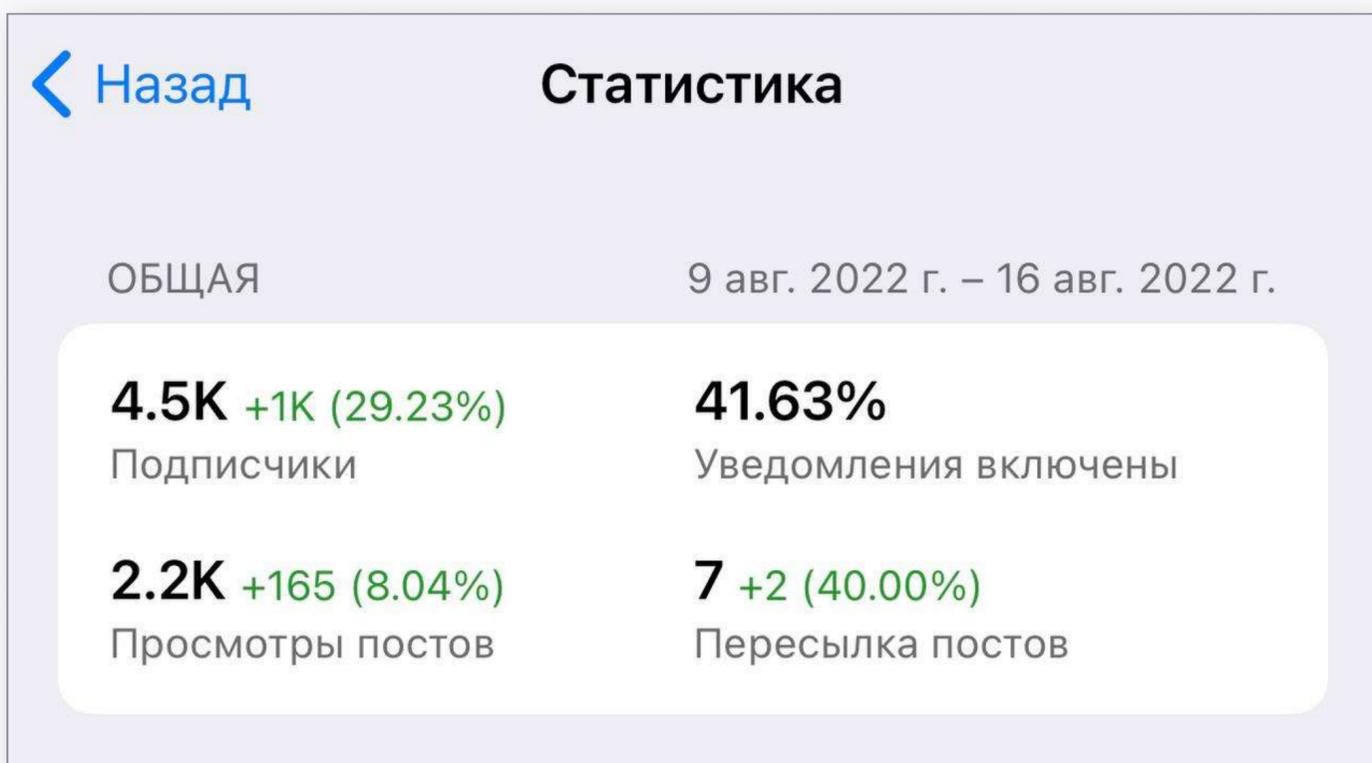


КАК ПРАВИЛЬНО АНАЛИЗИРОВАТЬ СТАТИСТИКУ ТЕЛЕГРАМ КАНАЛА



Верхняя часть статистики:

📍 Подписчики : как идёт прирост, подписки на канал- общие цифры.

Зачем: развивается ли канал, правильно ли вы выбрали стратегию.

