

Как тестовая рассылка привела 44 перехода в Telegram-бота

Digital-Агентство «Креативный поток» запустило и проанализировало outreach-кампанию для инструмента BARABAN: от оффера и сообщения до трекинга переходов, устройств, ОС и географии.

44

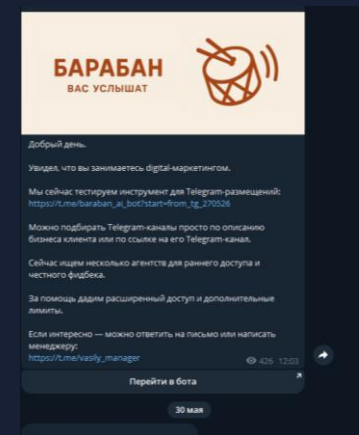
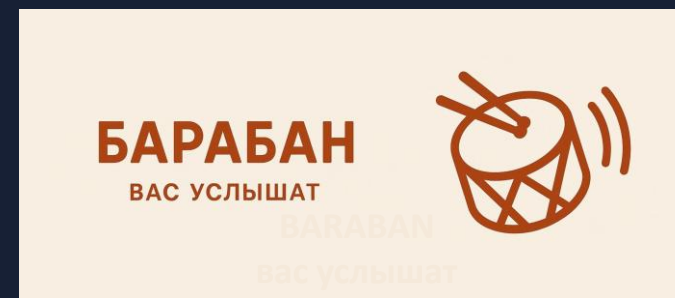
перехода по трекинг-ссылке
зафиксировано в отчёте

426

просмотров Telegram-сообщения
по скриншоту поста

10,3%

ориентировочный CTR
44 / 426, как оценка



Контекст кампании

Тест раннего доступа для digital-аудитории через Telegram-сообщение и кнопку перехода в бота.

Что продвигали

- инструмент для Telegram-размещений
- подбор каналов по описанию бизнеса
- подбор по ссылке на Telegram-канал
- ранний доступ для агентств и фидбек

Кому писали

- digital-агентствам и маркетологам
- тем, кто работает с размещениями
- потенциальным ранним пользователям
- аудитории, способной дать полезный фидбек

Цель теста

- проверить реакцию аудитории
- получить первые переходы в бота
- оценить устройства, ОС и географию
- понять потенциал масштабирования

Сообщение и СТА

Текст был построен как мягкий B2B-outreach: без давления, с понятной выгодой и быстрым входом в бота.

Логика текста

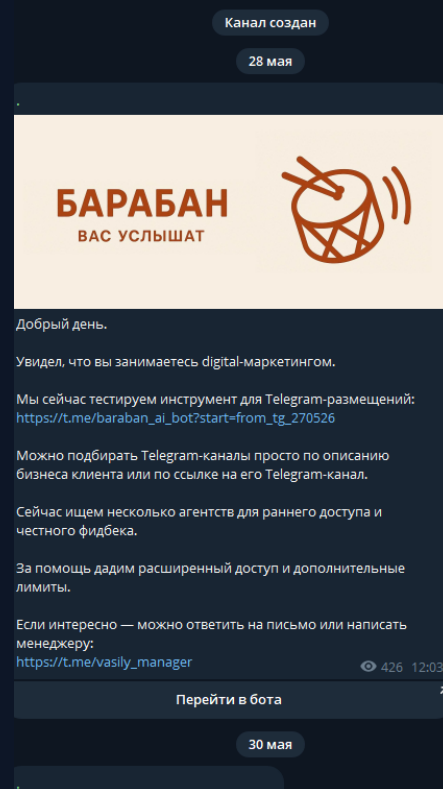
- первая строка сразу фиксирует релевантность: «вы занимаетесь digital-маркетингом»;
- продукт объяснён простыми словами: подбор Telegram-каналов по бизнесу или ссылке;
- выгода сформулирована честно: ранний доступ + дополнительные лимиты за фидбек;
- два сценария действия: ответить на письмо или написать менеджеру.

