

Telegram-рассылка для ниши Wildberries

Как тестовая серия сообщений собрала просмотры, живые ответы и поводы для диалога

Telegram outreach

WB / e-commerce

лидогенерация

268–348

просмотров на одно касание

3+

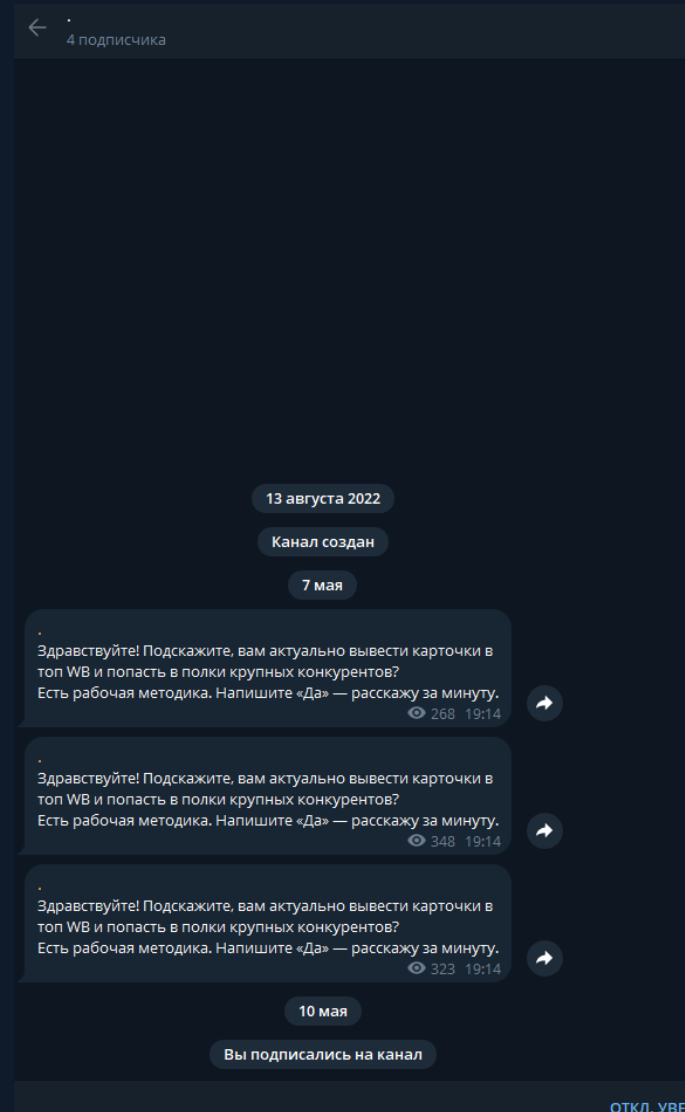
ответа «Да» на скриншотах

3

касания в серии

1+

отложенный ответ



Исходная задача

Нужно было протестировать холодную Telegram-рассылку и понять, насколько оффер откликается целевой аудитории.

Что продвигали

Услугу/методику по выводу карточек в топ WB и попаданию в полки крупных конкурентов. Задача сообщения — не продать “в лоб”, а быстро вызвать интерес и запустить диалог.

Для кого запускали

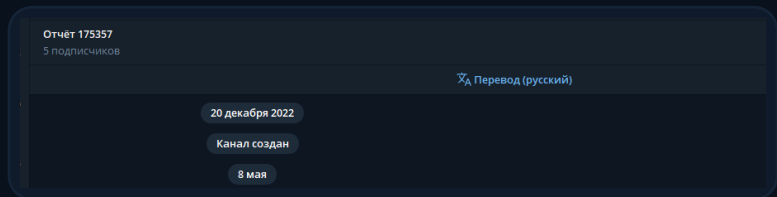
Целевая аудитория — владельцы магазинов и продавцы, для которых важны видимость карточек, рост продаж и усиление позиций в Wildberries.

Что хотели проверить

1) понимает ли аудитория оффер с первого экрана; 2) готова ли отвечать “Да”; 3) какие возражения возникают; 4) можно ли быстро доводить контакт до диалога и отправки материалов.

“

В холодной рассылке ценность измеряется не количеством отправок, а качеством реакции: ответами, интересом, возражениями и возможностью продолжить диалог.

