудитории: профессию, географию, особенности потребления контента. Помните, что это не «умная» лента ВК (ваш пост смогут увидеть и ночью). Необходимо тестировать.



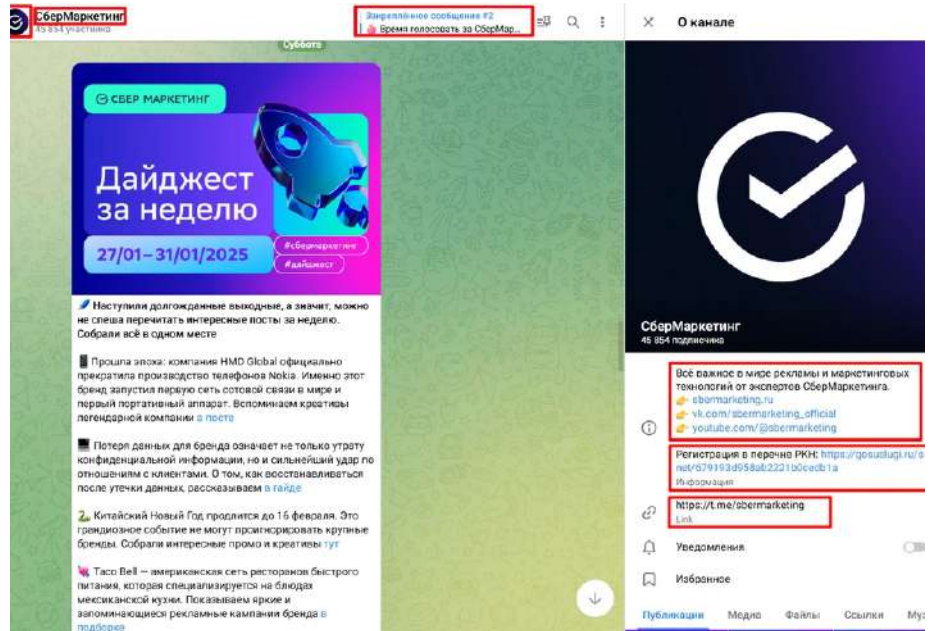
**Контент.**  
**Основные рекомендации**

# Оформление канала

12

## Обязательные атрибуты оформления

1. Краткое (до 27 символов) запоминаемое название, желательно с вхождением ключевого слова.
2. Описание (до 255 символов) — о чем ваш канал, какие темы освещаете, чем он отличается от других. Желательно делать описание именно канала, а не компании.
3. Яркая / контрастная аватарка (1280x1280) — логотип компании или ассоциация со сферой деятельности.
4. Простая запоминающаяся ссылка на канал.
5. Закрепленное сообщение — навигация по каналу (если есть четкие рубрики) или важный пост.
6. Если в канале более 10 000 подписчиков — обязательно ссылка на регистрацию / заявку на регистрацию в перечне РКН.



# Оформление канала

## Визуальное оформление канала

Telegram — одна из немногих площадок, где в первую очередь важен текст, а не графическое оформление.

При этом за **бусты** можно открывать новые возможности для администраторов, в том числе и по оформлению канала: менять обои, фон, ссылки, эмодзи, обложку и т. п.

Голосование за канал

На уровне 2 доступны:

- 14 стилей оформления ссылок и цитат
- 7 цветов для названия канала
- 2 нестандартных реакции
- 2 истории в день

Уровень 3

- 21 стиль оформления ссылок и цитат
- 7 цветов для названия канала
- 3 нестандартных реакции
- 3 истории в день

