ПУБЛИЧНЫЙ ОТЧЁТ PROMTPRESS

Аудит канала Ассоциация загородных отелей

АЗО

@azo_channel

АЗО – бизнес-сообщество собственников и топ-менеджеров загородных отелей и глэмпингов. @in_xamalin - по вопросам партнерства Календарь мероприятий: https://azo-hotels.com/events/ Каталог…

ПОДПИСЧИКИ	ОХВАТ ПОСТА (ERR)	ОХВАТ/ПОСТ
7 393	10.0%	774
+90 за месяц	за сутки 4.6%	рекл. охват 339/24ч

19.10.2026

HTTPS://PROMTPRESS.COM/AUDIT/AZO_CHANNEL

СОДЕРЖАНИЕ · 2026

Что внутри отчёта

01 Снимок канала
12 ключевых метрик · AI-резюме

02 Контент-анализ
Топ-5 постов · худшие 3 · выводы

03 Динамика подписчиков
График за год · прирост

04 Цитируемость
Кто и как упоминает канал

05 Рекламный потенциал
Как долго пост приносит охват

06 Конкуренты
Соседи по нише · ваше место

07 Динамика упоминаний
6 месяцев · ежемесячно

08 Сравнение с нишей
Позиция в категории «Бизнес и стартапы»

09 Стратегия
5 приоритетных действий

РАЗДЕЛ 01 · СНИМОК КАНАЛА

Ключевые показатели канала

Каждая карточка — отдельный индикатор здоровья канала. Подзаголовок под цифрой говорит, за какой период она посчитана.

ПОДПИСЧИКИ **7 393** —	ОХВАТ ПОСТА **10.47%** ср. % подписчиков видят один пост	ПРОСМОТРЫ/ПОСТ **774** медиана 774 · 27 дней	ПОСТОВ/НЕД. **3.6** за период
ТРЕНД 7Д **-10.3%** vs предыдущая неделя	РЕАКЦ./ПОСТ **2.1** всего 29 реакц., 81 реп., 13 комм.	ДЛИНА ПОСТА **447 зн.** медиана 399 · 27 дней	ПОСТОВ В АНАЛИЗЕ **14** 27 дней
РЕКЛ. ОХВАТ **339** среднее за 24ч	ОТТОК / МЕСЯЦ **+90** за последний месяц	ЦИТИРУЕМОСТЬ **15** индекс цитирования · 101 каналов упомянули за всё время	ВОЗРАСТ КАНАЛА **3 года 5 месяцев** создан 28.04.2023

AI-РЕЗЮМЕ РЕДАКТОРА

Канал «Ассоциация загородных отелей» — 7 393 подписчиков. Каждый пост в среднем смотрит 774 человек (10% от подписчиков), охват невысокий — стоит расширять аудиторию. Публикует 4 постов в неделю (~1 в день) — редкие публикации. За неделю 5–11 октября охваты просели на -10.3% к неделе 28 сентября – 4 октября — стоит разобрать причины.

РАЗДЕЛ 02 · КОНТЕНТ-АНАЛИЗ

Что заходит лучше всего

Топ постов по вовлечению и аутсайдеры — чтобы было видно, что повторять, а что убрать из ротации.

ЧТО ОБЩЕГО У УСПЕШНЫХ ПОСТОВ

01 Анализ построен по **14** постам за 27 дней.

02 Доминирующий формат — **Фото** (9/14 постов).

03 Средняя длина поста — **447** знаков (медиана 399).

04 Пик активности аудитории — **понедельник**, 12:00 MSK.

05 Самые сильные посты собирают **в 2 раз** больше просмотров, чем самые слабые (1K в среднем у топа vs 594 у худших) — среди 14 постов за 27 дней. Стоит разобрать что общего у топа — тема, формат, время выхода.

