

Артём А. Сенаторов



# Telegram

Как запустить канал, привлечь подписчиков  
и заработать на контенте



альпина  
ПАБЛИШЕР

бизнес

# **Артем Алексеевич Сенаторов**

# **Telegram. Как запустить канал, привлечь подписчиков и заработать на контенте**

*Текст предоставлен правообладателем*

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=36633891](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=36633891)*

*Telegram: Как запустить канал, привлечь подписчиков и заработать на контенте: Альпина Паблишер; Москва; 2018  
ISBN 978-5-9614-1500-1*

## **Аннотация**

Telegram стал любимым мессенджером миллионов людей: он удобный, быстрый, в нем есть всё – от обычных чатов до настоящих СМИ. Что особенно ценно – Telegram не режет ленту и не скрывает важные публикации. Блокировки лишь подстегивают интерес к нему – как со стороны обычных пользователей, так и со стороны блогеров и компаний, которые хотят продвигать и продавать свои товары и услуги через Telegram.

# Содержание

От автора	6
Введение	8
Часть I. Обзор Telegram и настройка канала	18
Глава 1	21
Российская аудитория Telegram	21
Кому подойдет Telegram, а кому нет?	24
Конец ознакомительного фрагмента.	26

# **Артем Сенаторов**

## **Telegram. Как запустить канал, привлечь подписчиков и заработать на контенте**

Редактор *Алина Сайдашьева*

Научный редактор *Родион Губер*

Главный редактор *С. Турко*

Руководитель проекта *О. Равданис*

Компьютерная верстка *К. Свищёв*

Корректоры *Е. Аксёнова, О. Улантjikова*

Дизайн обложки *С. Хозин*

© Артем А. Сенаторов, 2018

© ООО «Альпина Паблицер», 2018

*Все права защищены. Данная электронная книга предназначена исключительно для частного использования в личных (некоммерческих) целях. Электронная книга, ее части, фрагменты и элементы, включая текст, изображения и иное, не подлежат копированию и любому другому использованию без разрешения правообладателя. В частности, за-*

*прещено такое использование, в результате которого электронная книга, ее часть, фрагмент или элемент станут доступными ограниченному или неопределенному кругу лиц, в том числе посредством сети интернет, независимо от того, будет предоставляться доступ за плату или безвозмездно.*

*Копирование, воспроизведение и иное использование электронной книги, ее частей, фрагментов и элементов, выходящее за пределы частного использования в личных (некоммерческих) целях, без согласия правообладателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.*

**\* \* \***

# От автора

У этой книги непростая судьба. Несколько раз ее выход откладывался, и, в принципе, она могла не увидеть свет. Еще бы – Telegram на момент написания этих строк все еще запрещен на территории Российской Федерации. Имеет ли смысл публиковать информацию о том, что вне закона?

И все же книга вышла. Случилось это потому, что детище Павла Дурова – это больше, чем просто мессенджер. Это даже больше, чем соцсеть. Telegram – это примета нашего времени. Через десятилетия, вспоминая про конец «десятих» годов, люди будут упоминать в разговорах не только чемпионат мира по футболу, который приняла наша страна. Telegram также окажется неизменным «участником» таких разговоров. Не WhatsApp, не Viber и не другие «коллеги по цеху». Именно Telegram стал явлением, которое обсуждают, беззаветно любят, критикуют и обсуждают. А такое явление стопроцентно заслуживает книги.

Будущее не определено. На сегодняшний день мы не знаем, чем закончится (да и вообще – закончится ли?) история с Telegram. Будет ли удалено приложение из российских App Store и Google Play? Снимут ли блокировку в целом? Какова судьба криптовалюты Gram? Есть вероятность, что на эти и многие другие вопросы вы, уважаемый читатель, ответы уже знаете. Мы на сегодня знаем лишь то, что, несмотря ни

на что, Telegram работает и им пользуется огромное количество людей. Среди них есть ваши потенциальные подписчики, клиенты и даже партнеры.

Задача настоящего издания – дать действенные инструменты для работы в Telegram тем, кто смотрит на эту площадку с точки зрения продвижения. Да, эта книга о маркетинге в Telegram, и в ней собрана информация, которой достаточно для того, чтобы стартовать и получить первые результаты.

Возьмите продукт, «упакуйте» его и сделайте так, чтобы о нем узнало как можно больше людей. Это коротко. Подробнее – на всех последующих страницах.

Приятного и полезного вам чтения!