[Перейти в бота](#)

Текст рассылки

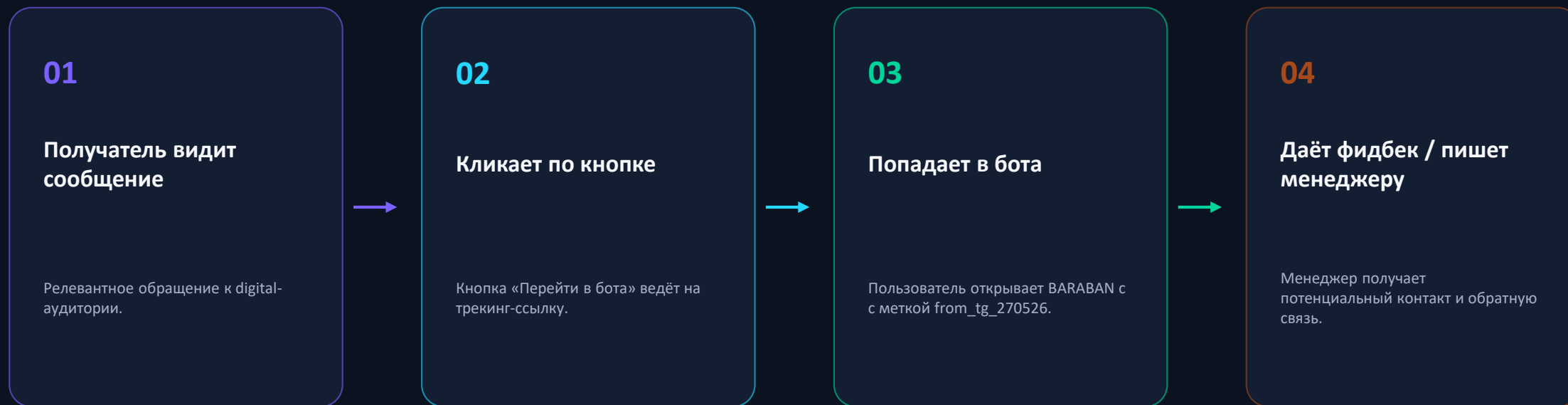
«Мы сейчас тестируем инструмент для Telegram-размещений... Сейчас ищем несколько агентств для раннего доступа и честного фидбека.»

Главный принцип: кратко объяснить ценность и сразу дать следующий шаг.



Воронка рассылки

Маршрут пользователя был максимально коротким: увидел сообщение → нажал кнопку → перешёл в Telegram-бота.



Ключевая техническая деталь: ссылка содержит метку start=from_tg_270526, поэтому переходы можно связывать с конкретной рассылкой.

Первые показатели теста

Основной результат — 44 перехода по ссылке в бота при тестовом охвате Telegram-сообщения.

