ПУБЛИЧНЫЙ ОТЧЁТ PROMTPRESS

# Аудит канала Поговорим за деньги, Надя?



@pogovorim_za_dengi_nadia

🔹 дневник основателя бьюти сети EN 🔹 училась в Стэнфорде, а теперь строю компании в реалиях русского бьюти МГИМО и Stanford graduate, пишу много про деньги и бизнес и чуть-чуть про...

| ПОДПИСЧИКИ | ОХВАТ ПОСТА (ERR) | ОХВАТ/ПОСТ |
|---|---|---|
| 8 894 | 13.0% | 1.2K |
| +69 за месяц | за сутки 5.1% | рекл. охват 455/24ч |

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 «Другое»

**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<br>**8 894**<br>— | ОХВАТ ПОСТА<br>**13.22%**<br>ср. % подписчиков видят один пост | ПРОСМОТРЫ/ПОСТ<br>**1.2K**<br>медиана 1.2K · 27 дней | ПОСТОВ/НЕД.<br>**5.0**<br>за период |
| ТРЕНД 7Д<br>**-12.7%**<br>vs предыдущая неделя | РЕАКЦ./ПОСТ<br>**39.4**<br>всего 787 реакц., 173 реп., 160 комм. | ДЛИНА ПОСТА<br>**796 зн.**<br>медиана 993 · 27 дней | ПОСТОВ В АНАЛИЗЕ<br>**20**<br>27 дней |
| РЕКЛ. ОХВАТ<br>**455**<br>среднее за 24ч | ОТТОК / МЕСЯЦ<br>**+69**<br>за последний месяц | ЦИТИРУЕМОСТЬ<br>**96**<br>индекс цитирования · 168 каналов упомянули за всё время | ВОЗРАСТ КАНАЛА<br>**4 года 7 месяцев**<br>создан 11.03.2022 |

AI-РЕЗЮМЕ РЕДАКТОРА

**Канал «Поговорим за деньги, Надя?» — 8 894 подписчиков. Каждый пост в среднем смотрит 1.2K человек (13% от подписчиков), охват невысокий — стоит расширять аудиторию. Публикует 5 постов в неделю (~1 в день) — редкие публикации. За неделю 5–11 октября охваты просели на -12.7% 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 **20** постам за 27 дней.

02 Доминирующий формат — **Текст** (13/20 постов).

03 Средняя длина поста — **796** знаков (медиана 993).

04 Пик активности аудитории — **вторник**, 08:00 MSK.

05 Самые сильные посты собирают **в 2 раз** больше просмотров, чем самые слабые (1.7K в среднем у топа vs 802 у худших) — среди 20 постов за 27 дней. Стоит разобрать что общего у топа — тема, формат, время выхода.

### ТОП-5 ПОСТОВ

**№1** 22.09 · 05:35 ФОТО

**могут ли 2 лидера ужиться на одной кухне? короткий ответ - да, могут! легко ли это? короткий ответ - да, легко! а что для этого нужно?...**

ПРОСМ. 1 700 · РЕАКЦ. 66 · РЕП. 18 · ER 19.1%

**№2** 21.09 · 14:03 ТЕКСТ

**abc abc abc abc abc abc abc abc abc abc abc abc Привет! Меня зовут Надежда Касатикова, и я - серийный предприниматель. Я выросла в небольшом городе на севере Казахстана...**

ПРОСМ. 1 689 · РЕАКЦ. 34 · РЕП. 14 · ER 19.0%

**№3** 21.09 · 07:35 ТЕКСТ

**Встречи один на один: плюс 20-30% к эффективности команды Сегодня ежемесячно, до 5-7 числа, каждый управляющий проводит встречу 1на1 с...**

ПРОСМ. 1 584 · РЕАКЦ. 54 · РЕП. 35 · ER 17.8%

**№4** 25.09 · 08:37 ФОТО

Моя находка месяца - умный браслет whoop. Из интересного про себя любимую за эти 17 дней ⤵️1️⃣ У меня очень низкий уровень стресса. При...

