

ПУБЛИЧНЫЙ ОТЧЁТ PROMTPRESS

Аудит канала Николаенко pro b2b & книги



@nikolaenkoboris

Помогаю IT-компаниям с выручкой от 200 млн ₽ выполнять план продаж за счет новых клиентов, когда выручки от текущих уже недостаточно. Ментор Сколково Sales Lab. Автор 2 книг. Тут пишу о продажах и...

ПОДПИСЧИКИ

6 152

+4119 за месяц

ОХВАТ ПОСТА (ERR)

16.0%

за сутки 9.6%

ОХВАТ/ПОСТ

961

рекл. охват 590/24ч

— 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 «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 6 152 —	👁️ охват поста 15.63% ср. % подписчиков видят один пост	👁️ просмотры/пост 961 медиана 1К · 29 дней	📅 постов/нед. 8.6 за период
📈 тренд 7д +1.0% vs предыдущая неделя	💖 реакц./пост 59.7 всего 2 149 реакц., 327 реп., 37 комм.	📄 длина поста 793 зн. медиана 1000 · 29 дней	★ постов в анализе 36 29 дней
📈 рекл. охват 590 среднее за 24ч	💖 отток / месяц +4119 за последний месяц	📄 цитируемость 9 индекс цитирования · 55 каналов упомянули за всё время	📅 возраст канала 5 лет 16 дней создан 27.08.2021

AI-РЕЗЮМЕ РЕДАКТОРА

Канал «Николаенко pro b2b & книги» — 6 152 подписчиков. Каждый пост в среднем смотрит 961 человек (16% от подписчиков), это средний охват — есть куда расти. Публикует 9 постов в неделю (~1 в день) — регулярный режим. За неделю 31 августа – 6 сентября охваты стабильны (+1.0% 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 36 постам за 29 дней.
- 02 Доминирующий формат — Фото (28/36 постов).
- 03 Средняя длина поста — 793 знаков (медиана 1000).
- 04 Пик активности аудитории — понедельник, 18:00 MSK.
- 05 Самые сильные посты собирают в 2 раз больше просмотров, чем самые слабые (1.3K в среднем у топа vs 809 у худших) — среди 36 постов за 29 дней. Стоит разобрать что общего у топа — тема, формат, время выхода.

ТОП-5 ПОСТОВ

№1 03.09 · 06:20 ФОТО Когда юнит экономика в SaaS не сходится Недавно закончил аудит продаж, и среди прочего показал клиенту, что у него не сходится юнит...	ПРОСМ. 1 353 РЕП. 10	РЕАКЦ. 25 ER 22.0%
№2 28.08 · 07:31 ФОТО Является ли то, что вы продаете, достаточно сложным, чтобы перед покупкой вашему покупателю нужно было почувствовать, что он может доверять...	ПРОСМ. 1 318 РЕП. 4	РЕАКЦ. 69 ER 21.4%
№3 02.09 · 06:29 ФОТО Цена действительно меняет ценность. Даже когда продукт не меняется В 2017 году исследователи из INSEAD и Боннского университета провели...	ПРОСМ. 1 293 РЕП. 11	РЕАКЦ. 24 ER 21.0%

№4 31.08 · 15:06 ФОТО 5 соглашений Ребята делятся подходом к построению процесса продаж с нуля. Вот из логика пять последовательных соглашений. Соглашение по...	ПРОСМ. 1 247 РЕП. 10	РЕАКЦ. 27 ER 20.3%
---	--	--

№5 08.09 · 06:19 ФОТО Как создать категорию для ИТ продукта кейс Gong Эйприл Данфорд писала в своей книге, что есть 3 способа позиционирования ИТ продукта: -...	ПРОСМ. 1 243 РЕП. 4	РЕАКЦ. 17 ER 20.2%
---	---	--