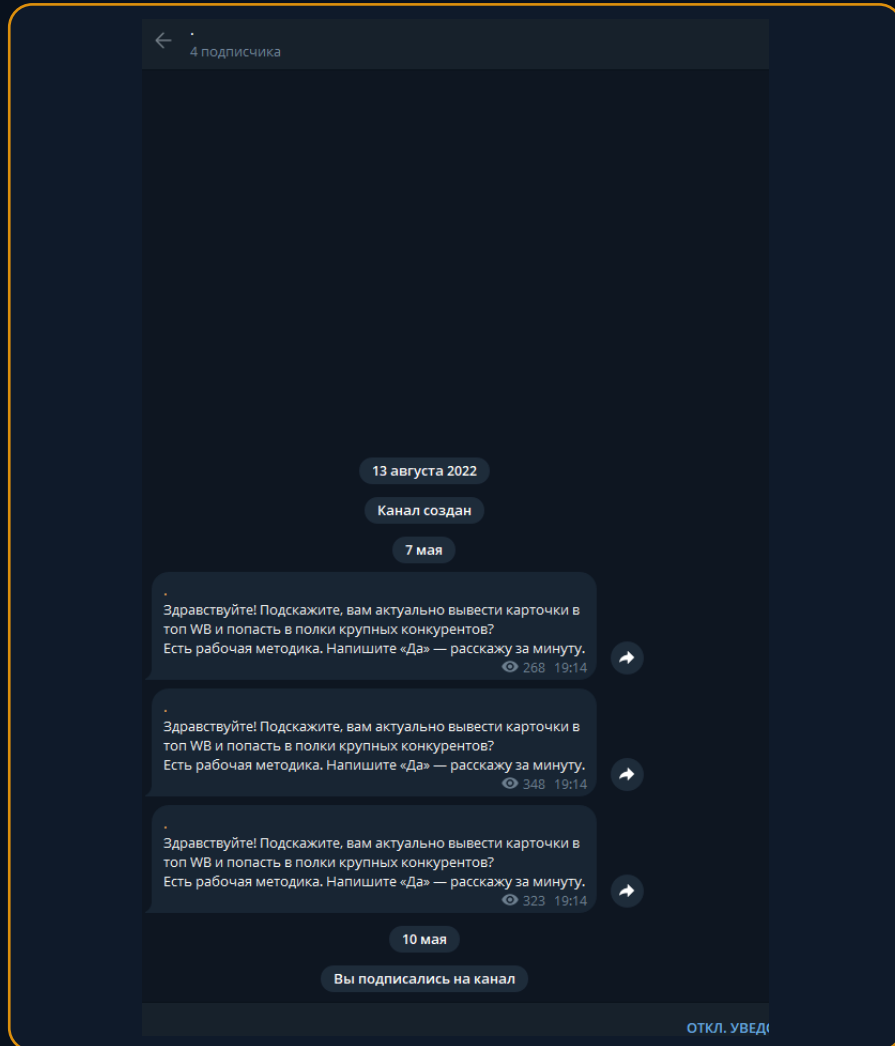


Формат кейса

Ниже показаны реальные скриншоты: исходное сообщение, отчётный канал, ответы аудитории и отправка доп.материала. Это делает кейс доказательным и понятным для клиента.

Оффер и текст рассылки

Сообщение построено как короткий вопрос с конкретной выгодой и простым СТА.



Текст сообщения

«Здравствуйте! Подскажите, вам актуально вывести карточки в топ WB и попасть в полки крупных конкурентов? Есть рабочая методика. Напишите «Да» — расскажу за минуту.»

Почему текст работает

- начинается с вопроса, а не с навязчивой продажи;
- поднимает понятную для бизнеса боль — позиции и полки конкурентов;
- обещает конкретную пользу;
- просит минимальное действие — просто ответить «Да».

СТА

Призыв максимально короткий и безопасный: пользователь не должен переходить на длинный лендинг или заполнять форму — ему достаточно ответить в Telegram.

“

Для холодной аудитории формат «Напишите «Да»» часто работает лучше длинного СТА: он снижает трение на первом касании.

Логика воронки

Рассылка была выстроена как короткий путь от первого касания до диалога и передачи полезного материала.



