

Заработок в Telegram



Приветствую. Без лишних слов, сразу к делу.

Кто я такой?

Меня зовут Никита. Мартенс - никнейм, которым я пользуюсь в Телеграме. Это то имя, по которому меня знают абсолютно все админы и работники этой сферы. Ну согласитесь "Биржа Никиты" звучало бы немного не презентабельно.

Сам я родился и вырос в Москве. Имею образование в сфере налогов (как поняли - не очень пригodiлось). Сейчас живу в Барселоне. Без какой либо цели - просто путешествую.

Мне также невероятно нравится космос и всё, что связано с ним. Я думаю, что это и так понятно из названия встречи.

Я пришел в ВК, когда понял, что наёмная работа не позволит мне зарабатывать много денег, пока я не "выслужусь". А получать миллионы, будучи стариком, мне не хотелось.

Было очевидно, что стоит открывать своё дело. Оффлайн бизнес пугал большим количеством неизвестных: налоги, аренда, помещения, сотрудники...

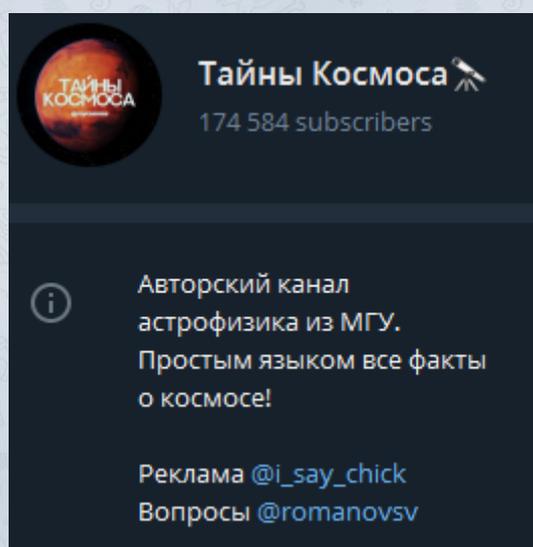
Поэтому всё началось с паблика Вконтакте.

Работу в этой соц.сети разбирать не будем. Если коротко - я успел создать 2 паблика с общей аудиторией 1.5м человек, после чего стал жертвой мошенничества и потерял всё.

Да, друзья, если вы думаете, что перед тем как создать 45 успешных каналов не было ошибок - вы неправы.

Заходил в Телеграм я с бюджетом в 60 тысяч рублей, которые ЗАНЯЛ у родственников. (в то время уже не было смысла возвращаться в ВК, так как Телеграм казался намного выгоднее)

Первый проект (естественно) про космос:



Мой любимчик.



За год развития он набрал 200.000 подписчиков и был продан за 2 миллиона рублей, когда на нём было ~210к подписчиков. Параллельно с развитием Тайн Космоса стало ясно, что Телеграм РАБОТАЕТ и приносит деньги (а это 2017 год, на секунду), так что я стал формировать команду и создавать всё больше и больше проектов, каждый из которых окупался и приносил прибыль. Это оказалось не так сложно, как казалось изначально.

Пользуясь определенными правилами, установками и алгоритмами, наша команда создавала каналы постоянно, работала, трудилась и да... Всё получалось.

Телеграм менялся, а мы вносили изменения в нашу схему работы и подстраивались под рынок, от чего постоянно находились в ТОПе по заработку. На сегодняшний день, мы являемся создателями БОЛЕЕ 40 успешных проектов. Можно сказать наверняка, что на сегодняшний день в Телеграме нет НИ ОДНОГО ЧЕЛОВЕКА (или команды), который бы создал и продал больше каналов, чем мы!

Сколько заработано денег?

Сложно сказать точно. Доход админа - это доход от рекламы, продажи каналов, менеджмента, помощи и т.д.

Я думаю, что мы заработали больше 40 миллионов за всё время работы (а, может, и больше 50). Неплохие цифры, правда?

Я прошел весь путь заработка в Телеграме - от А до Я и у меня есть чем с вами поделиться.

Почему нужно начинать продвижение в Telegram прямо сейчас?

Телеграм - самый перспективный мессенджер и социальная сеть на рынке. Я действительно так считаю. И прежде чем привести несколько аргументов в пользу своего мнения, давайте посмотрим какой была ситуация ранее.

В 2011-2012 гг. бурный рост, а соответственно, внимание брендов и рекламодателей, наблюдался у «ВКонтакте» («ВК»). Это была бомба, все общались и потребляли контент практически в одном месте, на одной площадке. ВК тогда переживал свой расцвет.

Следующая заметная веха - взлет Инстаграма (IG). Бум на эту площадку был в 2016-2017 гг. Постоянные усовершенствования со стороны разработчиков (появление прямых эфиров, сториз, подписок на хештеги и др.) не давали расслабляться ни аудитории, ни компаниям, ни блогерам. Да и сейчас нововведений хватает чтобы не сдавать позиции.

НО.

Пришло время для нового витка, нового этапа развития соц. сетей.

Сразу поясню, что Телеграм де-факто не только мессенджер, но и социальная сеть, хотя формально таковой не является. Судите сами: здесь есть сообщества (каналы), посты в них



(с охватами), подписчики и многое другое. И даже если сегодня отдельных признаков, характерных для таких классических сервисов, как Facebook и «ВКонтакте», у Телеграма нет, не факт, что они не появятся в будущем (если еще будут актуальны). Поэтому предлагаю сразу относиться к «телеге» как к полноценной соцсети.

Немного статистики.

В Телеграм – активная продвинутая аудитория. Самый большой возрастной сегмент – от 18 до 34 лет, 43 % – женщины, 57 % – мужчины. 57 % пользователей имеют высшее образование. Это жители крупных городов (36 % приходится на Москву), опытные специалисты со стабильным доходом.

Чем функционал Телеграма отличается от функционала других мессенджеров и соцсетей?

Нет обратной связи

Если в других сетях подписчики могут комментировать публикации или хотя бы ставить лайки, то здесь для этого нужно настраивать ботов.

Обращать внимание стоит всего на 2 фактора: **охват поста и отписки.**

С первым все просто – чем больший процент подписчиков вас читает, тем лучше. Для повышения этого показателя существует один рабочий метод – хорошо писать, чтоб читателям было интересно. Как это делать расскажу далее.

На отписки стоит обращать внимание. Если после публикации поста сразу отписывается больше 1-2% подписчиков – плохи дела, с постом что-то не так.

Хотя опять же, все относительно. Ведь чем более красочный и своеобразный контент вы выпускаете, тем больше поляризация аудитории (деление на ваших ярых поклонников и хейтеров). Так что многое зависит от тематики и типа канала.

Тем, кто непременно хочет получать хоть какую-то обратную связь, помогут ControllerBot и SecretgramBot. С первым, пройдя элементарную процедуру авторизации канала, вы сможете добавлять «реакции» на пост (например, большой палец вверх и большой палец вниз) и вставлять в свои публикации кликабельные эмоджи. Чтобы стимулировать подписчиков к активности, попросите их прямым текстом: «Тестирую рубрики – проголосуйте прямо сейчас, стоит ли давать больше таких постов или нет». Это, кстати, поможет определить вовлеченность аудитории в ваш канал.

Со вторым ботом вы сможете настроить комментарии.

Но вообще отсутствие обратной связи с подписчиками воспринимается как благо.

Представьте себе: никакого негатива в комментариях, никаких хейтеров, никакого спама – только чистая, сформированная администраторами лента. Это чуть ли не самая важная особенность здесь, но далеко не единственная. Из свойственных другим соц. сетям опций, в Телеграм реализованы только репосты. Без этой функции реально никак не обойтись: всегда удобно и сообщение кому-то форварднуть, и новостной пост скинуть.



