

— ПУБЛИЧНЫЙ ОТЧЁТ PROMTPRESS

Аудит канала Маркетолог в юбке | Шувалова



@shuvalovaubka

Маркетолог, который умеет считать деньги и оставаться женщиной. Делюсь кейсами, разборами и женским взглядом на бизнес. Отдел маркетинга(реклама) - @shuvalul Связь с автором: @JuliaShu_bot

ПОДПИСЧИКИ	ОХВАТ ПОСТА (ERR)	ОХВАТ/ПОСТ
11 016 08.10.2026 +3158 за месяц	8.0% HTTPS: // PROMTPRESS.COM/AUDIT/SHUVALOVAUBKA за сутки 23.4%	5.4K рекл. охват 2.4K/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 Сравнение с нишей

Позиция в категории «Маркетинг, PR, реклама»

07 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 11 016 —	👁️ ОХВАТ ПОСТА 49.13% ср. % подписчиков видят один пост	👁️ ПРОСМОТРЫ/ПОСТ 5.4K медиана 4.2K · 9 дней	📅 ПОСТОВ/НЕД. 13.0 за период
💖 РЕАКЦ./ПОСТ 199.6 всего 3 592 реакц., 39 реп., 57 комм.	📄 ДЛИНА ПОСТА 915 зн. медиана 930 · 9 дней	⭐ ПОСТОВ В АНАЛИЗЕ 18 9 дней	📈 РЕКЛ. ОХВАТ 2.4K среднее за 24ч
💖 ОТТОК / МЕСЯЦ +3158 за последний месяц	📄 ЦИТИРУЕМОСТЬ 28 индекс цитирования · 98 каналов упомянули за всё время	📅 ВОЗРАСТ КАНАЛА 1 год 11 месяцев создан 03.11.2024	

AI-РЕЗЮМЕ РЕДАКТОРА

Канал «Маркетолог в юбке | Шувалова» — 11 016 подписчиков. Каждый пост в среднем смотрит 5.4K человек (49% от подписчиков), это широкий охват для канала такого размера. Публикует 13 постов в неделю (~2 в день) — регулярный режим.

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 18 постам за 9 дней.
- 02 Доминирующий формат — Фото (18/18 постов).
- 03 Средняя длина поста — 915 знаков (медиана 930).
- 04 Пик активности аудитории — воскресенье, 19:00 MSK.
- 05 Самые сильные посты собирают в 2 раз больше просмотров, чем самые слабые (9.5K в среднем у топа vs 4K у худших) — среди 18 постов за 9 дней. Стоит разобрать что общего у топа — тема, формат, время выхода.

ТОП-5 ПОСТОВ

№1 27.09 · 16:12 ФОТО Почему я вообще здесь Меня зовут Юлия Шувалова. Я маркетолог. И да я в юбке. Не потому что это мило. А потому что я устала выбирать...	ПРОСМ. 9 558 РЕП. 1	РЕАКЦ. 240 ER 86.8%
№2 27.09 · 16:15 ФОТО Ваш маркетинг не работает. И я скажу почему. Не потому что вы мало платите за рекламу. Не потому что у вас «плохой продукт». А потому...	ПРОСМ. 9 435 РЕП. 2	РЕАКЦ. 162 ER 85.6%
№3 27.09 · 16:21 ФОТО Почему я больше не верю в «идеальный маркетинг» Раньше я гналась за идеалом. Идеальная воронка. Идеальный сайт. Идеальная стратегия на...	ПРОСМ. 9 419 РЕП. 2	РЕАКЦ. 236 ER 85.5%

№4 27.09 · 16:17 ФОТО

Одна ошибка, которая убивает 80% рекламных кампаний
Расскажу про самое частое, что я вижу в работе. Бизнес запускает рекламу. Ждёт заявок...