44

перехода по ссылке
по трекинг-отчёту

426

просмотров сообщения
по Telegram-скриншоту

≈10,3%

оценочный CTR
44 / 426

Период отчёта

29.04.26 — 30.05.26

Статистика

29.04.26 — 30.05.26

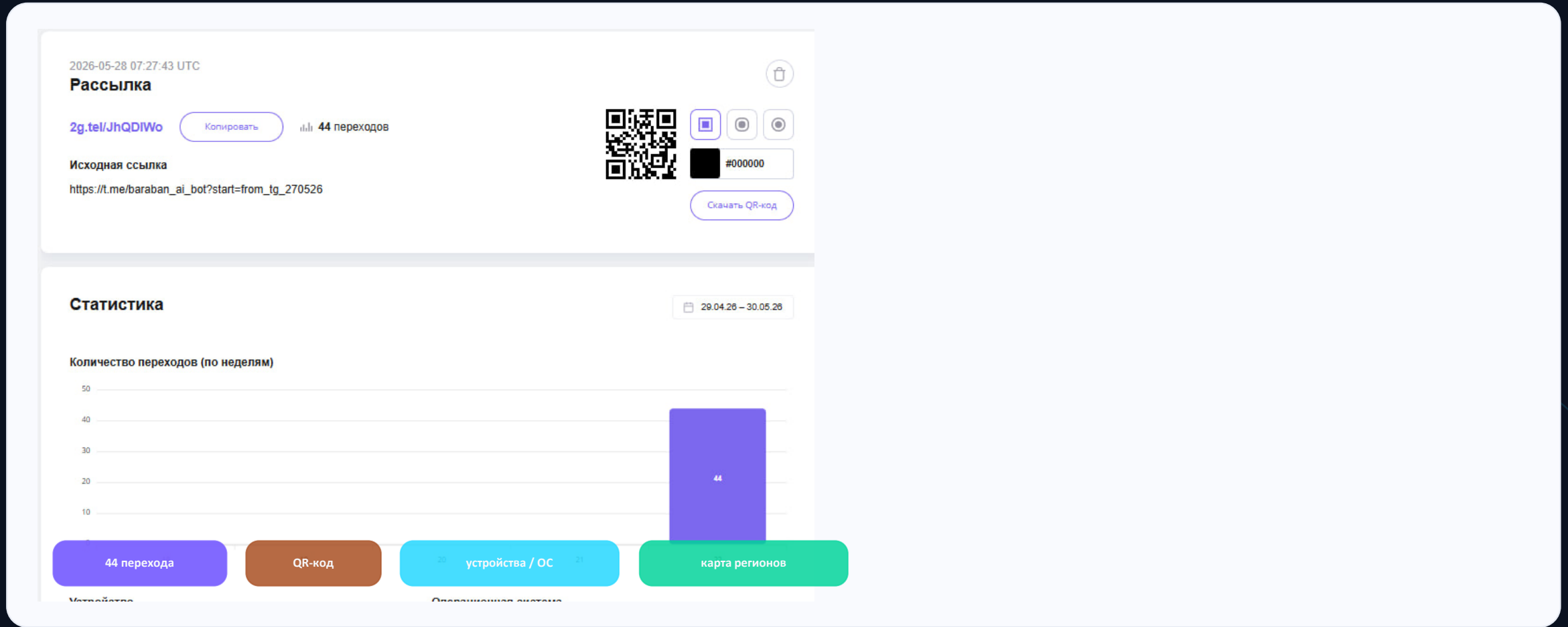
Количество переходов (по неделям)



Важно: CTR рассчитан как ориентир на базе двух видимых метрик из скриншотов. Для точного расчёта нужны единые данные показов/уникальных просмотров и кликов по одной кампании.

Дашборд кампании

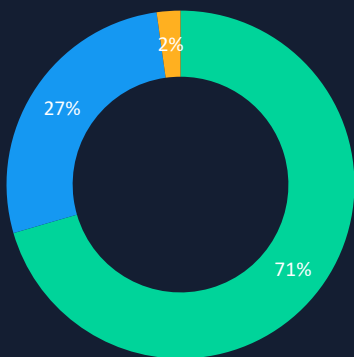
Для кейса использовали трекинг-ссылку, QR-код, график по неделям, устройства, операционные системы и карту регионов.



Устройства и операционные системы

Переходы преимущественно мобильные: это важно учитывать при следующем этапе рассылки и при дизайне посадочной логики бота.