*Артем Сенаторов,  
лето 2018 г.*

# Введение

## Почему нужно начинать продвижение в Telegram прямо сейчас

Telegram (TG) – самый перспективный мессенджер и социальная сеть на рынке. Я действительно так считаю. И прежде чем привести несколько аргументов в пользу своего мнения, мне хочется оглянуться и посмотреть, какой была ситуация ранее.

Если кратко, то в 2011–2012 гг. бурный рост, а соответственно, внимание брендов и рекламодателей, наблюдался у «ВКонтакте» («ВК»). Тогда сеть представила новый формат сообщества – публичную страницу. Следующая заметная вежа – взлет Instagram (IG). Бум спроса на эту площадку пришелся на 2016–2017 гг. Постоянные усовершенствования со стороны разработчиков (появление прямых эфиров, сториз, подписок на хештеги и др.) не давали расслабляться ни аудитории, ни компаниям, ни блогерам. Но несмотря на то, что в 2018 г. «ВК» и IG не собираются сдавать позиций, пришло время для нового явления.

Сразу поясню, что Telegram де-факто не только мессенджер, но и социальная сеть, хотя формально таковой не яв-



ляется. Судите сами: здесь есть сообщества (каналы), посты в них (с охватами), подписчики и многое другое. И даже если сегодня отдельных признаков, характерных для таких классических сервисов, как Facebook и «ВКонтакте», у TG нет, не факт, что они не появятся в будущем (если еще будут актуальны). Поэтому предлагаю сразу относиться к Telegram как к полноценной соцсети.

## **Почему Telegram?**

Обмен сообщениями присутствует в нашей жизни давно. И если говорить про Сеть, то простые мейлы, которые появились уже на заре существования Глобальной паутины, по сути, выполняли именно эту функцию – пересылку послания (преимущественно текстового) от отправителя к адресату. Позже популярность набрали сервисы для отправки мгновенных сообщений, лидером среди которых была «аська», как ее называли в народе, или ICQ, если официально. Проект оказался действительно народным, доходило даже до продажи и воровства «уинов» – численных юзернеймов, которые (по аналогии с номерами автомобилей) могли быть красивыми.

На смену ICQ пришли Skype и соцсети. До сих пор многие мои знакомые используют «ВКонтакте» как основную площадку для общения. Правда, таких становится все меньше и меньше. Skype также вызывает ряд нареканий, особенно

после покупки проекта компанией Microsoft, после чего был внесен ряд спорных изменений в интерфейс приложения.

Мобильные мессенджеры появились в активном информационном поле еще позже. Проблема их развития на ранних этапах заключалась в том, что для работы, к примеру, Viber требовался постоянный мобильный интернет. А многие экономные пользователи отключали 3G и сообщения получали дома вечером (где работает Wi-Fi) скопом, как во времена FidoNet, когда почту нужно было «забирать» из Сети всю сразу – всю и сразу. Но эти сложности с течением времени отошли в прошлое. Сегодня практически каждый смартфон подключен к Сети круглосуточно. Именно в этом причина постоянно растущей популярности мессенджеров.

Часто на конференциях по маркетингу можно услышать мнение, что будущее – именно за такого рода программами. Звучит логично. Во-первых, мобильная основа, то есть ориентация на работу через смартфон или планшет, – это несомненный плюс, ведь современный человек не расстанется с гаджетами даже ночью, даже в поездках. А во-вторых, быстрый и доступный мобильный интернет превращает «чатилки» в идеальный продукт: простой и удобный интерфейс, персональные настройки, минимум трафика (много ли «съедает» текст?). Да, конечно, в приложениях типа WhatsApp сегодня можно передавать не только текст, но изначально позиционировались они как альтернатива SMS – устаревшим морально, ограниченным по количеству символов и доро-

гим. В итоге мессенджеры быстро убили эсэмэски. Но дальше началась война гражданская – с себе подобными.

И вот мы подошли к ключевому вопросу – почему Telegram если и не побеждает остальные мессенджеры, то по крайней мере занимает среди них выигрышное положение, имеет фанатов бренда и (уже) сообщество блогеров, ведущих там свои каналы.

2017 г. Telegram завершил со следующими показателями<sup>1</sup>:

- 180 млн активных пользователей в мире<sup>2</sup> (для сравнения: у «ВКонтакте» активная аудитория – 97 млн человек<sup>3</sup>);
- 500 000 новых пользователей ежедневно;
- 70 млрд сообщений отправляется каждые сутки;
- в России приложение входит в число самых скачиваемых (2-е место в App Store в разделе «Социальные сети» и 3-е место в Google Play в разделе «Связь»);
- рекламный оборот в российском Telegram – 20 млн рублей в месяц.