ПРОСМ.	РЕАКЦ.
9 409	122
РЕП.	ER
3	85.4%

№5 27.09 · 16:18 ФОТО

Я чуть не ушла из маркетинга Было время, когда я сидела вечером над отчётом и думала: «Зачем я вообще это делаю?» Клиент недоволен...

ПРОСМ.	РЕАКЦ.
9 395	138
РЕП.	ER
1	85.3%

СЛАБЕЕ ОСТАЛЬНЫХ 3

↓ 01.10 · 13:36 ФОТО

Люди покупают не продукт. Они покупают версию себя.
Разберу на примере. Женщина покупает не крем. Она покупает кожу, на которую...

ПРОСМ.	РЕАКЦ.
4 100	222
РЕП.	ER
2	37.2%

↓ 01.10 · 13:38 ФОТО

Аналитика без действий — это дорогой дневник. Я знаю бизнесы, которые обожают отчёты. Каждую неделю — цифры. Каждый месяц — презентация...

ПРОСМ.	РЕАКЦ.
4 061	254
РЕП.	ER
3	36.9%

↓ 01.10 · 11:17 ФОТО

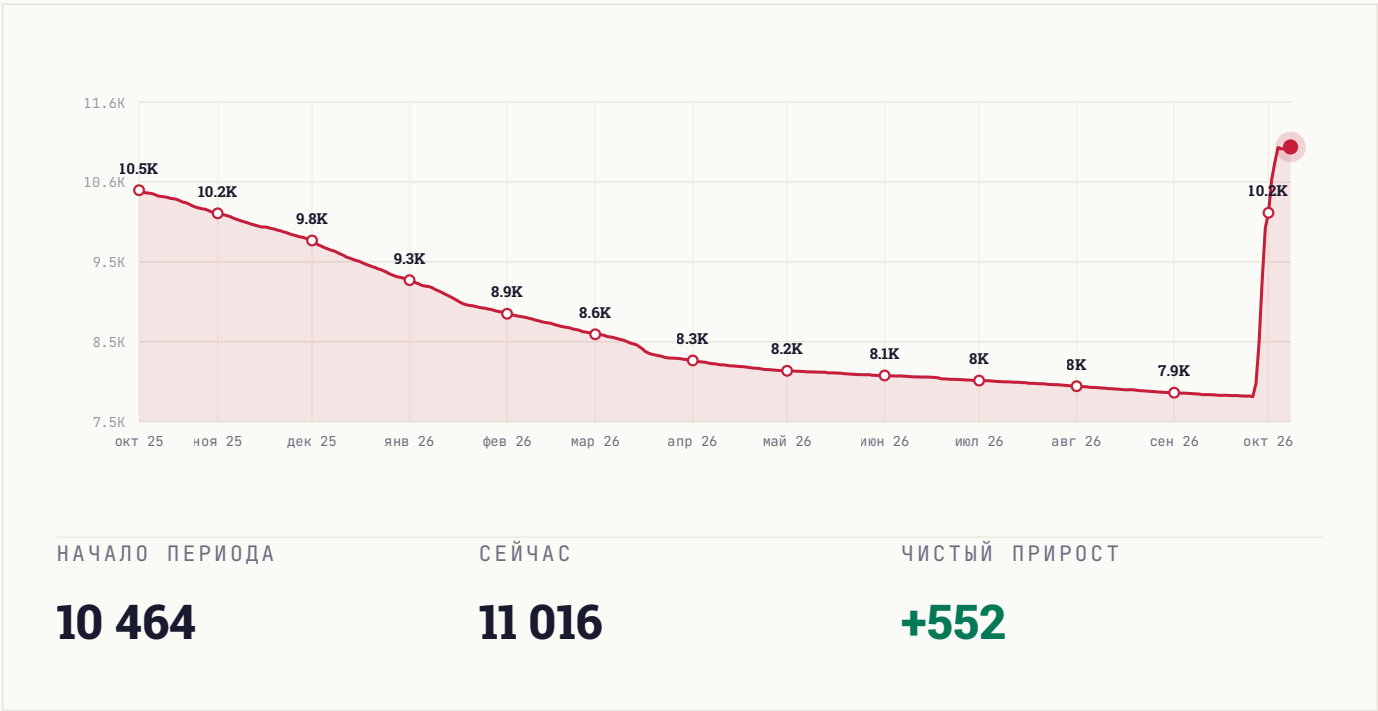
Дорогой маркетинг не значит хороший. Дешёвый не значит плохой. Меня часто спрашивают: сколько стоит хороший маркетинг? И я каждый раз...

