

AdIndex ПИК x Telegram Ads

КЕЙС: КОРОТКИЕ ТЕКСТЫ

Медведева Анастасия
Прибыловский Никита



ОГРОМНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОТОК И РЕКЛАМНЫЙ КЛАТТЕР

4500+

рекламных сообщений мы получаем
ежедневно на разных носителях –
от смартфона до ООН

7+

рекламных сообщений в минуту за одну
сессию пользователь получает на смартфоне

ОГРОМНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОТОК И РЕКЛАМНЫЙ КЛАТТЕР

1,7

секунд

в среднем уделяет человек
одной единице контента


0,25

В среднем приходится на
просмотр одного поста

2-3

слова

средняя скорость
чтения в секунду
у среднестатистического
человека



НИЗКИЙ УРОВЕНЬ ФОКУСА, ФОНОВОЕ
ВНИМАНИЕ

ТЕМ ВРЕМЕНЕМ В TELEGRAM:

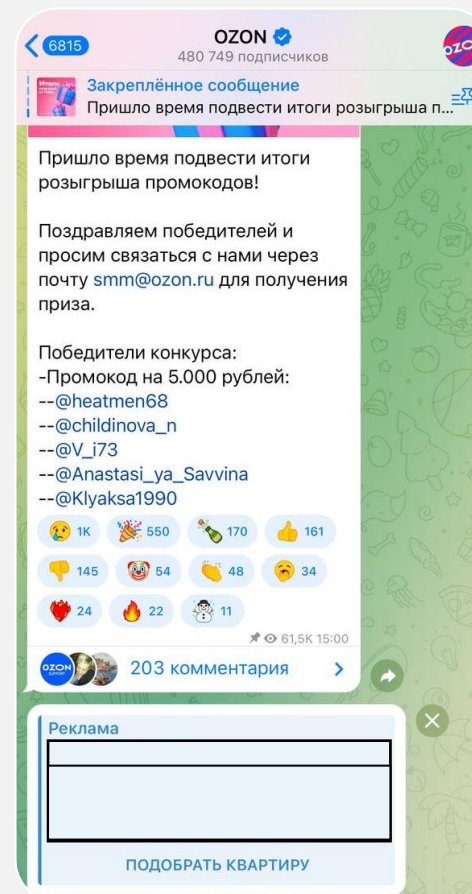
Рост аудитории платформы
продолжает поражать

x2

Рост количества рекламодателей на
Платформе vs. 2023

Рост количества рекламных объявлений
среди всех рекламодателей

+87%



100% VTR

Одно рекламное место

НО КРЕАТИВОВ ВСЕ ЕЩЕ МНОГО

1 млн+

The collage displays a wide variety of Telegram ad creatives, each with a unique design and call-to-action. The ads are organized into several categories:

- Real Estate:** Includes ads for apartment rentals (e.g., "Ак Барс Дом", "Недвижимость Петербурга"), property sales, and real estate agencies (e.g., "Lighthouse Real Estate").
- Education & Courses:** Features ads for nutrition courses (e.g., "Восполняем дефициты с помощью"), language courses (e.g., "Школа 'Сила таро'"), and professional training (e.g., "Детский массаж").
- Health & Wellness:** Includes ads for medical services (e.g., "Детский массаж"), fitness studios (e.g., "ESTETICA студия женского фитнеса"), and health products (e.g., "Островок!").
- Business & Marketing:** Contains ads for business consulting (e.g., "Маркетинг"), social media management (e.g., "Картина Тагирова"), and various business opportunities (e.g., "Дом «Регенbogen»").
- Entertainment & Lifestyle:** Includes ads for music (e.g., "Звук | HiFi-стриминг"), travel (e.g., "Круизный канал «ИНФОФЛОТ»"), and general lifestyle services (e.g., "Берег!").

Each ad card typically includes a headline, a brief description of the service or product, and a prominent call-to-action button such as "VIEW POST", "VIEW CHANNEL", "OPEN WEBSITE", or "VIEW BOT". The designs are diverse, using various colors, fonts, and images to attract attention.