|

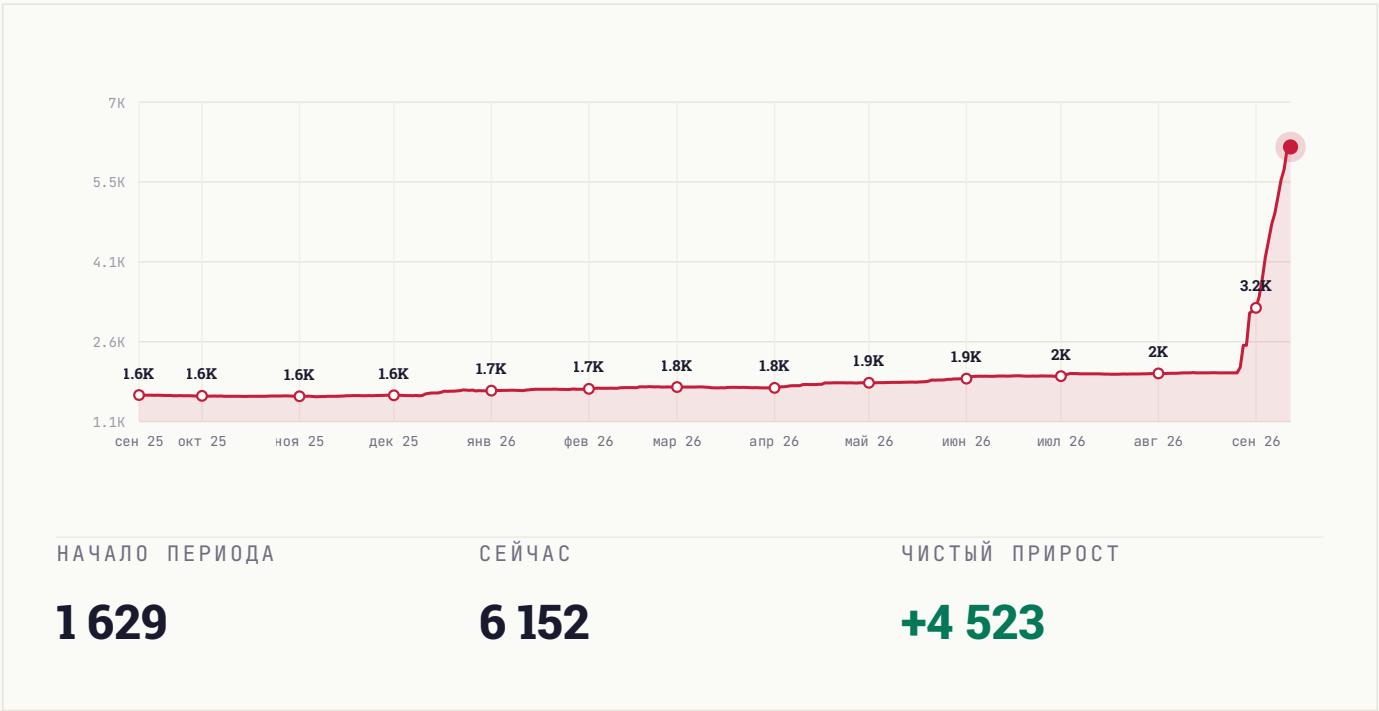
СЛАБЕЕ ОСТАЛЬНЫХ 3

↓ 01.09 · 07:10 ФОТО Как поднять конверсию из демо Классный подкаст. Что выделил себе Показ продукта должен быть как трейлер, а не как полный фильм...	ПРОСМ. 835 РЕП. 11	РЕАКЦ. 25 ER 13.6%
↓ 29.08 · 13:52 ФОТО 49-2026. Бен хоровиц. Трудные решения. Одна из лучших книг для предпринимателя. Она показывает что вас ждет на самом деле. Читая книгу...	ПРОСМ. 827 РЕП. 11	РЕАКЦ. 29 ER 13.4%
↓ 07.09 · 06:26 ФОТО Кстати хочу поделиться лайфхаком. Сразу теперь прошу указать в холодных сообщениях, что если мимо то поставьте 1 и люди отвечают. А раньше...	ПРОСМ. 767 РЕП. 16	РЕАКЦ. 34 ER 12.5%

