

ПУБЛИЧНЫЙ ОТЧЁТ PROMTPRESS

Аудит канала Silver Mercury



@silvermercuryfest

Экосистема креативных и маркетинговых коммуникаций / ех.
Серебряный Меркурий Заявить проект: +7 (901) 417-90-40 /
@Silver_Mercury_Fest Жюри: jury@silvermercury.ru Сот-во по
публикациям и...

ПОДПИСЧИКИ

4 890

-19 за месяц

ОХВАТ ПОСТА (ERR)

13.0%

за сутки **6.3%**

ОХВАТ/ПОСТ

568

рекл. охват **310/24ч**

— 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 4 890 —	👁️ охват поста 11.61% ср. % подписчиков видят один пост	👁️ просмотры/пост 568 медиана 524 · 29 дней	📅 постов/нед. 10.4 за период
📈 тренд 7д -8.0% vs предыдущая неделя	💖 реакц./пост 20.3 всего 875 реакц., 209 реп., 26 комм.	📄 длина поста 364 зн. медиана 300 · 29 дней	☆ постов в анализе 43 29 дней
📈 рекл. охват 310 среднее за 24ч	💖 отток / месяц -19 за последний месяц	📄 цитируемость 74 индекс цитирования · 423 каналов упомянули за всё время	📅 возраст канала 4 года 6 месяцев создан 11.03.2022

AI-РЕЗЮМЕ РЕДАКТОРА

Канал «Silver Mercury» — 4 890 подписчиков. Каждый пост в среднем смотрит 568 человек (12% от подписчиков), охват невысокий — стоит расширять аудиторию. Публикует 10 постов в неделю (~1 в день) — регулярный режим. За неделю 7–13 сентября охваты просели на -8.0% к неделе 31 августа – 6 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 43 постам за 29 дней.
- 02 Доминирующий формат — Фото (18/43 постов).
- 03 Средняя длина поста — 364 знаков (медиана 300).
- 04 Пик активности аудитории — вторник, 13:00 MSK.
- 05 Самые сильные посты собирают в 3 раз больше просмотров, чем самые слабые (1.1K в среднем у топа vs 441 у худших) — среди 43 постов за 29 дней. Стоит разобрать что общего у топа — тема, формат, время выхода.

ТОП-5 ПОСТОВ

№1 08.09 · 10:01 ФОТО Кажется, наше «снова в школу» удалось 😊😊 В честь 1 сентября мы отправили агентствам и медиа галстуки, которые можно разрисовать как...	ПРОСМ. 1 314 РЕП. 23	РЕАКЦ. 36 ER 26.9%
№2 02.09 · 10:56 ТЕКСТ (пост без подписи — текст)	ПРОСМ. 1 013 РЕП. 11	РЕАКЦ. 21 ER 20.7%
№3 01.09 · 10:35 ТЕКСТ (пост без подписи — текст)	ПРОСМ. 1 000 РЕП. 20	РЕАКЦ. 41 ER 20.4%

№4 27.08 · 11:04 ФОТО Если бы рекламные агентства были персонажами мультфильмов Ч.3 Редактор SM предположил, кем были бы агентства во вселенной мультфильмов ❤️ А...	ПРОСМ. 770 РЕП. 7	РЕАКЦ. 29 ER 15.7%
№5 10.09 · 11:12 ФОТО (пост без подписи — фото)	ПРОСМ. 753 РЕП. 2	РЕАКЦ. — ER 15.4%

СЛАБЕЕ ОСТАЛЬНЫХ 3

↓ 11.09 · 10:10 ВИДЕО (пост без подписи — видео)	ПРОСМ. 450 РЕП. 3	РЕАКЦ. 5 ER 9.2%
↓ 15.09 · 09:53 ФОТО Грани индустрии Выпуск: СМО и Head крупных брендов Мы решили узнать у наших членов жюри прошлого сезона, действующих СМО и Head крупных...	ПРОСМ. 440 РЕП. 6	РЕАКЦ. 38 ER 9.0%
↓ 16.09 · 08:59 ФОТО Почему будущее за брендингом, который уважает человека? Мы спросили Татьяну Абушаеву, CEO Radar и представителя жюри категории H Silver...	ПРОСМ. 433 РЕП. 6	РЕАКЦ. 17 ER 8.9%