Уровень 4

⚡ Проголосовать

Голосование за канал

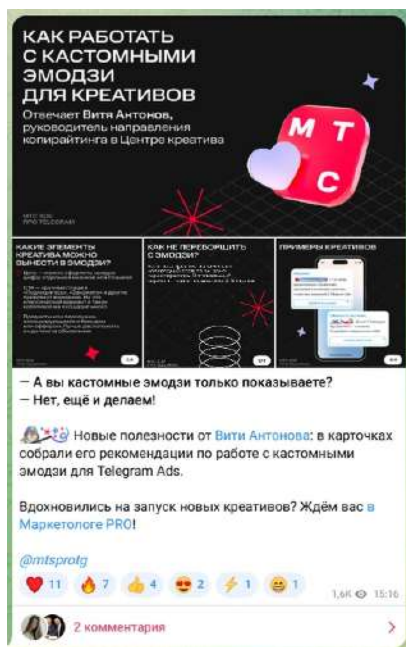
Уровень 50

- Отключение рекламы
- Загрузка собственных обоев
- 8 обоев для канала
- 1000+ эмодзи-статусов
- Фоновый эмодзи для ссылок и цитат
- 21 стиль оформления ссылок и цитат
- Фоновый эмодзи для обложки канала
- 16 цветов для обложки канала
- 7 цветов для названия канала
- 50 нестандартных реакций
- 50 историй в день

⚡ Проголосовать

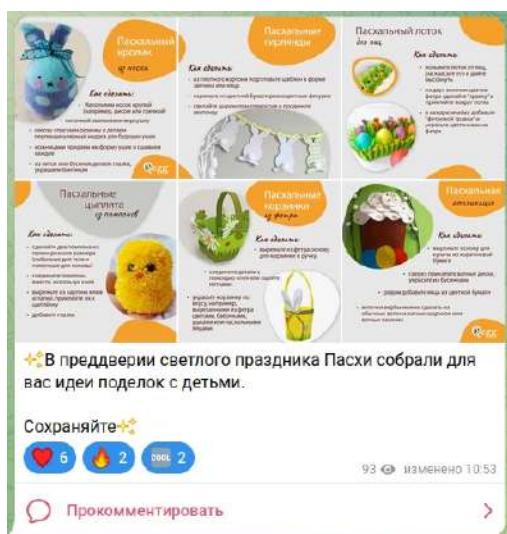
# Рекомендации по контенту

1. Уделяйте самое большое внимание контенту. Он должен быть оригинальным, интересным целевой аудитории, полезным, написанным в собственном стиле (если есть возможность).



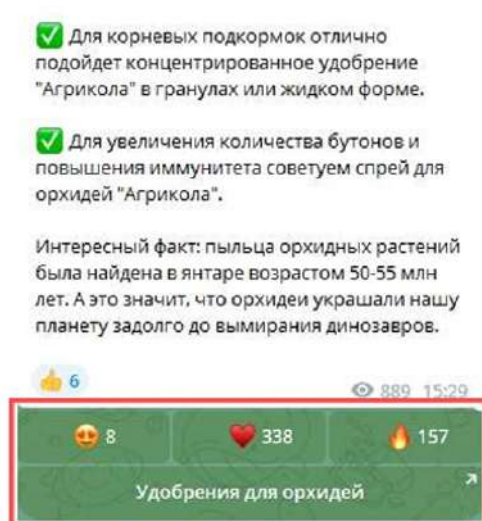
2. Кроме стандартных текстово-графических сообщений используйте карточки, кнопки, видеокруги, истории.

## Карточки



Пользователи делятся карточками на 15% чаще, чем обычными постами.