РАЗДЕЛ 03 · ДИНАМИКА ПОДПИСЧИКОВ

Как канал рос за год

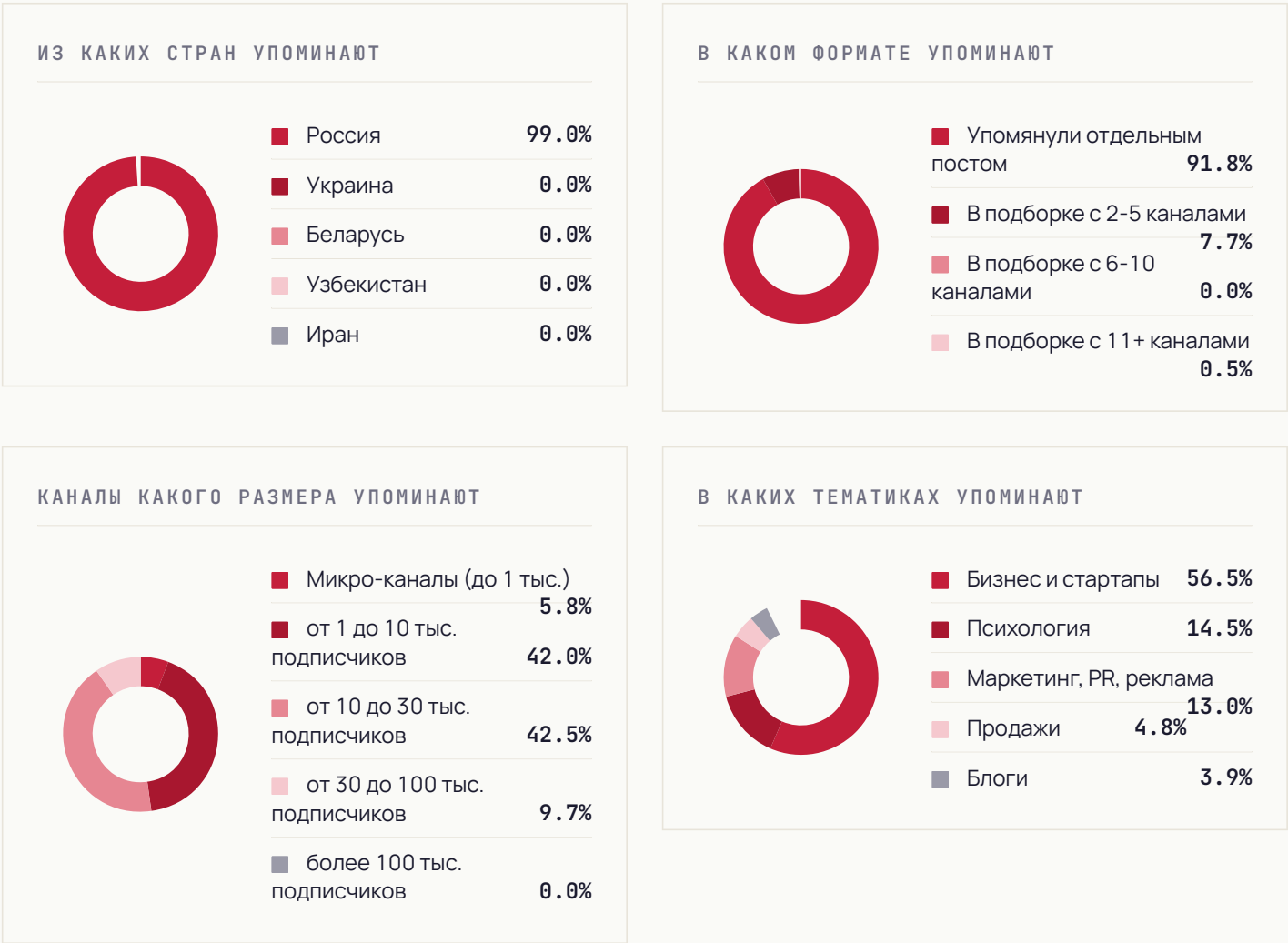
График роста подписчиков за год. На ключевых месяцах подписано точное число подписчиков. Видно, в какие месяцы канал прибавлял, а в какие подписчики уходили.