| ПРОСМ. | РЕАКЦ. | РЕП. | ER |
|---|---|---|---|
| 1 561 | 26 | 5 | 17.6% |

**№5** 23.09 · 09:21 ТЕКСТ

Моя фраза дня (позже напишу, где вычитала) «С того момента, когда вы поймете, что цель вашей жизни – это не служба бизнесу, а наоборот...

| ПРОСМ. | РЕАКЦ. | РЕП. | ER |
|---|---|---|---|
| 1 509 | 81 | 15 | 17.0% |

## СЛАБЕЕ ОСТАЛЬНЫХ 3

↓ 14.10 · 08:12 ТЕКСТ

Иногда неплохо и похандрить, сразу работа начинает кипеть. Вчера обсуждали новые источники привлечения трафика после того, как получили...

| ПРОСМ. | РЕАКЦ. | РЕП. | ER |
|---|---|---|---|
| 854 | 27 | 7 | 9.6% |

↓ 15.10 · 06:39 ТЕКСТ

Вы не замечали, что в сложных покупках: чем больше ты пытаешься разобраться, тем меньше понимаешь, что тебе вообще нужно?! Сначала...

| ПРОСМ. | РЕАКЦ. | РЕП. | ER |
|---|---|---|---|
| 824 | 16 | 2 | 9.3% |

↓ 16.10 · 08:39 ФОТО

мои игрушки в 45+ ⬇️ 🔹 умные весы Fitdays с приложением, который раскладывает твой состав тела на молекулы; 🔹 виброплатформа MAX Burn...

| ПРОСМ. | РЕАКЦ. | РЕП. | ER |
|---|---|---|---|
| 729 | 21 | 6 | 8.2% |

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 |
|---|---|---|
| 8 603 | 8 896 | +293 |

РАЗДЕЛ 04 · ЦИТИРУЕМОСТЬ

# Кто и как упоминает канал

Индекс цитирования **96** — 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 **168** разных каналов.

### ИЗ КАКИХ СТРАН УПОМИНАЮТ



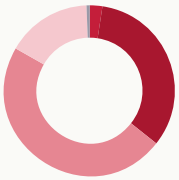
| | |
|---|---|
| Россия | 98.5% |
| Украина | 0.0% |
| Беларусь | 0.0% |
| Узбекистан | 0.0% |
| Иран | 0.0% |

### В КАКОМ ФОРМАТЕ УПОМИНАЮТ



| | |
|---|---|
| Упомянули отдельным постом | 97.5% |
| В подборке с 2-5 каналами | 2.2% |
| В подборке с 6-10 каналами | 0.3% |
| В подборке с 11+ каналами | 0.0% |

### КАНАЛЫ КАКОГО РАЗМЕРА УПОМИНАЮТ



| | |
|---|---|
| Микро-каналы (до 1 тыс.) | 2.4% |
| от 1 до 10 тыс. подписчиков | 33.3% |
| от 10 до 30 тыс. подписчиков | 47.5% |
| от 30 до 100 тыс. подписчиков | 16.2% |
| более 100 тыс. подписчиков | 0.6% |