## Кнопки (url/реакции)



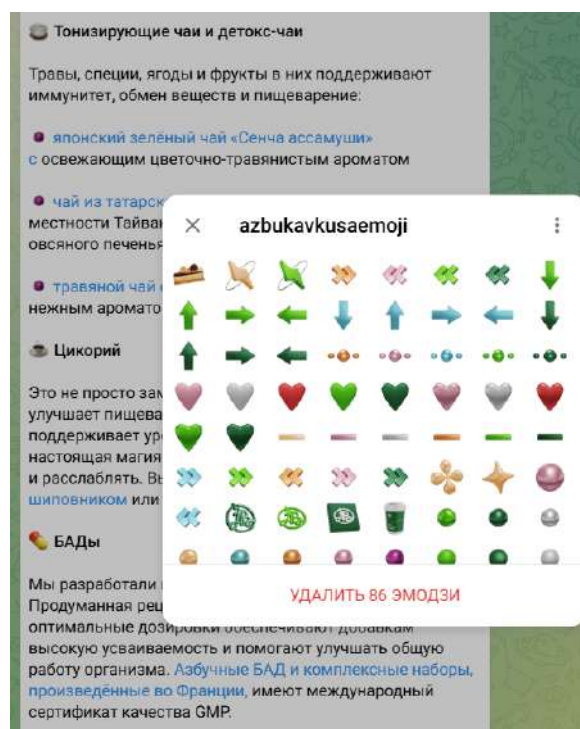
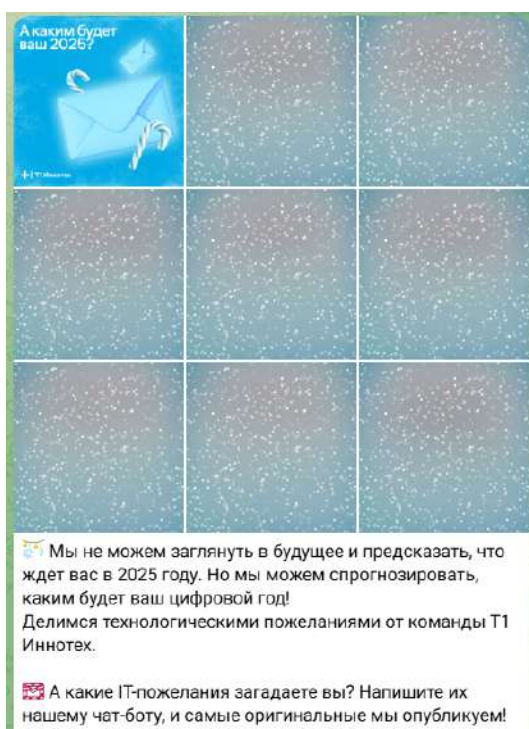
Собирают на 10%+ больше реакций пользователей.

## Видеокруги



Разбавляют контент и привлекают внимание.

3. Используйте технические возможности площадки при оформлении постов: эмодзи, спойлеры в тексте, персональные стикеты. Но не перегружайте.



4. Для создания контента (как тестового, так и визуального), используйте ИИ.

# Рекомендации по росту вовлеченности аудитории

В Telegram пользователи редко ставят реакции, особенно в бизнес-каналах. Комментарии также оставляют нечасто.

При этом реакции подписчиков во многом помогают администраторам определить, насколько их контент актуален и как дальше развивать канал.

## Несколько рекомендаций по росту вовлеченности канала:

1. Не отключайте возможность оставить реакцию и комментарий к постам в канале.
  - Отсутствие реакций в канале может негативно влиять на вовлеченность аудитории и снижать количество просмотров постов и даже подписчиков. Также вы не сможете получать обратную связь от вашей целевой аудитории.
  - Каналы с низкой вовлеченностью могут ниже ранжироваться в поиске Telegram.
2. Регулярно проводите в канале опросы, викторины, конкурсы.
3. Участвуйте в коммуникации: создавайте обсуждения, своевременно отвечайте на комментарии.
4. Публикуйте развлекательный контент.



