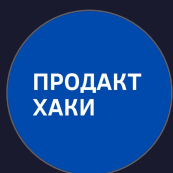


ПУБЛИЧНЫЙ ОТЧЁТ PROMTPRESS

Аудит канала Продактхаки



ПРОДАКТ
ХАКИ

@producthacking

Анонсы полезных мероприятий и материалов для продакт-менеджеров и предпринимателей. По всем вопросам: @lizakarandash

ПОДПИСЧИКИ

4 104

-26 за месяц

ОХВАТ ПОСТА (ERR)

8.0%

за сутки 4.2%

ОХВАТ/ПОСТ

313

рекл. охват 172/24ч

— 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 «Карьера»

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 4 104 —	👁️ ОХВАТ ПОСТА 7.62% ср. % подписчиков видят один пост	👁️ ПРОСМОТРЫ/ПОСТ 313 медиана 353 · 22 дней	📅 ПОСТОВ/НЕД. 0.9 за период
💖 РЕАКЦ./ПОСТ 1.3 всего 4 реакц., 6 реп., 2 комм.	🗨️ ДЛИНА ПОСТА 843 зн. медиана 906 · 22 дней	⭐ ПОСТОВ В АНАЛИЗЕ 3 22 дней	📈 РЕКЛ. ОХВАТ 172 среднее за 24ч
💖 ОТТОК / МЕСЯЦ -26 за последний месяц	🗨️ ЦИТИРУЕМОСТЬ 2 индекс цитирования · 41 каналов упомянули за всё время	📅 ВОЗРАСТ КАНАЛА 7 лет 9 месяцев создан 26.12.2018	

AI-РЕЗЮМЕ РЕДАКТОРА

Канал «Продактхаки» — 4 104 подписчиков. Каждый пост в среднем смотрит 313 человек (8% от подписчиков), охват невысокий — стоит расширять аудиторию. Публикует 1 постов в неделю (~0 в день) — редкие публикации.

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 3 постам за 22 дней.
- 02 Доминирующий формат — Фото (3/3 постов).
- 03 Средняя длина поста — 843 знаков (медиана 906).
- 04 Пик активности аудитории — среда, 08:00 MSK.
- 05 Самые сильные посты собирают в 1 раз больше просмотров, чем самые слабые (312 в среднем у топа vs 312 у худших) — среди 3 постов за 22 дней. Стоит разобрать что общего у топа — тема, формат, время выхода.

ТОП-3 ПОСТОВ

№1 09.09 · 05:25 ФОТО Продакты, аналитики, дизайнеры и все сочувствующие Еще одна продуктовая конференция? Нет, спасибо. В Т-Банке решили поменять правила игры...	ПРОСМ. 417 РЕП. 2	РЕАКЦ. 4 ER 10.2%
№2 15.09 · 09:38 ФОТО У команды есть лиды и встречи, но сделки не двигаются дальше? 17 сентября при поддержке «Акселератора ФРИИ» пройдет онлайн-воркшоп с...	ПРОСМ. 353 РЕП. 2	РЕАКЦ. — ER 8.6%
№3 01.10 · 10:43 ФОТО Друзья, привет! 📅 Открыта регистрация на Corporate Products Day 2026 – ежегодную конференцию Центра корпоративных инноваций и продуктового...	ПРОСМ. 168 РЕП. 2	РЕАКЦ. — ER 4.1%

СЛАБЕЕ ОСТАЛЬНЫХ 3

↓ 09.09 · 05:25 ФОТО Продакты, аналитики, дизайнеры и все сочувствующие Еще одна продуктовая конференция? Нет, спасибо. В Т-Банке решили поменять правила игры...	ПРОСМ. 417 РЕП. 2	РЕАКЦ. 4 ER 10.2%
↓ 15.09 · 09:38 ФОТО У команды есть лиды и встречи, но сделки не двигаются дальше? 17 сентября при поддержке «Акселератора ФРИИ» пройдет онлайн-воркшоп с...	ПРОСМ. 353 РЕП. 2	РЕАКЦ. — ER 8.6%
↓ 01.10 · 10:43 ФОТО Друзья, привет! 📊 Открыта регистрация на Corporate Products Day 2026 – ежегодную конференцию Центра корпоративных инноваций и продуктового...	ПРОСМ. 168 РЕП. 2	РЕАКЦ. — ER 4.1%

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.