В Телеграм три типа объектов: есть боты, есть чаты, и есть каналы. Коротко поговорим о каждом:

Боты

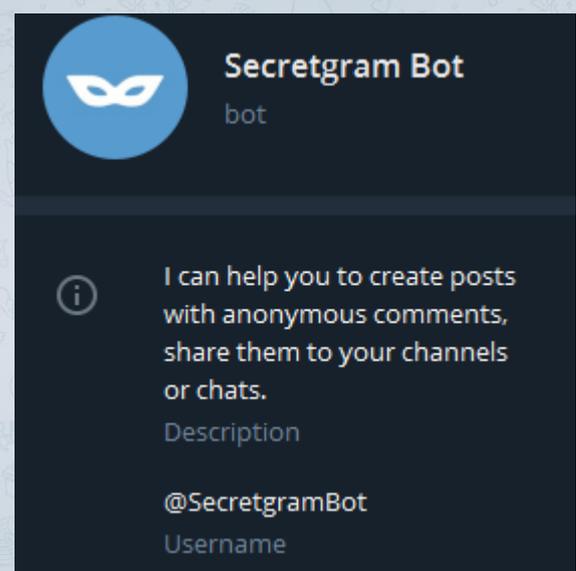
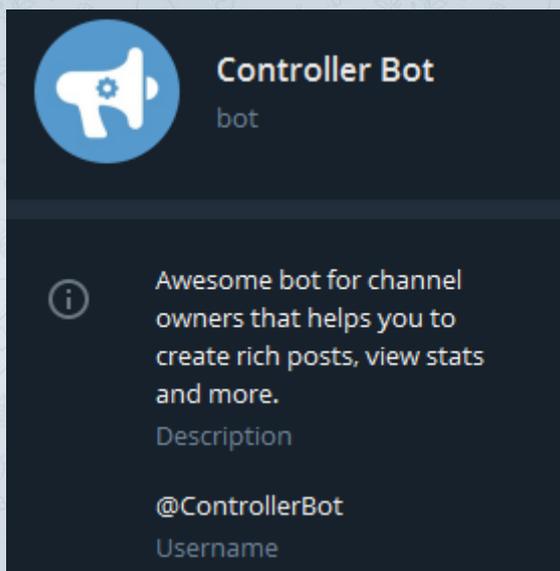
Это небольшие программы, созданные преимущественно для решения конкретной задачи. Например для обратной связи, или для отложенного постинга. Иногда их пишут сторонние программисты (в телеграмм можно так делать) – когда нужен специальный бот (не типичный, с дополнительными функциями, более быстрый и тд.). Работают боты по простому принципу: пользователь вводит команду и получает результат. Техника не нова по своей сути, боты существовали еще во времена ICQ.

Как шутят олды, Павел Дуров вернул нам 2007-й. Но ICQ-боты были по большей части довольно примитивными: выдавали прогноз погоды в нужном городе или, к примеру, анекдот. Сейчас такие тоже есть, но в большинстве своём функционал современных ботов заметно расширился, чем тут же воспользовались различные компании. Все больше крупных и не очень брендов запускают боты в Telegram, что опять-таки сказывается на популярности этой сети. Так что для развития бизнеса эта сеть более чем подходит.

Как создать бота

Что касается создания собственного бота, здесь все просто. Запустить первого бота получится уже минут через 10 (ну максимум 20).

Для этого существуют конструкторы, к примеру вот такие:



Когда говорят «пользуюсь Контролером» или «запустил Лайв-грам бота» подразумевается платформа (конструктор), на которой бот был создан.



Схема действий такова:

1. Находите по ссылке нужный вам конструктор (@ControllerBot, @FleepBot, @LivegramBot и тд.)
2. Нажимаете /start – дальше конструктор предложит вам варианты команд для взаимодействия с ним. Обычно это /addchannel или /newbot
3. Переходите в бот @BotFather для создания бота-пустышки (который пока что не подключен к какой либо площадке), даете ему имя, никнейм.
4. Копируете токен бота (длинный код из букв и цифр, который вам прислал @BotFather), отправляете в конструктор.
5. Далее следуете инструкциям конструктора. В зависимости от типа задач, под которые вы создавали бот, может потребоваться добавить его в администраторы вашего канала. К примеру, если вы создавали бота для отложенного постинга и редактирования.
6. Внимательно следуйте инструкциям, которые вам пришлет конструктор и BotFather. Они максимально простые, так что проблем возникнуть не должно.

Готово! Ваш первый бот создан и работает.

Но даже если вы запутались, чего то не понимаете и у вас не получилось запустить бота – не отчаивайтесь. Мы подготовили короткое видео, в котором показано, как создать бота. Просто повторите эти действия – и бот будет готов к работе.

Рассмотрим подробнее несколько самых нужных и часто используемых ботов (и конструкторов, на которых их создают):

@LivegramBot – бот для обратной связи. Подписчик/клиент отправляет вопрос в бота, вы отвечаете тоже в нем. Подойдет для того, чтобы не показывать свой админский аккаунт всем подряд и чтобы разделить переписки. Скажем, в бота пишут с предложениями купить рекламу – и не засоряют вам личку.

@BotFather – для создания нового бота, который вы потом подключаете к нужной площадке.

@CrosserBot – для анализа аудитории вашего канала/каналов, пересечения подписчиков между каналами. Показывает статистику активности подписчиков, количество ботов на канале и тд.

@FleepBot и @ControllerBot – два самых популярных бота для отложенного постинга и управления каналом. ControllerBot – бесплатный сервис. Он неплохо справлялся с базовыми задачами: отложить пост, добавить реакции/ссылку, редактировать опубликованное. К несчастью, недавно произошло несколько масштабных сбоев в работе сервиса и не понятно, будет ли такое повторяться и далее.



@FleerBot – платный сервис, но стоит сущие копейки (первые 21 день бесплатно, потом 199 рублей/мес). Кроме того, до 1000 подписчиков можно пользоваться абсолютно бесплатно без ограничений по времени, что подойдет начинающим админам.

Функционал сервиса хорошо решает необходимые всем задачи: те же отложенные посты, реакции и добавление медиа, ссылок. К тому же, есть еще две очень удобные фишки: статистика стоимости рекламных постов (на скринах: «стоимость» - для учета заработка с рекламных размещений) и отчет клиенту (админу, разместившему у вас рекламу, приходит оповещение и статистика публикации).

Важный момент: у @FleerBot есть служба поддержки, которая оперативно поможет решить все вопросы, связанные с ботом.

Именно благодаря всем этим преимуществам, а главное – надежности работы (чего, увы, нельзя сказать про ControllerBot, так как из-за сбоев у многих админов сбился план выхода постов), вся наша команда пользуется Fleer-ом.

И поскольку мы активно работаем с сервисом, у нас есть промокод MARTENS , который дает скидку 20% на услуги бота. Можете вводить его прямо в @FleerBot, или уже в постинг-бота на этапе оплаты.

Вернемся к другим функциям Телеграма:

Чаты

Тут всё ясно, по аналогии с теми же чатами внутри Вконтакте, Вайбера и т.д. Ничего нового и интересного нам.

Разве что работает это всё заметно шустрее того же Вайбера, например.

Каналы

Это ваша основа, ваш незаменимый источник заработка в Телеграм. То, откуда приходят покупатели на ваш продукт или услугу, откуда приходят деньги за размещение рекламы. Каналами сейчас пользуется около 100 млн человек, каждый месяц генерируя 30 млрд просмотров. Неплохой трафик, правда?

3 ниши на которых можно заработать новичку в Телеграм.

Выбирайте, что вам по душе и действуйте незамедлительно.

- Рекламный менеджер
- Контент-менеджер (копирайтер)

- Написание рекламных постов

Заметьте, все эти способы – полноценная работа, притом без вложений и затрат.



Рекламный менеджер

Заработок заключается в том, что нужно найти клиента который купит у вас рекламу, а вы заработаете с этого свой процент.

Навыки продаж здесь сильно пригодятся, так как вам нужно будет реализовывать продукт (рекламное место на канале) часто «в холодную», не заинтересованным напрямую именно в вашем предложении людям. Сумеете убедить в преимуществе покупки рекламы у вас – дело в шляпе. Но часто для этого нужно весьма постараться, набить руку и выработать навык продажи именно в этой среде.

Как найти канал в котором вы будете работать и продавать рекламу?

1) Для начала вам нужно найти канал в котором вы будете работать менеджером. Для этого открываем tgstat.ru - это сайт со статистикой всех телеграм каналов.

На сайте много циферок, названий и функций. Не пугайтесь, во всём этом вы спокойно сможете разобраться по ходу работы. Пока что вас интересует ТОЛЬКО список каналов и контакты, указанные в их описании.

2) Во вкладке "КАТЕГОРИЯ" выберите тематику, в которой хотите работать например "Образование".

Есть множество различных категорий где работать выгодно и те, в которых работать не выгодно.

Сразу запомните: **МЫ НЕ РАБОТАЕМ** в:

- Юморе
- Порно
- Кино
- Музыка
- Узких тематиках (в стиле Рукоделия, Религии и так далее).

Почему так? Нужно понимать, что ваш доход напрямую зависит от уровня аудитории и ее платежеспособности.

Юмор – это низкий доход и не очень лояльная публика, готовая отписаться в любой момент. Я имею в виду обезличенный юмор – обычный набор забавных картинок, анекдотов, мемов. Сюда же: гифки, видео, смешнявочки и прочая ерунда, ничего общего с

заработком не имеющая.
То же касается и порно-тематики.