## **Привлечение подписчиков: нерекламные возможности**

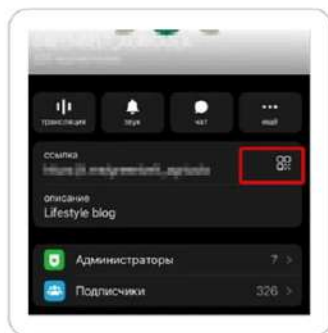




# Основные нерекламные возможности для привлечения подписчиков в канал

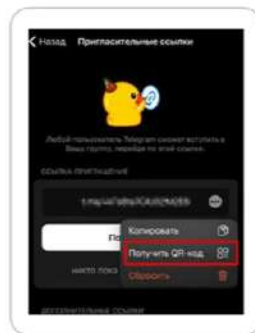
- Ссылки на сайте и в представительствах других социальных сетей компании.
- Ссылка в подписи к письму.
- Ссылки в публикациях на сторонних ресурсах, в презентациях; упоминания в выступлениях.
- Приглашение друзей, сарафанное радио.
- Взаимный пиар.
- Добавление в каталоги каналов (например, TGStat, Telegros и другие).
- Всплывающие окна на сайте.
- Размещение QR кода на упаковке продукции, на стенде на выставках.
- Подарки за подписку.

## Для канала

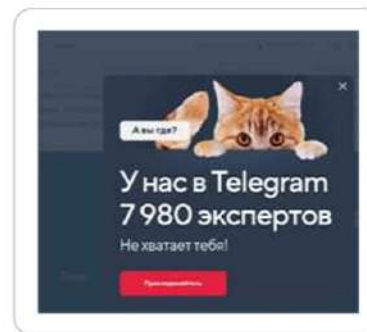


+100 подписчиков

## Для чата



## Всплывающее окно на сайте



+5% подписчиков

# Кейс. Привлечение подписчиков в канал за подарок.



Подарок за подписку — Premium аккаунт



Подарок за подписку — мерч от бренда

**Наблюдение** (чаще всего, но не для всех тематик и групп целевой аудитории):

- При значимом/дорогом призе большая часть подписчиков — призововы: подписываются ближе к дате розыгрыша и отписываются практически сразу после него.
- При менее «внушительном» призе (например, мерч компании) подписок значительно меньше, но и отписок по окончании розыгрыша тоже меньше.

**Реклама в Telegram**



# Продвижение в Telegram через Яндекс Директ

20

Реклама, размещенная в публичных телеграм-каналах партнеров Рекламной сети Яндекса.



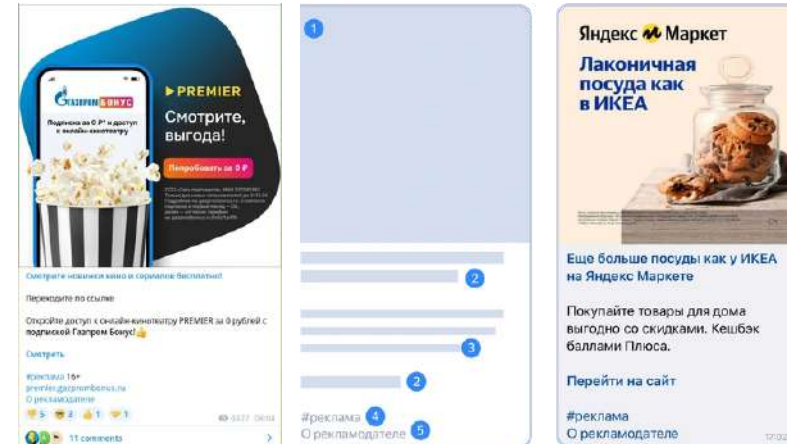
- Минимальный порог входа.
- Оплата только за клики.
- Автомаркировка рекламы.
- Длинный текст объявлений (подходит для рекламы любой тематики).
- Возможность добавлять видео, карусель, кнопку, эмодзи.
- Возможность анализа мест показа объявлений и добавления в блок некачественных каналов.



- 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.
- Пока всего около 9000+ каналов в сети.

## Наблюдения:

- Инструмент плохо подходит для продвижения услуг, так как не позволяет выделить узкую аудиторию для таргетинга.
- Инструмент подходит больше для e-commerce, так как позволяет охватить большое количество каналов с моделью оплаты только за клики и показывая объявление в нативном формате.
- Инструмент эффективно работает на привлечение подписчиков в некоторых тематиках.