### В КАКИХ ТЕМАТИКАХ УПОМИНАЮТ

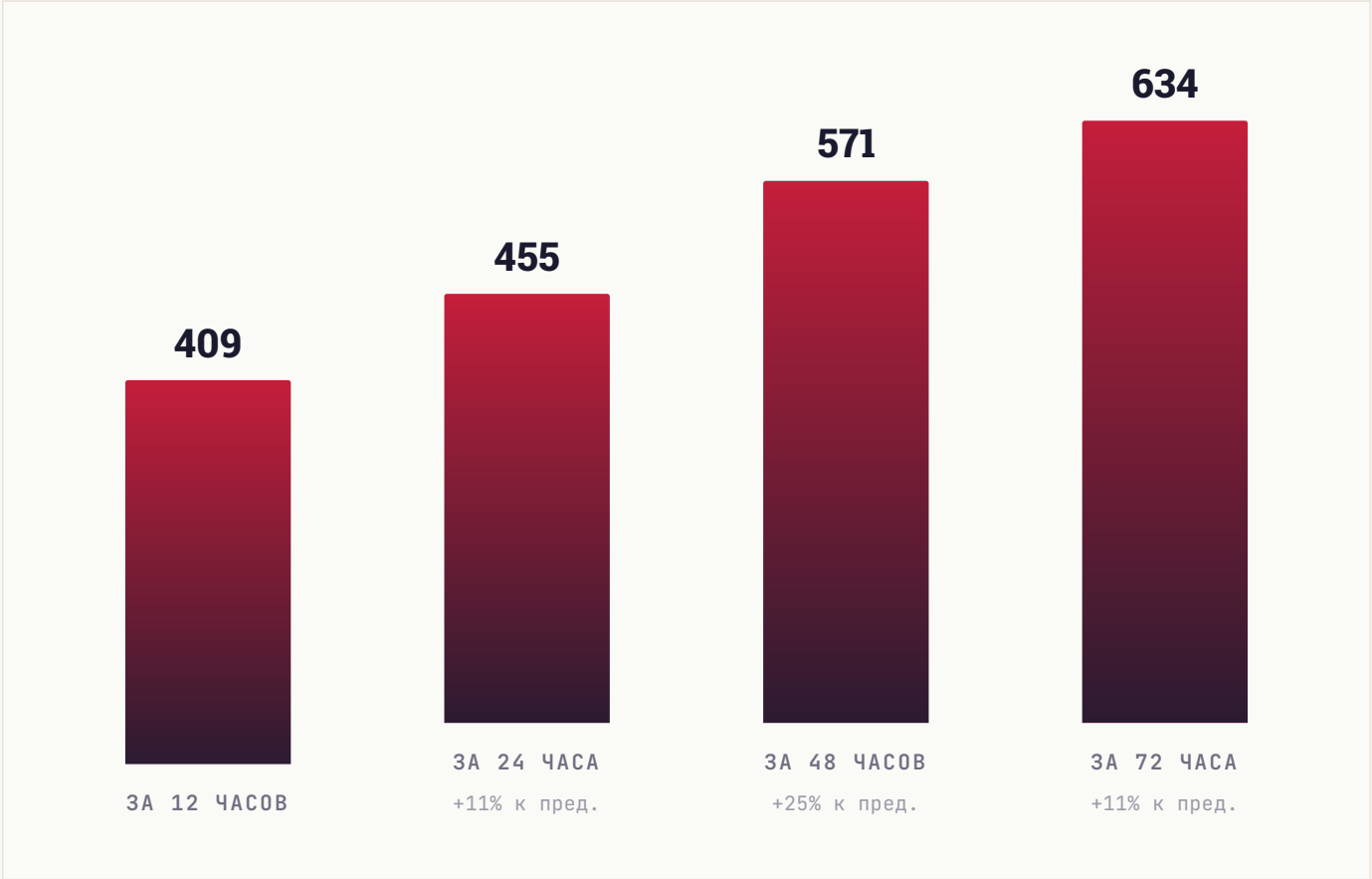


| | |
|---|---|
| Блоги | 35.1% |
| Мода и красота | 26.8% |
| Маркетинг, PR, реклама | 10.2% |
| Другое | 4.3% |
| Бизнес и стартапы | 3.5% |

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 |
|---|---|
| YN **Yana Nverovna** | 22.3K |
| СП **состояние потока** | 20.5K |
| ДВ **Дело в красоте** | 16.9K |
| ПЗ **Поговорим за деньги, Надя?** ВЫ | 8.9K |
| БС **Быть себе домом** | 7.7K |
| Ш **Шапизнес** | 7.1K |
| ОИ **от идеи к делу** | 6.5K |
| ОП **она пыталась все успевать** | 5.4K |
| КЗ **Корпорация ЗОЖ** | 2.8K |