ТОП-5 ПОСТОВ

№1 24.09 · 08:51 ФОТО

Отраслевые каналы, которые ведут практики гостиничного бизнеса Отельеры, маркетологи, revenue-менеджеры и специалисты по продажам делятся…

ПРОСМ.	РЕАКЦ.	РЕП.	ER
1 073	7	3	14.5%

№2 21.09 · 09:45 ВИДЕО

ФОРУМ ПО МАРКЕТИНГУ И ПРОДАЖАМ ИРИНА ГУК - Руководитель офлайн мероприятий & партнерского направления Ассоциации загородных отелей

ПРОСМ.	РЕАКЦ.	РЕП.	ER
1 027	3	3	13.9%

№3 30.09 · 15:29 ФОТО

❗Друзья! ВЕБИНАР 1 октября! 🎙 СПИКЕРЫ: Андрей Басков Главный архитектор гостиничных решений компании Wone IT Даниил…

ПРОСМ.	РЕАКЦ.	РЕП.	ER
941	—	15	12.7%

№4 01.10 · 08:00 ТЕКСТ

Мы в эфире 🔴 Вебинар «Ресепшен без рутины: как ускорить заселение и освободить время сотрудников» уже начался. Говорим о том, какие…

ПРОСМ.	РЕАКЦ.	РЕП.	ER
917	—	2	12.4%

№5 22.09 · 08:30 ВИДЕО

Второй день ФОРУМА ПО МАРКЕТИНГУ И ПРОДАЖАМ для отельеров в самом разгаре! Сегодня не менее познавательно! А впереди у участников…

ПРОСМ.	РЕАКЦ.	РЕП.	ER
892	—	3	12.1%

СЛАБЕЕ ОСТАЛЬНЫХ 3

↓ 29.09 · 16:41 ФОТО

На форуме «Маркетинг и Продажи 2026» Радик Салахутдинов из Hotel Advisors разобрал, как загородные отели прошли 2026 год: какие стратегии…

ПРОСМ.	РЕАКЦ.	РЕП.	ER
731	3	5	9.9%

↓ 13.10 · 17:04 ФОТО

До Нового года — 2,5 месяца. Самое время свериться Обычно к середине октября у загородных отелей уже понятна картина на новогодние даты…

ПРОСМ.	РЕАКЦ.	РЕП.	ER
528	—	2	7.1%

↓ 13.10 · 17:05 ОПРОС

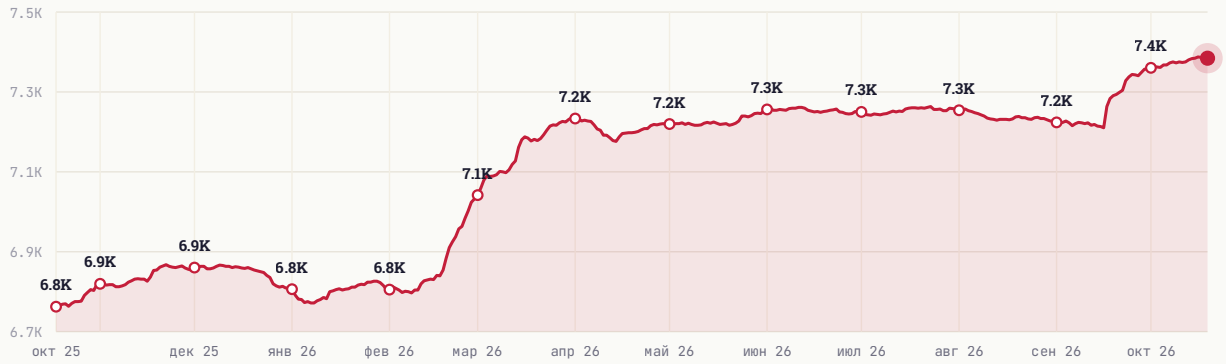
(пост без подписи — опрос)

ПРОСМ.	РЕАКЦ.	РЕП.	ER
525	—	1	7.1%

РАЗДЕЛ 03 · ДИНАМИКА ПОДПИСЧИКОВ

Как канал рос за год

График роста подписчиков за год. На ключевых месяцах подписано точное число подписчиков. Видно, в какие месяцы канал прибавлял, а в какие подписчики уходили.



НАЧАЛО ПЕРИОДА	СЕЙЧАС	ЧИСТЫЙ ПРИРОСТ
6 796	7 393	+597

РАЗДЕЛ 04 · ЦИТИРУЕМОСТЬ

Кто и как упоминает канал

Индекс цитирования **15** — рейтинг популярности канала на основе упоминаний. Учитывает не только их количество, но и вес упоминающих: пост от канала на 100 тыс. подписчиков «весит» больше, чем от канала на 1 тыс. За всё время канал упоминали **101** разных каналов.

