

ПУБЛИЧНЫЙ ОТЧЁТ PROMTPRESS

Аудит канала PR for SPEAKERS



@pr_for_speakers

PR, спикерство, личный бренд и запросы на выступления, в подкасты, в СМИ Автор канала - Наталья Аксенова, 20 лет в маркетинге, 7 в пиаре Опубликовать запрос, сотрудничество: @Natalya_Aksenova

ПОДПИСЧИКИ

3 860

-35 за месяц

ОХВАТ ПОСТА (ERR)

13.0%

за сутки 5.9%

ОХВАТ/ПОСТ

488

рекл. охват 228/24ч

— 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 3 860 —	👁️ охват поста 12.63% ср. % подписчиков видят один пост	👁️ просмотры/пост 488 медиана 502 · 28 дней	📅 постов/нед. 8.7 за период
📈 тренд 7д -14.6% vs предыдущая неделя	💖 реакц./пост 17.2 всего 619 реакц., 276 реп., 39 комм.	📄 длина поста 421 зн. медиана 265 · 28 дней	★ постов в анализе 36 28 дней
📈 рекл. охват 228 среднее за 24ч	💖 отток / месяц -35 за последний месяц	📄 цитируемость 3 индекс цитирования · 107 каналов упомянули за всё время	📅 возраст канала 5 лет 5 месяцев создан 19.04.2021

AI-РЕЗЮМЕ РЕДАКТОРА

Канал «PR for SPEAKERS» — 3 860 подписчиков. Каждый пост в среднем смотрит 488 человек (13% от подписчиков), охват невысокий — стоит расширять аудиторию. Публикует 9 постов в неделю (~1 в день) — регулярный режим. За неделю 14–20 сентября охваты просели на -14.6% к неделе 7–13 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 36 постам за 28 дней.
- 02 Доминирующий формат — Текст (17/36 постов).
- 03 Средняя длина поста — 421 знаков (медиана 265).
- 04 Пик активности аудитории — четверг, 17:00 MSK.
- 05 Самые сильные посты собирают в 2 раз больше просмотров, чем самые слабые (661 в среднем у топа vs 403 у худших) — среди 36 постов за 28 дней. Стоит разобрать что общего у топа — тема, формат, время выхода.

ТОП-5 ПОСТОВ

№1 10.09 · 14:04 ТЕКСТ #запроснаспикера Бизнес клуб «Триада» в поисках спикера. Формат: бизнес-ужин, мастермайнд, стратегическая игра и другие интерактивные...	ПРОСМ. 709 РЕП. 33	РЕАКЦ. 7 ER 18.4%
№2 07.09 · 12:57 ТЕКСТ Вы привели человека в Telegram-канал. А кто его там встречает? Вы знали, что 25 августа Telegram добавил приветственные сообщения для...	ПРОСМ. 665 РЕП. 42	РЕАКЦ. 36 ER 17.2%
№3 03.09 · 11:59 ТЕКСТ #запроссми Срочный запрос от РБК Уфа для экспертов по теме государственно-частного партнерства. фактура: Башкирия попала в группу...	ПРОСМ. 609 РЕП. 2	РЕАКЦ. 4 ER 15.8%

Nº4 18.09 · 08:25 ФОТО ИИ уже рекомендует экспертов. Проверьте, есть ли среди них вы Организатору нужен спикер, журналисту – комментарий, предпринимателю –...	ПРОСМ. 605 РЕП. 24 РЕАКЦ. 10 ER 15.7%
Nº5 04.09 · 09:13 ТЕКСТ Всем, у кого работа состоит из переговоров, выступлений, планёрок и совещаний – нужно прокачивать навыки по эффективной коммуникации. Мой...	ПРОСМ. 597 РЕП. 1 РЕАКЦ. 7 ER 15.5%

