

ПУБЛИЧНЫЙ ОТЧЁТ PROMTPRESS

Аудит канала

Секреты отельера



@grachev_talk

Секреты отельера — честный канал об управлении гостиничным бизнесом и собственном опыте: кейсы, факаты, мнения. Без воды и рекламы. 🌐 Наводим порядок в продажах отеля: <https://clck.ru/3RjpWB> 🌐...

ПОДПИСЧИКИ

5 146

+122 за месяц

ОХВАТ ПОСТА (ERR)

17.0%

за сутки **6.1%**

ОХВАТ/ПОСТ

709

рекл. охват **315/24ч**

— 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 «Путешествия»

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 5 146 —	👁️ охват поста 13.77% ср. % подписчиков видят один пост	👁️ просмотры/пост 709 медиана 692 · 26 дней	📅 постов/нед. 4.4 за период
📈 тренд 7д -20.2% vs предыдущая неделя	💖 реакц./пост 14.7 всего 250 реакц., 109 реп., 10 комм.	📄 длина поста 882 зн. медиана 999 · 26 дней	★ постов в анализе 17 26 дней
📈 рекл. охват 315 среднее за 24ч	💖 отток / месяц +122 за последний месяц	📄 цитируемость 5 индекс цитирования · 38 каналов упомянули за всё время	📅 возраст канала 3 года 6 месяцев создан 04.04.2023

AI-РЕЗЮМЕ РЕДАКТОРА

Канал «Секреты отеляера» — 5 146 подписчиков. Каждый пост в среднем смотрит 709 человек (14% от подписчиков), охват невысокий — стоит расширять аудиторию. Публикует 4 постов в неделю (~1 в день) — редкие публикации. За неделю 21–27 сентября охваты просели на -20.2% к неделе 14–20 сентября — 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 17 постам за 26 дней.
- 02 Доминирующий формат — Фото (16/17 постов).
- 03 Средняя длина поста — 882 знаков (медиана 999).
- 04 Пик активности аудитории — вторник, 14:00 MSK.
- 05 Самые сильные посты собирают в 2 раз больше просмотров, чем самые слабые (997 в среднем у топа vs 581 у худших) — среди 17 постов за 26 дней. Стоит разобрать что общего у топа — тема, формат, время выхода.

ТОП-5 ПОСТОВ

№1 10.09 · 09:46 ФОТО У каждого отельера есть особое выражение лица на слова "срочная планёрка". И мы решили, что грех этим не воспользоваться. Идея фотозоны на...	ПРОСМ. 1 136 РЕП. 10	РЕАКЦ. 16 ER 22.1%
№2 08.09 · 11:30 ФОТО Самое приятное в выставке начинается в тот момент, когда она перестаёт принадлежать организаторам. Когда люди сами находят друг друга...	ПРОСМ. 993 РЕП. 9	РЕАКЦ. 34 ER 19.3%
№3 17.09 · 08:02 ФОТО Москва ещё толком не закончилась, а у нас уже Петербург. 6 октября снова встречаемся в Corinthia St. Petersburg. Второй год подряд. Мы...	ПРОСМ. 862 РЕП. 20	РЕАКЦ. 19 ER 16.8%

№4 16.09 · 10:05 ФОТО В этом году только и разговоров, что о падении ADR, причём почти во всех регионах. Но падение ADR в отеле далеко не всегда означает прямое...	ПРОСМ. 813 РЕП. 7 РЕАКЦ. 17 ER 15.8%
№5 15.09 · 09:59 ФОТО На выставке в Москве мне задали вопрос, на который опасно отвечать списком курсов. «Что вы посоветуете начинающему revenue-менеджеру...	ПРОСМ. 800 РЕП. 5 РЕАКЦ. 19 ER 15.5%