ИЗ КАКИХ СТРАН УПОМИНАЮТ



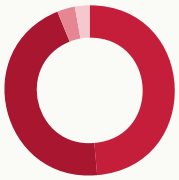
Россия	98.6%
Украина	0.0%
Беларусь	0.0%
Узбекистан	0.0%
Иран	0.0%

В КАКОМ ФОРМАТЕ УПОМИНАЮТ



Упомянули отдельным постом	69.2%
В подборке с 2-5 каналами	28.8%
В подборке с 6-10 каналами	1.4%
В подборке с 11+ каналами	0.7%

КАНАЛЫ КАКОГО РАЗМЕРА УПОМИНАЮТ



Микро-каналы (до 1 тыс.)	48.6%
от 1 до 10 тыс. подписчиков	45.2%
от 10 до 30 тыс. подписчиков	3.4%
от 30 до 100 тыс. подписчиков	2.7%
более 100 тыс. подписчиков	0.0%

В КАКИХ ТЕМАТИКАХ УПОМИНАЮТ

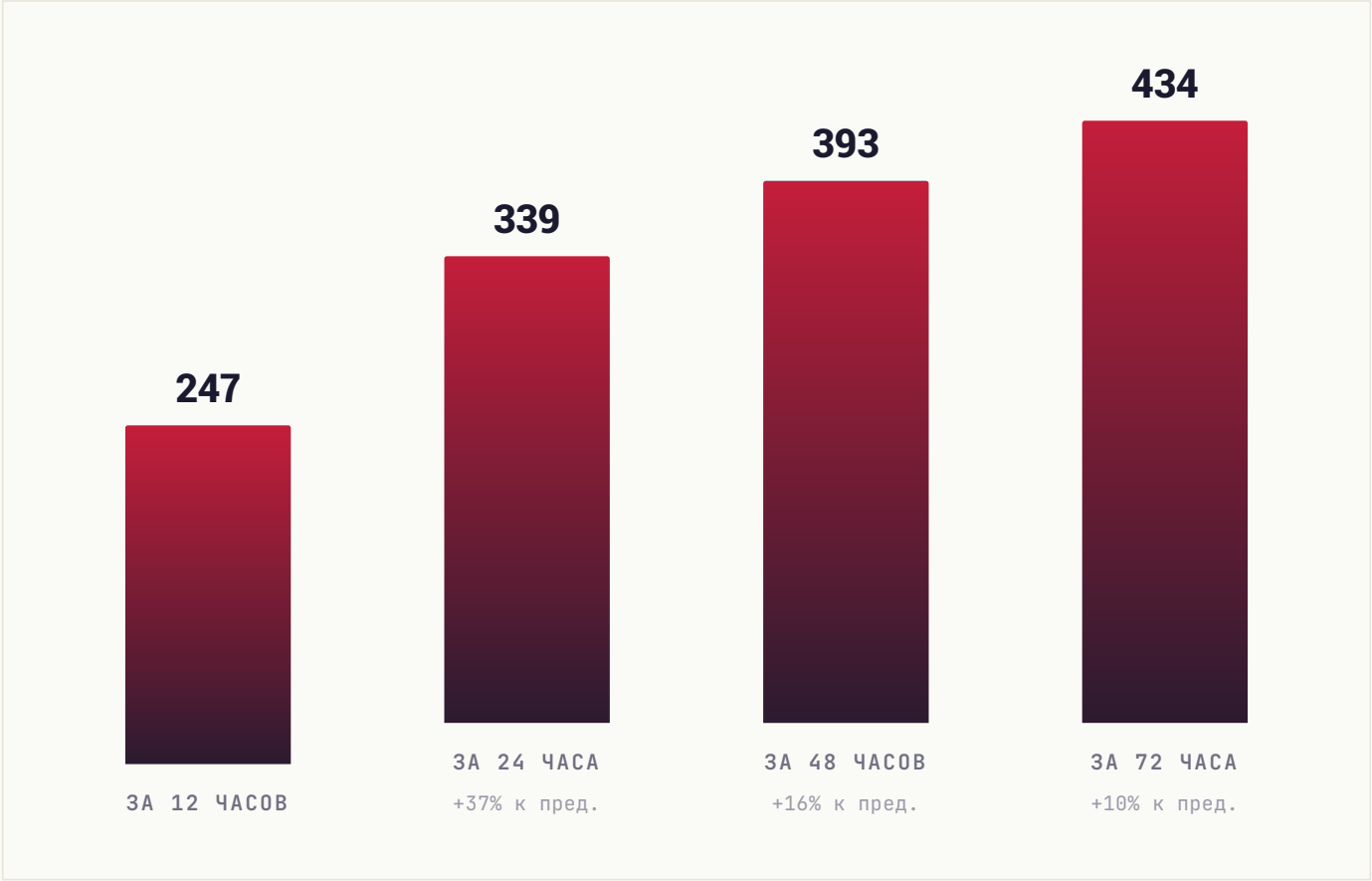


Бизнес и стартапы	19.9%
Путешествия	17.8%
Интерьер и строительство	8.2%
Экономика	6.2%
Маркетинг, PR, реклама	6.2%

РАЗДЕЛ 05 · РЕКЛАМНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

Как долго пост приносит охват

Средний охват рекламного поста по времени с публикации. Помогает оценить, сколько имеет смысл «жить» размещению.



РАЗДЕЛ 06 · КОНКУРЕНТЫ

С кем вы конкурируете

11 ближайших каналов по тематике и аудитории. Подсветили ваш канал — видно, какое место он занимает среди соседей по нише.

КАНАЛ	ПОДПИСЧИКИ
НП **Ночной портье**	22K
НО **Новости отельеров | WRKHotel**	18.7K
TR **TravelLine**	13.2K
ГН **Глэмпинг новости | канал | Ассоциация глэмпингов | АГР**	8.6K
АЗ **Ассоциация загородных отелей** ВЫ	7.4K
