

Вход в кабинет https://ads.telegram.org/choose_account?to=account

Полиси <https://promote.telegram.org/guidelines>

Все пункты полиси относятся как к объявлениям, так и к постам. На канал/бот начинают распространяться такие же требования, как на объявления, потому что фактически канал/бот становится лендингом, куда ведет реклама, а это означает, что лендинг становится частью рекламных материалов, к которым применяются требования к рекламе.

Чек-лист по прохождению модерации в тг, которому должны соответствовать как само объявление, так и канал/бот:

- канал/бот должны быть полезными и интересными для клиента, а не просто продавать; т.е. если ваши посты являются чисто рекламными, то такой контент в рекламу не пропустят;
- проверьте, работает ли бот с мобильной версии;
- канал/бот/сайт должны быть полностью русскоязычными;
- **ежедневный постинг не менее 2 недель;**
- **в канале минимум 150 подписчиков**
- канал должен быть открытым, все функции бота и контент канала должны быть доступны без дополнительных действий (модерация не будет их совершать и просто отклонит);
- содержание объявления должно соответствовать наполнению канала/бота/сайта
- **соотношение ссылок на сторонние сайты не должно превышать соотношения 1 к 5 в постах;**
- **нельзя злоупотреблять форматированием (жирный, курсив, подчеркнутый);**
- **проверить орфографию и пунктуацию;**
- **не использовать повелительное наклонение (заходите, подписывайтесь);**
- **не использовать разрывы строк, маркеры, списки нумерации;**
- **не “тыкать”;**
- **не использовать КАПС**, вызывающие фразы, обилие воскл. знаков, эмодзи, кликбейт (“только сегодня!!!”);
- не давать обещания и гарантии (заработка, счастья и тд);
- не использовать термины, которые не поймет простой обыватель, жаргонную речь;
- не использовать сужение аудитории вопросами типа “Ты житель Москвы?” “Любишь кошечек и собачек?” и тд.;
- контент низкого качества не пройдет модерацию;

- нельзя одновременно ставить таргет на язык и каналы (т.е. либо просто каналы, либо язык+тематика);
- особое внимание уделить качеству закрепленного поста, если он есть в канале. никаких кликбейтов; пост не должен быть чисто продающим;
- не дезинформировать (не приукрашивать, только 100% соответствие реальности);
- замаскированные / латинизированные нецензурные выражения нельзя;
- запрещена дискриминация – “канал только для женщин”;
- запрещен политизированный контент, религиозная пропаганда;

При проверке бота важно проверить полностью все сообщения. При проверке канала важно проверить:

- последние 15-20 постов;
- в постах, которые являются посадочными;
- в нескольких постах, находящихся рядом с посадочными;
- в закрепе.

О полезных ботах:

Если бот без интересного функционала для юзера, соответствующего возможностям Bot Platform, то есть, бот «одноразовый», его не пустят.

В основном это: тесты, которые ни на что не влияют и уводят на внешний ресурс, отправка pdf, сборы данных и тп — и после бот отмирает навечно, либо начинает дико спамить.

Требования к ботам

- Бот должен быть понятным и законченным
- Никакого сомнительного контента
- Подписчик должен оставаться в телеграм
- Название должно соответствовать содержанию
- Описание бота должно быть заполнено информацией о его основном функционале
- Не должно быть обращения на «ты»
- Не должно быть злоупотребления эмоджи, капслоком, восклицательными знаками (и прочие требования по оформлению, озвученные в правилах выше)
- В день допустимо направлять не более одного уведомления от бота

«Меню»: при нажатии выдает короткое сообщение с описанием того, что ожидает пользователя в боте.

«О компании»: информация о компании, лицензиях / сертификатах, отзывах, преимуществах и пр.

«О продукте»: описание продукта / услуги, которые предлагаются в данной воронке.

«Оставить заявку / купить»: короткое описание продукта и кнопка для связи с менеджером или переход на сайт для совершения покупки.

«Контакты»: телефон, емейл, профиль в телеграм для связи с менеджером, сайт или другие контакты компании (не другие мессенджеры).

Можно закреплять в каналах сообщения со ссылкой на личные сообщения и призывом туда написать?

Если это будет чистый призыв, то могут не пропустить.

Т.е. если пост будет в целом полезным, а в конце будет призыв, то вероятность пройти есть. Посты с кнопкой не пропускают вообще практически.

Это если давать рекламу именно на закрепленный пост

А сам пост закрепить можно. Главное, чтобы без кликбейтов в закрепленной шапке.

Нововведения от площадки от марта '23:

1) Теперь формулировки, которые нарушают правила платформы по editorial, на этапе создания креатива отклоняются и сопровождаются надписью "Sorry, this text violates the ad platform guidelines (<https://promote.telegram.org/guidelines#2-editorial-requirements>).". В основном это популярные кейсы с некоторыми эмоджи, повелительным наклонением и т.п. Обновление введено, чтобы сократить нагрузку и на модерацию, и упростить работу при написании креативов для вас.

2) Упоминание в тексте "Реклама. ООО "Ромашка" не пройдет, так как теперь есть отдельные поля для этого.

Почему крутилось, а потом отклонили?

<https://promote.telegram.org/tos>

3.2. Компания может по своему собственному усмотрению:

(а) провести аудит Рекламных материалов на предмет их соответствия всем применимым законам, правилам и положениям, настоящим Условиям предоставления услуг, Рекламным политикам и руководствам Telegram, Условиям предоставления услуг Telegram, Политике конфиденциальности Telegram, условиям и правилам Apple App Store, которые могут быть применимы, и условиям и правилам Google Play в зависимости от обстоятельств. Компания не должна быть связана какими-либо временными рамками при проведении аудита в соответствии с настоящим пунктом 3.2(а).;

Информация от площадки от 19.06.23:

Telegram сильно просят следить за ошибками и пунктуацией, говорят, много объявлений стало отклоняться модерацией именно по этой причине.

Сроки модерации могут быть увеличены, очень много запросов на модерацию.

В массе плохое качество объявлений, и модерация многое отклоняет > это присылают повторно > повторная проверка...

Они усиливают модерацию, но те, кто изначально плохо готовятся к запуску и допускают базовые ошибки, будут также вынуждены ждать дольше.

Если пользователь не исправляет рекламу после отклонения, модерация может не менять статус и начать смотреть следующий аккаунт. Это сделано, чтобы дать возможность исправить объявление позже, если объявление ушло в ревью по ошибке. А если отправили намеренно тоже самое – то с целью экономии времени модератора.

Также обращаем внимание на частое использование разговорных слов, которые площадка просит писать более официальным стилем. Пример - “инфобиз” и “телега”. Они попадают под *standard requirements of style* в правилах площадки.