📍 Просмотры: какое количество людей в среднем смотрит и читает ваш канал по отношению к общему числу подписок (можно примерно прикинуть, поделив подписчиков на число просмотров, получим примерный ER- вовлечённость).

Зачем: на сколько люди вовлечены в контент, все ли правильно вы определили в целевой аудитории и интересах.

📍 Уведомления включены: какое количество в % сейчас имеют включённые уведомления и с большей долей вероятности увидят вашу публикацию.

Зачем: ориентируемся при размещении рекламы / постов с привлечением к какой-то активности. Какая доля людей в целом (гипотетически) увидит это.

📍 Пересылка постов: на сколько активно люди делятся публикациями

Зачем: важен не только сам факт пересылок, но и дни, которые мы увидим далее, чтобы понять, какие типы постов нравятся.

Важно! Нравятся и покупают- не всегда стыкуется;) так что не пытайтесь угодить всем.

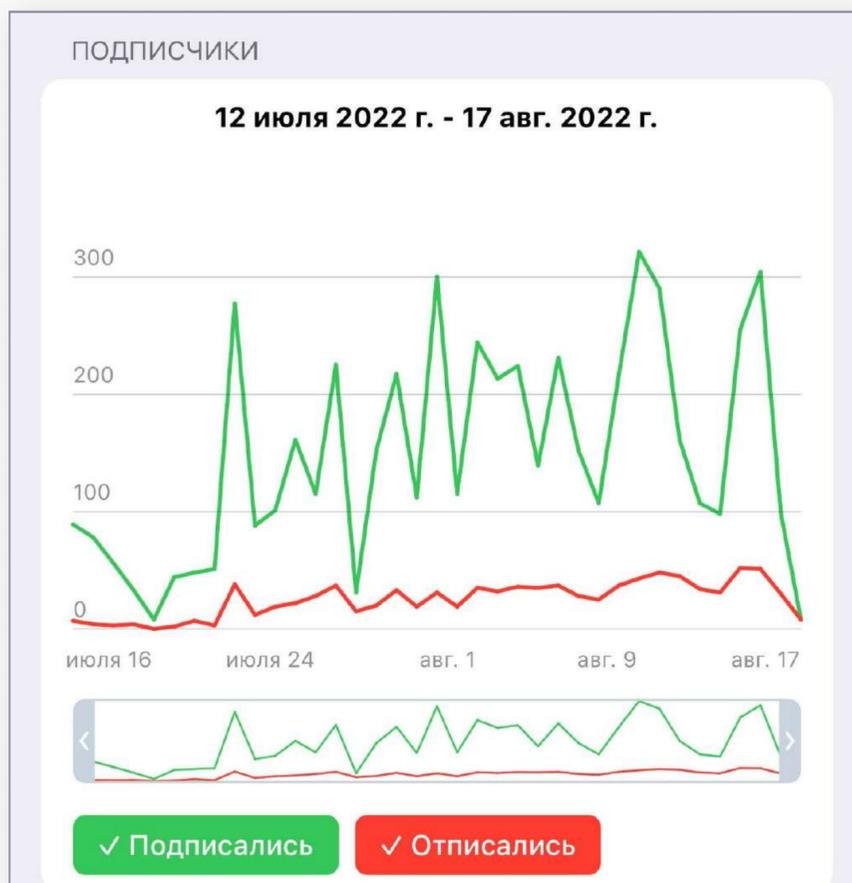


📍 Рост - общая динамика роста канала, нет ли резких скачков, провалов в росте.

С чем могут быть связаны перепады:

Канал перестал закупать рекламу- если спад

Канал дал хорошую рекламу и много вложил/ привлёк из других соц сетей читателей или (плохой вариант) накрутил подписки- если бурный рост



Подписчики:

Здесь нам важны 2 показателя: Подписки и Отписки

📌 **Подписки** - как работает реклама, какой с неё приход (либо не реклама, если вы ее не давали и тестируете ещё какой-то вариант привлечения)

📌 **Отписки** - здесь есть важные детали!