Что здесь важно

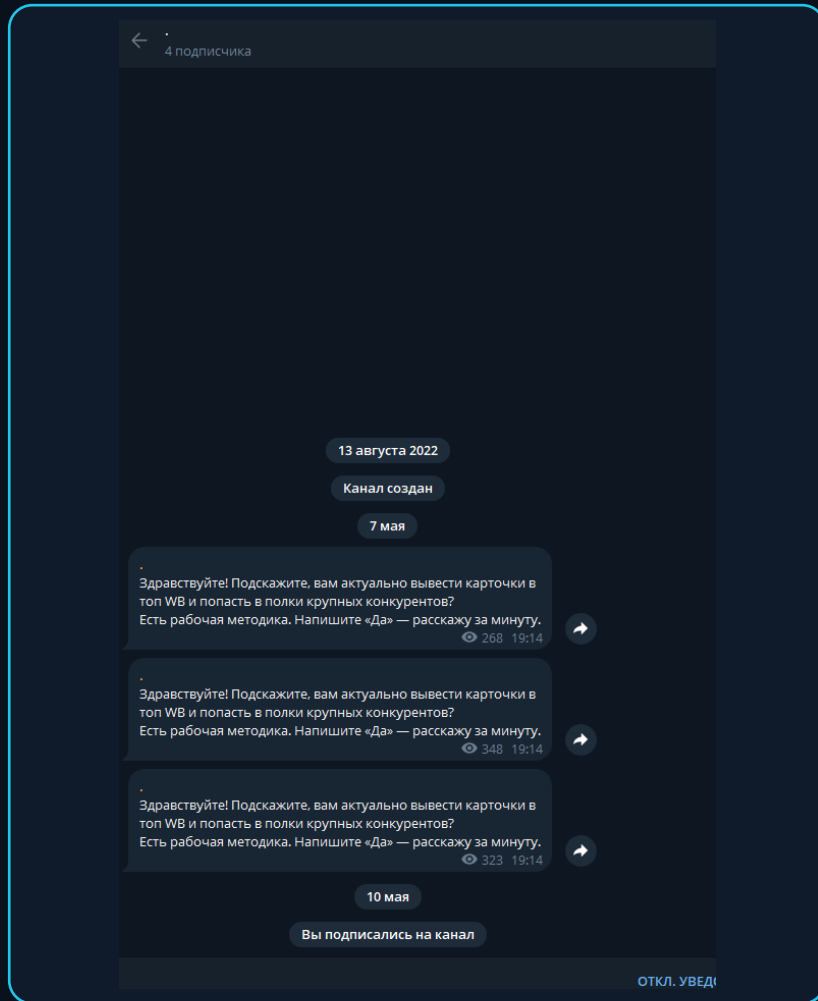
Сама рассылка — это только первый шаг. Основная ценность начинается после ответа: нужно быстро отработать интерес, зафиксировать реакцию и довести контакт до следующего шага.

Почему это хорошо для клиента

Такой подход превращает Telegram-рассылку в управляемую mini-CRM-воронку: видно, кто заинтересован, кто отвечает позже, а кого нужно исключить из следующих касаний.

Серия касаний и просмотры

В скриншоте видно несколько публикаций одного оффера и стабильный объём просмотров на каждом касании.



