

Вопросы

О проекте, задачах и ситуации на старте

1. Расскажите о проекте: чем занимается компания, какой основной продукт, что рекламирует компания
2. Сроки рекламной кампании: когда запустили рекламу в Telegram Ads? Если сейчас не работает, то когда остановили?
3. Почему решили запускать рекламу в Telegram Ads?
4. Что продвигаете: сайт, канал, пост или чат-бот? Почему именно его? Если бот, приложите несколько скриншотов с вопросом бота и вариантами ответов.
5. Если продвигаете Telegram-канал, расскажите о нем: о чем он? в чем ключевая ценность для подписчиков? Если рекламируете чат-бот, расскажите о сценарии и уточните, какая главная цель взаимодействия с пользователем?
6. Какая цель рекламной кампании в Telegram Ads? Каких результатов ожидали на старте?
7. Продвигали ли Telegram-канал/чат-бот раньше в других каналах? Если да, то как и какие результаты были (стоимость подписчика, выполнения целевого действия на сайте или запуска бота)? Если не продвигали, то почему?
8. Бюджет на продвижение в месяц.
9. Кто целевая аудитория?

О настройке рекламы

1. Какие таргетинги выбирали в Telegram Ads? Почему именно их? Если меняли подход к таргетингу, расскажите как именно и почему.
2. Если таргетировались на каналы, то как их подбирали? На какие параметры опирались при выборе и по какому принципу отбирали (например, только ли таргетировались на каналы по вашей теме или захватывали какие-то смежные)? Использовали какие-то сервисы для подбора и проверки накрутки в них?
3. Как писали объявления: на чем делали акцент? Как много готовили объявлений и почему? Если тестировали разные офферы, расскажите об этом и выделите более эффективные. Приложите примеры объявлений.
4. Использовали ли форматы с картинкой и видео? Для каких целей? Что показывали?
5. Были ли сложности с прохождением модерации? С чем они были связаны? Если причина была в текстах, приведите, пожалуйста, примеры текстов.
6. Если продвигаете канал, то готовили ли вы его как-то специально к приходу новой аудитории? Если да, то как? Если нет, то почему?
7. Какие сложности в целом были при продвижении и как их решали?
8. Что делали в процессе проведения кампании для оптимизации? Как меняли подходы и стратегии?
9. Если использовали дополнительные настройки в кампаниях – расписание показов, частоту, ограничение дневного бюджета — расскажите, какие именно параметры задавали и почему/зачем.

Об аналитике и результатах

1. Как анализируете результаты? Какие метрики для вас важны, как их отслеживаете?
2. Сколько стоит один подписчик/запуск бота/выполнение целевого действия на сайте? Насколько это, на ваш взгляд, приемлемая стоимость? Сравните ее со стоимостью из других каналов.
3. Что делаете для того, чтобы улучшать показатели?

4. Какой в среднем CPM в тематике и какой у вас? Можете его сравнить с CPM в других тематиках — насколько он больше или меньше?
5. Что планируете делать дальше с рекламой и Telegram-каналом\чат-ботом?
6. Как продвижение канала отражается на показателях вашего бизнеса: сколько заявок получаете и по какой цене? Если можете привести финансовые показатели в абсолютном выражении или относительном (средний чек клиента из Telegram, доля оборота из Telegram в общем обороте), будет отлично.

Заключение

- Дайте рекомендации по работе с рекламой в Telegram Ads или поделитесь инсайтами: чему научились, что взяли на заметку. Планы.

Структура кейса

- О проекте.
- Задача.
- Решение.
- Что сделали, с какими сложностями столкнулись, как их решили.
- Что получили (результат до/после).
- Шаги, которые привели к успеху/факапу.
- Выводы.