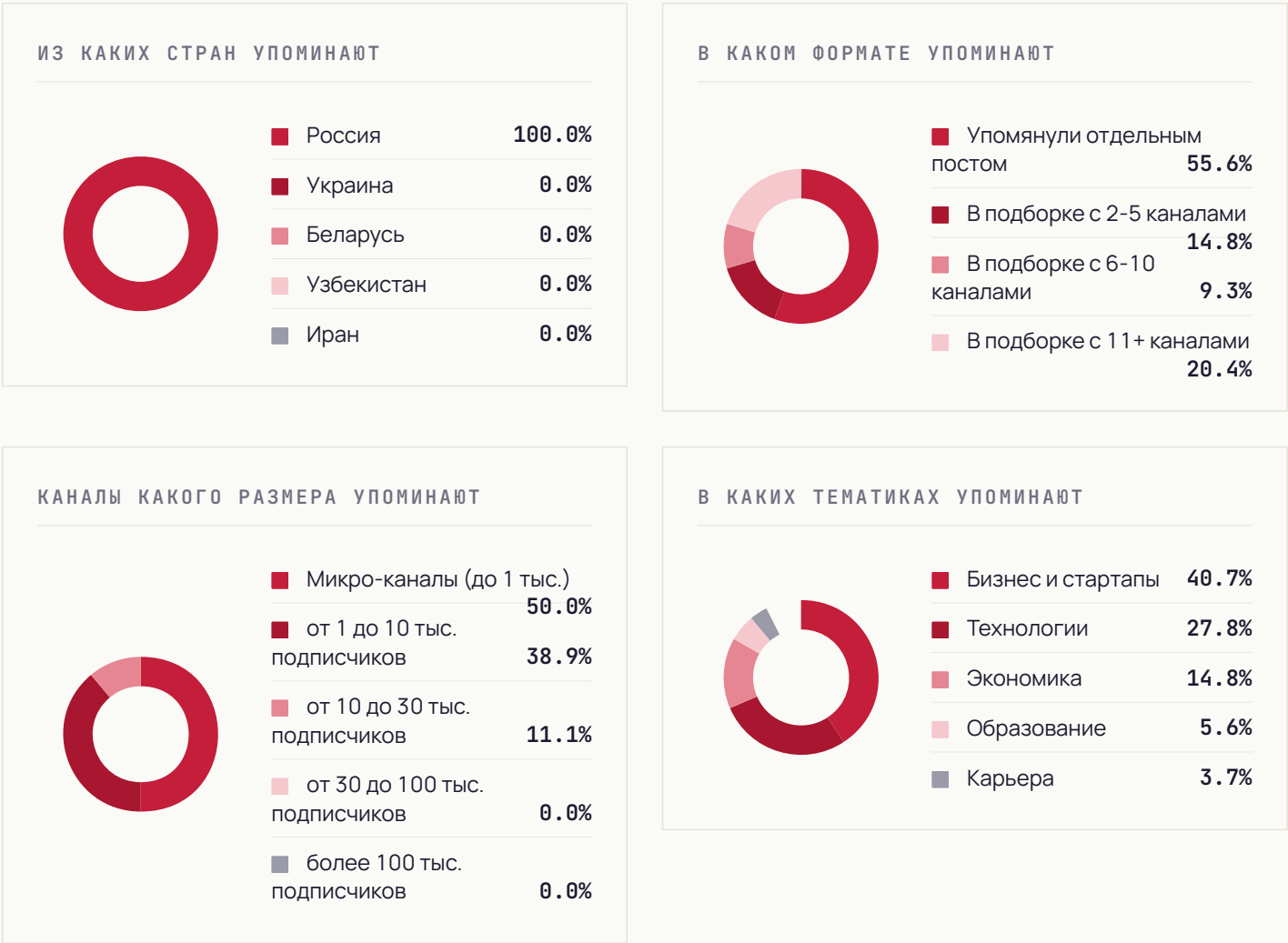


НАЧАЛО ПЕРИОДА	СЕЙЧАС	ЧИСТЫЙ ПРИРОСТ
4 414	4 104	-310

— РАЗДЕЛ 04 · ЦИТИРУЕМОСТЬ

Кто и как упоминает канал

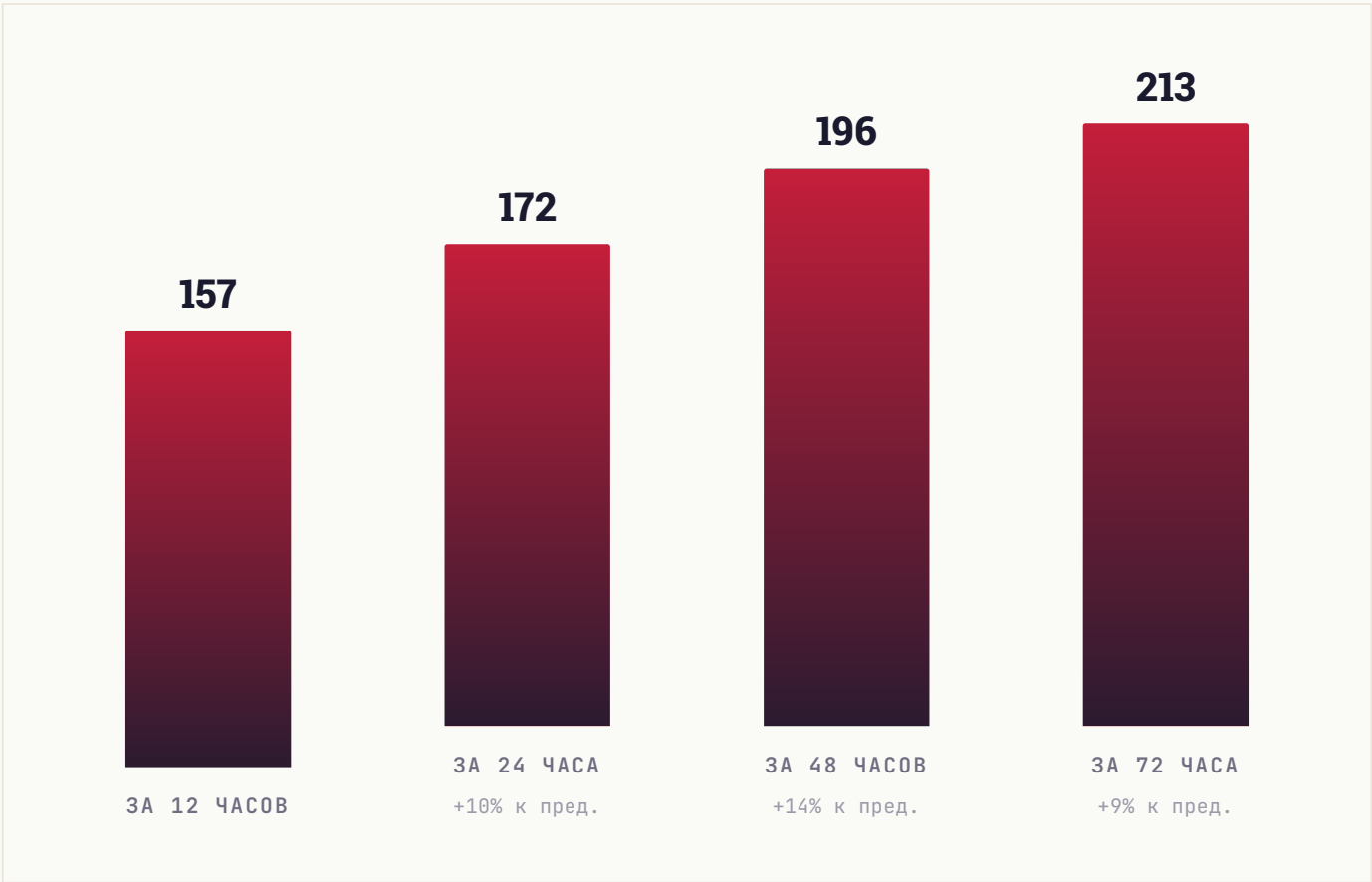
Индекс цитирования 2 — рейтинг популярности канала на основе упоминаний. Учитывает не только их количество, но и вес упоминающих: пост от канала на 100 тыс. подписчиков «весит» больше, чем от канала на 1 тыс. За всё время канал упоминали 41 разных каналов.