Просмотры сообщений



268

просмотров 1-го касания

348

просмотров 2-го касания

323

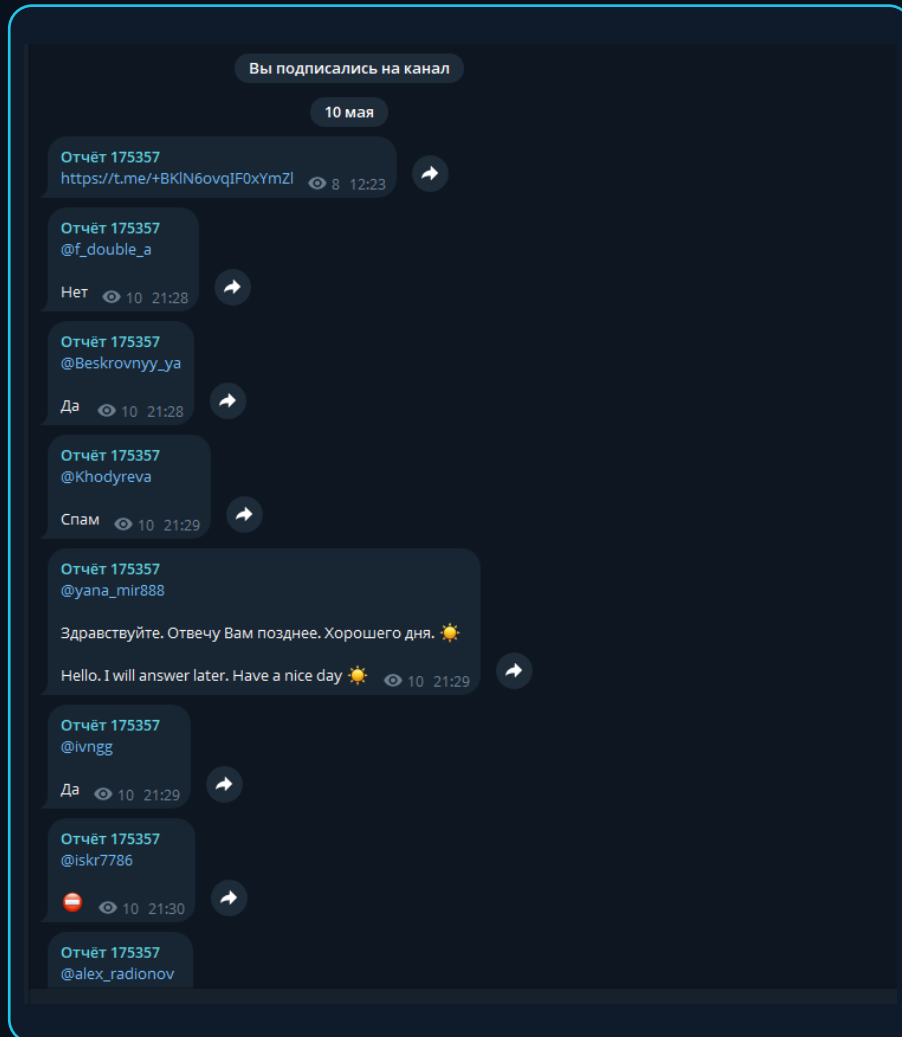
просмотров 3-го касания

Вывод по серии

Повторное касание не “убило” интерес. Напротив, второе сообщение показало самый высокий объём просмотров. Это хороший знак: оффер остаётся понятным, а аудитория не уходит в игнор после первого контакта.

Ответы аудитории

Скриншоты фиксируют не только показы, но и конкретные реакции пользователей.



3+

ответа "Да"

1

ответ "Нет"

1

ответ "Спам"

1+

ответ "позже"

Что видно в ответах

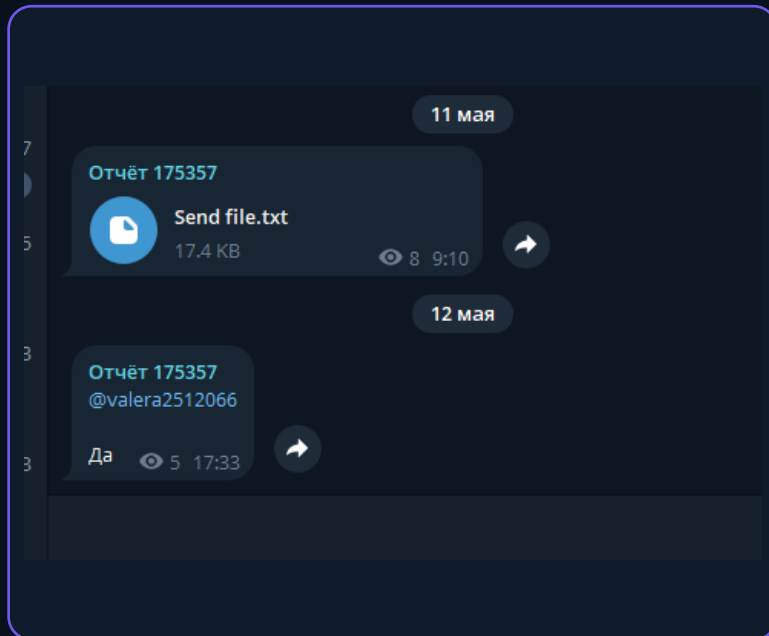
На скриншоте зафиксированы разные типы реакции: прямой интерес ("Да"), отказ, негативный сигнал ("Спам") и мягкая отсрочка ("Отвечу позже"). Это очень полезно, потому что показывает не только количество, но и качество контактов.