Фильмы и сериалы? Как показывает практика, людям легче найти это в гугле, чем здесь, поэтому рынок этих тем не очень изобилует доходами.

В музыке вовлечение больше, есть боты для поиска нужной песни/трека. Но часто рекламу в них не выложишь – будут отписки (для ботов кнопка – «остановить и удалить бот»). Да и посмотрится она весьма неорганично.

Узкие тематики в принципе имеют мало подписчиков по всему Телеграму. Соответственно, вам просто не на чём будет зарабатывать, если аудитория – пару тысяч человек максимум.

Все остальные тематики так или иначе вам подходят.

Опять же. Нужно понимать, что чем выше качество аудитории, тем сложнее устроен внутренний рынок тематики.

Поэтому я не советую сразу нырять в темы бизнеса, криптовалют, маркетинга и т.д.

Если разбираетесь – пожалуйста. Но если так-сяк, лучше выбирайте что-то среднее и всеми любимое.

Поиск канала	Подписчики	Прирост	Суммарный охват	Охват 1 поста	ERR %	ИЦ
Excel Hacks AAAAAESVUyAP-URKedPIA Образование	244.8k	-659	132.1k +28.8%	34.2k	14.0%	351.1
SHAREWOOD AAAAAEnKk-1600Zm140	193k	-115	78.5k +10.7%	29.2k	15.1%	265.1

3) Чтобы легче было продавать рекламу, нужно устроиться работать в канал который в данный период времени закупается рекламой. Такие каналы лучше привлекают рекламодателей, нежели каналы без закупок. Для этого отфильтруйте каналы по приросту, выбрав во вкладке "ПЕРИОД" за 7 дней, далее ниже поставьте фильтрацию по "Приросту". Сайт покажет вам каналы которые больше всех привлекли аудитории за 7 дней.

The screenshot shows the Telegram Analytics interface. At the top, there are filters for country (Russia), language (Russian), and category (Education). Below these are three promotional boxes for TGStat Bot, TGAlerBot, and Telegram Analytics. A table lists channels with the following data:

Поиск канала	Подписчики	Прирост	Суммарный охват	Охват 1 поста	ERR %	ИЦ
SkillGet Учись онлайн AAAAAFASQIU4tgrLhml7Q Образование	46.6k	+3.3k	279k +9.8%	14.5k	31.1%	80.86
EduGo AAAAAFK33_SmbuquIU-Q Образование	12.4k	+3.2k	192.3k +62.7%	6.1k	49.4%	32.37
Лекторий	30.6k	+2.8k	302.5k +22.3%	9.7k	31.5%	17.49

4) Устройтесь рекламным менеджером в один из этих (найденных) каналов. Познакомьтесь с админом, предложите ему свою помощь за процент от продажи.

Не пишите шаблонными фразами: «Здравствуйте, интересуетесь ли вы...», «Привет, хочу предложить вам...» и так далее. Админы (особенно крупных и развивающихся каналов) получают такие сообщения пачками, по 50 штук в день. Естественно они их не читают. Постарайтесь придумать оригинальное обращение, или хотя бы не предлагайте свои услуги «влоб». Не занимайтесь СПАМОМ, общайтесь человечно. Пишите будто вы говорите с хорошим знакомым, вашим ровесником. Здесь именно такие правила, не нужно быть слишком официальным.

Сообщения в стиле: *"Добрый день, мистер администратор канала, я хотел бы предложить вам свои услуги, вот моё резюме, портфолио, монокль и пафосные усы..."* воспринимаются как минимум смешно. Будьте проще.

Большинство админов в Телеграм – это молодые люди до 30 лет. А значит и общение здесь максимально простое, неформальное.

Важно: после приобретения минимального опыта, сразу скидывайте скрин (или ссылку) с результатами вашей работы – приходом подписчиков на канал, на котором работали, количеством продаж рекламы, регулярностью закупок. Нужно просто и кратко отметить все преимущества работы с вами, подчеркнуть свою экспертность и опыт. Это лучший тип резюме – без воды и по делу.



На начальном этапе в резюме нужно написать:

- как вы продаете рекламу и почему у вас ее берут (кратко, без лишних слов)
- сколько клиентов вы можете привлекать (т. е. показать что вы работаете постоянно, регулярно генерируя поток клиентов на канал)

Запомните: даже если у вас нет опыта – не беда. Главное показать, что вы разбираетесь в теме, что будете полезны, а не просто тратите время админа.

Повторим еще раз – любой админ согласится работать с хорошим рекламщиком, так как он в любом случае ничего не теряет. Будет поток клиентов – отлично, заработает денег и вам заплатит процент. Нет - не беда, ничем не рискует. Но старайтесь все таки постоянно давать клиентов, так как от этого зависит ваша репутация как рекламного менеджера. Ну и заработок конечно тоже зависит)

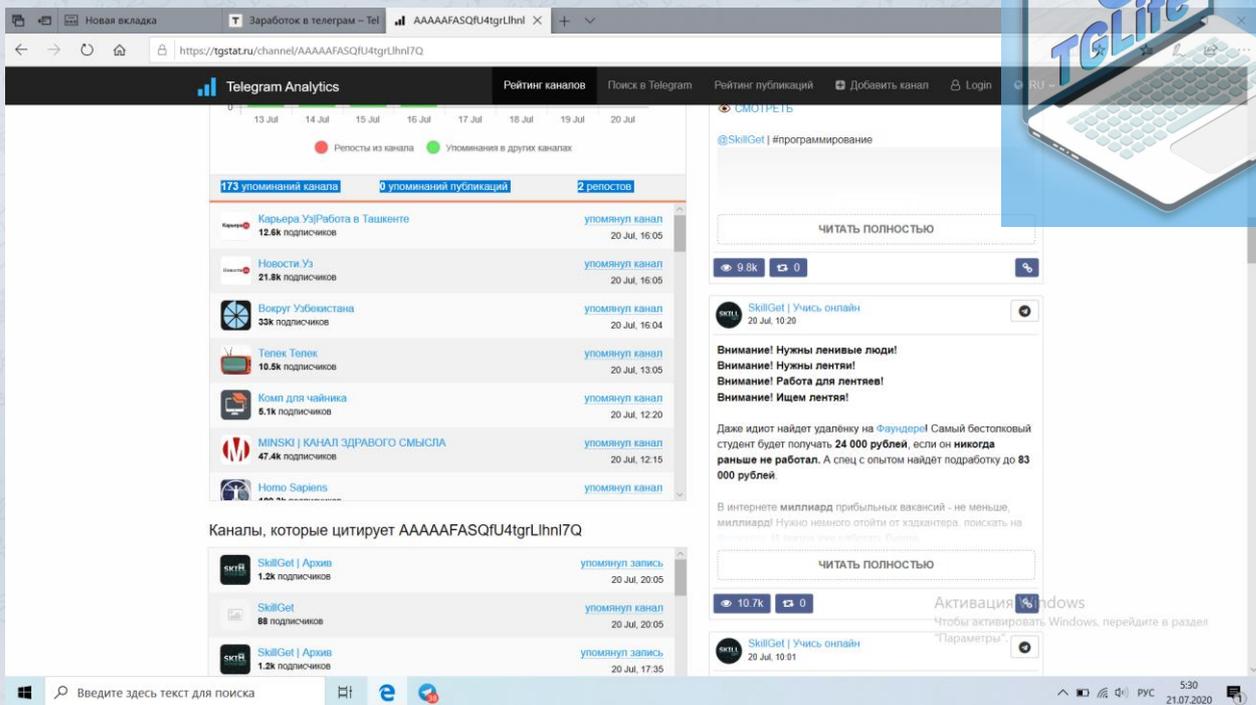
5) Условия работы: в среднем менеджер получает 10-20% от проданной рекламы.

Пример: если вы продадите рекламу, которая стоит 10 000 рублей, за эту сделку вы получите от 1 000 до 2 000 рублей. В ваших интересах продавать как можно больше, так что стоит прокачать навыки продаж и общения с клиентами.

6) После первых продаж попросите, чтобы админ добавил вас в описание канала, чтобы клиенты не считали вас мошенником.

Как найти клиента которому вы продадите рекламу?

- 1) По той же схеме, что и выше вам нужно будет открыть tgstat.ru и выбрать тематику такую же или схожую с той, в которой вы устроились работать.
- 2) Нужно четко понимать, кому выгодно купить у вас рекламу, а кому нет, чтобы не тратить время на пустые диалоги. Потерянные 5 минут с одним человеком, могут стоить сделки по рекламе с другим. Относитесь к своему времени уважительно - не тратьте впустую.
- 3) Отфильтруйте каналы по приросту за текущий месяц. По порядку заходите на каналы и проверяйте, не покупал ли админ рекламу в вашем канале. Посмотреть это можно, пролистав вниз к разделу **Упоминания канала**.