Устройства

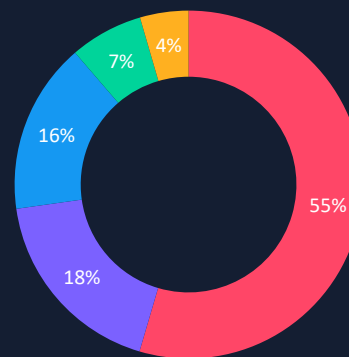


70,5% — смартфоны

27,3% — ПК

2,2% — не определено

Операционные системы



54,5% — Android

18,2% — iOS

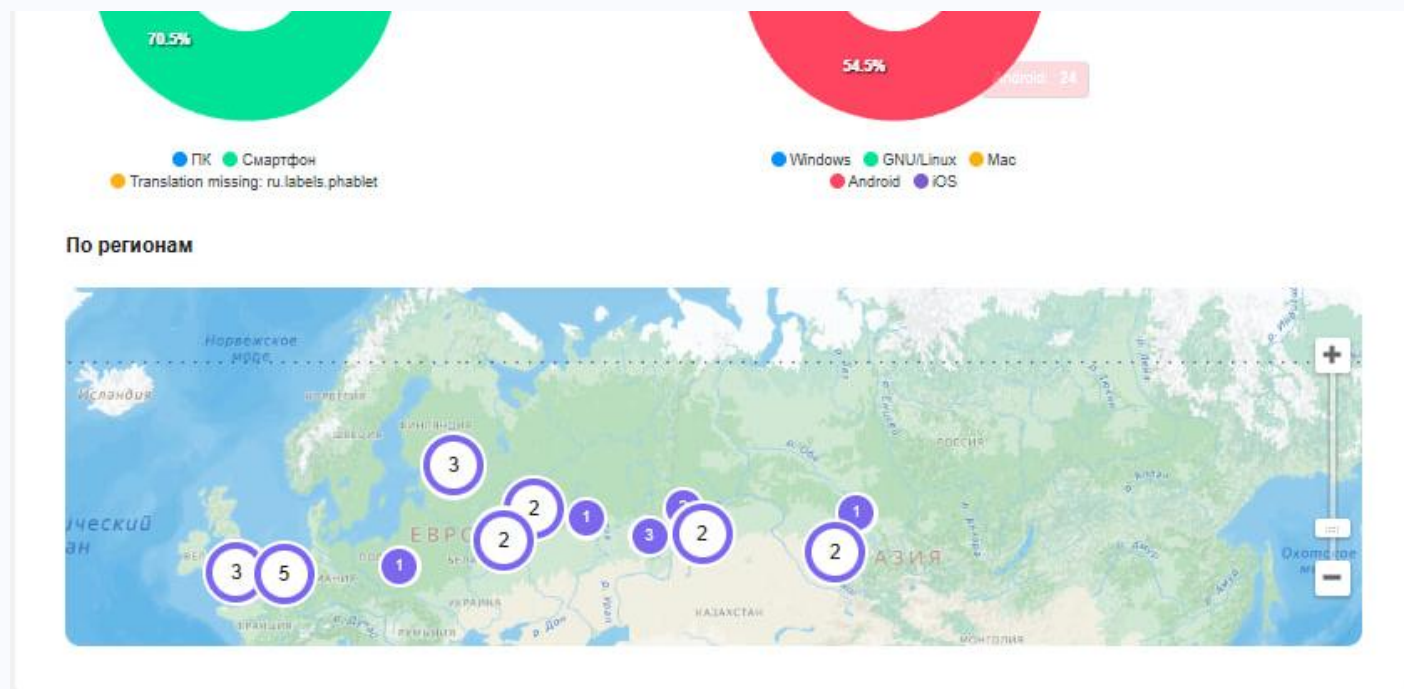
15,9% — Windows

6,8% — Linux / 4,5% — Mac

Вывод: следующий контакт должен быть адаптирован под мобильный сценарий — короткий текст, быстрый СТА, минимум лишних действий.

Переходы распределены по регионам

Карта показывает, что реакция на рассылку была не локальной: переходы зафиксированы в разных точках РФ и за её пределами.



Гео = сигнал для масштабирования

Можно тестировать сегменты отдельно

Отдельные ссылки по городам / рынкам

Почему рассылка дала переходы

В кампании сработала связка: точная аудитория → понятная польза → низкий порог действия → измеримый переход.

1

Релевантный заход

Сообщение сразу обращается к digital-маркетингу, поэтому не выглядит случайным.

2

Оффер раннего доступа

Аудитория получает причину попробовать продукт сейчас, а не «когда-нибудь».

3

Прозрачная выгода

Расширенный доступ и лимиты — конкретная компенсация за честный фидбек.

4

Простой СТА

Кнопка ведёт сразу в бота, без лендинга, форм и лишней регистрации.