Да, WhatsApp – безоговорочный лидер по количеству установок и активных пользователей. Но эта огромная машина выглядит неповоротливой, когда начинаешь ее сравнивать с Telegram. Приведу ряд факторов, которые влияют

---

<sup>1</sup> <http://telegra.ph/telestats-01-22>

<sup>2</sup> <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-12-12/cryptic-russian-crusader-says-his-5-billion-app-can-t-be-bought>

<sup>3</sup> [https://vk.com/page-47200925\\_44240810](https://vk.com/page-47200925_44240810)

на популярность Telegram в нашей стране.

## **1. Харизматичный лидер**

Павел Дуров – человек, про которого пишут книги. Загадочный и немногословный. Он добился такого положения, когда общество прислушивается к каждому его высказыванию. Перед нами лидер, который не боится вступать в конфликты с правительствами различных стран. Дуров – человек, доказавший, что не является гением-однодневкой. Telegram – не менее громкий проект, чем «ВКонтакте» (это как минимум). Но самое главное, что он наш. Выходец из России, которому пришлось покинуть родину. Сам факт его существования говорит о том, что есть в стране молодые предприниматели-визионеры, способные менять что-то глобально, на мировом уровне. В России Дуров на особом положении. Многим известно, что именно он отец-основатель Telegram. А о том, что сооснователь и генеральный директор WhatsApp Ян Кум родился в 1976 г. в Киеве, осведомлены разве что очень продвинутые пользователи.



## **2. Безопасность**

Забота о неприкосновенности персональных данных стала декларируемой, ключевой особенностью Telegram, самым настоящим УТП (уникальным торговым предложением). Почему нужно установить это приложение? Чем оно примечательно? Безопасностью! Команда Telegram скорее откажется от сотрудничества с правительством какой-либо страны, чем даст спецслужбам доступ к пользовательским данным. И это не просто риторика: в конце декабря 2017 г. Иран заблокировал Telegram за то, что разработчики отказались удалять оппозиционные каналы.



Сегодня Иран официально выбыл из числа стран, которые я могу посещать, – прокурор Тегерана завел там на меня уголовное дело. Телеграмом в Иране пользуется более 40 миллионов человек, и за все годы работы мы не заблокировали ни один политический канал и не выдали властям ни байта личных данных.

В России у властей также есть ряд вопросов к Дурову и его детищу. Но шумиха вокруг предполагаемой блокировки Telegram в нашей стране привела только к росту узнаваемости мессенджера и привлекла новую аудиторию. Неизвестно, что будет дальше, но на начало 2018 г. ситуация работает в пользу TG.

### 3. Высокий чек на рекламу

Интерес к Telegram большой, а развитых каналов, которые могли бы грамотно прорекламировать товары, услуги или другие каналы, – мало, что приводит к росту цен на промо. Как и на любых других нерегулируемых рынках, ценовая вилка широка. Но определенно, ни Instagram, ни тем более «ВКонтакте» и рядом не стоят по соотношению стоимости размещения и количества подписчиков.

### 4. Нет умной ленты

Умная лента, призванная защитить подписчика от ненуж-

ного контента, вызывает много вопросов. Мне приходилось слышать немало жалоб на алгоритмы сортировки публикаций в Facebook, Instagram и «ВКонтакте». Больше всего, конечно, от тех людей, которые работают в соцсетях. Умная лента нещадно режет охваты аудитории. И даже если расходы на продвижение не увеличиваются, то точно требуется больше времени на ведение аккаунтов. Вы можете написать пост, повесить его в сообщество, но увидят ваш пост только 10 % подписчиков или даже меньше. В Telegram такого нет. Каждый ваш подписчик получит каждое ваше сообщение.

Перечислять преимущества TG можно и дальше: скорость передачи файлов, удобные программы-клиенты для ноутбуков и десктопов, несколько форматов общения (каналы, группы, супергруппы). Также для многих важно, что Telegram позволяет публиковать кликабельные ссылки на сторонние ресурсы, что дает широкие возможности для рекламы и продаж. В Instagram, к примеру, в ленту активную ссылку поставить нельзя (одна-единственная доступна в профайле, не считая сториз).