4) Если там нет этого канала, напишите админу с предложением о покупке рекламы у вас. **Еще раз, это очень важно:** предложение не должно выглядеть как СПАМ, вы должны заинтересовать клиента, привести веские доводы и аргументы почему именно у вас он должен купить рекламу. Опишите все преимущества, все плюсы характеристик вашего канала (охват, кол-во подписчиков и т.д.) Отнеситесь к этому моменту с большой ответственностью.

Вот наш топ фраз, с которых лучше начинать общение с админом:

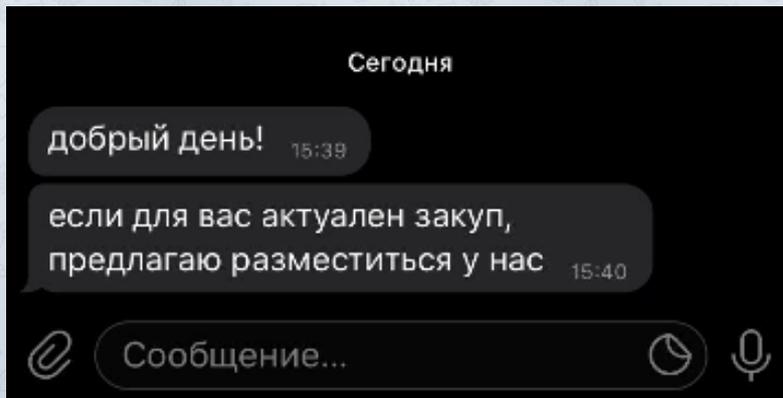
- *Приветствую. Вижу, вы развиваете свой канал.*
- *День добрый. Не хотите увеличить аудиторию вашего канала?*
- *Здравствуйте, у вас отличный рекламный пост (даете ссылку на пост, который видели. Потом предлагаете разместить его у вас).*
- *Здравствуйте. Подскажите, сколько подписчиков пришло вам с размещения в канале (даете ссылку на канал, где видели размещение. Потом предлагаете разместиться у вас, аргументируя лучшим приходом аудитории)*

Заметьте – ни одной прямой фразы про покупку рекламы (по крайней мере в первых сообщениях). Старайтесь не навязывать свои услуги, а предлагать выгодную сделку. Иначе отвечать будут редко.

5) Если клиента заинтересовало ваше предложение, согласуйте свободные даты с владельцем канала где вы работаете, попросите реквизиты и вышлите их покупателю. После оплаты получите свой процент за сделку и будет вам счастье.

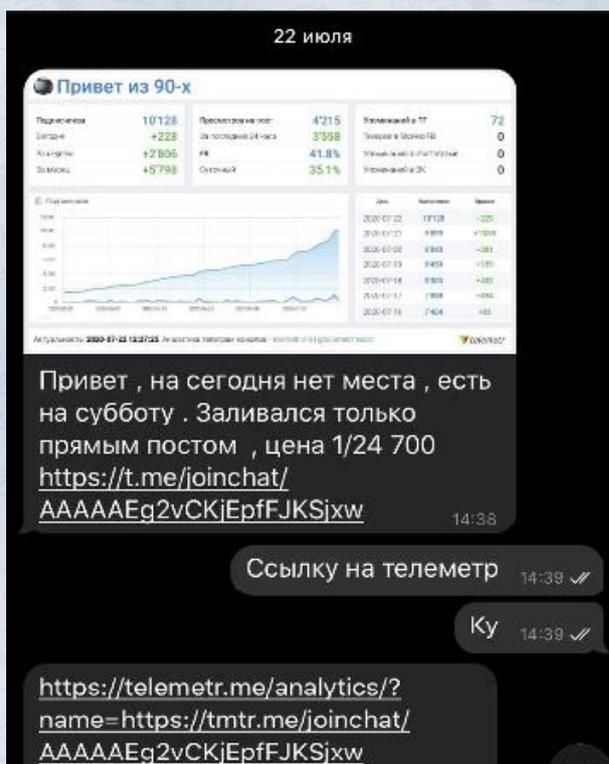


Живой пример, как НЕ нужно писать:



Сухо, не информативно, без ссылки на канал. Такое предложение не цепляет, его будут рассматривать только в самом крайнем случае. Пустая трата букв.

А вот хороший пример:



Здесь явно видно опытного рекламщика.

Во-первых, сразу прикреплена статистика канала – не нужно никуда переходить, искать и анализировать. То есть, клиент может оценить выгоду от покупки сразу после первого вашего сообщения.

На примере выше видно, что канал на закупках (сам активно рекламируется). А значит реклама в нем сработает хорошо, так как больше людей увидит ваш пост.

Во-вторых, указана актуальная цена и свободная для размещения дата. Ну и ссылка на

канал для ознакомления. Вроде тоже кратко, но по делу и без глупых вопросов и комментариев.
Так получится продавать лучше всего.



Как делать повторные продажи

Важный нюанс, о котором многие забывают. Бывает такое, что у вас «горят» места под размещение. То есть на канале, скажем, 2 места на сегодняшний день, а у вас получилось продать только одно. Что делать?

Конечно же предлагать размещение со скидкой! Только сначала обсудите это с админом, чтоб не возникло разногласий. Причем часто более выгодно получается предлагать такое размещение уже проверенным клиентам. Они работали с вами, знают плюсы покупки у вас (если им пришлось много подписчиков). И отвечают такие админы, как правило, быстрее – что очень важно когда у вас горит место.

Еще пару слов о повторных продажах. Случается, что админ которому вы предлагаете закупиться, уже купил рекламу на ближайшее время. Не беда – запишите его контакт и время последнего купленного размещения. После него он, скорее всего, будет закупать еще – а вы как раз предложите свои услуги. По такой схеме можно действовать много раз с одним человеком: главное не терять контакт и следить за его каналом.

Вы даже можете обсудить с админом своего канала-рекламодателя систему скидок для тех, кто покупает рекламу во второй, третий и далее разы. Часто это дает вам большое преимущество, становится решающим при выборе места клиентом – когда бюджет поджимает.

Как принимать оплату

Для оплат клиентов вам нужно будет скидывать реквизиты админа, у которого вы работаете: обычно у них уже все готово на этот счет. Как правило, это счета Тинькофф/Сбер, Яндекс, Киви и иногда PayPal.

Для получения процентов с продаж, вам нужно будет оформить свои реквизиты. В принципе, это очень просто сделать в любой платежной системе. Здесь мы расскажем, как зарегистрировать счета Яндекс.Деньги и Киви.

Яндекс

Создание кошелька займет буквально несколько минут:

1. После перехода по ссылке money.yandex.ru нажмите "Создать кошелек".
2. Придумайте логин или используйте логин на Яндексе, который у вас уже есть.
3. Еще можно зарегистрироваться через социальные сети – просто выберите этот способ в «Способах регистрации».

4. Сразу после открытия кошелька у него будет **Анонимный статус** — платежи только в российские магазины и в кошельке может быть не больше 15 000 рублей.

Для переводов на карты и в другие кошельки нужно повысить статус — этого требует закон.

Граждане России могут получить Именной статус, заполнив данные своего паспорта в анкете на сайте.

Граждане других стран могут пройти идентификацию, есть варианты сделать это онлайн. После повышения статуса будут доступны платежи по всему миру.

Киви

С Киви все еще проще:

Зарегистрировать QIWI Кошелек можно плюс-минус за 1 минуту на сайте, в приложении или в QIWI Терминале. Пишите номер своего мобильного телефона и получаете SMS с паролем для входа в кошелек.

Полный функционал получаете тоже не сразу, но процесс подтверждения личности там не сложнее чем в Яндексе.

