Розробив стратегію Телеграм-каналу

Контекст. Видавництво з країни-СНД було не впевнене, що правильно веде Телеграм-канал. Пости робилися, але до продажів не приводили.

Ознайомився з ситуацією та показниками Телеграм-каналу. Виявилося, його вели без конкретної мети. Контент-план робився, теми постів обирали хороші, аудиторія була залучена, але через те, що не продумали мету, ключові показники та загалом стратегію, виходило так, що аудиторію безплатно розважали.

Створив мету. Поговорили із замовником, уточнив їхню воронку продажів. Сформулював ідею, що Телеграм-канал їм найкраще підійде для етапу воронки engagement: щоб утримувати там лояльну аудиторію, підвищувати її лояльність та формувати повторні покупки.

Продумав рубрики та KPI для рубрик. Рубрики вже були, але вони існували не щоб виконувати цільові показники, а просто щоб були. Часта помилка — створювати рубрики з боку контенту, а не з боку маркетингових цілей компанії. Тому спочатку — цілі, потім — рубрики, й тільки після цього — ідеї постів. Причому важливо, щоб KPI ставили не до Телеграм-каналу, а до рубрик.

Результат. Залученість підписників через два місяці виросла майже на 9%. VR постів за перший місяць скакнув на 10%, а за другий опустився на 3%, тобто загально зріс на 7%. Телеграм-канал почав виконувати маркетингові цілі компанії.

Рубрика №3: Креатив

Название	Креатив
Цель	Повысить лояльность читателей; мотивировать поставить реакцию или написать коммент
ЦА	В зависимости от произведения
Формат	Текст + картинка
Суть	Помещаем любимых героев в новые условия или создаём с ними развлекательный контент
Механика	[redacted]
Примеры	[redacted]
Частота	6 постов в месяц
Почему она сработает	Читателю приятно видеть контент с любимым персонажем, но есть тонкая грань: можно не угадать с визуализацией героя или поместить его в такие условия, которые не удовлетворяют интересам аудитории
Польза аудитории (опционально)	—

Приклад щомісячного аналізу каналу

Показатели		
Подписчиков на 01.12	623	9
Ср. охват 1 поста	297	14
VR24	18,00%	4,10%
VR	47,60%	3,00%
ER, %	14,88	8,56%
ER одной публикации, %	6,76	5,04
ERV, %	5,84	0,2
Кол-во постов	29	1
Кол-во реакций	528	43
Кол-во просмотров	9039	430
Кол-во активных действий	582	56

Приклад щомісячного аналізу рубрик та постів

Эстетика							
	4	https://t.me/ilin	326	12	2	1	0
	12	https://t.me/ilin	278	20	1	0	0
	18	https://t.me/ilin	375	34	3	1	0
KPI				20	3		
Среднее			326	22	2	1	
Среднее октяб			299	15	2	0	
Сумма	3		979	66	6	2	
Сумма октябрь	3		898	46	6	0	
Новый KPI поста				20	3		