

— ПУБЛИЧНЫЙ ОТЧЁТ PROMTPRESS

Аудит канала Social Selling в LinkedIn, ABM, B2B-маркетинг (ModumUp)



@digitalb2b

Канал о Social Selling в LinkedIn, ABM и других результативных подходах в B2B-маркетинге и GTM. Создатель - Ольга Бондарева, founder агентства ModumUp <https://modumup.com>
Мои контакты -...

ПОДПИСЧИКИ

ОХВАТ ПОСТА (ERR)

ОХВАТ/ПОСТ

6 474

-7 за месяц

8.0%

за сутки 3.8%

503

рекл. охват 243/24ч

— 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 «Маркетинг, PR, реклама»

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 6 474 —	👁️ ОХВАТ ПОСТА 7.77% ср. % подписчиков видят один пост	👁️ ПРОСМОТРЫ/ПОСТ 503 медиана 555 · 24 дней	📅 ПОСТОВ/НЕД. 2.0 за период
💖 РЕАКЦ./ПОСТ 10.6 всего 74 реакц., 63 реп., 9 комм.	📄 ДЛИНА ПОСТА 999 зн. медиана 999 · 24 дней	⭐ ПОСТОВ В АНАЛИЗЕ 7 24 дней	📈 РЕКЛ. ОХВАТ 243 среднее за 24ч
💖 ОТТОК / МЕСЯЦ -7 за последний месяц	📄 ЦИТИРУЕМОСТЬ 7 индекс цитирования · 92 каналов упомянули за всё время	📅 ВОЗРАСТ КАНАЛА 7 лет 11 месяцев создан 20.10.2018	

AI-РЕЗЮМЕ РЕДАКТОРА

Канал «Social Selling в LinkedIn, ABM, B2B-маркетинг (ModumUp)» — 6 474 подписчиков. Каждый пост в среднем смотрит 503 человек (8% от подписчиков), охват невысокий — стоит расширять аудиторию. Публикует 2 постов в неделю (~0 в день) — редкие публикации.

— 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 7 постам за 24 дней.
- 02 Доминирующий формат — Текст (5/7 постов).
- 03 Средняя длина поста — 999 знаков (медиана 999).
- 04 Пик активности аудитории — понедельник, 16:00 MSK.
- 05 Самые сильные посты собирают в 2 раз больше просмотров, чем самые слабые (669 в среднем у топа vs 319 у худших) — среди 7 постов за 24 дней. Стоит разобрать что общего у топа — тема, формат, время выхода.

| ТОП-5 ПОСТОВ

№1 24.08 · 13:03 ТЕКСТ Разговор про LinkedIn, привлечение крупных B2B-клиентов, Social Selling и немного про жизнь 😊 Крутейшие ребята из Остина Ира и Тарас Косик...	ПРОСМ. 745 РЕП. 9	РЕАКЦ. 15 ER 11.5%
№2 01.09 · 11:14 ФОТО Как B2B-компании выстраивают доверие и привлекают enterprise-клиентов в эпоху AI 23 сентября проводим TRUST - шестую ежегодную...	ПРОСМ. 662 РЕП. 8	РЕАКЦ. 10 ER 10.2%
№3 10.09 · 14:49 ТЕКСТ Как стать видимым для AI Вчера на встрече нашего комьюнити B2B Marketing Leaders разбирали, как стать видимым для AI. Я провела...	ПРОСМ. 601 РЕП. 14	РЕАКЦ. 13 ER 9.3%

№4 08.09 · 11:48 ТЕКСТ Пара интересных исследований о соцсетях в B2B (полные статьи во вложении) Industrial Marketing Management (Великобритания) - Mechanisms...	ПРОСМ. 555 РЕП. 10	РЕАКЦ. 11 ER 8.6%
--	--	---

№5 15.09 · 12:09 ТЕКСТ В этом сумасшедшем AI-мире я абсолютно убеждена, что ответ на вопрос, что работает в B2B-маркетинге и продажах - это механики, связанные с...	ПРОСМ. 413 РЕП. 7	РЕАКЦ. 9 ER 6.4%
---	---	--