— РАЗДЕЛ 04 · ЦИТИРУЕМОСТЬ

Кто и как упоминает канал

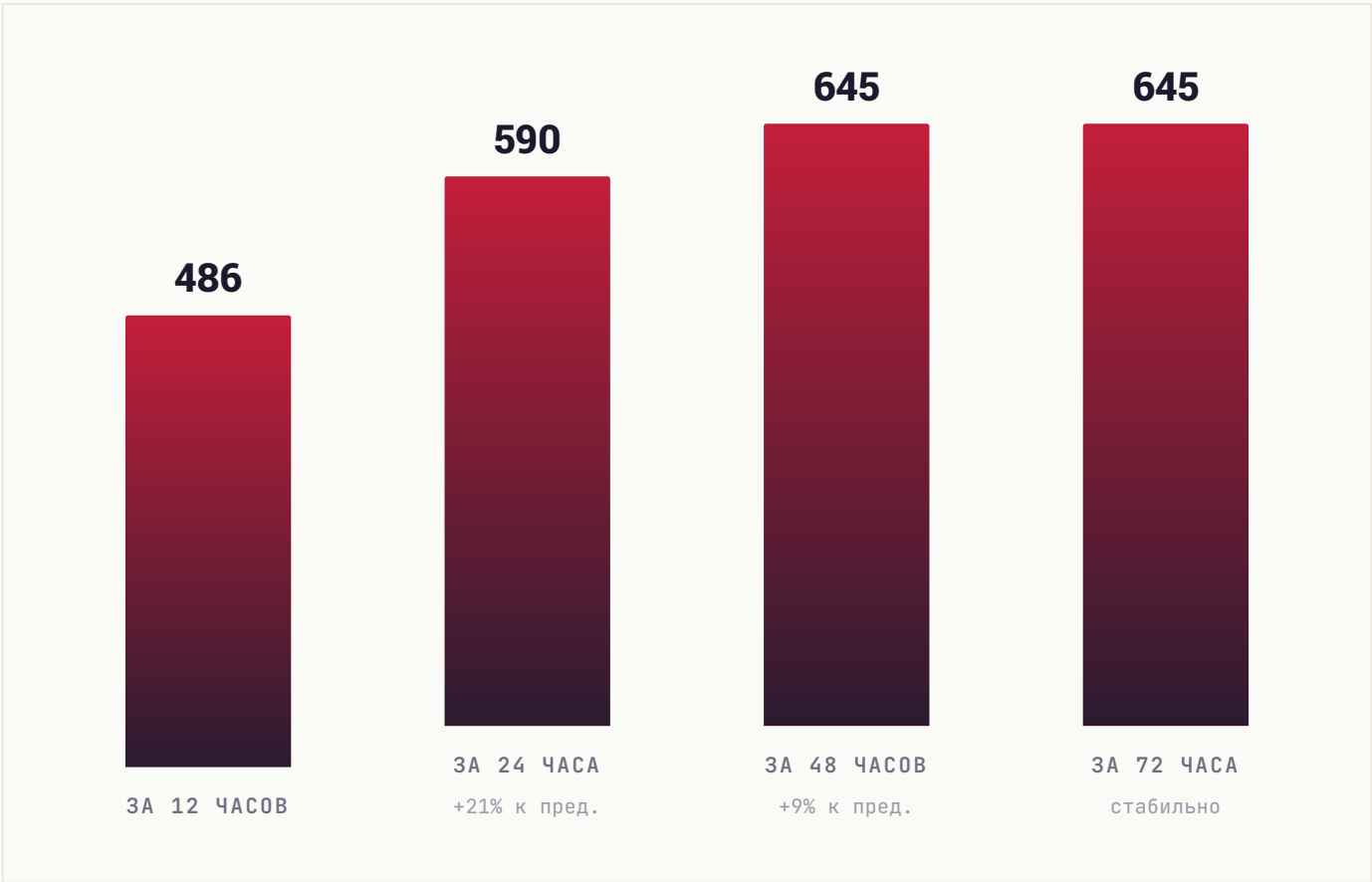
Индекс цитирования 9 — рейтинг популярности канала на основе упоминаний. Учитывает не только их количество, но и вес упоминающих: пост от канала на 100 тыс. подписчиков «весит» больше, чем от канала на 1 тыс. За всё время канал упоминали 55 разных каналов.



