

ПУБЛИЧНЫЙ ОТЧЁТ PROMTPRESS

Аудит канала ЛИЦОМ В САЛАТ



@mood_v_salat

канал о маркетинге, креативе, лайфстайле от основателя
креативной студии @visualbakery Нели Бэйкер По любым
вопросам @baker_nelia

ПОДПИСЧИКИ

3 779

-54 за месяц

ОХВАТ ПОСТА (ERR)

10.0%

за сутки 5.8%

ОХВАТ/ПОСТ

360

рекл. охват 220/24ч

— 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 3 779 —	👁️ охват поста 9.54% ср. % подписчиков видят один пост	👁️ просмотры/пост 360 медиана 372 · 29 дней	📅 постов/нед. 11.5 за период
📈 тренд 7д +0.5% vs предыдущая неделя	💖 реакц./пост 14.7 всего 705 реакц., 211 реп., 27 комм.	📄 длина поста 636 зн. медиана 628 · 29 дней	★ постов в анализе 48 29 дней
📈 рекл. охват 220 среднее за 24ч	💖 отток / месяц -54 за последний месяц	📄 цитируемость 36 индекс цитирования · 137 каналов упомянули за всё время	📅 возраст канала 4 года 8 месяцев создан 09.01.2022

AI-РЕЗЮМЕ РЕДАКТОРА

Канал «лицом в салат» — 3 779 подписчиков. Каждый пост в среднем смотрит 360 человек (10% от подписчиков), охват невысокий — стоит расширять аудиторию. Публикует 12 постов в неделю (~2 в день) — регулярный режим. За неделю 31 августа – 6 сентября охваты стабильны (+0.5% к неделе 24–30 августа).

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 48 постам за 29 дней.
- 02 Доминирующий формат — Фото (23/48 постов).
- 03 Средняя длина поста — 636 знаков (медиана 628).
- 04 Пик активности аудитории — среда, 16:00 MSK.
- 05 Самые сильные посты собирают в 1 раз больше просмотров, чем самые слабые (462 в среднем у топа vs 328 у худших) — среди 48 постов за 29 дней. Стоит разобрать что общего у топа — тема, формат, время выхода.

ТОП-5 ПОСТОВ

№1 12.08 · 13:33 ТЕКСТ (пост без подписи — текст)	ПРОСМ. 507 РЕП. 9	РЕАКЦ. 25 ER 13.4%
№2 01.09 · 16:53 ТЕКСТ Я очень люблю Настю Полетаеву, слушать ее рассуждения одно удовольствие — что о профессии, что о личной жизни. Очень рекомендую подкаст с...	ПРОСМ. 442 РЕП. 8	РЕАКЦ. 11 ER 11.7%
№3 27.08 · 17:47 ФОТО На вчерашней презентации совместной коллекции Pitkina x Ekonika больше всего понравились подарки для гостей — книга в именном переплете. У...	ПРОСМ. 437 РЕП. 13	РЕАКЦ. 21 ER 11.6%

№4 14.08 · 11:14 ВИДЕО У меня за год обычно два полноценных отпуска по недельке. Первый — со всеми на новогодних праздниках; второй — в начале августа. Обычно в...	ПРОСМ. 434 РЕП. 3	РЕАКЦ. 13 ER 11.5%
№5 12.08 · 16:10 ФОТО #коллабдня о котором мечтают все собачники. Ситидрайв к фестивалю Petshop Days оборудовали часть автомобилей удобными лежанками для...	ПРОСМ. 432 РЕП. 8	РЕАКЦ. 17 ER 11.4%

СЛАБЕЕ ОСТАЛЬНЫХ 3

↓ 31.08 · 06:44 ВИДЕО Получила очередное сообщение, которое начиналось на «приглашаем тебя на открытие»ч Хотела было ответить, что нахожусь не в Москве, но потом...	ПРОСМ. 336 РЕП. 4	РЕАКЦ. 11 ER 8.9%
↓ 20.08 · 12:48 ФОТО Прямо сейчас наблюдаю, как подруга поднимается на Эльбрус, а другая спустилась с вулканов Камчатки. То, что нам всем нужна перезагрузка и...	ПРОСМ. 333 РЕП. 4	РЕАКЦ. 11 ER 8.8%
↓ 21.08 · 09:36 ФОТО Рекламная кампания Vagisil × Publicis España по мотивам тренда «What's in my bag?». Vagisil использовали тот же визуальный код, но...	ПРОСМ. 315 РЕП. 4	РЕАКЦ. 12 ER 8.3%

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

4 106

СЕЙЧАС

3 779

ЧИСТЫЙ ПРИРОСТ

-327

— РАЗДЕЛ 04 · ЦИТИРУЕМОСТЬ

Кто и как упоминает канал

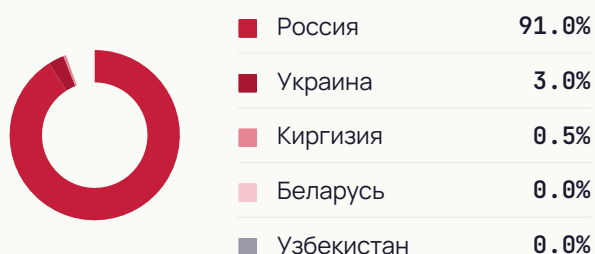
Индекс цитирования **36** — рейтинг популярности канала на основе упоминаний.