ОГ **Открываем глэмпинг вместе | Freedome.pro | Дома под ключ**	6.3K
НО **Hotelier.PRO**	5.2K
СО **Секреты отельера**	5.2K
АБ **Антон Басин Отельер**	3.9K
ТТ **Точка Тире**	3.3K
ИМ **Ирина Мамай | well-being бизнес**	2.2K

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ВЫВОД

Канал в середине подборки (5-е место из 11). 4 канала крупнее, 6 — мельче. Хорошие варианты для взаимного размена постов в обе стороны: наверх — чтобы вырасти, вниз — чтобы помочь меньшим коллегам.

РАЗДЕЛ 07 · ДИНАМИКА УПОМИНАНИЙ

Как часто канал упоминают

Ежемесячно мы фиксируем посты в других каналах, где упомянули ваш канал. За последние **6 месяцев** таких упоминаний было **29**, а канал за это время прибавил **648** подписчиков из всех источников.

ПЕРИОД	УПОМИНАНИЙ	КАНАЛОВ	ПРИРОСТ ЗА МЕСЯЦ
Апрель 2026	7	6	**46**
Март 2026	4	3	**214**
Февраль 2026	7	7	**238**
Январь 2026	0	0	**61**
Декабрь 2025	5	5	**24**
Ноябрь 2025	6	5	**65**

ВСЕГО УПОМИНАНИЙ	МЕСЯЦЕВ В ДАННЫХ	ПРИВЛЕКЛИ ПОДПИСЧИКОВ
29	**6**	**648**

РАЗДЕЛ 08 · СРАВНЕНИЕ С НИШЕЙ

Где канал в своей лиге

Сравниваем с каналами вашего размера: **323 канала** категории «**Бизнес и стартапы**» от 2 тыс. до 22 тыс. подписчиков. Серая полоса — диапазон, куда попадают 80% каналов группы. Чёрная вертикаль — середина. Красная точка — ваш канал.