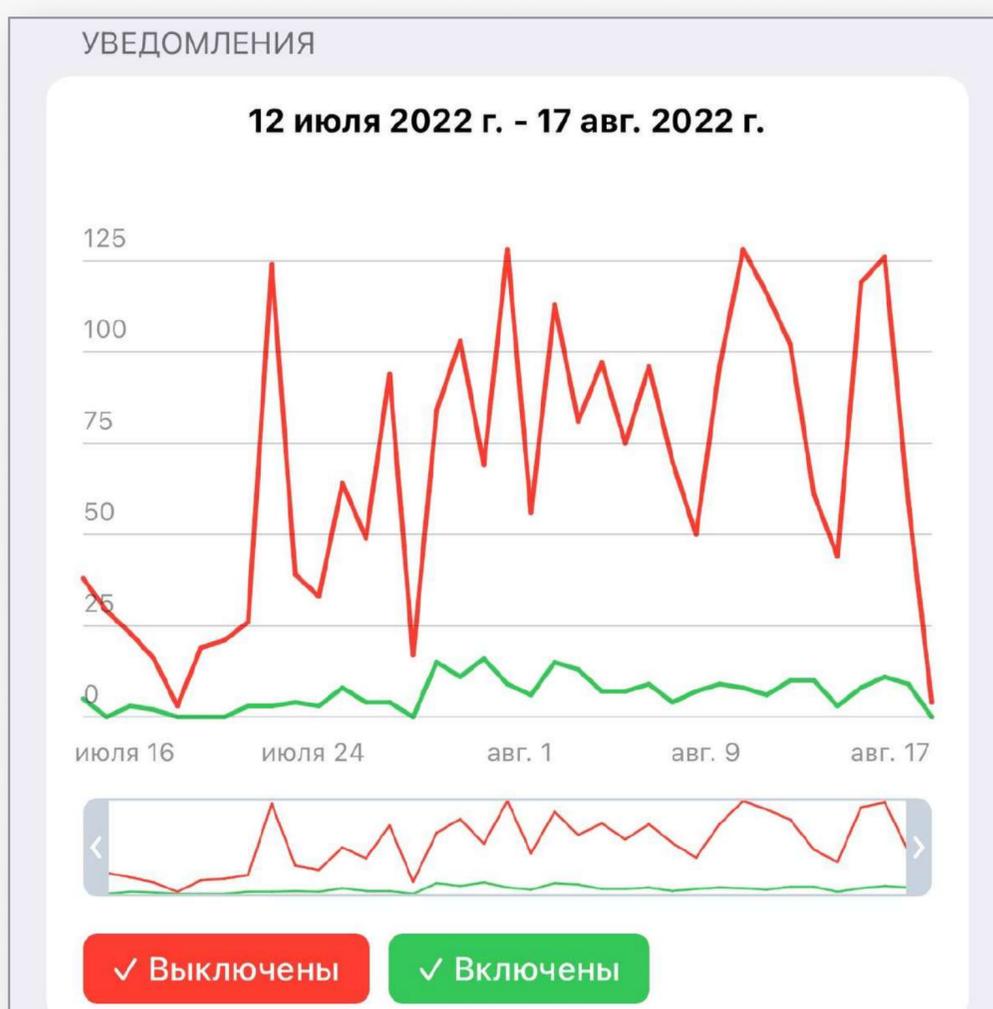
1. В какой день отписок слишком много? Почему?

Причины:

📌 Была реклама и отписки лавинообразные- ваша реклама, к примеру, обязывает людей подписаться через бота, но контент людям не подходит. Вы привлекли читателей дешево, но они ушли- плохо.