# Кейс. Привлечение подписчиков в канал через Яндекс Директ

**Клиент:** производитель продуктов питания.

**Канал:** в основном публикуются рецепты блюд с органическим включением товаров производителя.

**Цель:** рост числа подписчиков в Telegram-канале.

**Инструменты:** Яндекс.Директ.

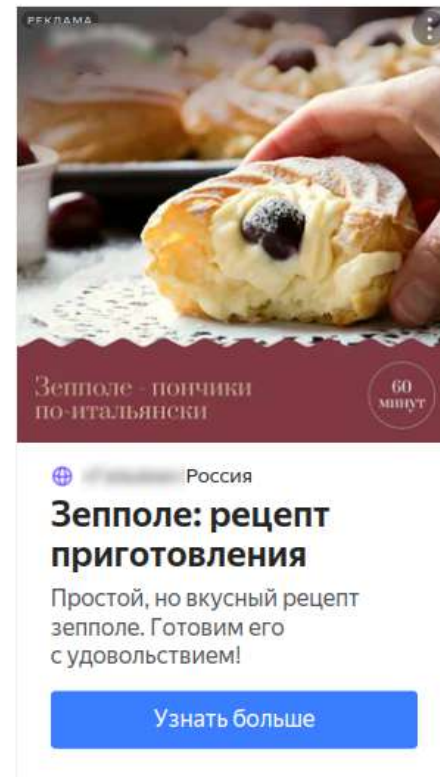
**Таргетинги:** интересы, ключевые фразы, сайты с присутствием целевой аудитории.

В ходе рекламной кампании еженедельно корректировались таргетинги.

## Результат:

Стоимости подписчика за 3 месяца снижалась с 212 руб. до 72 руб.

Для сравнения, средняя стоимость подписчика при запуске рекламной кампании в Telegram-каналах через Telega.In составляла от 420 руб.



РЕКЛАМА

Зепполе - пончики по-итальянски 60 минут

Россия

### Зепполе: рецепт приготовления

Простой, но вкусный рецепт зепполе. Готовим его с удовольствием!

Узнать больше

# Продвижение через Telegram Ads



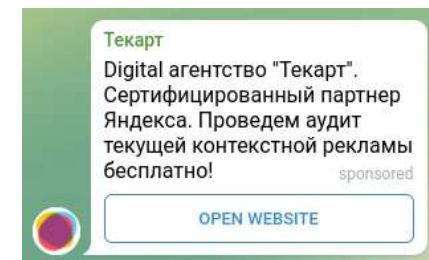
- Возможность разместить рекламу в любом публичном канале от 1000 подписчиков без согласования с администратором (даже у конкурентов).
- Возможность таргетирования на тематику каналов и язык, на интересы пользователей, а также на подписчиков определенных каналов.
- Есть статистика по показам рекламы, кликам и количеству приведенных подписчиков.
- Возможность добавления анимированных эмодзи.
- Рекламу можно вести на чат-бот, канал и на внешний сайт.
- Минимальный CPM 1 евро.
- Объявления теперь показываются не только внизу канала, но и выше в ленте.
- Возможность задать лимит показов на одного пользователя.
- Снижен порог входа. Сейчас у многих партнеров он составляет 500 евро (без учета НДС и комиссии сервиса, примерно 75 000 руб.). Также некоторые партнеры для новых клиентов предлагают работать по постоплате.



- Классическое объявление ограничено 160 символами.
- Размещение объявления с баннером или видео (более заметно пользователю) пока с высоким порогом входа — от 20 000 евро (без учета НДС и комиссии партнера).
- 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.
- Рост конкуренции приводит к росту стоимости показа и клика.

## Наблюдения:

- Инструмент хорошо подходит для понятных услуг, которые не требуют развернутого описания за счет точного таргетинга по целевой аудитории. Сложные b2b продукты лучше продвигать в другом формате, как и продукты с узкой целевой аудиторией.
- Для продуктов e-commerce, которые требуют визуала, инструмент мало подходит, т.к. на данный момент картинки и видео можно добавить только при больших бюджетах. При этом инструмент позволяет охватить большое количество telegram-каналов с точным таргетингом по низкой стоимости (работа на рост узнаваемости бренда).
- Инструмент хорошо решает задачу по привлечению подписчиков. Однако, только при условии, что реклама идет на канал с интересным контентом для целевой аудитории.