“

Живые ответы — это главный результат тестовой рассылки: именно они помогают понять, масштабировать связку дальше или изменить оффер/сегмент.

Дополнительное касание: отправка материала

После проявленного интереса важно быстро дать человеку следующий шаг.



Что видно на скрине

11 мая в диалоге был отправлен файл “Send file.txt” (17,4 KB), а 12 мая зафиксирован ещё один положительный ответ “Да”. Это показывает, что коммуникация продолжилась после первого касания.

Почему это важно

Если рассылка ограничивается только вопросом “вам актуально?”, она быстро теряет эффективность. Нужен следующий шаг: файл, презентация, методика, ссылка на созвон или короткое объяснение.

Практический вывод

В Telegram-рассылке желательно заранее готовить пакет быстрых материалов: PDF, файл, мини-презентацию или шаблон ответа менеджера. Это сокращает время реакции и помогает не терять “горячие” ответы.

“

Сильная рассылка — это не только хороший первый текст, но и готовность быстро продолжить диалог.

Что сработало

Связка показала, что даже простое сообщение может давать полезный отклик при правильной логике.

1

Чёткая боль

В тексте сразу звучит понятная цель: вывести карточки в топ WB.

2

Простой СТА

Ответить “Да” легче, чем переходить по множеству ссылок.

3

Серия касаний

Повторные сообщения поддержали просмотры и не “сломали” оффер.

4

Живые ответы

Есть позитивные ответы, отложенная реакция и возражения.

5

Быстрый follow-up

После интереса можно отправить файл и продолжить диалог.

6

Доказательная отчётность

Скриншоты позволяют показать клиенту реальные результаты и ход работы.

“

Главный плюс кейса — не в “идеальной конверсии”, а в том, что уже на тестовом этапе получены сигналы для роста и масштабирования.

Что улучшить перед масштабированием

Следующий запуск можно сделать сильнее, если превратить рассылку в управляемую систему.

1. Сегментация базы

Разделить контакты по роли, размеру бизнеса, нише и боли. Продавцам WB, агентствам и другим сегментам нужны разные формулировки.

2. A/B-тесты офферов

Сравнить минимум 3 подхода: боль + выгода, боль + кейс, вопрос + “ответьте Да”. Смотреть не только просмотры, но и типы ответов.

3. Обработка негатива

Контакты с ответами “Спам” и “Нет” нужно исключать из дальнейших касаний, чтобы не ухудшать качество базы и репутацию отправителя.

4. Пакет follow-up материалов

Подготовить PDF/презентацию/мини-кейс и шаблоны ответов менеджера для тех, кто проявил интерес.

5. CRM-метки

Каждому контакту дать статус: интерес, позже, отказ, негатив, отправлен файл, назначен созвон. Без этого масштабирование становится хаотичным.

6. Повторное касание

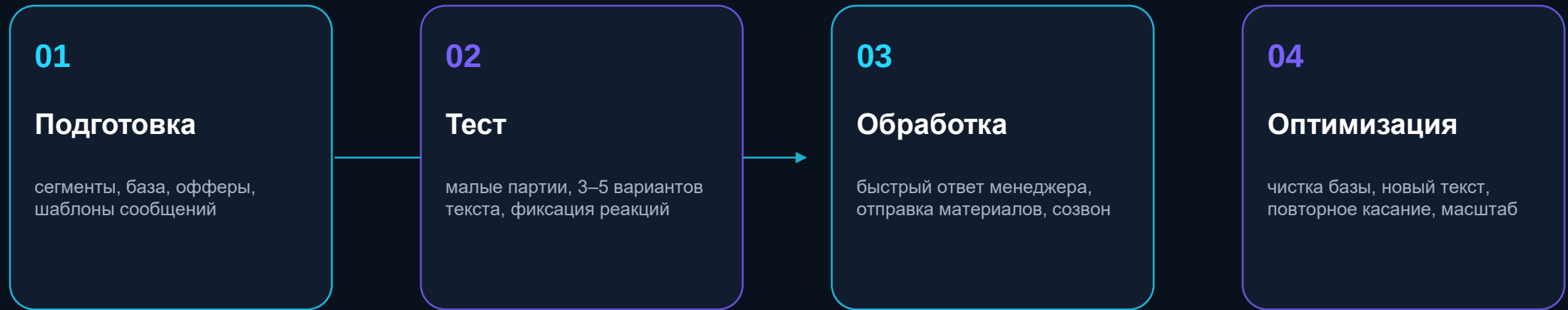
Для ответов “отвечу позже” и “прочитал, но не ответил” нужен мягкий follow-up через 2–4 дня.