СЛАБЕЕ ОСТАЛЬНЫХ 3

↓ 15.09 · 12:09 ТЕКСТ В этом сумасшедшем AI-мире я абсолютно убеждена, что ответ на вопрос, что работает в B2B-маркетинге и продажах - это механики, связанные с...	ПРОСМ. 413 РЕП. 7	РЕАКЦ. 9 ER 6.4%
↓ 17.09 · 12:46 ТЕКСТ Почему бизнес платит за контент, если AI пишет «бесплатно»: мнения рынка - такую статью подготовили коллеги из Texterra, спросили...	ПРОСМ. 324 РЕП. 6	РЕАКЦ. 6 ER 5.0%
↓ 18.09 · 12:33 ФОТО Контент-маркетинг в B2B: как делать материалы, которые помогают продажам В новом выпуске подкаста B2B Marketing Leaders на английском...	ПРОСМ. 221 РЕП. 9	РЕАКЦ. 10 ER 3.4%

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.

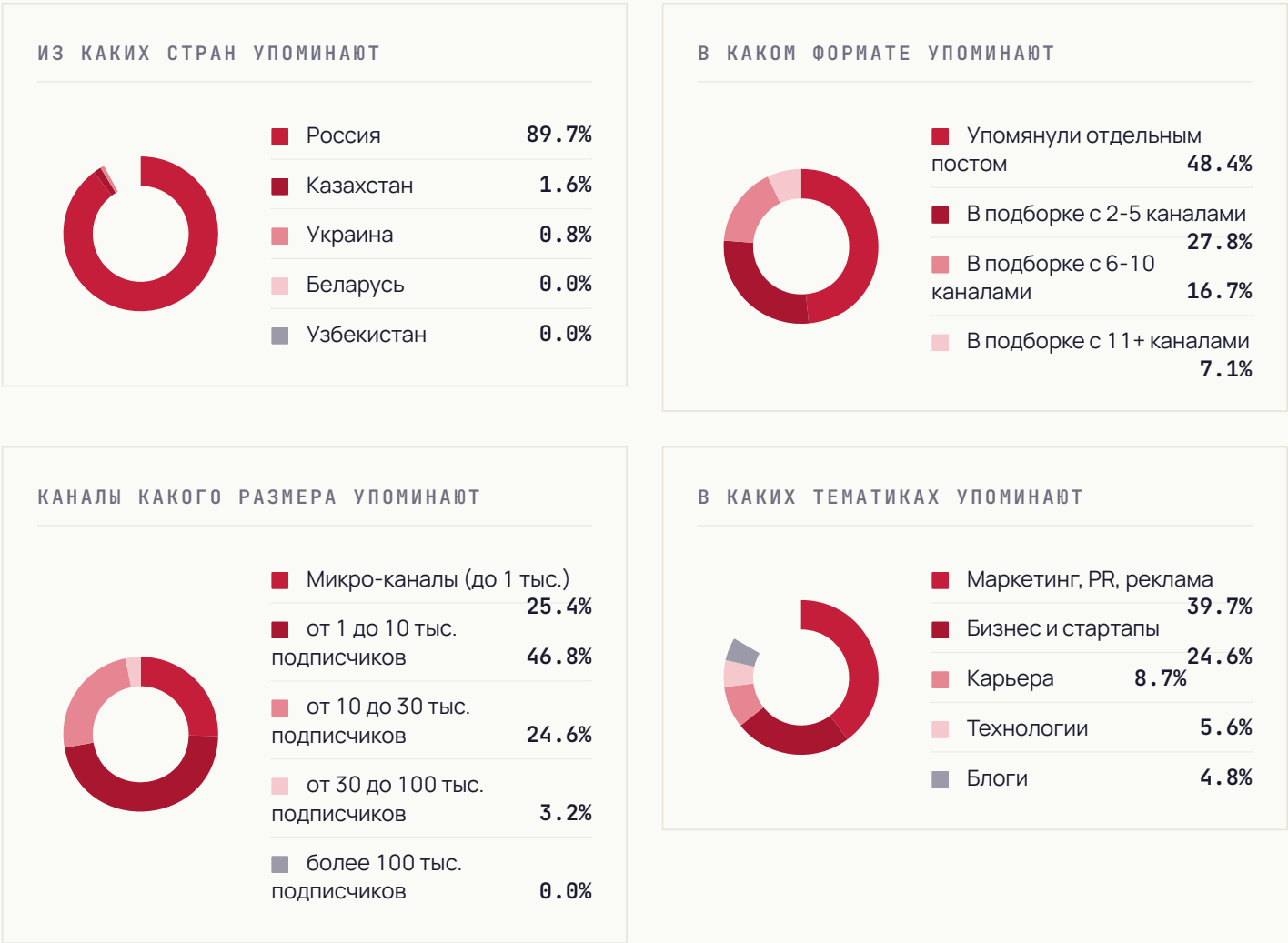


НАЧАЛО ПЕРИОДА	СЕЙЧАС	ЧИСТЫЙ ПРИРОСТ
6 736	6 474	-262

— РАЗДЕЛ 04 · ЦИТИРУЕМОСТЬ

Кто и как упоминает канал

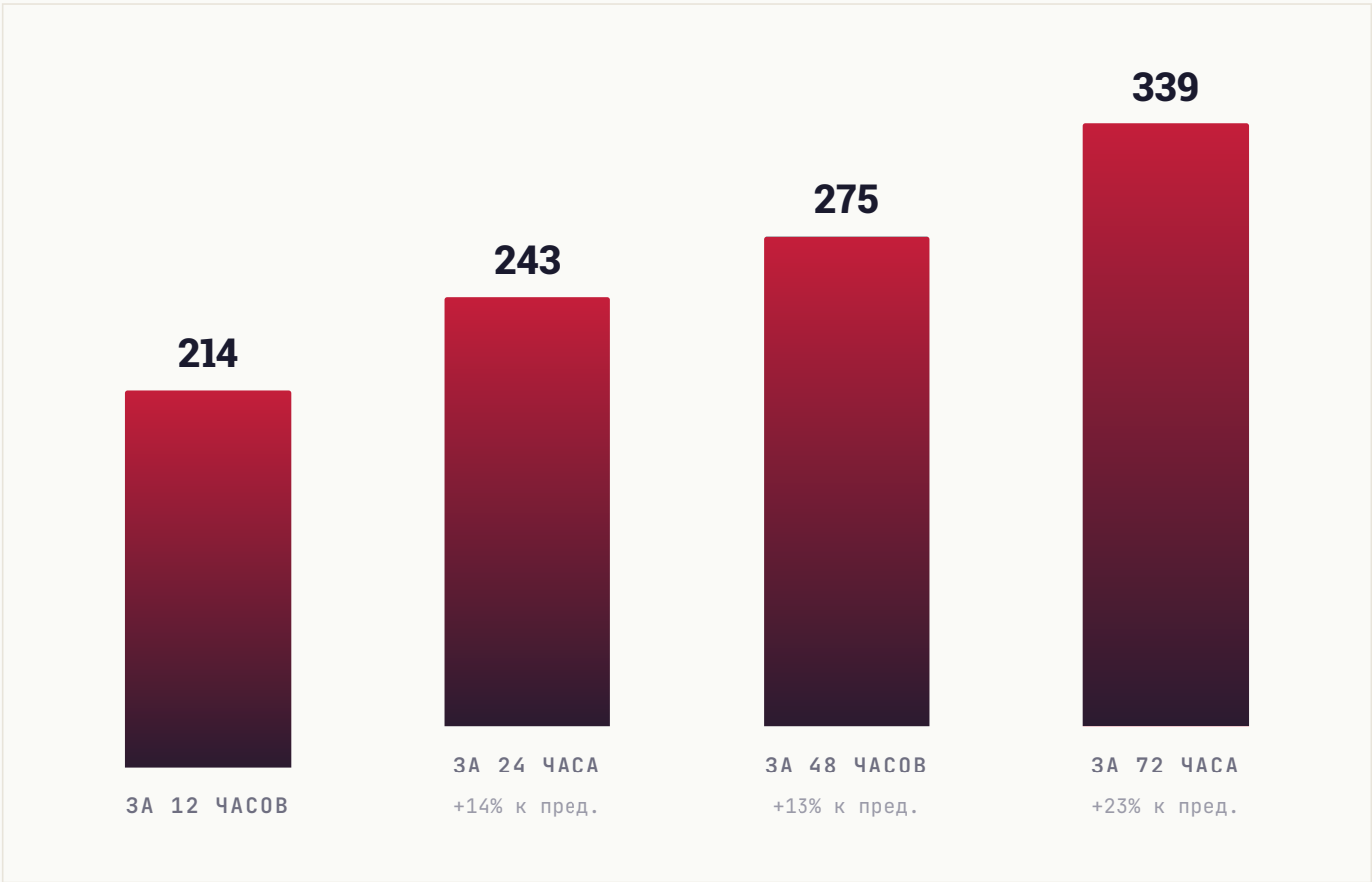
Индекс цитирования 7 — рейтинг популярности канала на основе упоминаний. Учитывает не только их количество, но и вес упоминающих: пост от канала на 100 тыс. подписчиков «весит» больше, чем от канала на 1 тыс. За всё время канал упоминали 92 разных каналов.