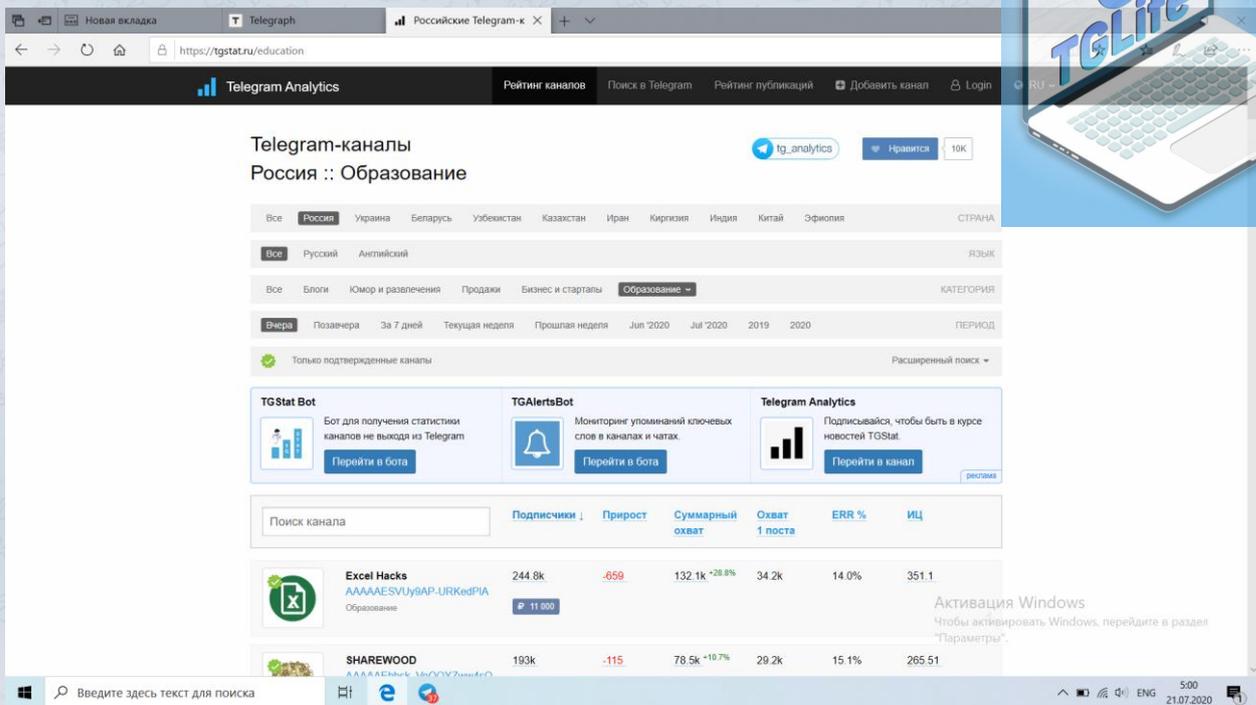
Контент-менеджер

Вам нужно будет писать посты для каналов.

Если вы творческий человек, очень хорошо разбираетесь в какой то определенной тематике, или у вас просто много свободного времени и вы любите писать - работа контент-менеджером специально для вас.

- 1) На сайте tgstat.ru в разделе "КАТЕГОРИЯ" выберите тематику в которой вам хотелось бы писать посты.





The screenshot shows the Telegram Analytics website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Telegram Analytics', 'Рейтинг каналов', 'Поиск в Telegram', 'Рейтинг публикаций', 'Добавить канал', and 'Login'. The main heading is 'Telegram-каналы Россия :: Образование'. Below this, there are filters for 'Страна' (Russia), 'Язык' (Russian), and 'Категория' (Education). A table lists channel statistics:

Channel Name	Subscribers	Change	Summary Reach	Posts	ERR %	IC	
Excel Hacks	244.8k	-.659	132.1k	+28.8%	34.2k	14.0%	351.1
SHAREWOOD	193k	-.115	78.5k	+10.7%	29.2k	15.1%	265.51



2) Выберите канал который вам понравился, напишите владельцу канала с предложением о помощи в написании контента, предложите свои варианты постов как вы могли бы улучшить контент канала и чем могли быть полезным.

Не нужно сходу предлагать свои услуги, заинтересуйте админа до того как предложите себя в роли менеджера.

Повторяю еще раз: не спамьте и не пишите однообразную муть.

3) [Яндекс Спеллер](#) – с помощью этого сервиса вы можете проверять свои посты на грамматику.

4) В среднем контент-мейкеры платят от **50р за пост**. Устроиться можно во столько каналов, на сколько у вас будет хватать времени для написания постов.

Как писать тексты?

В основном этот навык приобретается «в бою». То есть простой монотонной наработкой, постоянным и постепенным улучшением уже существующего стиля письма. Однако, если вы совсем ноль, не знаете о чем и как писать (да, нужно нажимать кнопки на клавиатуре) - определенной базе все же придется обучиться.

Пять правил написания текстов

Эти правила – азы написания хороших текстов, внимательно прочитайте и запомните их. Да, вы не заработаете миллион чистыми после их прочтения, но это золотая основа вашего стабильного заработка в будущем.



1. **Четко прописывайте цели ваших текстов.** Лучше всего, когда в одном тексте вы концентрируетесь на одной мысли, подводите читателя к конкретному действию. Например, если это продающий текст – читатель должен принять решение купить ваш товар. Если рекламный пост – подписаться на канал. Если обычный пост с реакциями – поставить реакцию.

Не ставьте себе искусственных рамок, но четко планируйте как текст должен работать.

2. **Прочитайте вслух** свое «детище» и оцените, насколько легко это сделать. Слова вроде «защищающихся» и т. д. лучше избегать – с ними текст кажется сложным и трудно воспринимается. Вообще, основная моя мысль здесь – пишите как можно проще, будьте ближе к читателю и не пользуйтесь малоизвестными терминами. Но «проще» – это приятнее для восприятия, а не «ух ты, смари суда, агугугу».

Помните: качество на первом месте.

3. **Конкретизируйте.** НЕ нужно использовать общие фразы, в стиле : «топовый контент», «очень полезный канал», «уникальный стиль». Это уже достало всех и лишь отталкивает читателя. Да и к тому же, совсем непонятно что именно имеется ввиду. «Уникальный стиль» - это какой, единственный во всем мире? А «очень полезный» - это для кого именно? Пользуйтесь словами с одним точным значением, не расплывайтесь.

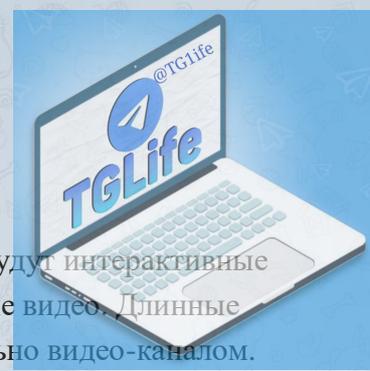
4. Подождите некоторое время после написания текста, **не публикуйте сразу.** Пойдет паратройка часов и вы незамыленным глазом увидите ошибки, возможно – неточности в формулировке мыслей или общей структуре написанного. В идеале – публикуйте на следующий день, со свежей головой оценив качество своих трудов.

5. Ваш **незаменимый инструмент** при работе с буквами – **сокращение.** Без тени сожалений убирайте все что не ведет читателя к действию, или не относится к основной (либо сопутствующей, второстепенной – но связанной общим контекстом) идее вашего текста. Согласитесь, не очень интересно потреблять «водянистую воду», обезличенную и без конкретной заложенной внутри идеи. Весь интернет полон статьями-пустышками, сделанными лишь под лимиты знаков и не несущими никакой пользы.

Не делайте так.

6. **Не показывайте текст друзьям и близким,** если не уверены в их положительной реакции. Будьте честны с собой: если вам нужна поддержка, просите именно о ней, а не об оценке сделанного или совете. Очень часто даже самая невинная критика губит на корню великие идеи. Берегите их, не позволяйте кому-то критиковать ваш труд. Если готовы увидеть ошибки – вперед. Но обычно это ощущение приходит далеко не в начале профессионального развития. Иначе никто ничего так бы и не сделал – слишком много ошибок допускают новички.

А вообще, лучшим вашим советчиком, так или иначе, со временем станет приобретенный опыт.



Откуда брать медиа-контент

Кроме текстов, важным элементом создания контента на канале есть и будут интерактивные материалы (то, на чем глаз и мозг отдыхают) – картинки, гифки, короткие видео. Длинные видео размещать не стоит, разве только если вы работаете с исключительно видео-каналом. Вообще старайтесь соблюдать баланс между текстовым и графическим содержанием постов – чтобы смотрелось органично и было легко читать канал.

Где брать картинки и гифки?

В Гугле конечно! Тем более, если вам нужна какая-то популярная гифка-отрывок из фильма. Их наклепали огромное количество, так что найти нужную гифку – часто вопрос пары минут и нескольких запросов в поиске.

Если хотите найти что-то тематическое, вот наш список сервисов с таким контентом:

giphy.com – простой и понятный функционал. Выбрали категорию и нашли нужную гифку.

hulu.com – сервис с фото и скринами, преимущественно из американских сериалов. Нужна регистрация, но она несложная. Есть также платная версия.

reactiongifs.com – смешные гифки, иногда со словами. Подойдут «на случай важных переговоров», или чтоб подчеркнуть основную мысль/фразу в посте.

