

Канал в Telegram

Егор Аполлонов,
*журналист, создатель Telegram-канала
«Хемингуэй позвонит»,
автор книги об анатомии литературы
«Пиши рьяно, редактируй резво»*

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

Мессенджеры — новая среда коммуникации. Мессенджеры — новые медиа. Мессенджеры — новые соцсети. И пока кто-то думает, нужен ли ему канал в Telegram, я предлагаю вам завести канал. Помните высказывание: «Если страницы компании нет в Facebook, компании не существует»? Не исключаю, что скоро так же станут говорить и о Telegram.

Не так давно создателю мессенджера Павлу Дурову поступило предложение о продаже проекта. Дуров ответил категорическим отказом, хотя ему предлагали 3 млрд долларов. Позже предприниматель сказал, что ему не раз поступали интересные предложения от неназванных потенциальных инвесторов из Кремниевой долины, но Telegram не продается ни за какие деньги. «Даже за \$20 млрд он [Telegram] не продается, — сказал Дуров. — Это пожизненная гарантия».

Реакция на предложения частных инвесторов явно указывает на честолюбивые намерения создателя Telegram вывести площадку в лидеры среди мессенджеров (а может быть, и социальных сетей).

По данным TGStat на декабрь 2019 года, аудитория Telegram в мире насчитывает более 200 млн человек (из них 72 процента — из России).

С мая 2017 года Telegram — самый быстрорастущий мессенджер по количеству скачиваний и охвату аудитории в России. С мая по декабрь 2019 года рост количества скачиваний превысил 180 процентов. Среди опрошенных пользователей 68 процентов — мужчины, 32 процента — женщины. Основная аудитория — это пользователи из возрастных групп «25–34 года» и «18–24 года».

В январе 2018-го в Сеть была выложена «белая книга»^{*} Telegram Open Network, где среди прочего сообщалось:

^{*} White paper — официальное руководство по использованию продукта, содержащее обзор его основных свойств и преимуществ. *Прим. ред.*

1. В Telegram миллионы групповых чатов и публичных каналов с более чем 30 000 участников. Суммарно на каналы подписаны более 80 млн пользователей.
2. В Telegram насчитывается более 800 000 ботов, которыми пользуются 52 млн человек.
3. Ежедневно в Telegram регистрируется 500 000 пользователей.

Все это очень здорово. Но здесь нет ответа на главный вопрос: «Зачем все же заводить канал?»

Преимущества Telegram:

1. Большое количество пользователей.
2. Прямая доставка сообщения пользователю.
3. Лояльность аудитории.
4. Высокая вовлеченность.

Недостатки Telegram:

1. Отсутствие обсуждений (впрочем, обойти этот недостаток помогают боты, а к тому же с недавних пор появилась возможность оставлять комментарии к публикациям).
2. Ограничение по длине сообщения (лонгриды — явно не формат Telegram, а пользователи не всегда любят переходить для чтения на сторонние площадки).

Отличия Telegram от других платформ

Не нужно заводить Telegram-канал только потому, что это модно, притом что для ваших задач площадка не подходит. Если вы считаете, что вам удобнее YouTube, Facebook, «ВКонтакте», — заведите канал или группу на одной из этих платформ. У каждой из них своя специфика.

Так, отличия Telegram-канала от YouTube-канала принципиальны: Telegram — текстовая площадка, YouTube — площадка для видео. А Instagram — визуальная соцсеть, где преобладают иллюстрации.

Маркетологи на Native Advertising Days 2018 (центральной конференции по нативной рекламе) не переставали повто-

рять одну и ту же мантру: в своей работе вы должны задействовать максимум каналов доставки информации. И уточняли, что стоит выбирать количество каналов (и приоритетные каналы) исходя из бюджета и задач. Будет хорошо, если Telegram станет одной из площадок дистрибуции контента наряду с сайтом, сообществом в Facebook и, например, в Instagram. Но при этом Telegram может быть (и часто бывает) единственной площадкой для многих проектов.

Вот мой первый совет: определите свою целевую аудиторию и проведите маркетинговое исследование. Есть ли вообще ваша аудитория в Telegram?

Считается, что в Telegram самая лояльная и активная аудитория, но доказательств пока нет. А вот что совершенно очевидно, так это преимущества прямой доставки сообщений пользователю. Другие социальные сети (а Telegram вскоре может стать социальной сетью, как это случилось с китайским мессенджером WeChat, заменившим жителям Поднебесной Facebook, Amazon, Google и прочие онлайн-сервисы) осуществляют выборочный показ сообщений пользователю. Последним этот тренд подхватил Intagram. При выборочном показе, даже если вы на кого-то подписаны, вы не обязательно увидите все его обновления.