Впрочем, думаю, что если вы дочитали до этой страницы, то уже точно решили хотя бы попробовать что-то сделать в Telegram. Не исключено, что это решение изменит вашу жизнь! Проблема в том, что действовать нужно незамедлительно. Все происходящее внутри и вокруг Telegram настолько подогрело внимание публики, что проект растет лавинообразно. Если вы упустили 2011 г. с пабликами «ВКон-

такте», проморгали 2015-й в Instagram, то вот он – ваш шанс отыгаться. Прямо сейчас, пока вы читаете эту книгу, одни покупают и продают рекламу в Telegram, другие пишут посты и размещают их в Telegra.ph («родной» издательский сервис, с помощью которого можно верстать для Telegram большие статьи с мультимедийным контентом), а третьи договариваются о взаимном продвижении.



## **Как устроена эта книга и кому она нужна**

Эта книга построена как простая и четкая инструкция. Она ориентирована на тех, кто много слышал про Telegram, но до сих пор не знает, с какой стороны подойти к работе с ним.

Прочитав «Маркетинг в Telegram», вы сможете создать свой канал, оформить его и наполнить контентом. Вы сможете



те находить другие каналы для размещения рекламы и будете делать это наиболее выгодно. Вы узнаете о безбюджетных и платных методах привлечения аудитории. Наконец, научитесь продавать – свой продукт, услуги или рекламу на канале.

Просто попробуйте! Если ничего не получится, вас хотя бы не будут мучить угрызения совести. Ну а если серьезно, то эта книга пусть и не претендует на исчерпывающие сведения о Telegram, но ее достаточно, чтобы первые шаги получились уверенными и в нужном направлении.

В работе над книгой приняли участие: руководитель проекта Ольга Равданис (благодарю за неизменно высокую планку качества), редактор Алина Сайдашева (спасибо, ценю бессонные ночи, потраченные на улучшение текста), SMM-специалист Родион Губер (твои ценные комментарии добавили в книгу еще больше конкретики), а также администраторы популярных каналов в Telegram – Егор Апполонов («Хемингуэй позвонит», @parawillcall) и Павел Федоров («Паша и его прокрастинация», @abbsol). Егор и Павел – профессионалы, которые ежедневно своим трудом делают русскоязычный Telegram еще интереснее. В этой книге они делятся с вами своими кейсами. Обратите внимание, что не всегда мнения Егора и Павла совпадают с моим – это нормально, у всех нас разный опыт. А вы, взвесив несколько точек зрения, сможете выбрать те способы продвижения, которые посчитаете нужным.

# **Часть I. Обзор Telegram и настройка канала**

**Проект стартовал в 2011 г. Павел Дуров сразу позиционировал его как международный, тем самым увеличивая во много раз количество потенциальных пользователей, в противовес «ВКонтакте»: в него хоть и встроены иностранные языки, фактически он был и до сих пор является сервисом для жителей бывшего СССР. Наибольшую популярность Telegram набрал в Иране и других странах Ближнего Востока. Именно там появился первый в мире канал-миллионник. Официальный Тегеран даже распорядился заблокировать приложение на территории государства, опасаясь, что с его помощью оппозиция будет слишком сильно влиять на умы населения. Все потому, что первая и главная отличительная особенность TG – абсолютная тайна переписки. Команда разработчиков утверждает, что шифрование, применяемое в приложении, наиболее защищенное.**

**Я присоединился к Telegram чуть ли не на старте и всегда следил за развитием проекта. К примеру, в день, когда появилась возможность**

занимать уникальные юзернеймы (ох, кажется, это случилось в 2014-м), я занял @senator. Из-за этого мне буквально ежедневно пишут незнакомцы из разных стран и на разных языках пытаются выяснить, кто я такой. В течение 2017 г. я провел несколько экспериментов по старту и продвижению собственных каналов в Telegram, что привело к созданию в октябре 2017 г. «КаналаГрибойэдова» (@kanalgriboyedova), или «КГ» (хе-хе), – канала, посвященного, как нетрудно догадаться, литературе и всему, что с ней связано. Запуская, наполняя и продвигая «КГ», я допустил немало ошибок, в том числе и финансовых. В этой книге я делюсь своим опытом. Надеюсь, это позволит вам избежать досадных оплошностей, и вы не потратите время на неэффективные действия.

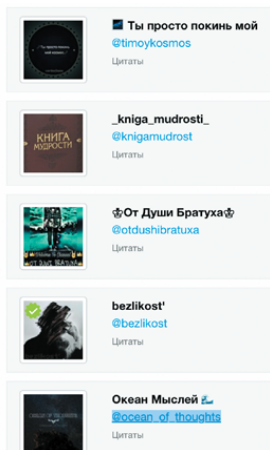


Рис. 6. Telegram-каналы с цитатами

# Глава 1

## Как устроен Telegram и в чем его уникальность

### Российская аудитория Telegram



Рис. 5. Российская аудитория Telegram

В Telegram – активная продвинутая аудитория. Самый большой возрастной сегмент – от 18 до 34 лет, 43 % – женщины, 57 % – мужчины (данные актуальны на апрель 2018 г.). 57 % пользователей имеют высшее образование. Это жители крупных городов (36 % приходится на Москву), опытные специалисты со стабильным доходом<sup>4</sup>.