Про мобильные видео редакторы мы уже писали в чек-листе «Как наполнить канал контентом». Если кратко:

(Для Андроид)

Редактор видео и монтажа от InShot Inc. - с интерфейсом легко разобраться, минимум лишних функций. Без водяных знаков и прочей ерунды, есть много фильтров.

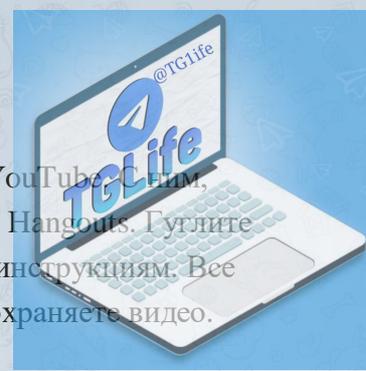
VivaCut – тоже хорош для простейшей обработки, но полный функционал доступен только по платной подписке.

(Для Apple)

VN Видео редактор – много переходов и видео обрабатывается быстро. Из обычных мобильных приложений для обработки – самое то, так как почти не лагает (даже при больших размерах видео) и весит относительно немного.

В принципе, найти простенький редактор и обработать видео не составит большого труда.

Но что делать, если вам нужна гифка, а в свободном доступе ее нет? Или если это какой-то специфический фрагмент видео, который вам нужно прикрепить к посту?



Проблема решается легко и просто: достаточно пользоваться сервисом YouTube. С ним, думаю, все знакомы. Если работаете с компьютера – используйте Google Hangouts. Гуглите «Как записать видео с Youtube с помощью Google Hangouts» и следуйте инструкциям. Все банально и очень просто – заходите в аккаунт, начинаете трансляцию, сохраняете видео. Дело 5-10 минут.

Далее вам нужно преобразовать ваше короткое видео в гиф. Для этого рекомендуем воспользоваться сайтами img2go.com или convertio.co – быстро и без лишних заморочек. Тут же вы можете выбрать качество изображения (от чего будет зависеть размер гиф-файла) и разрешение (размер картинки) гифки.

С поиском медиа для постов разобрались. Теперь о тексте:

Источники текстового контента

Писать тексты с нуля – работа не для каждого. Нужно уметь грамотно выстроить структуру, подвести читателя к определенной мысли. Да и банально – строчить километровые полотна из букв не всем придется по душе. Что делать? Искать готовые материалы.

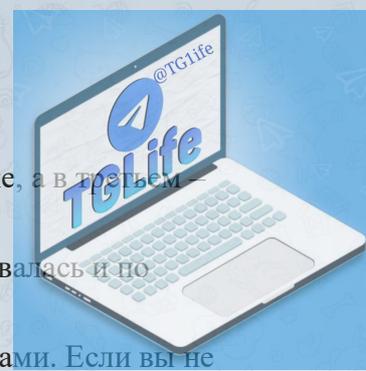
Во-первых, не нужно воспринимать это как воровство. Если говорить о реально уникальных сферах и материалах – да, так поступать не стоит.

Но будем честны: практически обо всем уже сказано и рассказано за нас другими людьми, часто более компетентными. Это ведь не повод не пользоваться информацией, правда? Особенно если учесть, что чем больше людей узнают что-то – тем больше это «что-то» принесет пользы.

Так что смело ищите и используйте нужную вам информацию. Тем более, что в Телеграме практически нет понятия авторского права – даже за Ctrl + C - Ctrl+V вас никто не оштрафует.

Но всё-таки, старайтесь не копировать тексты в слепую. Это может быть не выгодно по нескольким причинам:

1. Подписчики вас раскусят и разбегутся. Особенно если вы берете не стилем и интересной подачей, а «уникальностью» материалов – может случиться что подлог станет очевидным и вас перестанут читать. Такое часто случается, если постоянно копировать текст из первых результатов в поиске.
2. Вы не сможете продолжать наполнять канал, если источник текста иссякнет или потеряется. Когда статьи на первых трех-четырех сайтах заканчиваются, а вы не в состоянии сочинить и пары постов - плохо дело. Нужно уметь хоть иногда добавит «от себя».
3. Вы не оформите канал в определенном стиле, что очень важно для читабельности. О каком интересе со стороны подписчиков может идти речь, если вы в одном посте



шутите, в другом – сухим академическим языком говорите о науке, а в третьем – льете воду и рассуждаете на неопределенные темы?

Позаботьтесь хотя бы о том, чтобы найденная информация стыковалась и по содержанию, и по формату подачи.

4. Вам будет трудно давать обратную связь и общаться с подписчиками. Если вы не принимаете хотя бы минимального участия в создании текстов, вам будет трудно отвечать на вопросы подписчиков и продавать свои инфопродукты (или продукты админа, у которого вы работаете контентщиком). Просто потому что вы не в курсе, о чем большинство постов на канале.

Так где же брать тексты? Зависит от вашей тематики. Согласитесь, нет смысла описывать все возможные сайты и ресурсы, когда в Телеграме десятки и сотни тематик ведения каналов.

Руководствуйтесь этими правилами:

1. Не берите тексты только с первых результатов поиска.
2. Создайте резерв информации, чтобы продолжать выкладывать посты, если найденный ресурс исчерпал себя.
3. Старайтесь оформлять текст под канал, следите за контекстом. В материалах могут быть ссылки/упоминания, наличие которых вам совсем не нужно.
4. Берите информацию с более-менее качественных сайтов. То есть, не рекламных помоек с 20+ всплывающими окнами и кучей баннеров – качество текстов там соответствующее.

Контент-план

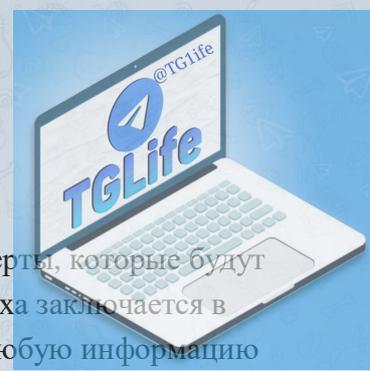
Нужен ли вам контент-план? Единого мнения среди админской тусовки нет. Одни говорят, что это удобно, дисциплинирует и упорядочивает работу. Другие – что накладывает лишние рамки на творчество.

Советую делать что-то наподобие гибкого плана, когда вы не привязаны к конкретному времени или теме, но примерно понимаете, куда нужно двигаться в создании контента.

Кстати, попробуйте выпускать материалы по определенным рубрикам: обзор, заметка, длиннопост и т. д. Они не должны выходить слишком часто, но поймите: чем меньше мысль и материал, тем чаще нужно выпускать эту рубрику.

Скажем, интервью, которые вы берете у актеров, писателей и других интересных личностей можно публиковать раз в две недели или даже раз в месяц (ха, если вы - Юрий Дудь). Простые заметки можно публиковать по нескольку раз в день, особенно если канал активно продает рекламу (то есть, публиковать чаще неё).

Ведь люди подписываются на контент, им нужно получать пользу от вашего канала. Иначе – отписки, падение охватов



Ваш собственный стиль

В Телеграме, как и везде, в первую очередь важна ваша уникальность, черты, которые будут выделять вас из серой массы таких же. В большинстве случаев суть успеха заключается в оригинальной подаче. Скорее даже **именно** в ней, так как практически любую информацию можно найти в свободном доступе.

Вы можете быть добрым, вежливым и с уважением относиться ко всему - и это отлично. Если только вы делаете так не ради аудитории и ее лояльности, а потому что сами так живете и общаетесь.

Можете спорить, напирать, конфликтовать и действовать не по правилам - главное будьте собой.

Никогда прогибание под аудиторию не приносило больших денег и успеха. В большинстве своем, такие авторы/блогеры быстро теряют интерес к делу, постепенно проваливаясь в тень.

Не изменяйте себе, пишите как считаете нужным. Хотите материться - окей, хотите - быть позитивным и добрым - тоже нормально. Но не лукавьте, подписчики очень остро ощущают фальшь.

Правда есть ниши, где особенная оригинальность не нужна.

К примеру, каналы с дешевыми турами «в Египет» или еще куда-то. Или со скидками на сезонные товары и распродажами.

Если каждый раз добавлять пару слов «от себя» к каждому посту, это не добавит ценности каналу. Подписывались на него ради другого - ради возможности «ловить» доступные туры или скидки. Поэтому здесь лучше публиковать только сухие данные: даты вылета, страна и город, какая гостиница, включены ли питание и трансфер из аэропорта, стоимость - вот и все.

Но, если вы писатель, журналист, или дизайнер по типу Лебедева - вырабатывайте собственный стиль. К вам будут идти именно за подачей, не за информацией как таковой.