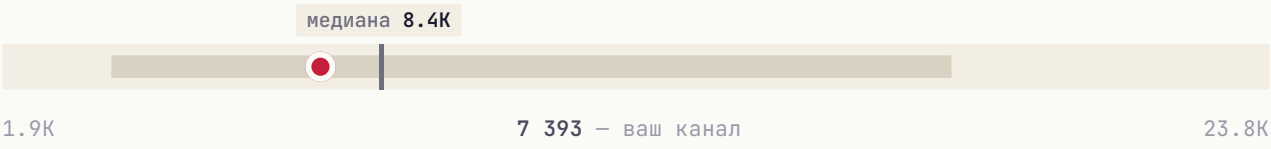
#184 /323

ПОЗИЦИЯ В НИШЕ

Место 184 из 323 каналов сопоставимого размера

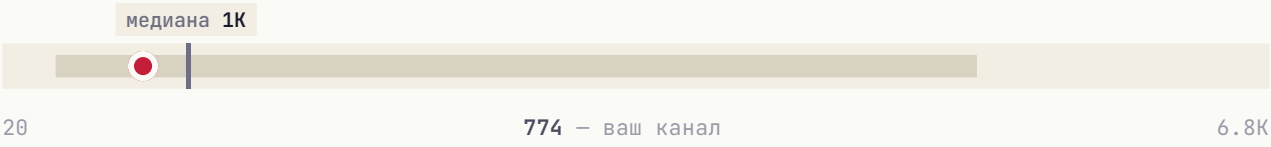
ПОДПИСЧИКИ

в пределах группы, ниже середины



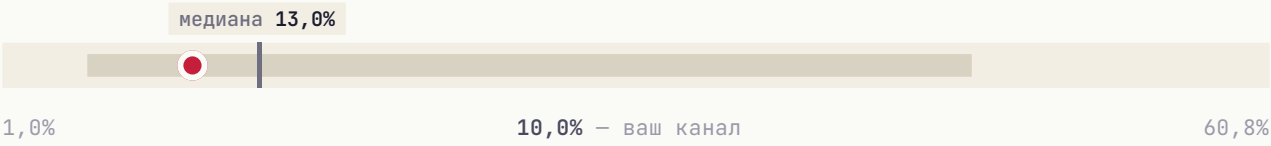
СРЕДНИЙ ОХВАТ / ПОСТ

в пределах группы, ниже середины

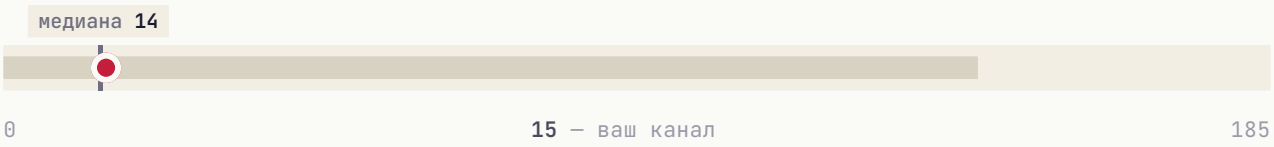


ВОВЛЕЧЁННОСТЬ (ER)

в пределах группы, ниже середины



ИНДЕКС ЦИТИРОВАНИЯ **выше середины группы**



Канал обгоняет большинство сопоставимых по одному показателю — **индекс цитирования**. Это то, на чём стоит строить рост.

РАЗДЕЛ 09 · СТРАТЕГИЯ

Что делать прямо сейчас

5 приоритетных действий, расставленных по ожидаемому эффекту. Можно отметить как чек-лист и вернуться к этому отчёту через месяц.

01

Увеличить частоту публикаций

Сейчас 3.6 постов/нед. У активных каналов норма 7-10. Регулярность — главный фактор удержания аудитории.

ЭФФЕКТ

Регулярность важнее объёма

02

Главный пост недели — в понедельник

В этот день и в 12:00 MSK аудитория наиболее активна.

ЭФФЕКТ

Лучшее окно для важного поста

03

Системная закупка трафика

Три формата для вашего медиа: **Inhouse** (премиальные каналы), **Native** (естественные интеграции), **Premium** (целевая аудитория). PromtPress подбирает источники под нишу.

ЭФФЕКТ

объём под задачу

04

Тестировать опросы и интерактивные форматы

Posts с опросами/реакциями обычно дают +5-15% к ER. Один опрос в неделю на «горячую» тему — лёгкая точка роста.

ЭФФЕКТ

+5-15% ER

05

Кросс-промо с соседними каналами

Раз в квартал обмениваться постами с каналами того же сегмента. Не нужно делать каждый день — 2-3 коллабы дают релевантный прирост.

ЭФФЕКТ

Прирост из релевантной аудитории

★ ЧТО ДАЛЬШЕ

Хотите, чтобы это сделал PromtPress?

Этот аудит мы сделали за несколько минут на основе публичных данных. Если хочется идти дальше, запустите рекламу через нас и закройте план роста за месяц.

01	**Запустить рекламу в Telegram**	https://panel.promtpress.com/register
02	**Связаться с менеджером**	t.me/PromtPress_manager

© 2026 · HELLO@PROMTPRESS.COM