ПРОСМ.	РЕАКЦ.
3 952	197
РЕП.	ER
2	35.9%

РАЗДЕЛ 03 · ДИНАМИКА ПОДПИСЧИКОВ

Как канал рос за год

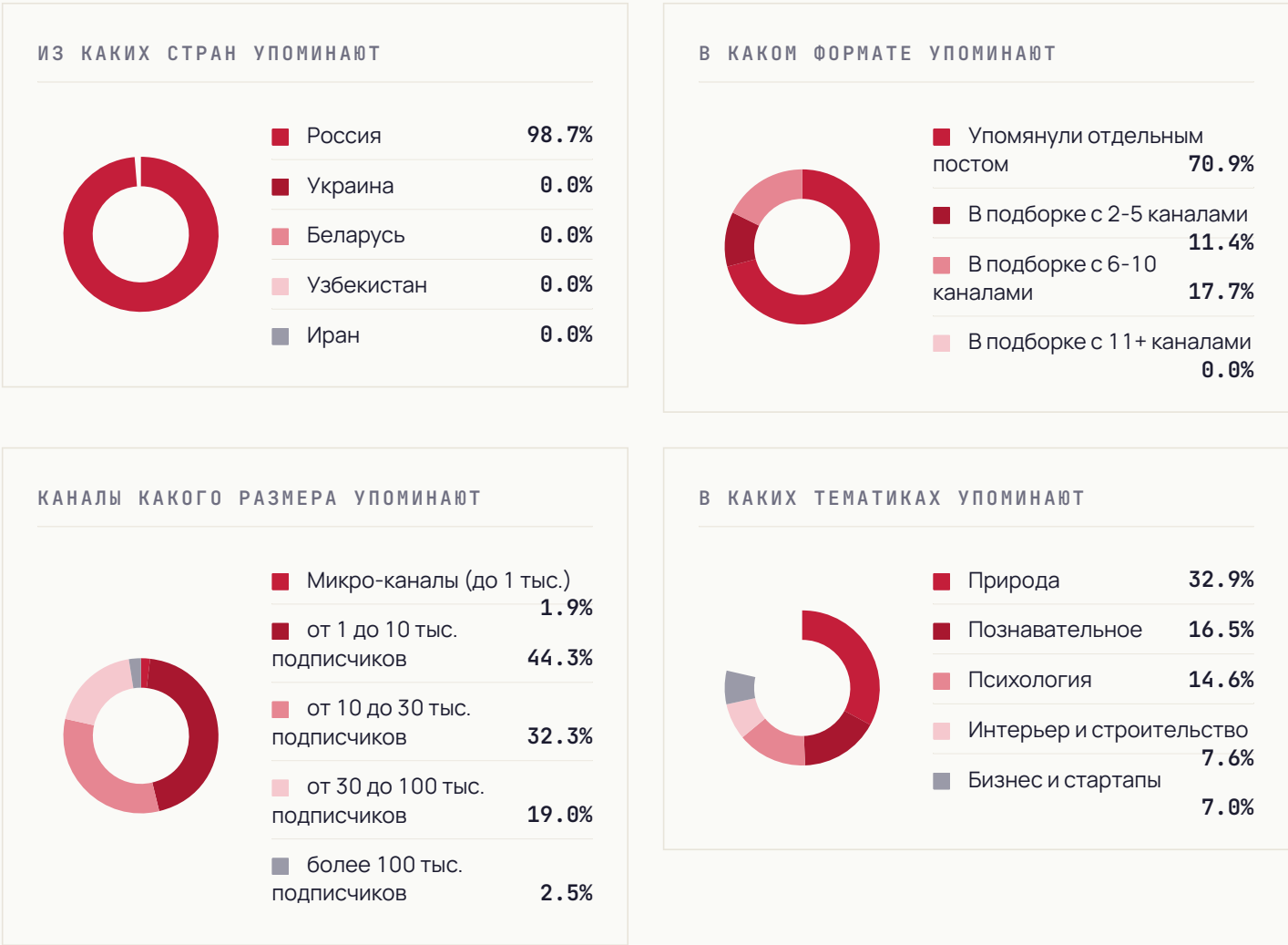
График роста подписчиков за год. На ключевых месяцах подписано точное число подписчиков. Видно, в какие месяцы канал прибавлял, а в какие подписчики уходили.