В рекламе были ложные заявления (секретный секрет) , желтизна, сверхожидания- в канале люди это не увидели

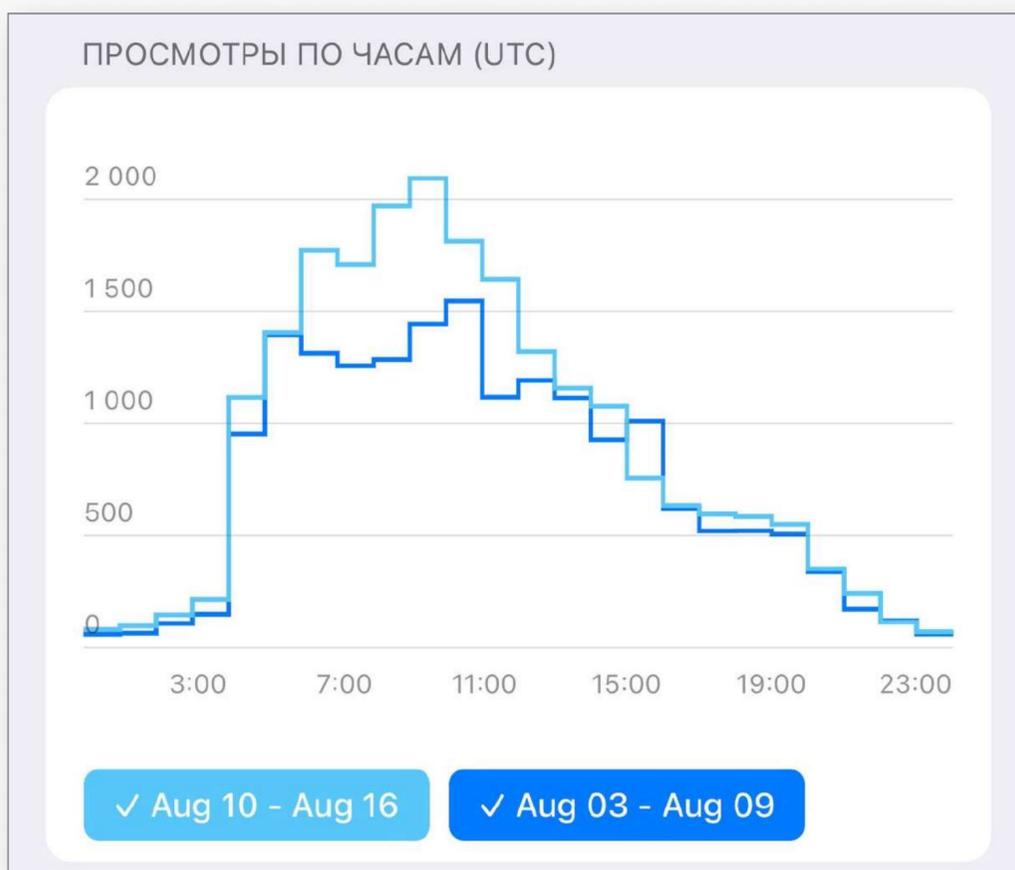
📌 Был провокационный пост или контент, который не понравился читателям. Это нормально, когда вы агрессивно продаёте что-то в канале, но лучше учиться нативным продажам.



Уведомления - мы уже знакомимся с этим показателем в самом начале, тут мы видим динамику.

📌 Часто «пики» уведомлений совпадают с рекламой и ее «пиками»- это нормально, больше людей- больше выключенных уведомлений.

📌 Если рекламы не было, а уведомления выключаются стихийно- проверяйте, что вы такого выложили, что заставило людей это сделать. Чаще всего это связано со слишком интенсивными публикациями, которые раздражают всех.