— 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

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

КАНАЛ	ПОДПИСЧИКИ
АШ Андрей Шишкин про B2B лидген	16.8K
ЗП Заметки продавца B2B	16.6K
Г Губкин Про AI и B2B-продукты	12K
ПВ Продажи в переписке. Говорухин	11.7K
БС Берегулина Светлана про маркетинг и рост	9.9K
SS Social Selling в LinkedIn, ABM, B2B-маркетинг (ModumUp) ВЫ	6.5K
АС ATERRA Consulting. Консалтинг ИТ-компаний	5.4K
DG Dan Gridin on ABM (и не только)	3.5K
КП Как продать слона. Ася Барышева	2.9K
АП Академия продаж	1.8K

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ВЫВОД

Канал в середине подборки (6-е место из 10). 5 каналов крупнее, 4 — 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 **6**, а канал за это время прибавил **173** подписчиков из всех источников.

период	упоминаний	каналов	прирост за месяц	
Март 2026	1	1	38	
Февраль 2026	0	0	42	
Январь 2026	2	2	29	
Декабрь 2025	0	0	27	
Ноябрь 2025	0	0	17	
Октябрь 2025	3	3	20	

всего упоминаний	месяцев в данных	привлекли подписчиков
6	6	173

РАЗДЕЛ 08 · СРАВНЕНИЕ С НИШЕЙ

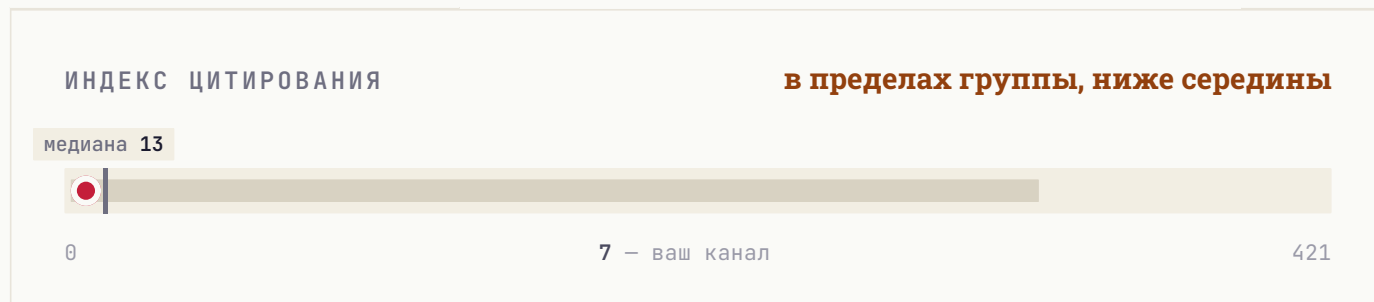
Где канал в своей лиге

Сравниваем с каналами вашего размера: **103 канала** категории «Маркетинг, PR, реклама» от 2 тыс. до 19 тыс. подписчиков. Серая полоса — диапазон, куда попадают 80% каналов группы. Чёрная вертикаль — середина. Красная точка — ваш канал.

#65/103

ПОЗИЦИЯ В НИШЕ
Место 65 из 103 каналов сопоставимого размера





По всем показателям канал пока ниже середины своей группы. Для канала на этапе роста это нормальная точка старта — быстрее всего сдвигается охват.

— 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 2.0 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 16:00 MSK аудитория наиболее активна.

ЭФФЕКТ

**Лучшее окно
для важного
поста**

03

Увеличить долю видео-постов

Видео в Telegram удерживает аудиторию дольше и лучше воспринимается алгоритмом. Рекомендуем доводить долю до 15-25%.

ЭФФЕКТ

**Видео лучше
удерживает
аудиторию**

04

Системная закупка трафика

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

ЭФФЕКТ

**объём под
задачу**

05

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

★ ЧТО ДАЛЬШЕ

Хотите, чтобы это сделал **PromptPress**?

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.promptpress.com/register
----	---	---

02	Связаться с менеджером	t.me/PromptPress_manager
----	-------------------------------	---