— РАЗДЕЛ 04 · ЦИТИРУЕМОСТЬ

Кто и как упоминает канал

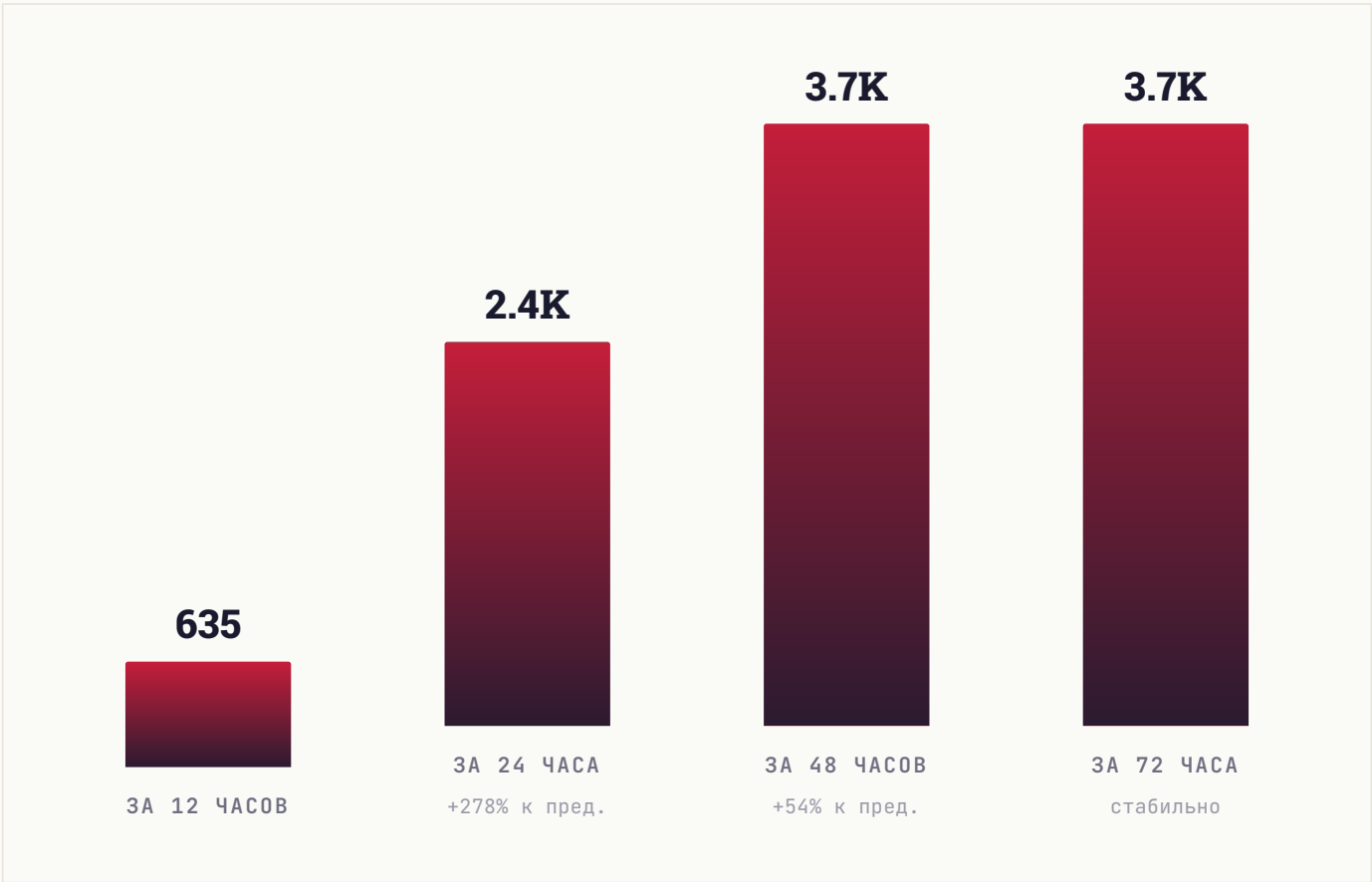
Индекс цитирования **28** — рейтинг популярности канала на основе упоминаний. Учитывает не только их количество, но и вес упоминающих: пост от канала на 100 тыс. подписчиков «весит» больше, чем от канала на 1 тыс. За всё время канал упоминали **98** разных каналов.



