ПУБЛИЧНЫЙ ОТЧЁТ PROMTPRESS

# Аудит канала Обучающие материалы



**@xeiqaa**

Обратная связь(реклама) - @xeiqa1️⃣@xeiqaa-Обучающие материалы2️⃣@xeiqaaa -Разв.мультфильмы3️⃣@xeiqa_1 - ОсобаяЛитература4️⃣@xeiqa1 - PECSкарточки5️⃣@xeiqaaaa - Головоломки6️⃣@xeiqa2 -...

| ПОДПИСЧИКИ | ОХВАТ ПОСТА (ERR) | ОХВАТ/ПОСТ |
|---|---|---|
| 21 242 | 9.0% | 2K |
| +129 за месяц | за сутки 4.2% | рекл. охват 891/24ч |

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 «Семья и дети»

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>**21 242**<br>— | ОХВАТ ПОСТА<br>**9.36%**<br>ср. % подписчиков видят один пост | ПРОСМОТРЫ/ПОСТ<br>**2K**<br>медиана 2K · 28 дней | ПОСТОВ/НЕД.<br>**20.9**<br>за период |
| ТРЕНД 7Д<br>**-34.6%**<br>vs предыдущая неделя | РЕАКЦ./ПОСТ<br>**12.5**<br>всего 1 050 реакц., 3 196 реп., 0 комм. | ДЛИНА ПОСТА<br>**175 зн.**<br>медиана 30 · 28 дней | ПОСТОВ В АНАЛИЗЕ<br>**84**<br>28 дней |
| РЕКЛ. ОХВАТ<br>**891**<br>среднее за 24ч | ОТТОК / МЕСЯЦ<br>**+129**<br>за последний месяц | ЦИТИРУЕМОСТЬ<br>**4**<br>индекс цитирования · 35 каналов упомянули за всё время | ВОЗРАСТ КАНАЛА<br>**3 года 11 месяцев**<br>создан 31.10.2022 |

AI-РЕЗЮМЕ РЕДАКТОРА

**Канал «Обучающие материалы» — 21 242 подписчиков. Каждый пост в среднем смотрит 2K человек (9% от подписчиков), охват невысокий — стоит расширять аудиторию. Публикует 21 постов в неделю (~3 в день) — регулярный режим. За неделю 5–11 октября охваты просели на -34.6% 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 **84** постам за 28 дней.

02 Доминирующий формат — **Фото** (60/84 постов).

03 Средняя длина поста — **175** знаков (медиана 30).

04 Пик активности аудитории — **вторник**, 23:00 MSK.

05 Самые сильные посты собирают **в 2 раз** больше просмотров, чем самые слабые (3K в среднем у топа vs 1.2K у худших) — среди 84 постов за 28 дней. Стоит разобрать что общего у топа — тема, формат, время выхода.

### ТОП-5 ПОСТОВ

**№1** 24.09 · 15:39 ТЕКСТ

**Поддержать/угостить чашечкой кофе ☕ автора канала можно по данным реквизитам ⬇️⬇️⬇️ 💬 4276380188053602 карта Сбербанка 💬...**

| ПРОСМ. | РЕАКЦ. | РЕП. | ER |
|---|---|---|---|
| 3 244 | 4 | 1 | 15.3% |

**№2** 03.10 · 12:20 ФОТО

(пост без подписи — фото)

| ПРОСМ. | РЕАКЦ. | РЕП. | ER |
|---|---|---|---|
| 2 946 | 25 | 61 | 13.9% |

**№3** 20.09 · 19:56 ФОТО

(пост без подписи — фото)

| ПРОСМ. | РЕАКЦ. | РЕП. | ER |
|---|---|---|---|
| 2 880 | 11 | 22 | 13.6% |

**№4** 29.09 · 20:37 ТЕКСТ

(пост без подписи — текст)

| ПРОСМ. | РЕАКЦ. |
|---|---|
| 2 877 | 11 |
| **РЕП.** | **ER** |
| 20 | 13.5% |

**№5** 29.09 · 20:33 ТЕКСТ

(пост без подписи — текст)

| ПРОСМ. | РЕАКЦ. |
|---|---|
| 2 829 | 10 |
| **РЕП.** | **ER** |
| 34 | 13.3% |

## СЛАБЕЕ ОСТАЛЬНЫХ 3

↓ 11.10 · 06:58 ФОТО

(пост без подписи — фото)

| ПРОСМ. | РЕАКЦ. |
|---|---|
| 1 284 | 10 |
| **РЕП.** | **ER** |
| 46 | 6.0% |

↓ 11.10 · 07:01 ТЕКСТ

(пост без подписи — текст)