В отличие от Facebook, постоянно занижающего органические охваты (на момент написания книги органический охват публикации страницы не превышал 5 процентов от числа ее подписчиков), Telegram доставляет сообщения напрямую в телефон. Так и хочется сказать: «Прямо в мозг пользователя». Органический охват по-настоящему успешных каналов превышает 100 процентов за счет виральности контента — пользователи делятся им друг с другом (об этом будет сказано ниже), — благодаря чему Telegram оказывается одной из самых эффективных коммуникационных площадок XXI века.

Если же учесть недавние заявления создателя Facebook Марка Цукерберга о том, что его социальная сеть снижает

показ рекламных постов, потому что миссия Facebook — улучшить качество общения между людьми, становится очевидным факт, что маркетологи, сделавшие ставку на де-тище Цукерберга, проиграли в борьбе за аудиторию. Ис-кать альтернативу нужно уже сейчас. Очевидный выбор — Telegram.

Качество аудитории мессенджера эксперты оценивают как высокое. Основатель проекта «Мы и Жо (Медиа и журналисти-ка)» Александр Амзин отметил: «Так как Telegram поощряет осознанное потребление, его аудиторию можно назвать пре-миальной. Это новая площадка встречи лидеров мнений, ко-торые ждут не дождутся, когда их придут послушать».

Создание канала — это формирование или усиление брен-да, в том числе личного.

Зачем Telegram лично вам

И все же — зачем? «Сейчас это модно — у всех есть Telegram-ка-налы, и мне надо», — думает автор будущего канала ни о чем. Если так, то не надо, поверьте. Но раз вы все же решили это сделать, задайте себе простой вопрос: о чем моя история? Если у вас нет истории, у вас не будет и канала. Все просто. Можете не писать — не пишите. Telegram — не исключение.

Вы тщеславны? Вам обидно, когда вашему посту ставят дизлайк? Радуетесь ли вы, когда пост набирает просмотры, или вам все равно? Как именно вы отвечаете на входящие сообщения подписчиков? (Приготовьтесь, чем больше будет канал, тем активнее вам начнут писать.) Вы заявили о сво-ей экспертизности в какой-то теме? Значит, готовьтесь отвечать за слова и совершенно безвозмездно помогать незнакомым людям. Это отнимает время.

Если вы не готовы, тогда не заводите канал.

В конечном итоге ценность имеет уникальный опыт, на основе которого вы создаете себе авторитет. Авторитет-ный человек не обязательно должен чему-то учить. Вы може-те работать школьным учителем и интересно рассказывать об этом (канал «Здравствуйте, Кирилл Александрович» — подписан, читаю). Вы можете быть полицейским в отставке,

знающим множество интересных историй (канал «Бывший полицейский» — подписан, иногда читаю). Вы даже можете быть осужденным, отбывающим срок (канал «Подвал» — подписан, читаю). Ваш авторитет — это ваши знания, ваш опыт, ваши глаза, ваше сердце. Вы показываете людям то, чего они сами не могут увидеть.

«Рассказывайте о том, что хорошо знаете», — учат молодых писателей. Telegram не исключение. Уникальное торговое предложение — вот что важно. Каналов-агрегаторов сейчас очень много, и мне кажется, они всем набили оскомину. Придумайте что-то новое.

Главный вопрос, который необходимо себе задать: что вы продаете и почему аудитория захочет это купить? Или, если смотреть с позиции читателя: какие мои проблемы и задачи решает канал? Ответ поможет найти и сформулировать тему канала.

Как найти тему, интересующую многих? Если вам не дает покоя именно этот вопрос, вам лучше не заводить канал в Telegram. Если у вас нет идеи (продукта), которую вы хотите продать, не тратьте время.

Если главная задача вашего канала — приносить деньги, то определитесь, как именно вы хотите зарабатывать, а главное — насколько «разработана» интересующая вас ниша. Если вы хотите создать каталог каналов и продавать места новичкам, то вы, к сожалению, опоздали. Таких каналов сейчас десятки. Заводить канал и потом придумывать тему — неверный подход.

Каждый успешный канал что-то продает. Запомните это. Если вам нечего продать, вам не нужно заводить канал в Telegram.

Цитаты, выдержки из книг, интервью с писателями (сделанные не вами) — это все замечательно. И такие каналы собирают аудиторию. Но такой контент не уникален. Почему люди должны подписаться именно на вас? Дайте им то, чего нет больше нигде.

Итак, ваш канал — товар, а вы — продавец. Современный покупатель (то есть пользователь Telegram) избалован и требователен. Сумеете ли вы «продать» ему что-то?