— 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

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

КАНАЛ	ПОДПИСЧИКИ
SM Strategic move: стратегия, продукт и AI	17K
G Губкин Про AI и B2B-продукты	12.1K
AB Андрей Бадин. Создавай иначе	12K
PM Продуктовошная Михаила Грекова	6.1K
AP Архитектура роста ФРИИ	4.3K
PR Продактхаки ВЫ	4.1K
CI Chief Innovation Channel	2.5K
TV Торшин вслуж	2.2K

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ВЫВОД

Канал в нижней трети подборки (6-е место из 8). Крупнее — 5 каналов (лидер: Strategic move: стратегия, продукт и AI, 17K); это ориентиры для роста, к ним заходим через платные размещения или партнёрские проекты. Мельче — 2 канала, 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 **1**, а канал за это время прибавил **39** подписчиков из всех источников.

период	упоминаний	каналов	прирост за месяц
Апрель 2026	1	1	4
Март 2026	0	0	6
Февраль 2026	0	0	4
Январь 2026	0	0	11
Декабрь 2025	0	0	3
Ноябрь 2025	0	0	11

всего упоминаний	месяцев в данных	привлекли подписчиков
1	6	39

РАЗДЕЛ 08 · СРАВНЕНИЕ С НИШЕЙ

Где канал в своей лиге

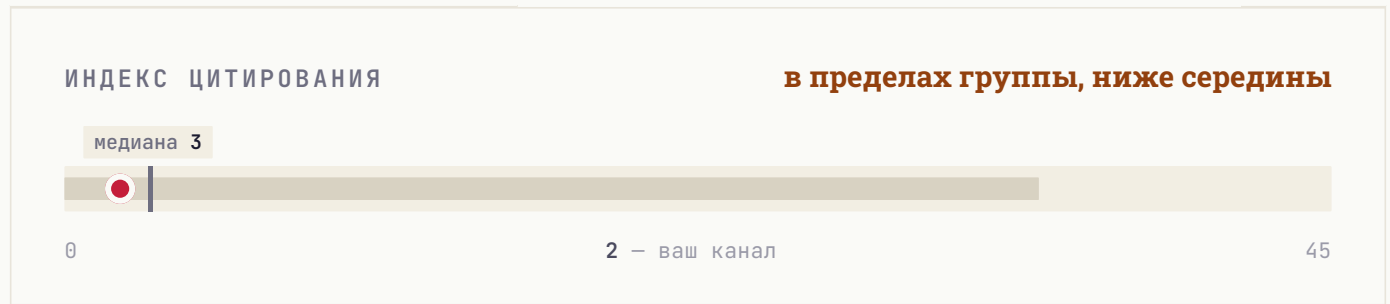
Сравниваем с каналами вашего размера: **179 каналов** категории «Карьера» от 1 тыс. до 12 тыс. подписчиков. Серая полоса — диапазон, куда попадают 80% каналов группы. Чёрная вертикаль — середина. Красная точка — ваш канал.

#156/179

ПОЗИЦИЯ В НИШЕ

Место 156 из 179 каналов сопоставимого размера





По всем показателям канал пока ниже середины своей группы. Для канала на этапе роста это нормальная точка старта — быстрее всего сдвигается охват.

— 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 0.9 постов/нед. У активных каналов норма 7-10. Регулярность — главный фактор удержания аудитории.

ЭФФЕКТ

**Регулярность
важнее
объёма**

02

Главный пост недели — в среда

В этот день и в 08:00 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
----	-------------------------------	---