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

3 700

СЕЙЧАС

4 890

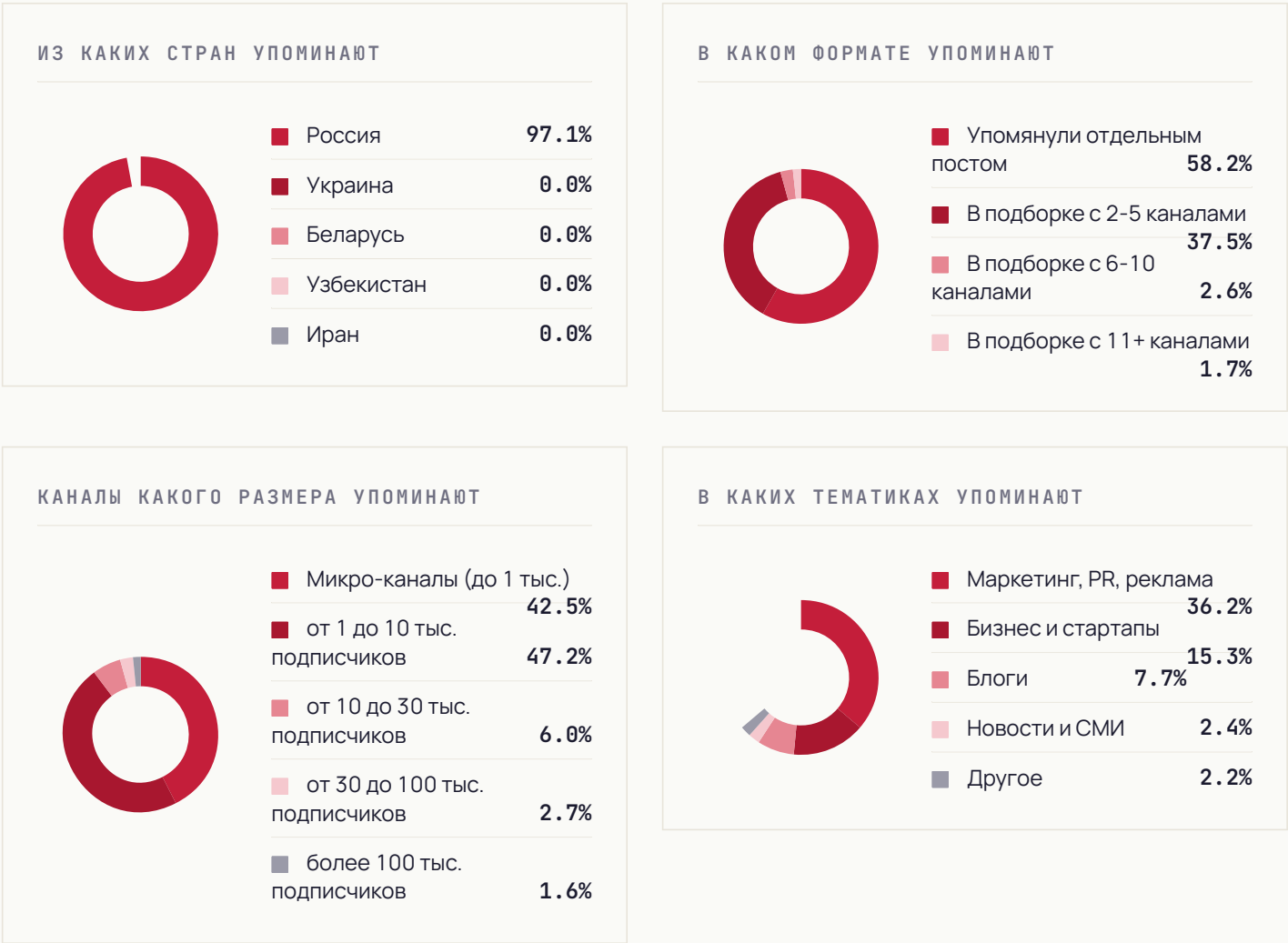
ЧИСТЫЙ ПРИРОСТ

+1 190

— РАЗДЕЛ 04 · ЦИТИРУЕМОСТЬ

Кто и как упоминает канал

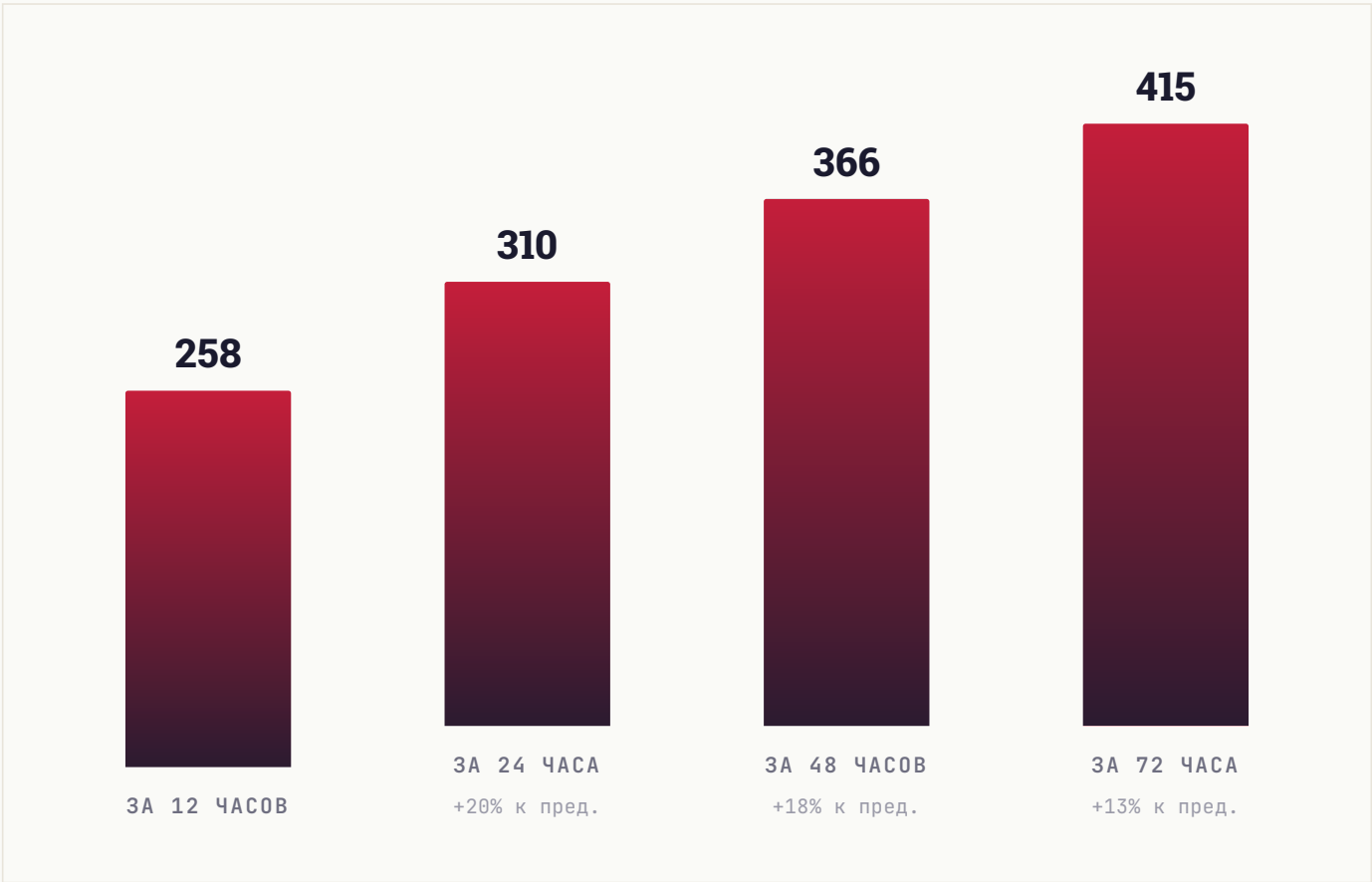
Индекс цитирования **74** — рейтинг популярности канала на основе упоминаний. Учитывает не только их количество, но и вес упоминающих: пост от канала на 100 тыс. подписчиков «весит» больше, чем от канала на 1 тыс. За всё время канал упоминали **423** разных каналов.