| ПРОСМ. | РЕАКЦ. |
|---|---|
| 1 243 | 6 |
| **РЕП.** | **ER** |
| 38 | 5.9% |

↓ 11.10 · 06:58 ФОТО

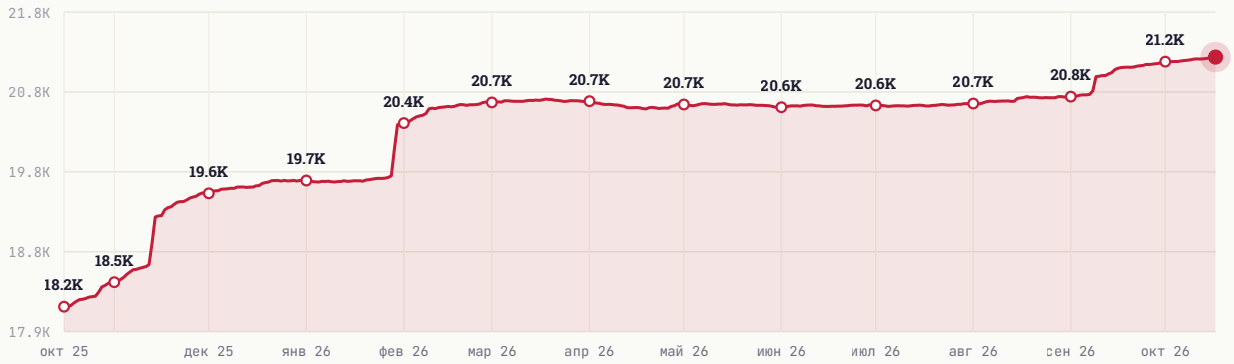
(пост без подписи — фото)

| ПРОСМ. | РЕАКЦ. |
|---|---|
| 1 203 | 9 |
| **РЕП.** | **ER** |
| 44 | 5.7% |

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 |
|---|---|---|
| 18 166 | 21 242 | +3 076 |

РАЗДЕЛ 04 · ЦИТИРУЕМОСТЬ

# Кто и как упоминает канал

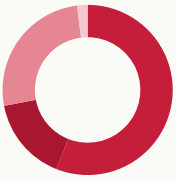
Индекс цитирования **4** — рейтинг популярности канала на основе упоминаний. Учитывает не только их количество, но и вес упоминающих: пост от канала на 100 тыс. подписчиков «весит» больше, чем от канала на 1 тыс. За всё время канал упоминали **35** разных каналов.

### ИЗ КАКИХ СТРАН УПОМИНАЮТ



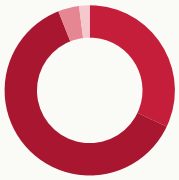
| | |
|---|---|
| Россия | 100.0% |
| Украина | 0.0% |
| Беларусь | 0.0% |
| Узбекистан | 0.0% |
| Иран | 0.0% |

### В КАКОМ ФОРМАТЕ УПОМИНАЮТ



| | |
|---|---|
| Упомянули отдельным постом | 56.0% |
| В подборке с 2-5 каналами | 16.0% |
| В подборке с 6-10 каналами | 26.0% |
| В подборке с 11+ каналами | 2.0% |

### КАНАЛЫ КАКОГО РАЗМЕРА УПОМИНАЮТ



| | |
|---|---|
| Микро-каналы (до 1 тыс.) | 32.0% |
| от 1 до 10 тыс. подписчиков | 62.0% |
| от 10 до 30 тыс. подписчиков | 4.0% |
| от 30 до 100 тыс. подписчиков | 2.0% |
| более 100 тыс. подписчиков | 0.0% |