# Кейс. Привлечение подписчиков в канал

**Клиент:** канал про инновационные решения для цифровизации бизнеса.

**Целевая аудитория:** IT-специалисты (middle и senior), руководители.

## Ход кампании:

Тестировали разные комбинации таргетингов и объявлений:

- Таргетинги: отобранные вручную тематические каналы, каналы конкурентов, каналы по интересам (Technology&Internet).
- Разные объявления для разных групп таргетингов.
- Объявления с кастомными эмодзи и без.
- Использовали внутренние настройки Telegram ADS для дополнительного привлечения внимания к объявлению.

## Результаты:

1. Объявления с кастомными эмодзи более привлекательны для пользователей при любых таргетингах: их CTR в 1,5-2 раза выше, чем у простых текстовых объявлений.
2. Стоимость подписчика с рекламы в каналах с узкой тематикой и небольшой аудиторией — самая высокая, в то время как с каналов конкурентов — самая низкая.
3. Рекламная кампания в отобранных тематических каналах менее эффективна, чем рекламная кампания на каналы IT-тематики:
  - Стоимость подписчика в тематических выше в 2,3 раза;
  - CPM — выше в 2,7 раза;
  - Стоимость клика выше почти в 3 раза.
4. Добавление превью канала (функционал Telegram ADS) не повлияло на кликабельность объявления.

# Продвижение через посе́вы в Telegram-каналах

2 варианта: размещение постов по договору с администратором канала или через биржу Telegram-каналов.



- 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 буквально от нескольких тысяч рублей.



- Администратор может отказать в размещении поста.
- Есть вероятность, что все вопросы с маркировкой придется решать самостоятельно.
- Нет таргетингов как таковых. Нужно самостоятельно подбирать каналы.

---

## Наблюдения:

- Инструмент отлично подходит для сложных продуктов и услуг, для рекламы вебинаров с узкой целевой аудиторией, позволяя показываться в целевых Telegram каналах в нативном формате с детальным описанием.
- Для e-commerce данный инструмент подойдет для точечного анонса различных акций, анонса нового продукта. Не позволяет централизованно закупить показы в большом количестве каналов.
- В большинстве случаев не так эффективно работает на привлечение подписчиков, как реклама в Telegram Ads или Яндекс Директ (намного выше стоимость подписчика).



# Кейс. Продвижение вебинара через посевы в Telegram

**Клиент:** сложный b2b продукт по облачным технологиям.

**Цель:** привлечение 50 регистраций на вебинар.

**Инструмент:** посевы в Telegram-каналах.

**Результат:** 176 регистраций.

## Вывод:

Посевы в каналах подходят для рекламы b2b продуктов. Но результат может существенно отличаться от запланированного. Многое зависит от темы вебинара.