Например, что «продаю» я? Мой канал «Хемингуэй позволяет» предлагает авторский контент, которого нет у других: интервью с писателями, главы из книги «Пиши рьяно, редактируй резво». Когда я говорю, что «продаю» что-то, я подразумеваю отнюдь не товарно-денежные отношения. Я говорю о том, что подсаживаю вас на интересный контент. Скажу честно, я продаю вам иллюзию того, что однажды вы станете писателем. Я «продаю» писательскую мечту.

Соседство состоявшихся писателей, которые советуют вам, как писать, их близость создает иллюзию (опасную на самом деле), что вы тоже уже как бы писатель. Вы сопричастны. И кажется, не нужно даже писать свой роман.

Еще я продаю тщеславие. Любой человек может представить текст тысячной аудитории. Это бесплатно, и всегда будет так. Писателям (даже неизданным) нужны читатели.

Я журналист. В медиа мы продаем нативную рекламу и спецпроекты. Спецпроект — это созданная редакцией идея, упакованная в коммерческое предложение. А нативная реклама — это оплаченный контент, мимикрирующий под редакционные материалы. Мы все время что-то придумываем. Мы умеем придумывать.

Telegram, если копнуть глубже, — это нативная реклама ваших умений и качеств (ума, творчества, увлечения, опыта и т. д.), того, что вы хотите в дальнейшем так или иначе монетизировать. И речь не только о материальном доходе, но также об усилении личного бренда — это тоже своего рода выгода.

Переходим к практике

Имя канала

Просто, ярко, информативно — вот три ключевых фактора хорошего нейминга канала. «Как вы лодку назовете...» Если ориентируетесь на русскоязычную аудиторию, придумывайте название на русском языке. И не используйте сложную пунктуацию и спецсимволы.

Не стоит называть канал `The_Dairy_of_The_Unhappy_WRITER_from_Ru$$.ia`. Думаю, вы понимаете почему. Такое

название сложно выговорить, запомнить и воспроизвести, набирая в строке поиска.

Визуальное оформление

Далее вам нужно создать визуальный облик канала. Что здесь важно? Удобство потребления информации, безупречная типографика, общая визуальная узнаваемость.

Безусловно, важен аватар. Его следует делать таким, чтобы был узнаваемым, когда вы открываете Telegram на смартфоне. Не пишите на аватаре много текста, не используйте сложные изображения. Вспомните логотип Nike или McDonalds — вот прекрасные варианты аватаров.

Картинки — если вы планируете их публиковать — тоже важны. Будет здорово, если вы придумаете единую визуальную концепцию и сделаете так, чтобы каждая публикация вызвала ассоциации с вашим каналом.

Типографская гигиена

Соблюдайте типографскую гигиену при оформлении постов. Основные принципы таковы: читаемый текст без орфографических и пунктуационных ошибок, безупречная типографика (по возможности никаких дефисов вместо тире), пустые строки между абзацами (для удобства восприятия информации), короткие ссылки.

Я щепетильно отношусь к типографской гигиене, у меня профдеформация, и потому я всегда страдаю, когда вижу дефисы (-) вместо тире (—), неправильные кавычки (“” вместо «») и стены текста без отбивок пустыми строками, которые совершенно невозможно читать (последнее меня раздражает только в Telegram).

Кто-то скажет: «Да какая разница?» А вы сравните вот это:

- “Мир” - космическая станция, о которой все забыли. -
сказал председатель.

И вот это:

— «Мир» — космическая станция, о которой все забыли, — сказал председатель.

Вы заметили разницу? Что лучше?

Вы же чистите зубы по утрам, это вопрос гигиены. Вы не спрашиваете: «А почему я должен их чистить?» Точно так же, пожалуйста, чистите и причесывайте свои тексты (в Telegram, в почте и т. д.). Со временем это превратится в автоматизм, и вы перестанете задумываться, как поставить правильное тире. Например, на «Макбуке» длинное ставится с помощью клавиш Shift, Cmd и дефиса.

Лайфхак: как набрать длинное тире на смартфоне

Нажмите на виртуальной клавиатуре кнопку с дефисом и удерживайте, пока не выпадет список дополнительных вариантов начертания. Среди прочего там будет и нормальное типографское тире.

Есть еще одна рекомендация (это уже вкусовщина, но вам лучше прислушаться). Не надо выделять смайлами !!☺☺☺ важную мысль ☺☺!!☺ — иначе ваш Telegram-канал станет похож на подгузник, пропущенный через мясорубку с фломастерами. Белый фон, черные буквы, и ничего лишнего.