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 **137** разных каналов.

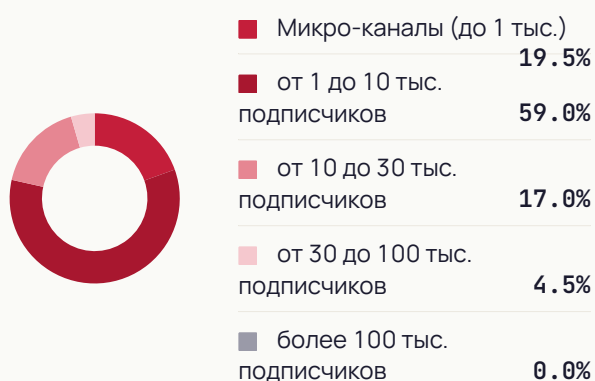
ИЗ КАКИХ СТРАН УПОМИНАЮТ



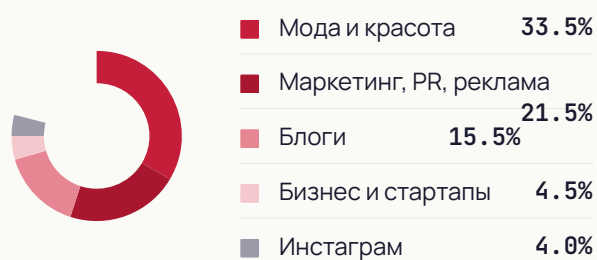
В КАКОМ ФОРМАТЕ УПОМИНАЮТ



КАНАЛЫ КАКОГО РАЗМЕРА УПОМИНАЮТ



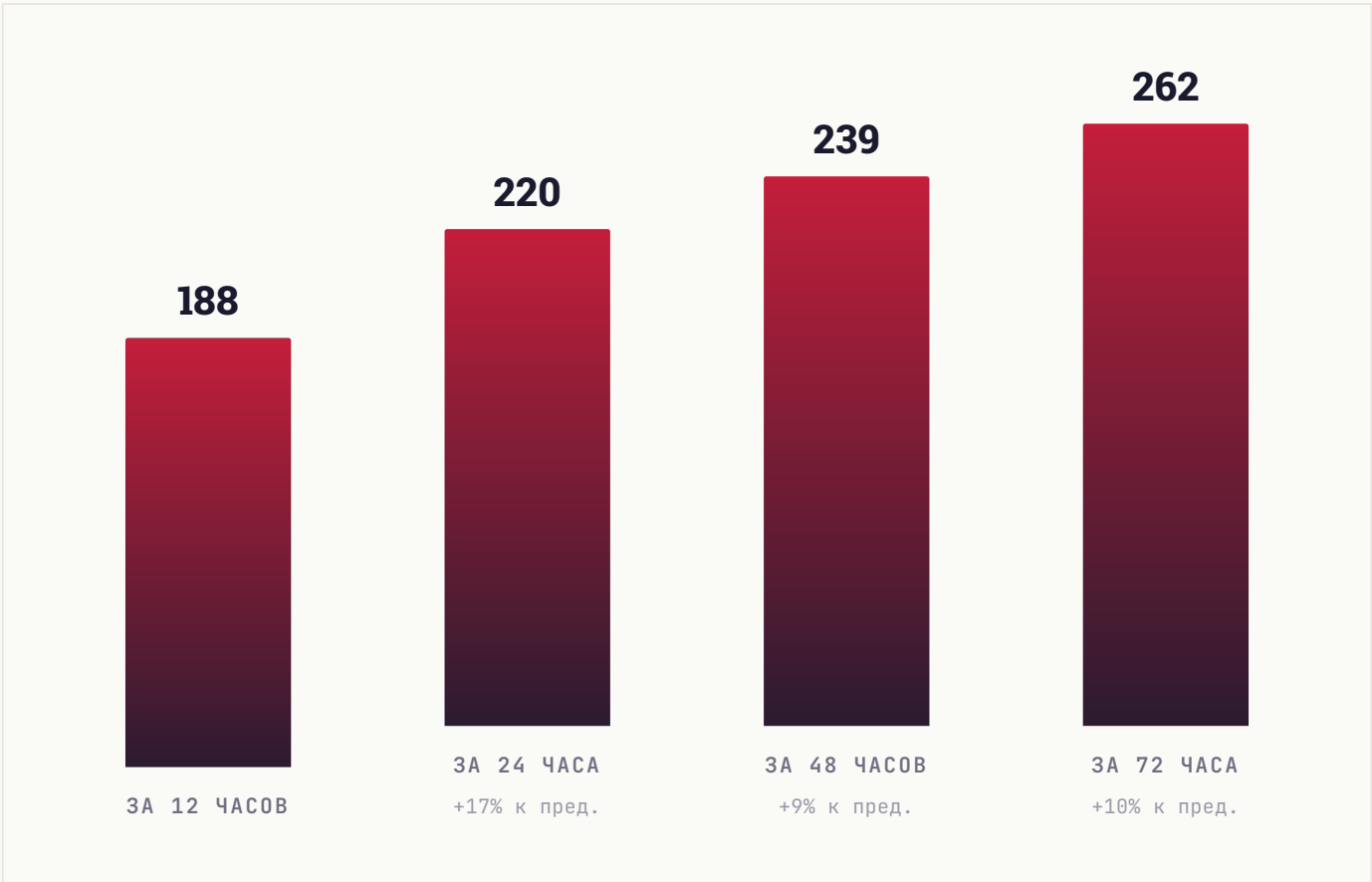
В КАКИХ ТЕМАТИКАХ УПОМИНАЮТ



— 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

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

КАНАЛ	ПОДПИСЧИКИ
РВ Post Wintour	13.9K
СЛ Сливки	9.6K
ЯЛ Ягодное лукошко	7.8K
КН Креатив на аперитив	7.8K
ДВ дневник визуального стратега	4.7K
ЛВ лицом в салат ВЫ	3.8K
ЮВ Юля в Дзене	3.1K

| СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ВЫВОД

Канал в нижней трети подборки (6-е место из 7). Крупнее — 5 каналов (лидер: Post Wintour, 13.9K); это ориентиры для роста, к ним заходим через платные размещения или партнёрские проекты. Мельче — 1 канал, для них вы уже партнёр-лидер.

— 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 **16**, а канал за это время прибавил **182** подписчиков из всех источников.

период	упоминаний	каналов	прирост за месяц
Март 2026	1	1	20
Февраль 2026	0	0	21
Январь 2026	4	4	41
Декабрь 2025	5	4	60
Ноябрь 2025	2	2	26
Октябрь 2025	4	4	14