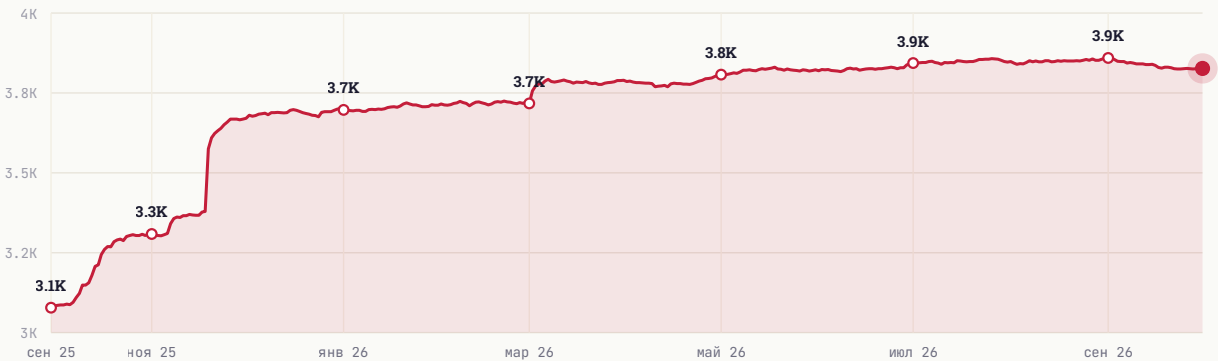
СЛАБЕЕ ОСТАЛЬНЫХ 3

↓ 17.09 · 05:55 ФОТО Мем для интеллектуалов	ПРОСМ. 416 РЕП. 4 РЕАКЦ. 22 ER 10.8%
↓ 01.09 · 08:01 ВИДЕО С 1 сентября, товарищи! Спасибо, Господи, что мне не надо в школу.	ПРОСМ. 410 РЕП. 6 РЕАКЦ. 28 ER 10.6%
↓ 18.09 · 07:06 ФОТО База	ПРОСМ. 384 РЕП. 6 РЕАКЦ. 21 ER 9.9%

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
3 054	3 860	+806

РАЗДЕЛ 04 · ЦИТИРУЕМОСТЬ

Кто и как упоминает канал

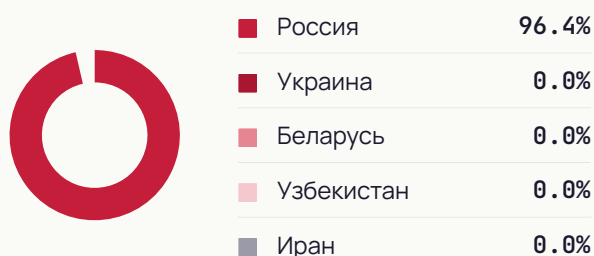
Индекс цитирования **3** — рейтинг популярности канала на основе упоминаний.

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 **107** разных каналов.