|

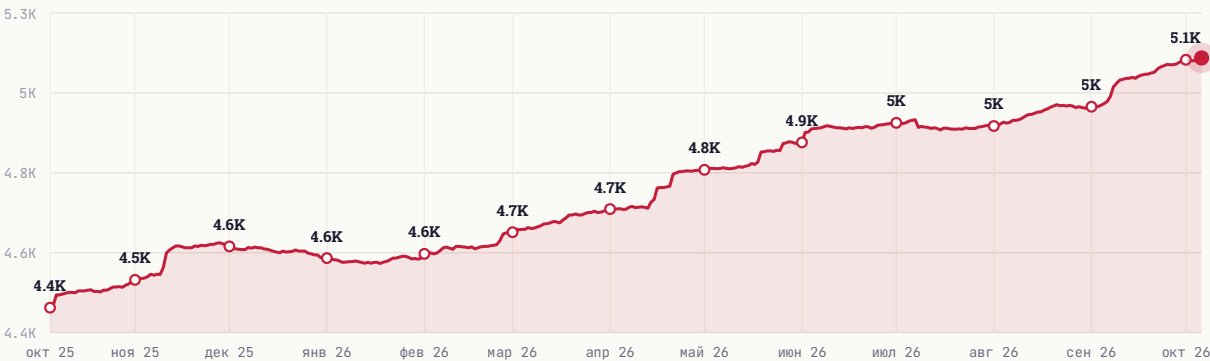
СЛАБЕЕ ОСТАЛЬНЫХ 3

↓ 27.09 · 11:24 ФОТО Лучшее гостеприимство -это когда гость даже не догадывается, сколько всего должно было сработать правильно. Мы-то знаем. С праздником.	ПРОСМ. 615 РЕП. 3 РЕАКЦ. 23 ER 12.0%
↓ 22.09 · 12:38 ФОТО Погружаемся глубже в тему аннуляций Вчера мы разбирали окно аннуляции и смотрели, за сколько дней до заезда гости отменяют бронирование...	ПРОСМ. 610 РЕП. 11 РЕАКЦ. 11 ER 11.9%
↓ 01.10 · 10:41 ФОТО Проживание гостя начинается с ресепшен? Для отеля всё может начинаться с заселения. Для гостя поездка начинается ещё дома, со сбора вещей...	ПРОСМ. 518 РЕП. 3 РЕАКЦ. 9 ER 10.1%

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.