— 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
AD ADPASS	16.2K
HR HR4PR	15.9K
AD AdYummy!	9.5K
PI Рекламная индустрия России РИР	7.6K
LT ⚡ AdIndex ТехЛайф	5.7K
SM Silver Mercury ВЫ	4.9K
BW Baltic Weekend	3.3K
EB Е+. Все об эффективном маркетинге	2.4K

| СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ВЫВОД

Канал в нижней трети подборки (6-е место из 8). Крупнее — 5 каналов (лидер: ADPASS, 16.2K); 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 **90**, а канал за это время прибавил **651** подписчиков из всех источников.

период	упоминаний	каналов	прирост за месяц	
Март 2026	13	11	125	
Февраль 2026	10	9	77	
Январь 2026	5	5	98	
Декабрь 2025	41	34	121	
Ноябрь 2025	10	8	91	
Октябрь 2025	11	10	139	

всего упоминаний	месяцев в данных	привлекли подписчиков
90	6	651

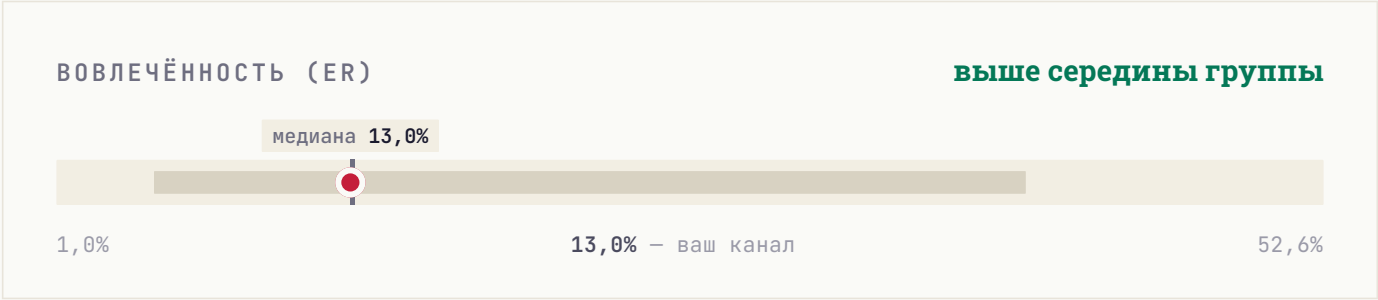
РАЗДЕЛ 08 · СРАВНЕНИЕ С НИШЕЙ

Где канал в своей лиге

Сравниваем с каналами вашего размера: **78 каналов** категории «Маркетинг, PR, реклама» от 2 тыс. до 15 тыс. подписчиков. Серая полоса — диапазон, куда попадают 80% каналов группы. Чёрная вертикаль — середина. Красная точка — ваш канал.

#59 /78

ПОЗИЦИЯ В НИШЕ
Место 59 из 78 каналов сопоставимого размера





Канал обгоняет большинство сопоставимых сразу по нескольким показателям:

вовлечённость 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 13:00 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
----	-------------------------------	---
