

НУЖНА ПОМОЩЬ

Опытным путем 3.0. Телеграм



Как сделать свой Телеграм-канал интересным

Почему Телеграм сейчас — важная медиа площадка?

- Большие охваты каждого поста.
- Платежеспособная аудитория. Ядро целевой аудитории — люди от 19 до 50 лет, которые живут в крупных городах.
- Интерактивность, высокий процент обратной связи и вовлеченности пользователей.
- Технологичность. Телеграм оперативно реагирует на запросы аудитории, выпускает новые фичи, которые можно тестировать и использовать для продвижения своей организации.

Телеграм позволяет повысить вовлеченность и усилить комьюнити. У фонда «Нужна помощь» на период лета 2022 года аудитория в этой соцсети составляет более 2000 подписчиков, лучше всего для нее работают социально-информационные, просветительские посты, опросы и викторины.

Как оформлять материалы в Телеграме?

- Вшиваем в текст гиперссылки;
- Создаем фотоподборки;
- Разбиваем посты по тегам;
- Выделяем текст;
- Создаем стикерпаки;
- Проводим прямые эфиры (не нужно ожидать большого числа участников, люди любят смотреть в записи, а еще больше — читать синопсисы);
- Проводим викторины перед постом как заправку, даем правильный вариант ответа и потом публикуем разъясняющий пост. Аудитория лучше читает посты после разогрева;
- Важно учитывать, что в пост с фото влезает не так много знаков. Поэтому если вы будете кидать много фото, а потом еще и пост, то это два поста.

Фонд «Антон тут рядом»
2 448 подписчиков

Аутичный self-help #1

∞ «Важно помнить: [redacted]»

∞ «С мамой поговорить было сложно. Она до сих пор относится несерьёзно к диагнозу»

∞ «Лучшим другом могут стать шумоподавляющие наушники — они могут спасти от аудиальной перегрузки»

Фонд «НИКА»
1 679 подписчиков

Закреплённое сообщение #6
Как работает приют в эти длинные май

23 мая

Фонд «НИКА»

ТОСЯ В ПРИЮТЕ ❤️

ТОСЯ ДОМА 🏠

ЛОРА В ПРИЮТЕ ❤️

ЛОРА ДОМА 🏠

Совместима ли доброта собаки-поводыря и способность защищать хозяина?
Анонимная викторина

69% Да, собака должна защитить хозяина

31% Нет, проявление охранных качеств недопустимо для поводыря

216 ответов

4,6К 18:57

👍 2

Принципы работы с Телеграм-каналом

- Публикуем уникальный контент
- Рассказываем истории
- Не закидываем читателя постами, особенно в выходные ;)
- Упрощаем навигацию

Фонд «Антон тут рядом»
У нас в фонде студент Саша и сотрудник Глеб основали группу «Парящие орлы». В одном из чатов ребята презентовали первый сингл — «Нету денег, чтоб купить штаны».

Текст особенно завораживает:

«Нету денег чтоб купить еды нету денег чтоб купить **штаны** нету денег чтоб купить трусы нету денег чтоб купить **рулета с маком** нету денег чтоб купить воды нету денег чтоб купить банан нету денег чтоб купить **платки для слез**».

🔥 112 🤔 46 ❤️ 41 👍 9 🍌 9 😊 7 🍌 4 🍌 2
👁️ 4864 19:48

Упсала-Цирк
Зелёные стулья пытаются слиться с газоном, но присмотритесь... Это они. И они — на улице!

А это значит, что небо услышало наши просьбы и сегодня «Приехали» пройдут как и полагается в парке на свежем воздухе 🌿

❤️ 7 👁️ 211 изменено 18:31

Прокомментировать >



00:11 👁️ 216 18:31

Как создавать оригинальную механику спецпроекта в Телеграме

- Составляем таблицу с тремя колонками:

Инсайт — Формат — Свойства

- Комбинируем разные инсайты, форматы и свойства.
На стыке появляются нестандартные механики спецпроектов

ИНСАЙТЫ —
ПРОБЛЕМЫ,
СВЯЗАННЫЕ
С ИНДУСТРИЕЙ

ФОРМАТЫ СПЕЦПРОЕКТА —
ИССЛЕДОВАНИЯ, ЛОНГРИДЫ,
СОЦИАЛЬНАЯ КАМПАНИЯ
ВНУТРИ СЕТИ (МЕМЫ,
ИНТЕРВЬЮ И Т. Д.).

СВОЙСТВА ВАШЕГО
ФОНДА — ЯРКИЙ,
СМЕЛЫЙ, ИСКРЕННИЙ
И Т. Д.

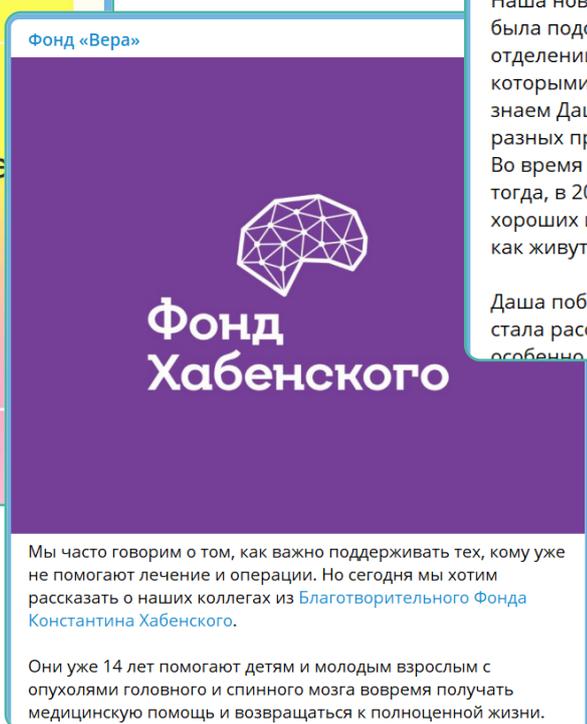
Продвижение фонда в Телеграме

Механики увеличения знания о работе фонда

Типы постов:

- **Анонсирующий** — фонд запустил акцию, готовит онлайн или офлайн событие.
- **Партнерский** — истории о сотрудничестве с другим фондом или брендом.
- **Исследовательский** — фонд подготовил и провел важное исследование. Исходим из ключевых сообщений фонда: важная тема/проблема, репрезентативность исследования, подтвержденные гипотезы (самые громкие, ключевые сообщения из исследования), имеющие общественную значимость.

Всегда задаем себе вопрос: будет ли стороннему Телеграм-каналу интересно написать о нашем событии? Если это не анонсирующее СМИ и не АСИ, то придется готовить пост под них.



Как привлечь внимание к своему паблику у других Тг-каналов

- Важная тема/проблема (масштабность, разные комьюнити).
- Интерактивная механика для читателей.
- Элементы геймификации (рейтинг, соревновательная механика, награды, достижения и т. д.).
- Медийные участники, лидеры мнений.
- Партнерский пост, который вы полностью готовите сами.

Если вы проводите узкоспециализированное мероприятие (для жителей района или участников сообщества), то лучше отправиться за аудиторией в тематические паблики.

Как продвигать свой Телеграм-канал в партнерских каналах

- Соберите базу Телеграм-каналов, которые читает ваша аудитория.
- Изучите контент, мероприятия, которые публикуют релевантные вам каналы.
- Адаптируйте структуру акции, подачу информации о фонде под интересы выбранных каналов.
- Углубитесь в паблик — вдруг они публикуют интересные социальные материалы. Вы можете взять их к себе, в обмен на репост в ответ.

Какие форматы можно предложить ТГ-каналам?

- Интервью с действующими лицами фонда — подбираем тему и героя, исходя из интереса медиа.
- Разрабатываем проект с привязкой к важному для повестки СМИ поводу, привязываемся к дате, принятию законопроекта важного для аудитории, проблема индустрии, касающаяся всего общества.
- Фонд может встроиться в повестку через комментарии от экспертов на важную тему/проблему, которую широко обсуждают в медиа. Здесь важна оперативность, чтобы тема не потеряла актуальность.
- **Эксклюзив** — договоренность с высокоцитируемым пабликом в ТГ о праве первой публикации вашей новости.

- **Эмбарго** — договоренность с несколькими каналами и медиа о публикации вашего поста в одно время. Это помогает повысить охваты и количество публикаций.

Как собрать базу релевантных ТГ-каналов?

* **TGStat** — каталог Телеграм-каналов, который помогает найти релевантные по темам каналы и проверить их показатели (охват одной публикации, ERR, индекс цитирования и дневной охват).

** **ERR** — индекс уровня вовлеченности (просмотры / подписчиков) * 100.

*** **Индекс цитирования** — авторитетность канала, упоминания и репосты публикаций в других каналах.

TGStat.ru — Аналитика Telegram-каналов и чатов

Индекс Цитирования

→ Зачем он нужен?
→ Как считается?
→ Как использовать?

Продолжаем разбирать инструменты обновленного TGStat, и наш сегодняшний материал полностью посвящен разделу «Индекс цитирования».

- Для чего нужен ИЦ и как он рассчитывается?
- Как быстро оценить объем рекламных упоминаний канала?
- На что обратить внимание при анализе канала?

Эти и другие вопросы разбираем в материале

<https://tgstat.ru/blog/tools-ci-1001>

33 5 1

13 комментариев

Такие дела

Новости и СМИ

Гео / Язык: Россия / Русский

Возраст: 6 лет 2 месяца

Постов: 10'665

12 955

подписчики

+16 сегодня
+67 за неделю
+232 за месяц

2 795

СРЕДНИЙ ОХВАТ
1 ПУБЛИКАЦИИ

21.6% ERR
10.2% ERR₂₄

225.7

ИНДЕКС ЦИТИРОВАНИЯ

844 уп. каналов
809 упоминаний
2 102 репостов

1 315

СРЕДНИЙ РЕКЛАМНЫЙ
ОХВАТ 1 ПУБЛИКАЦИИ

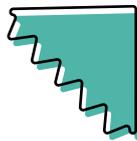
1k за 12 часов
1.3k за 24 часа
1.6k за 48 часов

TGStat.ru
Аналитика Telegram-каналов и чатов

03.06.2022 17:54:23

Создано с помощью бота @TGStat_Bot

- Знакомимся с TGstat.
- Активируем поиск по ключевым темам: какие каналы писали про другие фонды, про вашу и смежные темы.
- Собираем контакты: структурируем в одной табличке контакты админов каналов, а еще показатели канала и его тематику.
- Оцениваем охват и динамику каналов, отбираем наиболее цитируемые.
- Общаемся с авторами каналов: узнаем какие есть у них запросы, было бы им интересно написать про жизнь и работу фонда, на каких условиях.
- Договариваемся отдать новость на эксклюзиве какому-то самому цитируемому каналу, либо выбираем несколько и отдаем материал под эмбарго. Опираемся в выборе каналов на индекс цитирования, то есть из каких каналов лучше всего разойдутся репосты вашей публикации.



Спасибо!

Будем рады вашим предложениям
актуальных тем, ждем их по адресу:

education@nuzhnapomosh.ru