### В КАКИХ ТЕМАТИКАХ УПОМИНАЮТ

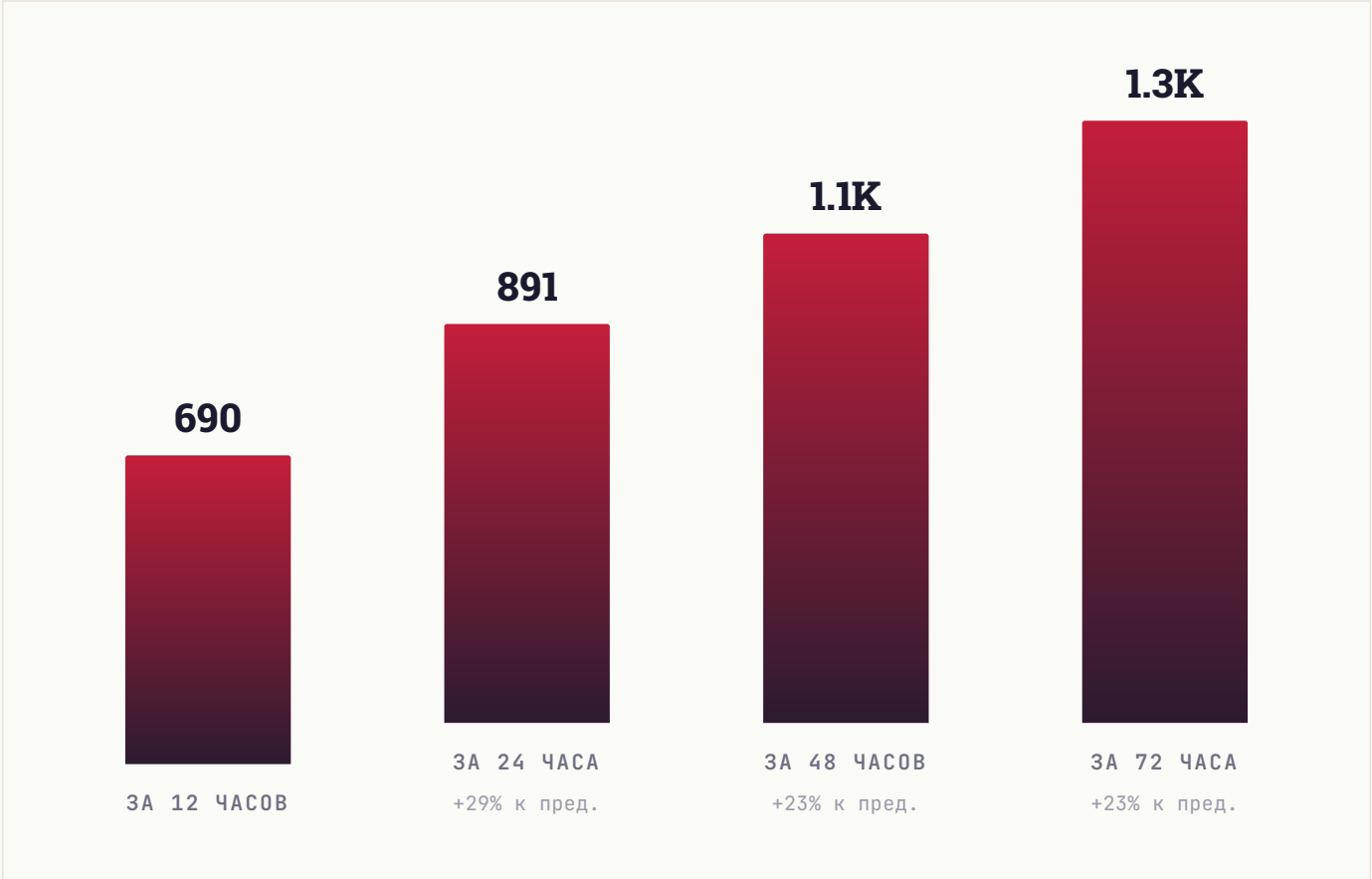


| | |
|---|---|
| Семья и дети | 50.0% |
| Книги | 16.0% |
| Медицина | 8.0% |
| Образование | 4.0% |
| Познавательное | 4.0% |

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

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

| КАНАЛ | ПОДПИСЧИКИ |
|---|---|
| ОМ **Обучающие материалы** ВЫ | 21.2K |
| ЮЭ **Юлия Эрц. АВА Теория и практика** | 14.2K |
| ВП **Все про аутизм** | 12.1K |
| FП **F00-F99. Психические расстройства у детей** | 12K |
| 🔴С **🔴Маяк сенсорной интеграции** | 11.8K |
| ВП **ВСЁ ПРО ОСОБЕННЫХ ДЕТЕЙ И АУТИЗМ** | 10.1K |
| МЛ **МАСТЕРСКАЯ ЛОГОПЕДА** | 8.9K |
| АО **АВА-терапия: объявления** | 7.2K |
| ОЛ **Особая литература 📚** | 6.2K |
| АМ **АВА-центр Моя планета** | 4.1K |
| ДГ **Дарья Гонконг** | 3.2K |

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ВЫВОД

**Канал — самый крупный в подборке из 11 каналов. С остальными можно идти в кросс-промо как лидер ниши: вы даёте им больше охвата, чем получаете обратно, но закрепляете статус.**

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 **2 480** подписчиков из всех источников.