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ВЫВОД

**Канал в середине подборки** (4-е место из 9). 3 канала крупнее, 5 — 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 **31**, а канал за это время прибавил **887** подписчиков из всех источников.

| ПЕРИОД | УПОМИНАНИЙ | КАНАЛОВ | ПРИРОСТ ЗА МЕСЯЦ |
|---|---|---|---|
| **Апрель 2026** | 10 | 9 | **225** |
| **Март 2026** | 5 | 5 | **387** |
| **Февраль 2026** | 2 | 2 | **110** |
| **Январь 2026** | 4 | 4 | **119** |
| **Декабрь 2025** | 7 | 6 | **44** |
| **Ноябрь 2025** | 3 | 3 | **2** |

| ВСЕГО УПОМИНАНИЙ | МЕСЯЦЕВ В ДАННЫХ | ПРИВЛЕКЛИ ПОДПИСЧИКОВ |
|---|---|---|
| **31** | **6** | **887** |

РАЗДЕЛ 08 · СРАВНЕНИЕ С НИШЕЙ

# Где канал в своей лиге

Сравниваем с каналами вашего размера: **152 канала** категории «**Другое**» от 3 тыс. до 27 тыс. подписчиков. Серая полоса — диапазон, куда попадают 80% каналов группы. Чёрная вертикаль — середина. Красная точка — ваш канал.

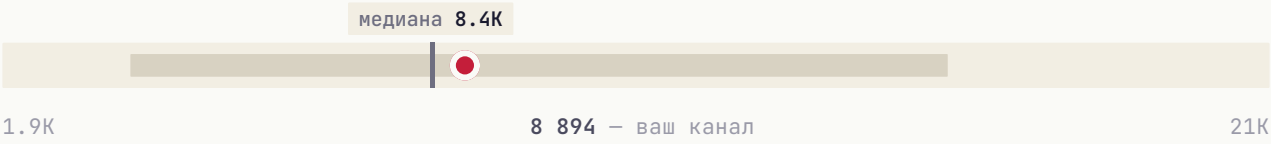
**#72** /152

ПОЗИЦИЯ В НИШЕ

**Место 72 из 152 каналов сопоставимого размера**

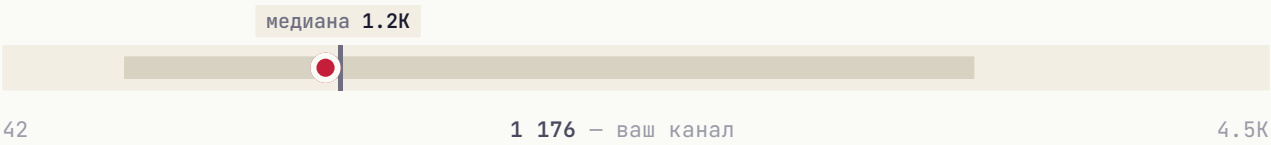
## ПОДПИСЧИКИ

**выше середины группы**



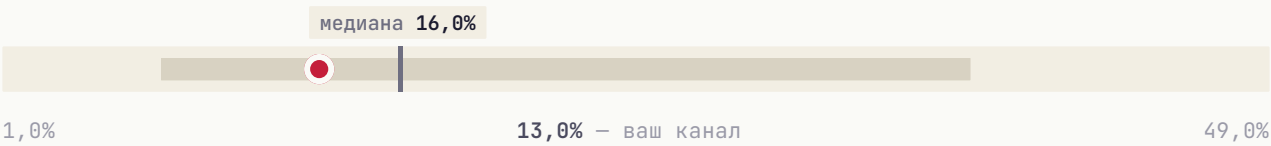

## СРЕДНИЙ ОХВАТ / ПОСТ

**в пределах группы, ниже середины**




## ВОВЛЕЧЁННОСТЬ (ER)

**в пределах группы, ниже середины**






Канал обгоняет большинство сопоставимых сразу по нескольким показателям: **подписчики** и **индекс цитирования**.

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 вторник

В этот день и в 08:00 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). 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