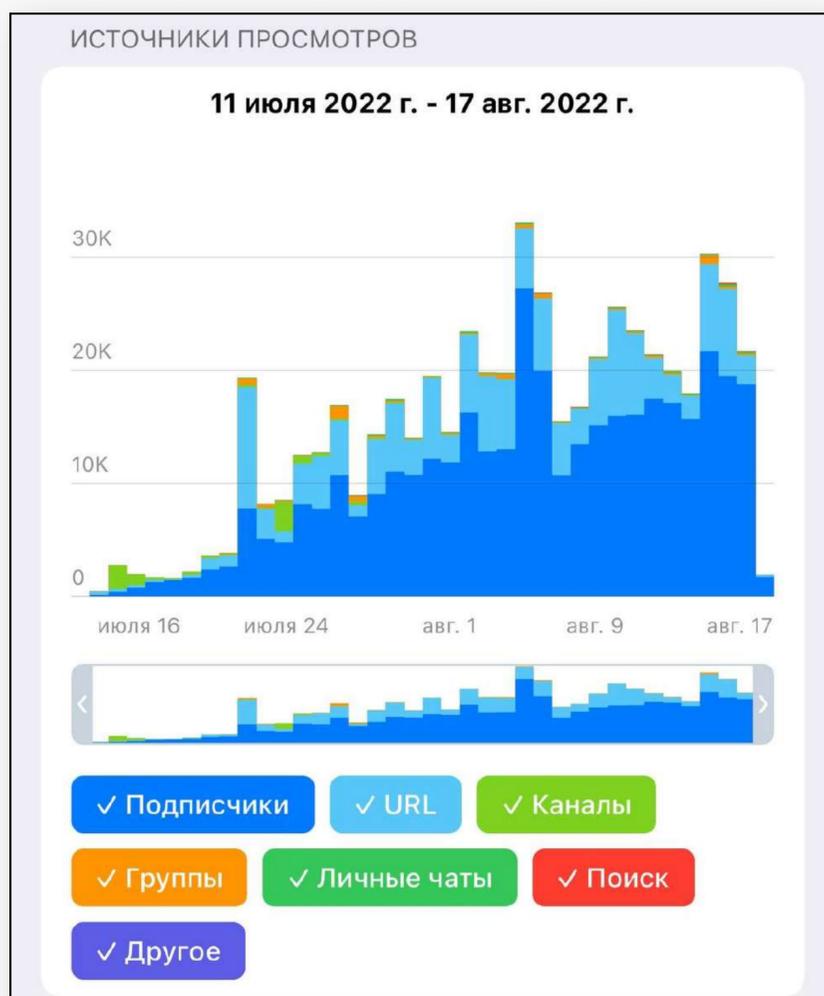
📍 Просмотры по часам : когда ваши читатели смотрят профиль и более всего вовлечены в контент.

С ростом аудитории интересы могут чуть меняться, но в целом, имеет смысл ориентироваться на самые высокие «пики».

Зачем: Чтобы определять время, когда имеет смысл выкладывать посты, к которым вы хотели бы привлечь внимание.

При самозакупе рекламы также можно спрашивать этот показатель.





Источники просмотров: где люди видят ваши публикации, читают их.

📍 **Подписчики**- самый популярный и часто встречающийся источник

📍 **URL**- по ссылке, если вы разместили в другом канале, соц сети и прочее.

📍 **Каналы** - пересылка поста, вами или вашими читателями

📍 **Группы**- либо вы сами отправляете свой пост в группы (чаты), либо это делают люди, либо у вас есть чат с инвайтингом, где смотрят ваш пост

📍 **Личные чаты**- люди делятся полезностями с друзьями

📍 **Поиск**- человек искал эту тему в поиске и наткнулся на вас

📍 **Другое**- прочие сложно определяемые источники



Источники подписок : откуда люди подписываются на ваш канал.