— 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 · СРАВНЕНИЕ С НИШЕЙ

Где канал в своей лиге

Сравниваем с каналами вашего размера: **206 каналов** категории «Маркетинг, PR, реклама» от 4 тыс. до 33 тыс. подписчиков. Серая полоса — диапазон, куда попадают 80% каналов группы. Чёрная вертикаль — середина. Красная точка — ваш канал.

#104 /206

ПОЗИЦИЯ В НИШЕ

Место 104 из 206 каналов сопоставимого размера

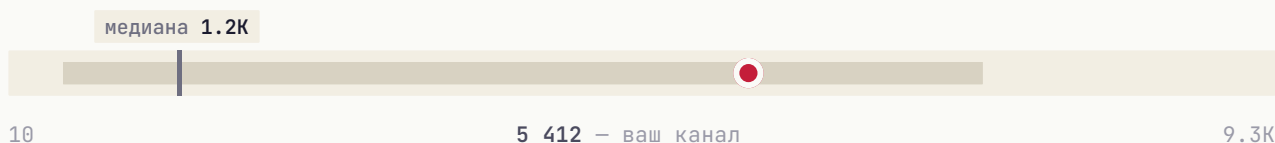
ПОДПИСЧИКИ

в пределах группы, ниже середины



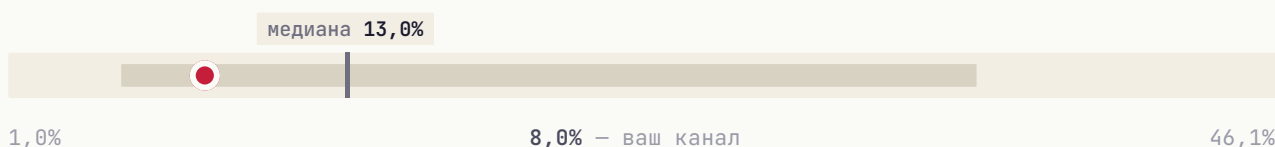
СРЕДНИЙ ОХВАТ / ПОСТ

выше середины группы



ВОВЛЕЧЁННОСТЬ (ER)

в пределах группы, ниже середины





Канал обгоняет большинство сопоставимых сразу по нескольким показателям:

средний охват / пост и индекс цитирования.

— РАЗДЕЛ 07 · 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 воскресенье

В этот день и в 19:00 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
----	-------------------------------	---
