

1. Описание проекта
 - Тематика и особенности бизнеса, который продвигали. По возможности — называем компанию
 - Период работ, описанных в кейсе, и задачи/цели
 - Почему выбрали посе́вы
 - Особенность спроса: как люди выбирают товар
2. Как подбирали Telegram-каналы для размещения, на какие параметры опирались? Были ли какие-то сложности с этим и как их решали? Проверяли накрутку и как?
3. Размещение организовывали через биржу или самостоятельно, общаясь с блогерами напрямую? Расскажите о плюсах и минусах способа.
4. На чем делали акцент в креативах и почему? Готовили один креатив для всех каналов или разные для канала/групп каналов? Если разные, то почему, чем руководствовались? Приложите примеры постов (скриншоты). Расскажите, какие из креативов отработали лучше остальных и почему, на ваш взгляд.
5. Как отслеживали эффективность? Что было KPI?
6. Какие результаты получили? Как на их основе корректировали план продвижения? Например, вы поняли, что какие-то каналы совсем неэффективны, и потому с ними не будете сотрудничать.
7. Дайте рекомендации по продвижению / работе с блогерами / работе с офферами и креативами, поделитесь инсайтами.

Дополнительные вопросы:

1. на каком этапе воронки лучше использовать рекламу в ТГ (в том смысле, что если у вас продукт сложный, как у нас, то возможно не стоит продавать его в ТГ напрямую, а создать в воронке дополнительный уровень для сбора контактов и прогрева - как мы ведем на вебики. В других отраслях это может быть квиз, лид-магнит, бесплатное пробное что-то и т.п.).
2. какие типы креативов, по твоим наблюдениям, заходили лучше, а какие хуже (более рекламные или наоборот нативные под стилистику канала, помнишь, ты мне не так давно рассказывала, что такое как раз почему-то не зашло)