| ПЕРИОД | УПОМИНАНИЙ | КАНАЛОВ | ПРИРОСТ ЗА МЕСЯЦ |
|---|---|---|---|
| **Апрель 2026** | 0 | 0 | **82** |
| **Март 2026** | 0 | 0 | **71** |
| **Февраль 2026** | 0 | 0 | **294** |
| **Январь 2026** | 0 | 0 | **737** |
| **Декабрь 2025** | 1 | 1 | **187** |
| **Ноябрь 2025** | 0 | 0 | **1 109** |

| ВСЕГО УПОМИНАНИЙ | МЕСЯЦЕВ В ДАННЫХ | ПРИВЛЕКЛИ ПОДПИСЧИКОВ |
|---|---|---|
| **1** | **6** | **2 480** |

РАЗДЕЛ 08 · СРАВНЕНИЕ С НИШЕЙ

# Где канал в своей лиге

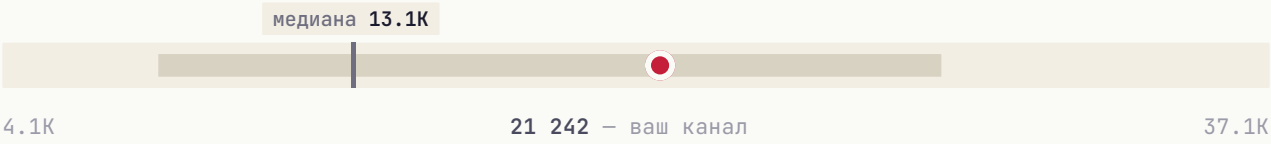
Сравниваем с каналами вашего размера: **34 канала** категории «**Семья и дети**» от 7 тыс. до 64 тыс. подписчиков. Серая полоса — диапазон, куда попадают 80% каналов группы. Чёрная вертикаль — середина. Красная точка — ваш канал.

**#6** /34

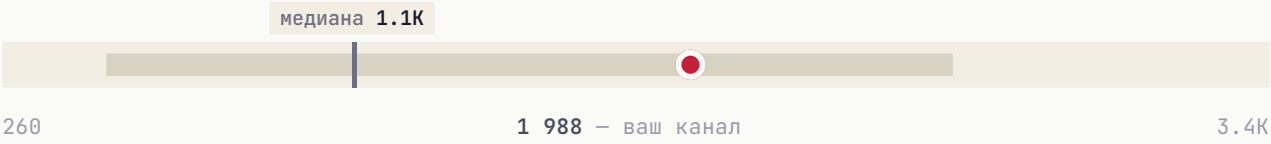
ПОЗИЦИЯ В НИШЕ

**Место 6 из 34 каналов сопоставимого размера**

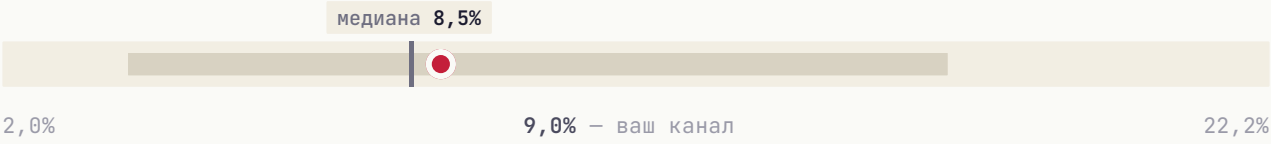
ПОДПИСЧИКИ — **выше середины группы**



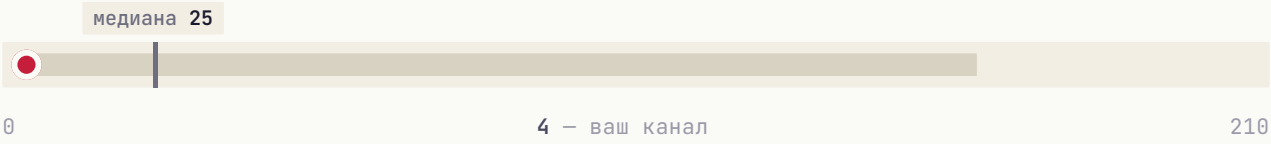

СРЕДНИЙ ОХВАТ / ПОСТ — **выше середины группы**




ВОВЛЕЧЁННОСТЬ (ER) — **выше середины группы**



ИНДЕКС ЦИТИРОВАНИЯ **в пределах группы, ниже середины**




Канал обгоняет большинство сопоставимых сразу по нескольким показателям: **подписчики**, **средний охват / пост** и **вовлечённость**.

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 23:00 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