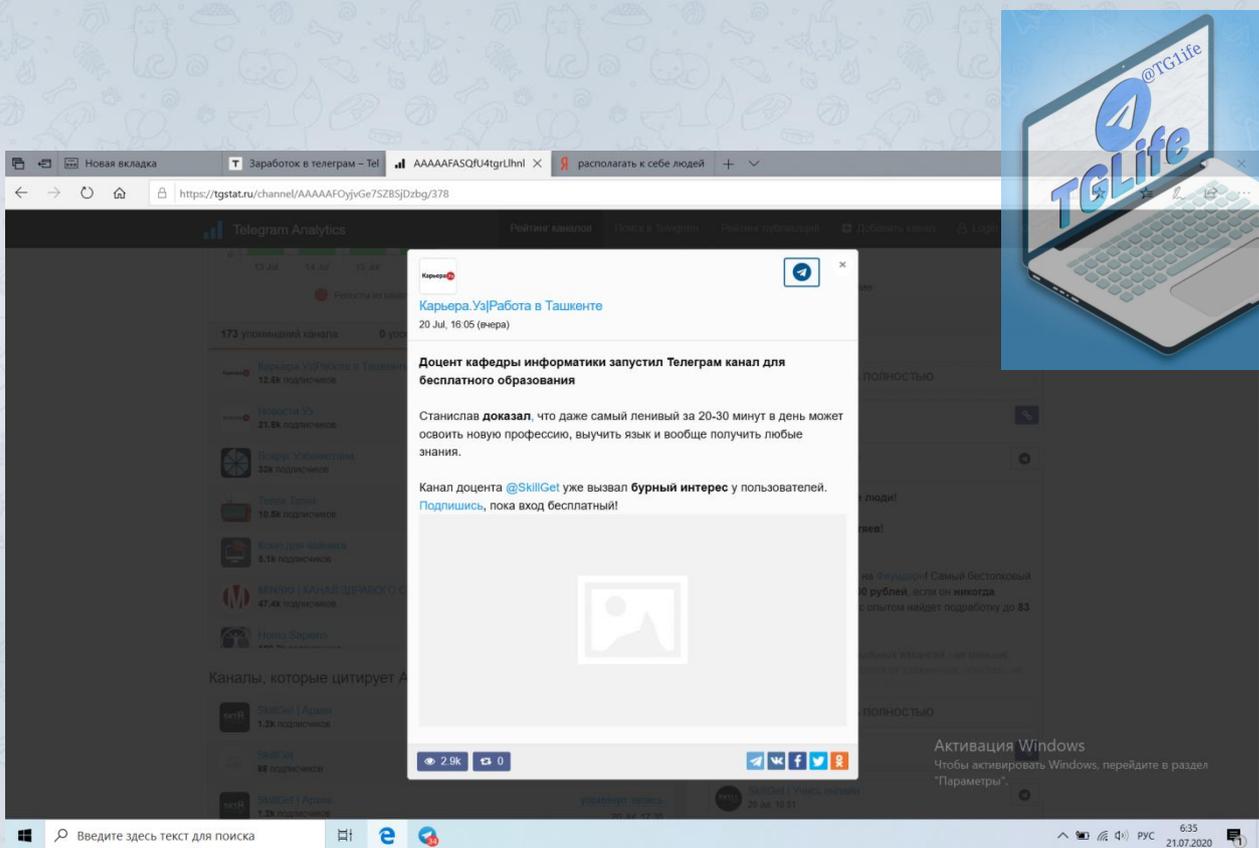
Написание рекламных постов

Вы будете писать рекламные посты для канала и продавать их.

Здесь просто генерировать контент недостаточно - нужно уметь завлечь человека, желательно в нескольких предложениях, без сильных выкрутасов и танцев с бубном.

Схема действий проста, как и в предыдущих нишах:

- 1) На сайте tgstat.ru выберите канал, который в данный момент очень хорошо закупается. Как это сделать я писал выше.
- 2) Оцените его рекламный пост, в разделе **Упоминания канала**, нажмите на **упомянул канал**, откроется рекламный пост, которым рекламируется выбранный вами канал.



3) Если вы считаете, что можете написать рекламный пост с большим привлечением подписчиков – напишите админу. Сработает – деньги ваши.

Рекламные посты

Пост-гифка/картинка + короткая подпись

Завлекающая картинка или гифка вместе с интригующей подписью. Иногда работает хорошо, иногда – совсем не работает. Зависит от умения подобрать привлекающую анимацию и заинтриговать в одном предложении. Обычно – самый простой и банальный вид рекламного поста.

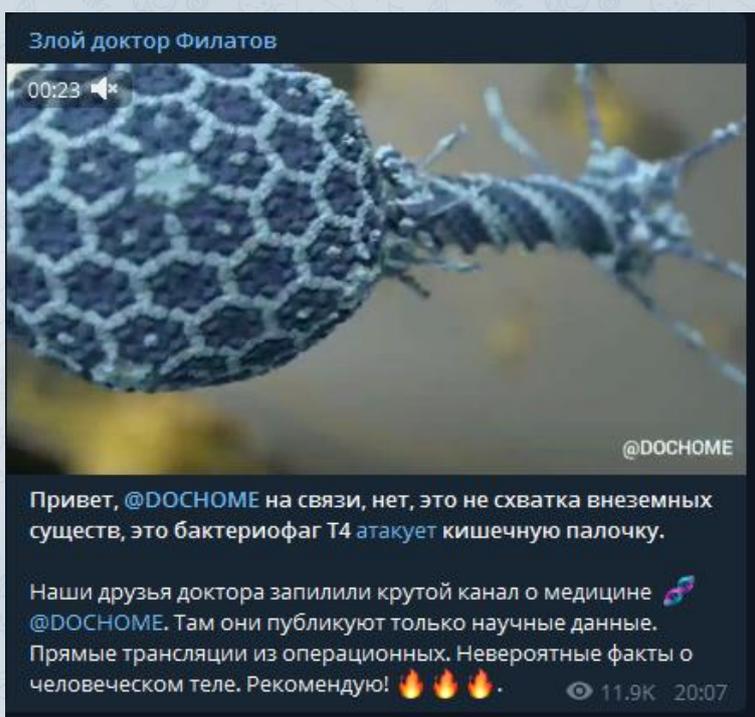
Пример такого поста ниже:



Пост-визитная карточка/прямой пост - то, что вы будете писать.

Вы просто рассказываете о своем канале двумя-тремя предложениями: как вы называетесь, что публикуете, почему на вас стоит подписаться – и пару раз даете ссылку. Минусы – пользователь сразу понимает, что перед ним реклама. Плюсы – качественно написанный текст в таком посте легко воспринимается, завлекает и сразу дает немного пользы читателю. А потому – работает хорошо. Можно добавить видео или гифку для большего вовлечения.

Пример такой рекламы:





И еще хорошие примеры:

50,000

Литература

25'236 | на пост: 6'063 | ER: 24%

Публикации Упоминания

5'388

2020-05-11 14:11:00

Превратить свой мозг в машину за пару недель!

Международный проект [Boost Brain](#) с форсированным развитием:

- Скорочтения до 10 страниц в минуту!
- Мнемотехнической памяти с чертогами Шерлока Холмса!
- Скорости мышления и логики проф. гроссмейстера!

Превращай людей в пыль своим интеллектом – [@boost_brain](#)

0:00

Анатомический театр

281'664 | на пост: 50'766 | ER: 18%

Публикации Упоминания

31'333

2019-12-03 16:11:14

Пока ты сидишь на парах или на скучной работе, вот так проходят пары с молодым профессором физики из МГУ.

Кстати, этот человек буквально стал звездой Телеграм за последние пару недель, так как каждый день проводит по-настоящему бешеные эксперименты и выкладывает видео на своем канале, доказывая, что физика может быть интересной и простой наукой, если правильно подходить к её изучению.

- Попытки потопить наковальню в ртути.
- Реакция жидкого азота с температурой $-195,75^{\circ}\text{C}$ на кипятке.
- Расплавленная сталь голыми руками и простое, но интересное объяснение физики.

Подписывайтесь - [@fizika_prosto](#)

ВИДЕО/ГИФКА, 5 СЕК, DASH_480.MP4

Пост-загадка – картинка с загадкой, ребусом или логической задачей, ответ на которую доступен в канале. Раньше ссылка на ответ вела в закрытый канал (чтобы зайти, нужно

Пример такого поста:



Блог врача

55'995 | на пост: 12'923 | ER: 23.1%

8'096

2020-09-29 19:05:07

Культ коня. Обряд о котором мечтала каждая женщина Греции.