Не отвлекайте читателя спецэффектами от контента. Если текст пустой, украшения ему не помогут. Если текст интересный — они ему не нужны. Пишите цепляющие, содержательные публикации, которыми люди захотят поделиться, — и вам скажут спасибо. Если вы все-таки хотите выделить важную мысль, используйте **жирное начертание** или *курсив* (только не злоупотребляйте ими).

Длинные ссылки стоит сокращать, это делает материал визуально более аккуратным. А еще лучше использовать ссылки, спрятанные за текстом: откройте десктопную версию приложения Telegram, выделите нужный фрагмент и нажмите Ctrl + U (Cmd + U на MacOS).

Типографика — очень интересная вещь. Вы знаете, например, что такое «вдовы» и «сироты»? «Вдовой» называется одно-единственное слово в строке в конце абзаца либо очень короткую строку в конце текста или страницы. А «сирота» — это висячая строка, попавшая в начало новой страницы или колонки.

Запуск

Когда канал будет готов, начните его наполнять. Еще не время рассказывать о нем всему миру. Пока протестируйте разные форматы. Посмотрите, что, на ваш взгляд, работает, а что нет. Пусть пройдет пара недель, а может быть, даже месяц, прежде чем вы начнете говорить о своем канале.

Первыми вашими подписчиками, скорее всего, станут друзья. Ни в коем случае не подписывайте никого на свой канал принудительно. И еще: закидывать ссылку людям из вашего списка контактов (например, через рассылку в WhatsApp) — плохая идея. Telegram таким образом как бы вторгается в личное пространство. Хотите увидеть друзей в подписчиках? Бросьте им ссылку в соцсетях. Если вы сделали интересный продукт — на вас подпишутся.

Нужен ли контент-план?

Если вы любите составлять планы — составляйте. Если планы вас раздражают — не составляйте. У каждого СМИ, без исключений, есть план номера. Некоторые редакции утверждают планы номеров на месяцы вперед. В случае с Telegram план, конечно, тоже не будет лишним. Но подумайте: насколько серьезно вы хотите заниматься ведением канала? Это бизнес? Тогда вам, безусловно, понадобятся контент-стратегия и график публикаций.

Язык

Вам нужно найти правильную интонацию. Кто вы? Каким тоном говорите с аудиторией? В периодике есть такая тенденция: журнал окончательно обретает лицо лишь спустя несколько месяцев после выпуска первого номера. Почему? Первый номер — почти как первый черновик романа, с той лишь разницей, что вы уже показали его рекламодателям и читателям. Проведя запуск, вы как бы сделали первый черновик вашего Telegram-канала. Теперь я предлагаю всерьез задуматься, что и зачем вы делаете.

Авторская интонация появится у вас не сразу. Пишите и прислушивайтесь к себе. Следите за собой. Ведение Telegram-канала — неплохой способ самоанализа. Вы лучше узнаете себя и поймете то, чего не понимали раньше.

Сколько стоит создание контента

Разработчики Telegram не раз говорили, что сервис никогда не будет платным. Другое дело, что создание контента и продвижение Telegram-канала, несомненно, потребуют вложений. Сумма инвестиций зависит от возможностей и притязаний создателя. Опытные пользователи, достигшие за год отметки в 30 000 подписчиков, рекомендуют заложить на стартовый период для продвижения 100 000–150 000 рублей. Есть примеры, когда авторы достигли серьезных результатов, не потратив ни копейки. Этот путь дольше и сложнее. Но формально Telegram-канал можно вести вообще без вложений (если не считать вложением потраченное время).

Где брать темы

Ищите темы в голове, в окружающем мире, в Сети. Умение придумать тему — один из ключевых навыков журналиста. Если вы, сидя в пустой комнате, не можете придумать пять тем, связанных с вашей текущей ситуацией, — тренируйте этот навык. Придумывайте интересные темы, наблюдайте, записывайте идеи.

Вы удивитесь, но со временем темы каким-то магическим образом станут приходить к вам сами. Достаточно начать — и вот вы уже видите идеи, оформляете их и планируете отложенные посты, потому что сегодня вы сделали уже три публикации, а вам хочется еще. Я не знаю, как это объяснить, но так оно и бывает. Наверное, сказывается мой редакторский опыт. Репортера ноги кормят — так учат начинающих журналистов. Я могу найти тему на собственном пустом столе. Кстати, вот прекрасная тема для поста: «Почему работать за пустым столом — это классно». Или наоборот: «Нужен ли писателю творческий хаос?» Как-нибудь напишу.



[Почитать описание, рецензии
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:



[Mifbooks](#)



[Mifbooks](#)



[Mifbooks](#)