всего упоминаний	месяцев в данных	привлекли подписчиков
16	6	182

— РАЗДЕЛ 08 · СРАВНЕНИЕ С НИШЕЙ

Где канал в своей лиге

Сравниваем с каналами вашего размера: **34 канала** категории «Маркетинг, PR, реклама» от 1 тыс. до 11 тыс. подписчиков. Серая полоса — диапазон, куда попадают 80% каналов группы. Чёрная вертикаль — середина. Красная точка — ваш канал.

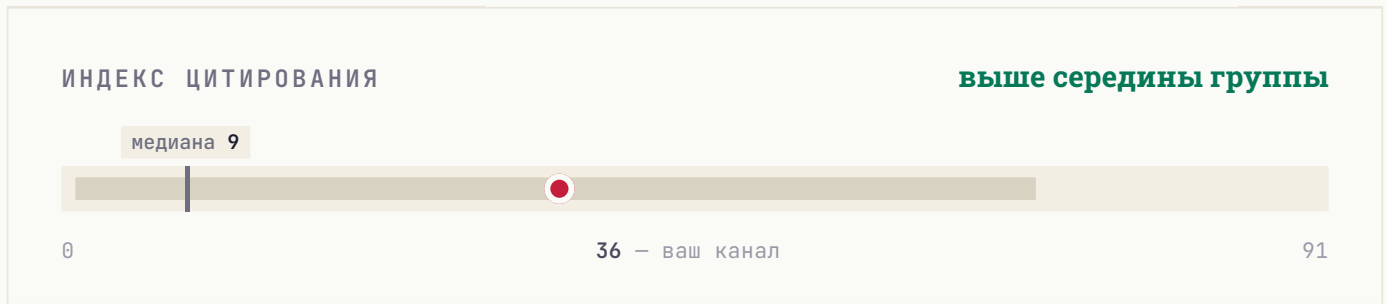
#30

/34

ПОЗИЦИЯ В НИШЕ

Место 30 из 34 каналов сопоставимого размера





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

Главный пост недели — в среда

В этот день и в 16:00 MSK аудитория наиболее активна.

ЭФФЕКТ

**Лучшее окно
для важного
поста**

02

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**

03

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

04

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**

05

Обновить описание канала под поиск Telegram

Telegram-поиск ищет по описанию. Добавьте 3-5 ключевых слов вашей ниши — это источник органического трафика.

ЭФФЕКТ

**Источник
органического
трафика**

★ ЧТО ДАЛЬШЕ

Хотите, чтобы это сделал **PromptPress**?

Этот аудит — то, что мы можем сделать 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
----	-------------------------------	---