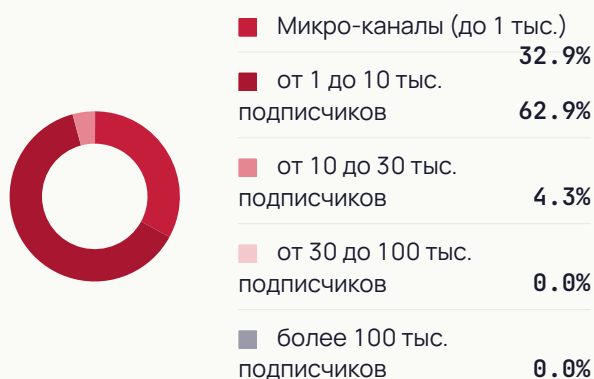
ИЗ КАКИХ СТРАН УПОМИНАЮТ



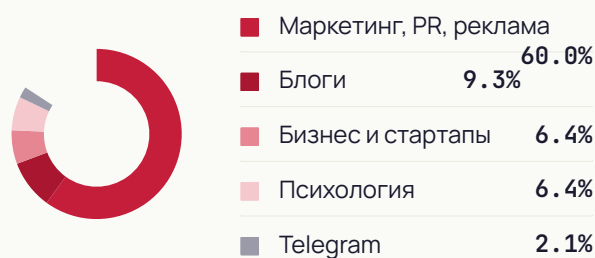
В КАКОМ ФОРМАТЕ УПОМИНАЮТ



КАНАЛЫ КАКОГО РАЗМЕРА УПОМИНАЮТ



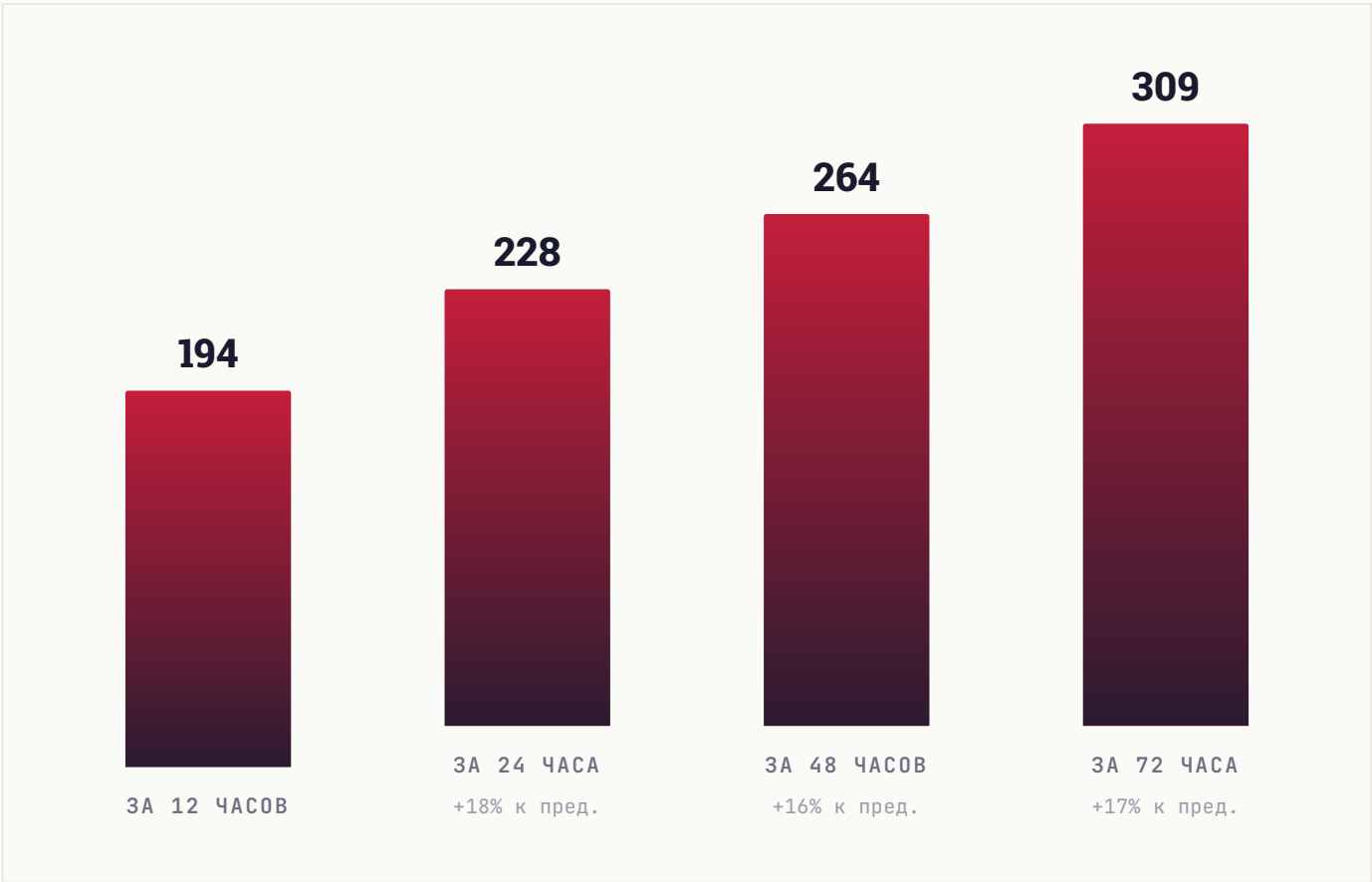
В КАКИХ ТЕМАТИКАХ УПОМИНАЮТ



— 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

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

КАНАЛ	ПОДПИСЧИКИ
MC Media: СМИ, журналисты, блогеры, PR	9K
P- Pressfeed - запросы	8.1K
ПЛ Проект ЛУЧШИЕ СПИКЕРЫ	7.3K
ПВ Продвижение в СМИ и на ТВ с Алексеем Чернышовым	4.2K
МЕ MEDIACOM.EXPERT	4K
PF PR for SPEAKERS ВЫ	3.9K
БС База СМИ	2.8K
СИ Слово Игоря Носова	2.2K
СА Создавая Анну PR Dubai	1.7K

| 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 **31**, а канал за это время прибавил **726** подписчиков из всех источников.

период	упоминаний	каналов	прирост за месяц
Апрель 2026	2	2	49
Март 2026	13	11	112
Февраль 2026	0	0	54
Январь 2026	3	3	42
Декабрь 2025	12	11	70