Что делать на следующем этапе

Чтобы превратить тест в стабильный канал лидогенерации, кампанию нужно масштабировать через сегменты, A/B-тесты и follow-up цепочку.

01

A/B-тесты текста

Проверить 2–3 захода: экспертный, продуктовый и «ранний доступ».

02

Сегментация

Отдельные трекинг-ссылки для агентств, фрилансеров, SMM-студий и медиабаеров.

03

Follow-up цепочка

День 1: оффер. День 2: пример пользы. День 4: мягкое напоминание.

04

Мобильный сценарий

Сократить путь внутри бота и усилить первый экран под смартфоны.

05

Отчётность

Сводить клики, ответы, переходы в боте и обращения менеджеру в единую таблицу.

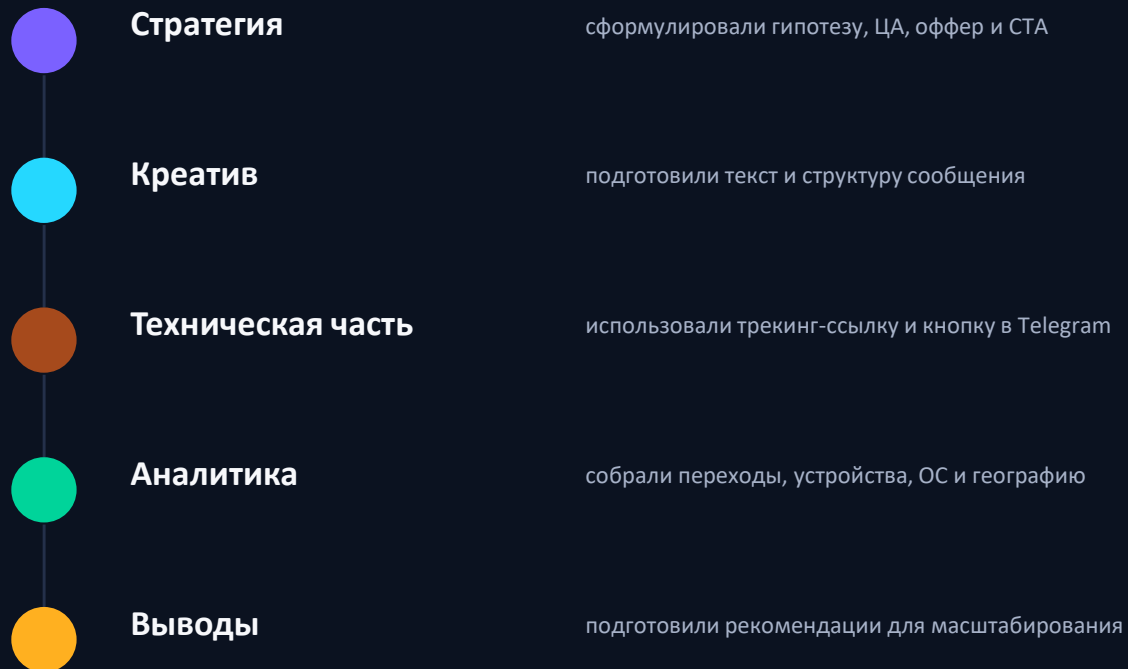
06

Масштабирование

Запускать рассылку волнами, фиксируя качество базы и конверсию каждого сегмента.

Что сделал «Креативный поток»

Кейс показывает не только отправку сообщения, а полный цикл: стратегия, креатив, запуск, трекинг и аналитика.



БАРАБАН
ВАС УСЛЫШАТ



**Результат: тестовая рассылка
получила первые измеримые
переходы и дала основу для
масштабирования канала.**

Telegram-рассылка должна быть не «отправкой текста», а управляемой системой продаж.

Мы строим рассылки так, чтобы было понятно: кому отправили, кто перешёл, с какого устройства, из какого региона и что улучшать дальше.

Digital-Агентство «Креативный поток»

Стратегия • тексты • запуск • аналитика • оптимизация

44

перехода в первом тесте

70,5%

мобильная аудитория

5

направлений аналитики

клики, просмотры, устройства, ОС, гео