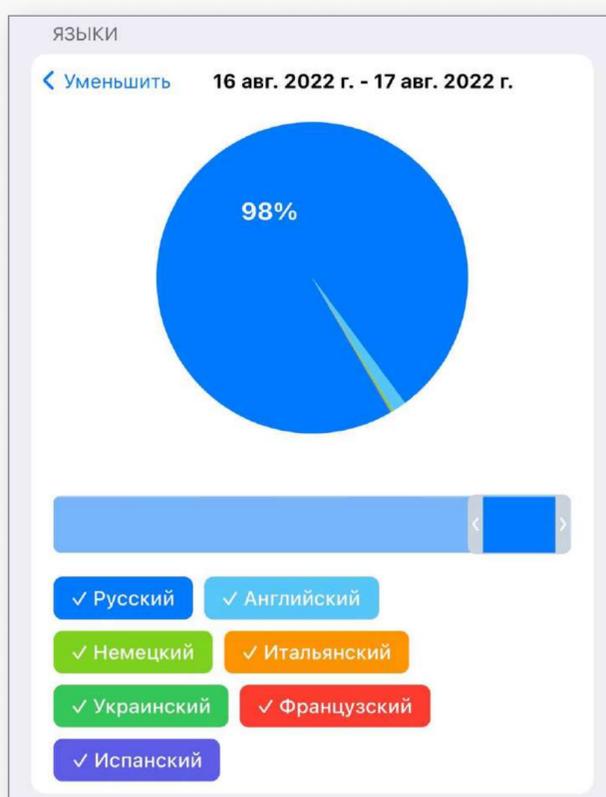
📍 **URL**- вы разместили рекламу, ссылку в другом канале/соц сети.

📍 **Поиск**- люди находят ваш канал по поиску (удачно выбрано название, удачно либо вы используете дополнительные способы продвижения , например, призываете людей из другой соц сети найти вас в телеграм).

📍 **Личные чаты**- люди переслали пост друзьям, они подписались.

📍 **Группы** - либо ваш пост отправили в тематическую группу/ рекомендовали там, либо вы сами привлекаете людей рассылками в группы, либо это ваша личная группа, если вы растёте инвайтингом (добавлением людей в чаты).

📍 **Каналы** - на вас подписались из каналов по рекомендации (вы сами ее инициировали рекламой или это добровольно- что бывает реже).



📌 Язык- этот показатель важен для:

Выявления накруток

Наличия нужной целевой аудитории, если у вас тематический канал

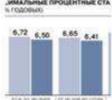
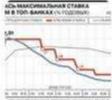
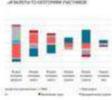


Активность - что происходило в те или иные дни, когда в канале была активность и почему.

📌 На что важно обращать внимание:

В какое время мы видим всплеск просмотров, сверяем - что это спровоцировало, какой вышел контент

📌 Какой контент больше всего пересылают, есть ли в этот период подписки.

НЕДАВНИЕ ПОСТЫ		
<p>Рубрика « #Пока_вы_спал... 17 авг. 2022 в 07:40</p>	<p>1 145 просм. 2 поделились</p>	
<p> А чего это я...давайте-ка... 16 авг. 2022 в 21:27</p>	<p>1 856 просм. 1 поделился</p>	
<p> Как заработать на телег... 16 авг. 2022 в 15:17</p>	<p>2 251 просм. 20 поделились</p>	
<p> Неожиданное сообщ... 16 авг. 2022 в 10:59</p>	<p>2 342 просм. 0 поделились</p>	
<p>Рубрика « #Пока_вы_спал... 16 авг. 2022 в 08:01</p>	<p>2 470 просм. 4 поделились</p>	
<p> Что там со вкладами... 15 авг. 2022 в 19:20</p>	<p>2 620 просм. 2 поделились</p>	
<p> Фотография 15 авг. 2022 в 19:20</p>	<p>2 635 просм. 2 поделились</p>	
<p> ? Кто отвечает за ва... 15 авг. 2022 в 14:28</p>	<p>2 581 просм. 0 поделились</p>	

Здесь можно взглянуть на посты более детально- какие именно отправляли более активно, сделать выводы и спланировать контент план , чтобы включать такие же публикации в будущем.