Но такая ситуация может поменяться за считанные недели. Уже сейчас я встречаю в Telegram проекты, похожие на набившие оскомину паблики «ВКонтакте» о том, как стать успешным. В свое время сообщества с цитатами Стива Дж-

<sup>4</sup> <http://telegra.ph/telestats-01-22>

обса, правилами жизни Генри Форда и прочей мотивационной информацией набирали сотни тысяч подписчиков. Проблема в том, что, кроме красивых слов, в этих пабликах больше ничего не было. Взрослой публике быстро надоел однообразный контент, и такие группы получили репутацию «для школьников». А поскольку мотивационные каналы появляются в TG, можно сделать вывод, что подростковая аудитория начинает мигрировать сюда.

Возможно, подобный контент не приживется в Telegram, как не прижился он в Instagram. Году примерно в 2015-м, когда стало ясно, что IG – это всерьез и надолго, администраторы пабликов «ВКонтакте» сделали в новомодной сети клоны своих сообществ. Результат оказался плачевным: эта модель не сработала, потому что профайлы с цитатами и веселыми картинками были обезличены, то есть не было понятно, кто именно стоит за проектом. В итоге мотивационные аккаунты оказались на обочине Instagram, а популярность завоевали персональные блоги.

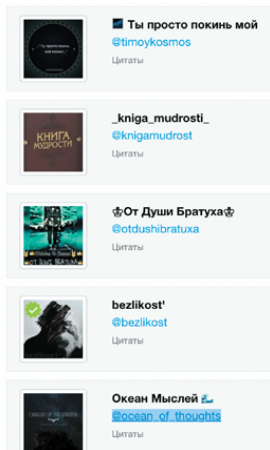


Рис. 6. Telegram-каналы с цитатами

Пока в Telegram ситуация складывается точно так же. Наиболее успешные каналы ведутся кем-то конкретным. Не всегда явно, многие популярные проекты остаются анонимными, но каждый из них узнаваем благодаря характерному почерку. То есть для блогеров и журналистов это идеальное место. Поэтому если вам есть что сказать, у вас есть собственное оригинальное мнение по какому-либо вопросу – добро пожаловать, ваши шансы быть замеченным уже неплохи. Ваше мнение необязательно должно быть объективным. Скажу больше: даже хорошо, если оно отличается от общепринятого. Оно будет смотреться свежее и любопытнее, при условии, правда, что вы сумеете аргументированно его обос-

новать. Тема может быть любой, но особенно востребованы политика, общество, техника, культура и искусство, бизнес, блокчейн.

## **Кому подойдет Telegram, а кому нет?**

Telegram – в первую очередь текстовая социальная сеть. Сюда приходят читать, именно поэтому тут так популярны литературные каналы и каналы для писателей. Предпринимателям также стоит присмотреться к Telegram. Канал компании в TG – хорошая площадка для общения с действующими клиентами и привлечения новых. И не страшно, если вашей аудитории до сих пор нет в этой соцсети. Не исключено, что она там окажется уже завтра. Или вы можете сами ее туда привести.

Как это сделать? Допустим, вы владелец барбершопа. У вас уже есть страница в Instagram, куда вы направляете основной трафик для последующей конвертации подписчиков в клиентов. Когда эти самые клиенты приходят к вам за стрижкой или бритьем, им можно давать флаер с предложением присоединиться к вашему Telegram-каналу. Мотивация – уникальные предложения, о которых можно узнать только там. Например: «10 сертификатов на бритье и стрижку по сниженной цене отдаем первым, кто нам перезвонится». Таким образом вы получите канал, полностью состоящий из ваших действующих клиентов, который можно позициони-



ровать как VIP-клуб. Не забывайте публиковать не только информацию рекламного характера. Скажем, полезно будет вывесить график работы на новогодних праздниках.

Какие нюансы в работе Telegram следует учесть компаниям? Если вам обязательно нужно получать обратную связь от подписчиков, TG не для вас. Ведь еще одной его особенностью является практически полное отсутствие обратной связи, о чем я подробнее расскажу ниже. Впрочем, уже есть боты, с помощью которых можно комментировать посты, они пока криво работают, но начало положено.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.