В Греции конь считался священным животным, женщины проходили этот обряд перед бракосочетанием. Умельцы возводили скульптуру лошади, со специальной 'ячейкой' куда помещали женщину в соответствующей позе, а заднюю часть скульптуры смазывали выделениями кобылы. Затем греки приводили живого коня, он возбуждался от запахов выделений и... [Читать далее](#)



[Читать продолжение...](#) [См. 7 Фото](#)

True Crime

40'004 | на пост: 7'007 | ER: 17.5%

4'647

2020-09-29 18:17:00

В США обнаружили путешественника во времени, который заявил, что прожил три месяца в 2169 году.

64-летний Джек Родсон заявил, что является бывшим участником эксперимента «Спэйстайм», целью которого было подтверждение или опровержение возможности путешествия во времени. Журналисты The New York Times взяли интервью у мужчины и пришли в замешательство. Джек подробно рассказал о последних важных событиях в мире, но также с уверенностью рассказал, что в ближайшее время в мире произойдет... [Читать продолжение...](#)



[Читать продолжение](#)



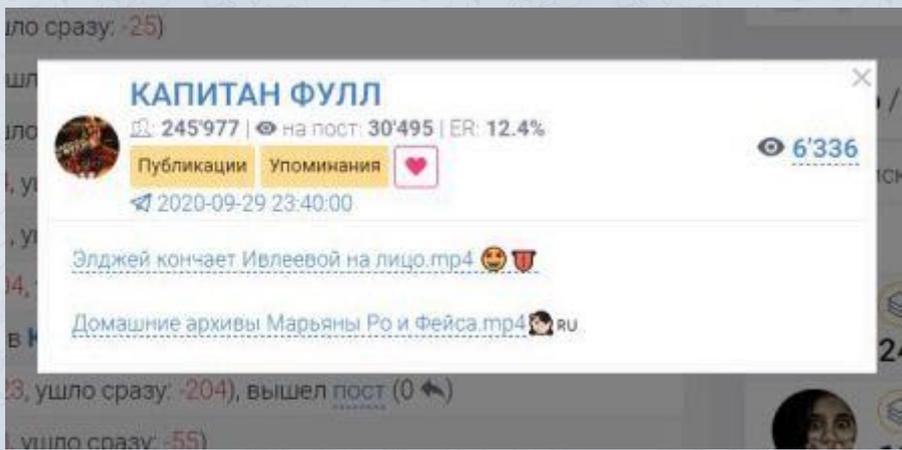
Пост-греш. Гифка /видео трешового содержания. Обычно это какие-то драки, разборки бандитов, задержания, убийства и тд. В каналах медицинской и познавательной тематики – гифки с операций, разрезания человеческого тела и прочее. Хорошо привлекает, если грамотно написан текст под гифкой и если тематика/события на гифке актуальны сейчас (пример: события в Беларуси, события в Армении). Нужно быть внимательным к размещению и использованию такой рекламы – она достаточно сильно выжигает аудиторию и быстро приедается.

Пример такого поста:



Как видим, способы завлечения подписчиков банальны и грубы: вымышленные или спорные факты + обрыв мысли на полуслове. Такое сильно выжигает аудиторию и редко работает хорошо.

А вот еще пример кликбейтного поста (когда под ссылкой на материалы на самом деле выдается ссылка на канал):



Зато следующий тип – работает просто отлично:

Нативный пост - если и придётся вам писать посты данной категории, то скорее на должности копирайтера. Однако, пару слов о них.

Пост на канале, который не выглядит как реклама, – часто самый эффективный формат. Подписчик поймет что перед ним, когда дойдет до ссылки на канал, но мысль у него должна быть примерно такая: «Черт, это же реклама, но все равно интересно». Достигается этот эффект двумя способами

Первый – редактор канала пишет, что сам читает вас и ему очень нравится. Подобные посты требуют тщательной подготовки, потому что в них нужно дать примеры ваших материалов, которые будут крючками («начните знакомство с каналом вот с этого поста»). Этот вид рекламных размещений потихоньку уходит в прошлое, так как обилие фраз «рекомендую» и «сам читаю» уже явно поднадоело всем. Все еще можно делать такие посты, если грамотно дать ссылки на полезные материалы и по полочкам разъяснить, в чем польза от рекламируемого канала.

Не «отличный канал, интересная инфа», а реальные, интересующие конкретную аудиторию вещи.

Вот примерно так:



Препоод от бога

Не считите за рекламу, просто хочу порекомендовать человека, который помог мне создать этот канал.

"Привет, меня зовут Мартенс!"

И я открою тебе небольшой секрет: Среднестатистический админ Телеграм-канала зарабатывает 5000 рублей в день. А это 150 тысяч в месяц.

В Телеграм я уже 3 года. За это время создал более 45 выгодных проектов, поэтому знаю что и как здесь устроено.

Поэтому мною принято решение провести бесплатную **ОНЛАЙН-ВСТРЕЧУ** со всеми, кто интересуется созданием Телеграм-канала и поделиться своим опытом!

Наша онлайн-беседа по заработку в Телеграм начнётся через пару дней.

Для участия просто переходите на мой **приватный канал** — https://t.me/joinchat/AAAAAETheSMS9Qh9CRT_Dw

От тебя ничего не требуется. Это совершенно **БЕСПЛАТНО**. Просто заходи на канал, выполняй задания, задавай мне вопросы.



Второй вариант нативного размещения – замаскировать рекламу под обычный пост на канале. Это все еще не массовый способ, однако практически самый выгодный. Причем как рекламируемому каналу (из-за притока лояльных подписчиков), так и каналу-площадке (из-за малого оттока аудитории).

Вот как делал я:

Подписывался на нужный мне канал, следил за частотой и временем выхода обновлений, отмечал количество платного контента. Обычно у серьезного ресурса есть свой почерк, более-менее узнаваемый стиль. Я просто копировал его, но с небольшими изменениями под свой канал и стиль подачи на нем. Начало и середина моей публикации – действительно полезные и выглядели как обычный пост. А ближе к концовке давал ссылку на свой канал, рассказывая, что ждет подписчиков. Таким образом я обходил рекламную слепоту и приток подписчиков был заметно выше, чем при других способах рекламы.

Как анализировать рекламные посты

Для этого воспользуйтесь [Телеметром](#). Об этом сервисе мы уже много раз говорили, он реально удобный и практически не имеет конкурентов. Вы можете посмотреть все упоминания и рекламные посты любого канала, посмотреть прирост подписчиков и многое другое.

Этот сервис платный, но окупает себя очень быстро, так как дает возможность быстро разобраться с каналами-ботоводами, некачественными постами и выжженной аудиторией.

И на него у нас тоже есть промокод Martens, который даст скидку в 15%. Так что пользуйтесь на здоровье!



Анализировать посты в Телеметре можно так:

1. Находите в поиске нужный канал.
2. Смотрите вкладку «Кто кого упоминал». Эта функция будет работать только с оплаченной подпиской на сервис.
3. Смотрите посты, которыми рекламировался канал, анализируете тип поста/содержимое.
4. В графике прироста подписчиков (на главной странице канала) смотрите, сколько аудитории присоединилось к каналу после выхода поста.

Важный момент: на хороший пост подписчик должен идти в среднем по 10, максимум 15р за человека. Дороже – значит пост плохо работает/аудитория не та.

По показателям просмотров: за первый час должно заходить 30% активной аудитории – это показатель хорошего канала для размещения.

Постепенно вы научитесь быстро анализировать качество рекламных постов, будете понимать, в какой тематике какой подход будет наиболее эффективным.

Помните: все приходит **только с опытом**. Нужны постоянные тренировки и погруженность в тему, чтобы хорошо научиться разбираться в постах, правильно выбирать каналы для их размещения. На работу каждого конкретного поста может влиять множество факторов – от времени публикации, до размера текста и картинки. Будете работать спустив рукава – будете и обжигаться на размещении постов, и терять клиентов по покупке рекламы. Телеграм – не способ заработать легкие деньги и жить припеваючи, ничего не делая. Это инструмент, эффективность которого зависит от вложенных усилий и времени. Трудитесь – и ваши старания окупятся с лихвой.

По способам заработка в Телеграме без вложений мы с вами разобрались.

Но это далеко не единственные способы доставания денег из этой площадки.

К примеру, есть еще классические продажи своего инфопродукта (через инфозапуски), продажи своего товара (если вы – компания\офлайн-бизнес), запуски каналов под рекламу и многое другое.

Так что не ограничивайте себя тремя направлениями, двигайтесь вперед!

Желаю удачи на просторах Телеграма.