Ноябрь 2025	1	1	399

всего упоминаний	месяцев в данных	привлекли подписчиков
31	6	726

РАЗДЕЛ 08 · СРАВНЕНИЕ С НИШЕЙ

Где канал в своей лиге

Сравниваем с каналами вашего размера: **101 канал** категории «Маркетинг, PR, реклама» от 1 тыс. до 12 тыс. подписчиков. Серая полоса — диапазон, куда попадают 80% каналов группы. Чёрная вертикаль — середина. Красная точка — ваш канал.

#83 /101

ПОЗИЦИЯ В НИШЕ

Место 83 из 101 каналов сопоставимого размера

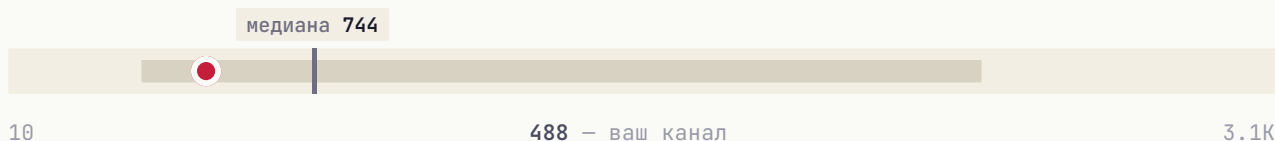
ПОДПИСЧИКИ

в пределах группы, ниже середины



СРЕДНИЙ ОХВАТ / ПОСТ

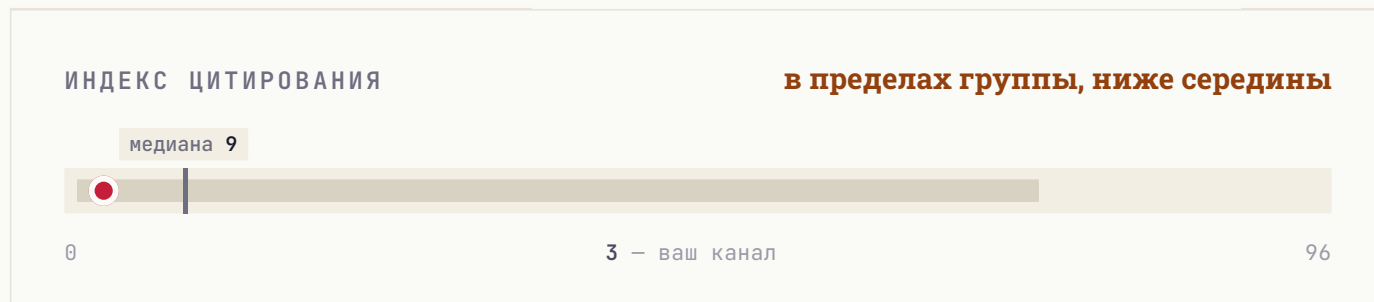
в пределах группы, ниже середины



ВОВЛЕЧЁННОСТЬ (ER)

выше середины группы





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 четверг

В этот день и в 17:00 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 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
----	-------------------------------	---