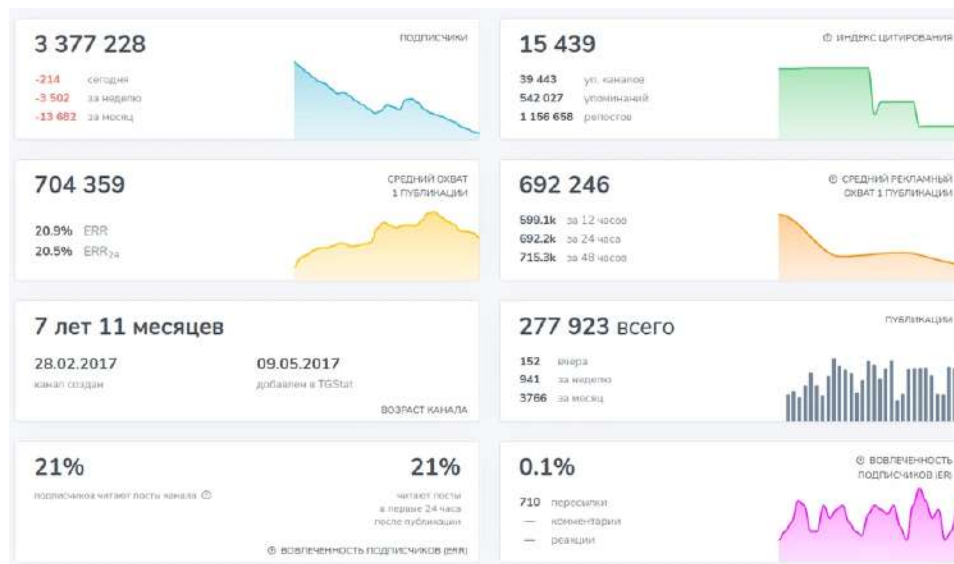
# Показатели эффективности

## Основные показатели эффективности:

- Просмотры.
- Подписки на канал.
- Переходы и заказы на сайте.
- Продажи в офлайне (если использовали промокод).

## Дополнительные показатели эффективности:

- Активность аудитории.
- ERR (отношение среднего числа реакций на пост к числу охваченных пользователей).
- VRpost (какое число людей по отношению к общему числу подписчиков видело публикацию).



Статистические данные можно узнать:

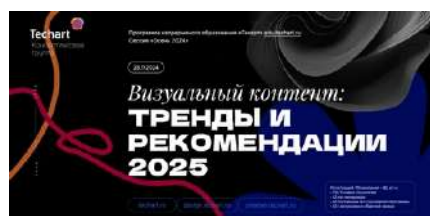
- В самом канале (если у вас есть права администратора).
- Сторонними сервисами. Например: TGStat — <https://tgstat.ru>, Telemetr — <https://telemetr.me/>, POPSTERS — <https://popsters.ru/telegram/>, Telega.in - <https://telega.in/analytics> (для своего канала или любого другого, информация о котором есть в сервисе).

1. Telegram является одной из самых популярных площадок не только среди молодежи, но и среди платежеспособной аудитории: 72% населения России ежемесячно используют площадку, более 50% заходят на нее ежедневно.
2. Telegram стал одной из главных платформ для продвижения бизнеса в 2024 г. Основные рекламируемые категории: «Образование», «Строительство и недвижимость», «Финансы и банковское дело», «Электронная коммерция и ритейл», «IT и телекоммуникации».
3. Сочетание функционала мессенджера и социальной сети, конфиденциальности и безопасности, интенсивное развитие возможностей площадки (включая рекламные) и постоянный рост аудитории делают ее еще более привлекательной для продвижения бизнеса в 2025 г.
4. При ведении своего канала особое внимание стоит уделить контенту. Публикуйте оригинальные, интересные для пользователя посты регулярно, но не очень часто (максимум 2-3 поста в день). Не забывайте создавать привлекательные изображения к посту, форматировать текст, использовать разнообразные форматы и вовлекать аудиторию в общение.
5. Органического продвижения на площадке нет и с большой долей вероятности оно не появится. Самостоятельно упоминайте о своем канале при любой возможности: разместите ссылку на сайте, в презентациях, приглашайте присоединиться к каналу знакомых и во время выступлений, проводите конкурсы и викторины «за подписку».
6. Использовать для продвижения Яндекс Директ, Telegram Ads или нативную рекламу у блогеров — нет однозначного ответа. Все зависит от тематики вашего бизнеса, поставленных целей и портрета целевой аудитории.
7. При размещении рекламы помните о законах:
  - Согласно Статье 18.1. ФЗ «О рекламе» вся размещаемая в Интернет реклама подлежит маркировке и отчетности.
  - По закону о деанонимизации владельцев каналов, все каналы с 10 000+ подписчиками должны подать о себе сведения в РКН, разместить в закреплённом сообщении или описании канала/страницы информацию об этом. В противном случае владелец канала не имеет право размещать у себя рекламу, а рекламодатели размещаться в таких каналах или репостить из них сообщения.