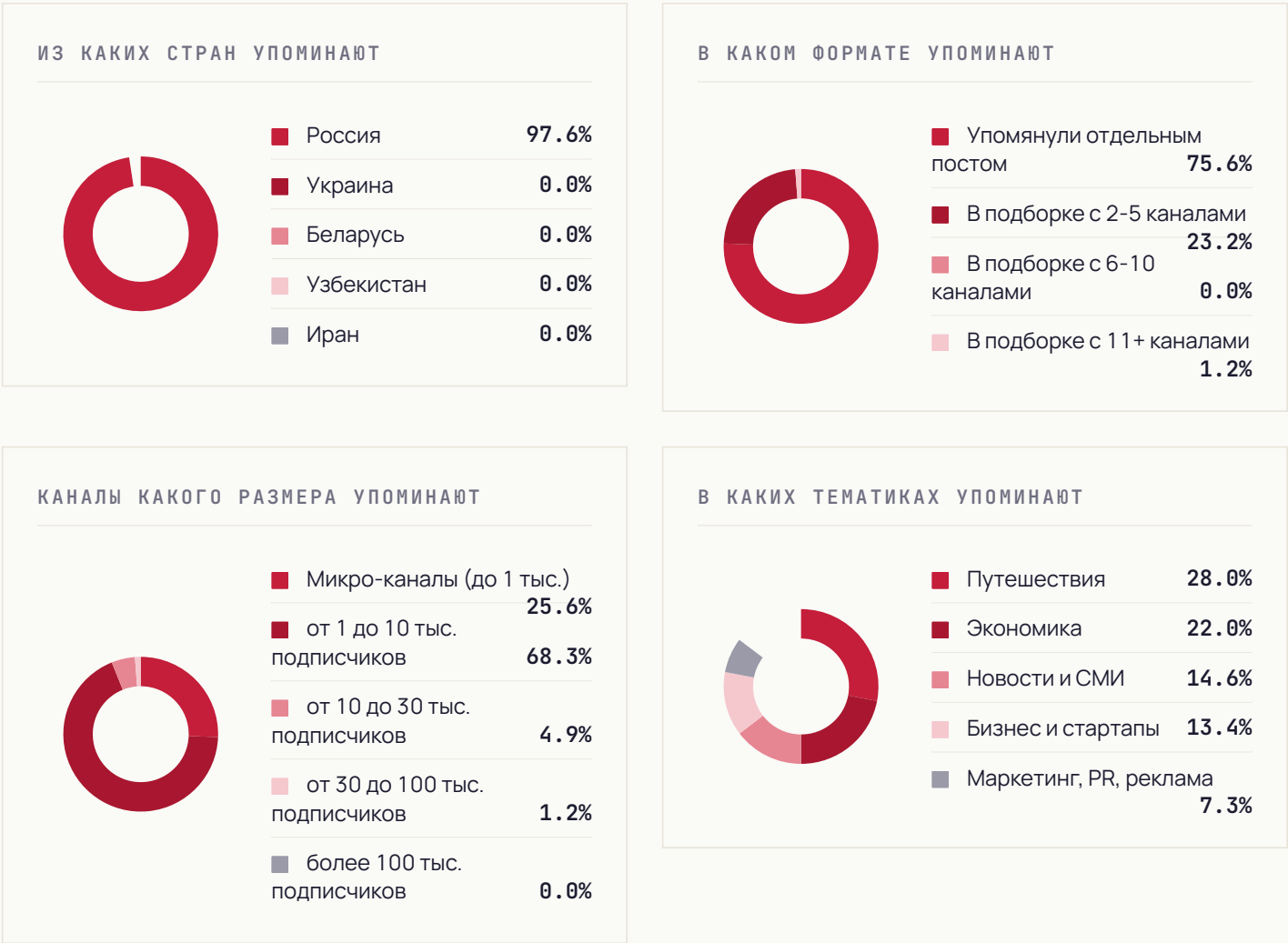


НАЧАЛО ПЕРИОДА	СЕЙЧАС	ЧИСТЫЙ ПРИРОСТ
4 445	5 146	+701

— РАЗДЕЛ 04 · ЦИТИРУЕМОСТЬ

Кто и как упоминает канал

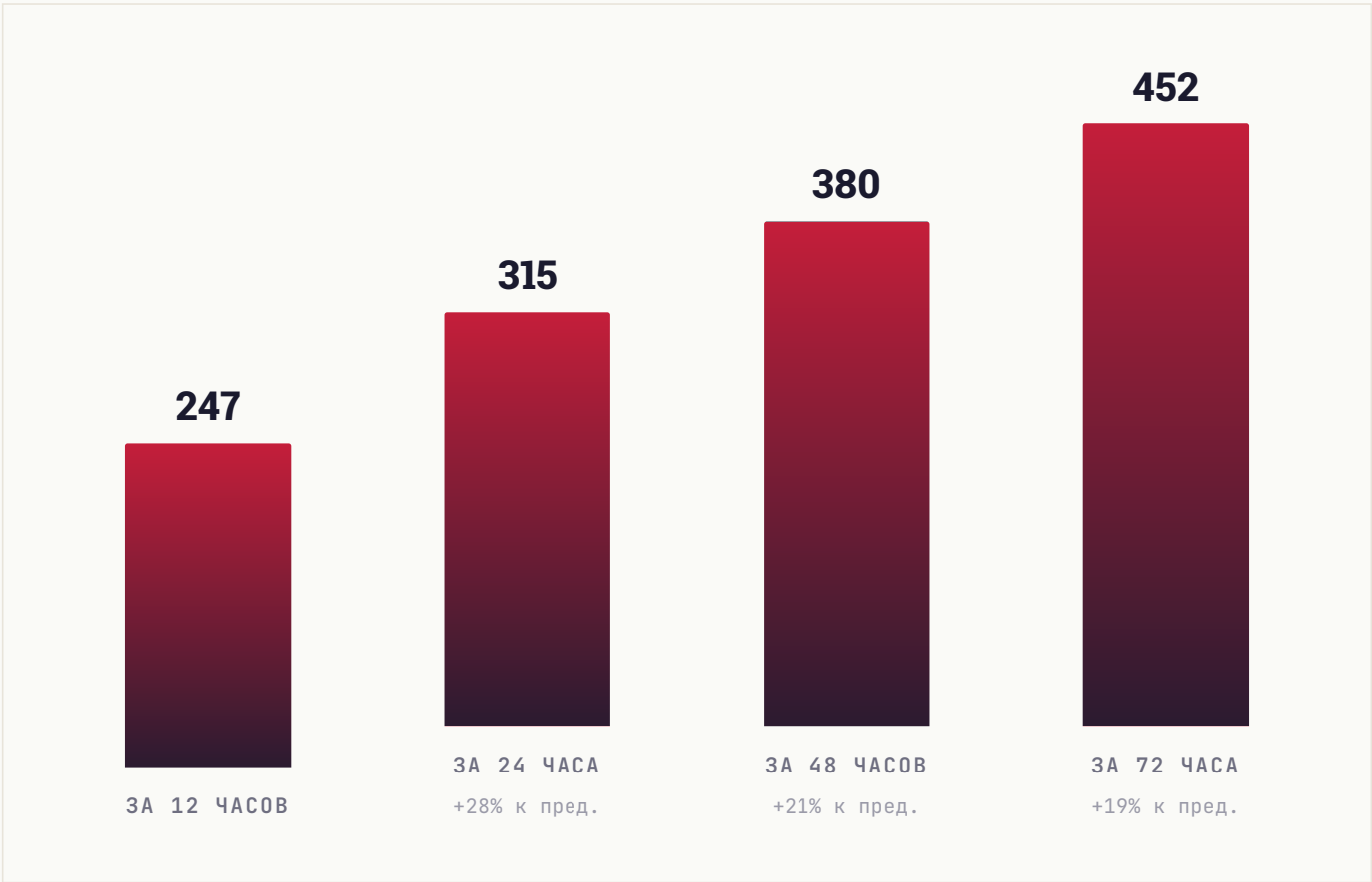
Индекс цитирования 5 — рейтинг популярности канала на основе упоминаний. Учитывает не только их количество, но и вес упоминающих: пост от канала на 100 тыс. подписчиков «весит» больше, чем от канала на 1 тыс. За всё время канал упоминали **38** разных каналов.



— 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

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

КАНАЛ	ПОДПИСЧИКИ
TR TravelLine	13.2K
A3 Ассоциация загородных отелей	7.4K
ГО Глазами отельера	6.9K
НА Hotel Advisors	6.1K
НО HOSPITALITYGRAM	5.9K
СО Секреты отельера ВЫ	5.1K
⚡К ⚡ Канал Prohotel новости туризма экспертное мнение гостиничная индустрия 🛫🏨🌴	3.5K
КД Контур для отельера	2.4K
НТ Не только номера	1.2K

| СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ВЫВОД

Канал в середине подборки (6-е место из 9). 5 каналов крупнее, 3 — 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 **10**, а канал за это время прибавил **464** подписчиков из всех источников.