“

Масштабировать нужно не просто объем отправок, а всю связку: сегмент → оффер → реакция → следующий шаг.

План масштабирования

Как превратить тестовую рассылку в регулярный канал привлечения лидов.



Контрольные метрики

Просмотры сообщений • количество ответов “Да” • доля отрицательных реакций • число повторных касаний • скорость ответа менеджера • отправленные материалы • конверсия в консультацию / созвон.

Итог кейса

Даже небольшой тест рассылки уже дал достаточно данных, чтобы усиливать связку и масштабировать её дальше.

268–348

просмотров на касание

3+

позитивных ответов

1+

отложенный ответ

1

ответ “Нет”

1

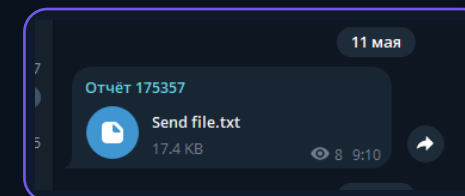
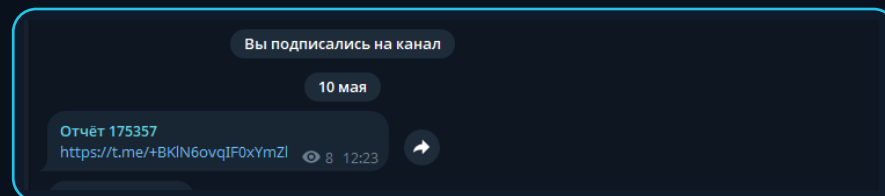
ответ “Спам”

Бизнес-вывод

Telegram-рассылка может быть рабочим инструментом лидогенерации, если она построена как понятная mini-воронка: сильный оффер, простое действие, быстрый follow-up и прозрачная отчётность.

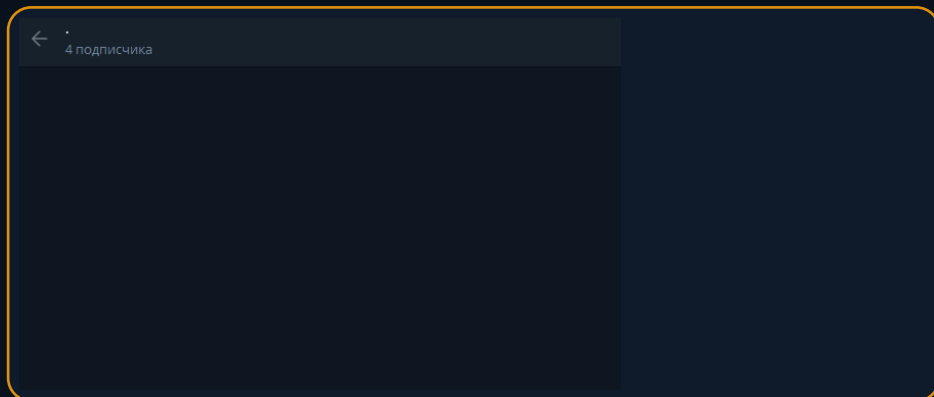
Что рекомендуем дальше

Запустить следующую волну как полноценный A/B-тест: 3–5 офферов, сегментация базы, CRM-метки по реакции, пакет follow-up материалов и отчёт по каждому касанию.



Рассылки, которые доводят до диалога

Digital-Агентство «Креативный поток» помогает запускать Telegram-рассылки, тестировать офферы, собирать ответы и выстраивать управляемую воронку вокруг холодных касаний.



Что можем взять на себя

- подбор и сегментацию базы
- написание текстов и A/B-гипотез
- оформление сообщений и касаний
- аналитику и отчётность
- follow-up сценарии
- рекомендации по масштабированию

Следующий шаг

Подготовить новую волну теста: отдельные сегменты, 3–5 офферов, пакет материалов для ответа и прозрачный отчёт по реакциям.

Telegram • outreach • лидогенерация • аналитика