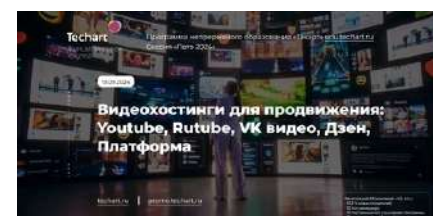
# Наши материалы по теме



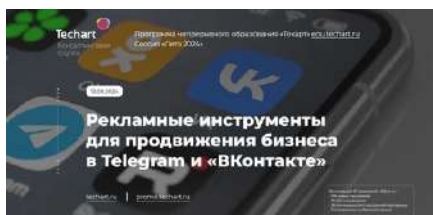
16.01.2025  
[Организация рассылок в мессенджерах WhatsApp и Telegram](#)



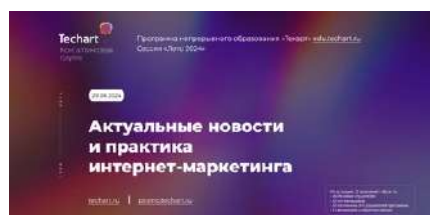
28.11.2024  
[Визуальный контент: тренды и рекомендации 2025](#)



19.09.2024  
[Видеохостинги для продвижения: Youtube, Rutube, VK видео, Дзен, Платформа](#)



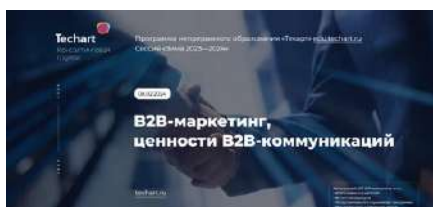
12.09.2024  
[Рекламные инструменты для продвижения бизнеса в Telegram и «ВКонтакте»](#)



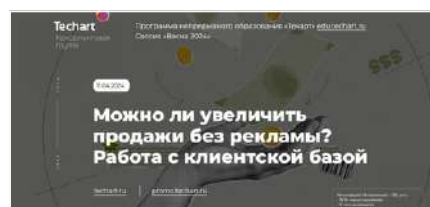
29.08.24  
[Актуальные новости и практика интернет-маркетинга](#)



15.08.2024  
[Статистика и тренды контент-маркетинга](#)



08.02.2024  
[B2B-маркетинг, ценности B2B-коммуникаций](#)



11.04.2024  
[Можно ли увеличить продажи без рекламы? Работа с клиентской базой](#)



12.10.2023  
[Автоматизация и персонализация маркетинга: инструменты, сценарии и кейсы](#)

# Персональное консультационное мероприятие по теме этого вебинара

## Особенности:

- ✓ Будем разбирать именно ваши кейсы
- ✓ Ответим на любые вопросы
- ✓ Подсветим специфику ниши
- ✓ Максимально адаптируем контент под потребности компании
- ✓ Дадим конкретные рекомендации и инструкции
- ✓ Подготовим пошаговое руководство для решения проблемы

## Программа может быть реализована в различных вариантах:

- вебинар;
- семинар / лекция;
- мастер-класс;
- стратсессия;
- круглый стол, мозговой штурм;
- диагностическая / консультационная сессия;
- деловая игра.

### Форматы:

онлайн, оффлайн, гибрид.

### Длительность:

от 1 часа до 2 дней.

При необходимости мы можем собрать комбинацию из нескольких удобных вам вариантов обучения.

[Интересуюсь](#)



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



### Мигулина Елена

директор практики  
интегрированного маркетинга

### Релевантные услуги «Текарт»:

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

**+7 495 790 75 91**

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

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

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

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

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

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

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

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

Образовательная программа  
[edu.techart.ru](http://edu.techart.ru)



[Авторский telegram-канал «Системное развитие бизнеса»](#)

[Канал информационной поддержки Edu.Techart](#)