период	упоминаний	каналов	прирост за месяц	
Апрель 2026	3	3	121	
Март 2026	0	0	79	
Февраль 2026	2	1	91	
Январь 2026	0	0	32	
Декабрь 2025	1	1	20	
Ноябрь 2025	4	3	121	

всего упоминаний	месяцев в данных	привлекли подписчиков
10	6	464

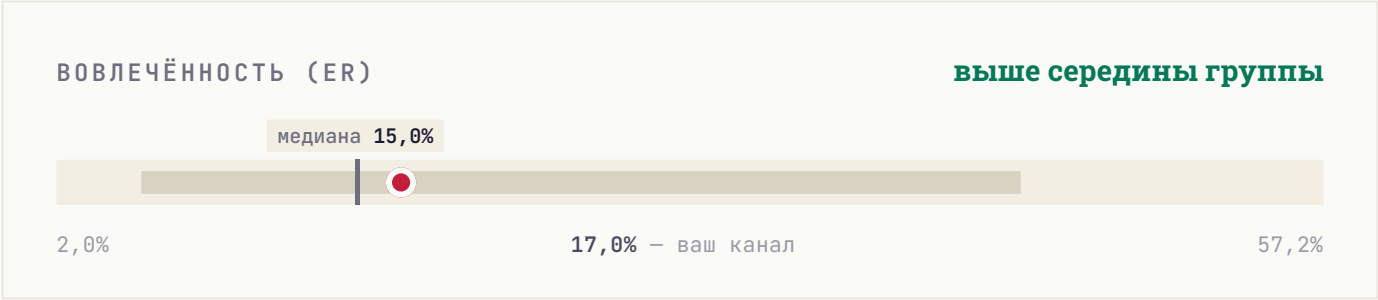
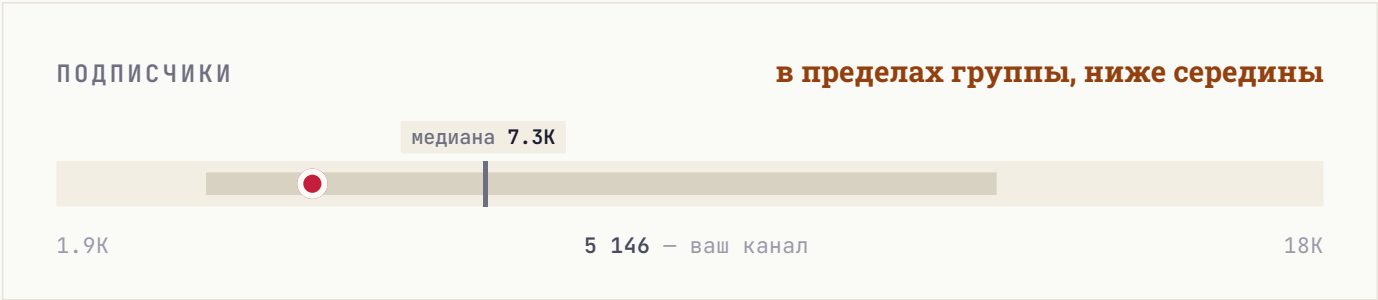
РАЗДЕЛ 08 · СРАВНЕНИЕ С НИШЕЙ

Где канал в своей лиге

Сравниваем с каналами вашего размера: **188 каналов** категории «Путешествия» от 2 тыс. до 15 тыс. подписчиков. Серая полоса — диапазон, куда попадают 80% каналов группы. Чёрная вертикаль — середина. Красная точка — ваш канал.

#141/188

ПОЗИЦИЯ В НИШЕ
Место 141 из 188 каналов сопоставимого размера





Канал обгоняет большинство сопоставимых по одному показателю — **вовлечённость**. 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 4.4 постов/нед. У активных каналов норма 7-10. Регулярность — главный фактор удержания аудитории.

ЭФФЕКТ

**Регулярность
важнее
объёма**

02

Главный пост недели — в вторник

В этот день и в 14:00 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
----	-------------------------------	---
