

Студ. А.А. Томило, Е.В. Примако
Науч. рук. ст. преп. Е.А. Дербинская
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ В ТЕЛЕГРАМ

Telegram – одна из самых популярных платформ для общения, маркетинга и рекламы. Его аудитория растет, и бизнес все чаще использует его для продвижения. Рассмотрим 5 ключевых причин, почему Telegram – идеальное место для рекламы.

1. Высокая вовлеченность Пользователи Telegram активно взаимодействуют с контентом. Более 70% подписчиков читают публикации, что делает рекламу более эффективной по сравнению с другими соцсетями.

2. Прямой контакт с аудиторией В Telegram нет лишнего шума, а рекламодатели могут напрямую общаться с подписчиками, повышая доверие к бренду. Боты помогают автоматизировать взаимодействие и улучшать коммуникацию.

3. Точный таргетинг Реклама в Telegram позволяет охватывать именно ту аудиторию, которая действительно заинтересована в продукте. Каналы разной тематики помогают брендам находить своих клиентов.

4. Доступ к нишевым сообществам Небольшие специализированные каналы обеспечивают более высокую вовлеченность и конверсию, чем массовые. Это помогает бизнесу эффективнее расходовать рекламный бюджет.

5. Рост популярности платформы Telegram продолжает расти – уже более 700 миллионов активных пользователей. Это делает его привлекательным инструментом для продвижения [1].

Телеграм как платформа для продаж имеет ряд преимуществ, включая большую и активную аудиторию. Однако с уходом западных социальных сетей конкуренция за внимание пользователей резко возросла. Сегодня люди подписаны на десятки, а иногда и сотни каналов, поэтому привлечь их в новый проект становится сложнее. Чтобы потенциальный клиент выбрал именно ваш канал, важно предложить ему действительно ценный контент, который выделяется на фоне конкурентов.

Один из главных недостатков Телеграма в том, что здесь нет ленты рекомендаций или алгоритмов, подбирающих контент по интересам, как, например, в «ВКонтакте» или «Одноклассниках». В результате органический рост аудитории практически невозможен – даже

если подписчики активно комментируют и делятся публикациями, это не увеличивает охват контента среди новых пользователей. Поэтому для масштабирования канала необходимо искать альтернативные способы привлечения подписчиков.

Еще один минус – ограниченные рекламные инструменты. В Телеграме нельзя полноценно настроить таргетированную рекламу с точным попаданием в целевую аудиторию. В отличие от классических соцсетей, где можно сегментировать пользователей по возрасту, полу, интересам и поведению, здесь таких возможностей нет. Основные способы продвижения – это покупка рекламы в других каналах и внешнее продвижение через соцсети, сайты или блоги.

Все это означает, что запуск и развитие успешного коммерческого проекта в Телеграме требует дополнительных вложений. Чтобы привлекать подписчиков и превращать их в покупателей, нужен бюджет не только на рекламу, но и на качественный контент. Для эффективной работы потребуется команда: редактор, который будет создавать интересные и полезные материалы, и SMM-специалист, который займется продвижением и привлечением аудитории. Без этих ресурсов раскрутить канал и превратить его в стабильный источник дохода будет крайне сложно [2].

В мессенджере Telegram есть два вида рекламы: официальная и неофициальная. Первая – это короткие объявления в каналах, которые пользователи могут увидеть в нижней части публикации.

С точки зрения рекламодателя официальная реклама удобна, ведь не нужно самому находить площадки и договариваться с администраторами. С другой стороны, владелец канала не может влиять на содержание и язык официальной рекламы. К неофициальной рекламе в Telegram принадлежат так называемые «посевы»: рекламные публикации, место под которые можно купить у владельцев каналов [3].

Для продвижения товаров и услуг в Telegram рекламодателям и владельцам каналов следует обратить внимание на:

- пользовательский контент,
- обращение к разновозрастной аудитории,
- нишевые тематики [4].

Основными стратегиями продвижения в Telegram являются: создание качественного контента, активное взаимодействие с аудиторией, использование ботов, рекламные посты в других каналах, кросс-промоция.

Создание качественного контента включает в себя посты, которые интересны и полезны вашей целевой аудитории. Активное взаимодействие с подписчиками помогает строить доверительные отношения

и удерживать интерес. Использование ботов позволяет автоматизировать процессы, такие как ответы на часто задаваемые вопросы. Рекламные посты в других каналах позволяют быстро привлечь новую аудиторию. Кросс-промоция с другими каналами помогает расширить охват и привлечь подписчиков из смежных ниш [5].

Особенностями продвижения товаров и услуг в Telegram являются наличие нишевых сообществ, которые позволяют таргетировать конкретную аудиторию, а также анонимность, способствующая открытости обсуждений. Использование ботов для автоматизации процессов и мгновенные обновления о товарах и акциях значительно упрощают взаимодействие. Разнообразие форматов контента, включая текст, изображения и видео, позволяет разнообразить способы подачи информации. Интерактивные элементы повышают вовлеченность, а реклама в популярных каналах обеспечивает быстрое привлечение клиентов. Кроме того, отсутствие алгоритмов гарантирует стабильный охват постов среди всех подписчиков.

ЛИТЕРАТУРА

1. 5 причин, почему Telegram – это идеальная платформа для рекламы [Электронный источник] – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/1664131-5-prichin-pochemu-telegram-eto-idealnaya-platforma-dlya-reklamy> – Дата доступа: 01.04.2025.
2. Недостатки продажи в Telegram [Электронный источник] – Режим доступа: https://www.bitrix24.ru/journal/kak-prodavav-telegram/?utm_medium=referral&utm_campaign=sharing – Дата доступа: 01.04.2025.
3. Продвижение в Telegram: аудитория, особенности контента, рекламные форматы [Электронный источник] – Режим доступа: <https://netology.ru/blog/06-2022-promotion-in-telegram> – Дата доступа: 01.04.2025.
4. Какая бывает реклама в Telegram и как ее запустить [Электронный источник] – Режим доступа: <https://sendpulse.com/ru/blog/telegram-ads#kakoj-byvaet-reklama-v-telegram> – Дата доступа: 01.04.2025.
5. Как продавать в Телеграм [Электронный источник] – Режим доступа: <https://www.bitrix24.ru/journal/kak-prodavav-telegram/> – Дата доступа: 01.04.2025.