— 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

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

КАНАЛ	ПОДПИСЧИКИ
П+ Продажник +1	17.4K
ЗП Заметки продавца B2B	16.6K
Г Губкин Про AI и B2B-продукты	11.9K
DC Digital Club Jobs	9.2K
HP Николаенко про b2b & книги Вы	6.2K
MC Мастерская Степана Зайцева	5.6K
КА Кабалкин!	5.5K
DC Digital Club Channel	5.4K
TS Tim Sekamov @b2btalks	4.1K
ЖП Женя про найм b2b sales	1.1K
RE REBIKOV	859

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 **11**, а канал за это время прибавил **311** подписчиков из всех источников.

период	упоминаний	каналов	прирост за месяц
Март 2026	1	1	22
Февраль 2026	0	0	53
Январь 2026	3	3	55
Декабрь 2025	4	4	120
Ноябрь 2025	2	2	37
Октябрь 2025	1	1	24

всего упоминаний	месяцев в данных	привлекли подписчиков
11	6	311

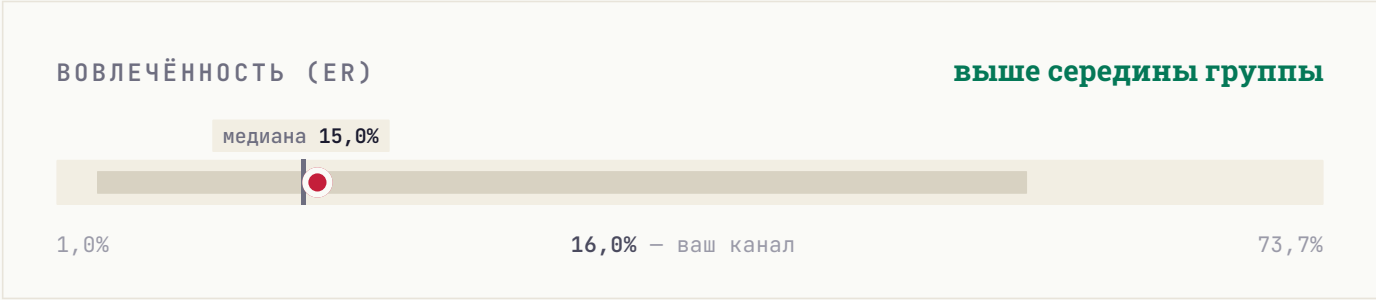
РАЗДЕЛ 08 · СРАВНЕНИЕ С НИШЕЙ

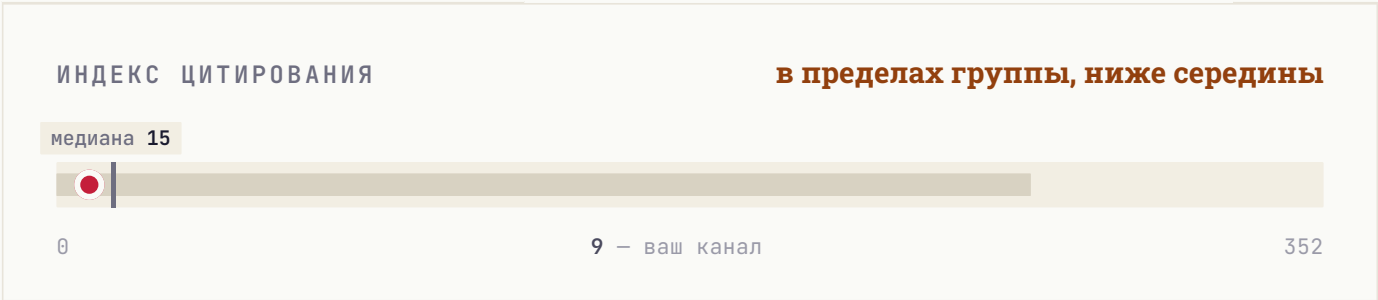
Где канал в своей лиге

Сравниваем с каналами вашего размера: **144 канала** категории «Бизнес и стартапы» от 2 тыс. до 18 тыс. подписчиков. Серая полоса — диапазон, куда попадают 80% каналов группы. Чёрная вертикаль — середина. Красная точка — ваш канал.

#102/144

ПОЗИЦИЯ В НИШЕ
Место 102 из 144 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

Главный пост недели — в понедельник

В этот день и в 18:00 MSK аудитория наиболее активна.

ЭФФЕКТ

**Лучшее окно
для важного
поста**

02

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**

03

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**

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 **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
----	-------------------------------	---