НО КРЕАТИВОВ ВСЕ ЕЩЕ МНОГО

1 млн+

ХОРОШАЯ НОВОСТЬ – НА НАС СМОТРЯТ. ПЛОХАЯ – НАС НЕ ВИДЯТ

The collage displays a wide variety of Telegram ad creatives, including:

- Real Estate:** Listings for apartments in St. Petersburg and Moscow, such as "Недвижимость Петербурга - Lighthome Real Estate" and "Ак Барс Дом".
- Business & Finance:** Offers like "DPD доставка для вашего бизнеса" with a 3.5% discount, and "Инсайды LuckyTeam: 25 сотрудников, 6 вертикалей".
- Education & Courses:** Promotions for "Бесплатный онлайн-курс по нейросетям" and "Курс по питанию".
- Health & Wellness:** Ads for "Школа 'Сила тела' Анастасии MON" and "Островок! Куды в отпуск?".
- Local Services:** Promotions for "Рендез-Вюс (Rendez-Vous)" and "Видео Карты".
- Technology & Gadgets:** Ads for "Детский массаж Татьяна Тонких" and "Карина Тагирова | Бизнес-коуч".

Each ad typically includes a headline, a brief description, and a call-to-action button like "OPEN WEBSITE" or "VIEW POST".

ЧТО ЗНАЧИТ №1 В НЕДВИЖИМОСТИ

№1

Среди каналов девелоперов
по подписчикам

1 482

Публикации

120^{тыс.}

Пересылок

578

Каналов, которые
Цитировали ПИК

376^{Млн.}

Просмотров

№4

Корпоративный канал в
РФ по версии
«Медиалогии»

525^{тыс.}

подписчиков

x94

Рост аудитории
канала



62%

Доля подписчиков,
планирующих покупку

Прямые сделки

С постов в канале

МАССОВЫЙ ПРОДУКТ – КАК БЫТЬ?

 ПРОБЛЕМА	 ИДЕЯ
ЖК могут сильно отличаться между собой (цена, виды, дизайн)	Сформировать связку «бренд = потребность»
Сложно донести УТП проекта в 160 символах (нужно >600)	Не продвигать конкретный ЖК, а двигать «когорту»
Пользователь теряется в объектах и не понимает разницу	Быть релевантными для всех сегментов ЦА

СОЗДАТЬ СИЛЬНЫЙ ПОСЫЛ, КОТОРЫЙ БЫ...



...ЧИТАЛСЯ

...ЗАПОМИНАЛСЯ

...СОЗДАВАЛ СИЛЬНУЮ АССОЦИАЦИЮ

БРЕНД = ПОТРЕБНОСТЬ

DIY, дом



«Есть идея – есть IKEA»

Автомобиль



«Volkswagen. Das Auto»

Техника



«Think Different»

БРЕНД = ПОТРЕБНОСТЬ

DIY, дом



«Есть идея – есть IKEA»

Автомобиль



«Volkswagen. Das Auto»

Техника



«Think Different»

Квартира



ПИК

ТЕСТ СУПЕР-КОРОТКИХ ТЕКСТОВ В TELEGRAM ADS

<div><div>ПИК</div><div>ПИК </div><div>Квартиры</div><div>VIEW CHANNEL</div></div>	<div><div>ПИК</div><div>ПИК </div><div>Выбрать свою ипотеку в ПИК</div><div>VIEW POST</div></div>	<div><div>ПИК</div><div>ПИК </div><div>Квартиры рядом с метро</div><div>VIEW CHANNEL</div></div>
<div><div>ПИК</div><div>ПИК </div><div>Недвижимость</div><div>VIEW CHANNEL</div></div>	<div><div>ПИК</div><div>ПИК </div><div>Для тех, кто ищет квартиру</div><div>VIEW CHANNEL</div></div>	<div><div>ПИК</div><div>ПИК </div><div>Ключи в 2024 году</div><div>VIEW POST</div></div>
<div><div>ПИК</div><div>ПИК </div><div>Готовые квартиры</div><div>VIEW CHANNEL</div></div>	<div><div>ПИК</div><div>ПИК </div><div>Квартиры в Москве от 5,3 млн руб.</div><div>VIEW CHANNEL</div></div>	<div><div>ПИК Ипотека</div><div>Успеть на pik.ru</div><div>OPEN WEBSITE</div></div>
<div><div>ПИК</div><div>ПИК </div><div>ПИК+. Квартиры, которые выделяются.</div><div>VIEW POST</div></div>	<div><div>ПИК</div><div>ПИК </div><div>Умные планировки</div><div>VIEW POST</div></div>	<div><div>ПИК</div><div>ПИК </div><div>Выгодные ставки по ипотеке</div><div>VIEW POST</div></div>
<div><div>ПИК</div><div>ПИК </div><div>Ипотека</div><div>VIEW POST</div></div>	<div><div>ПИК</div><div>ПИК </div><div>Новостройки</div><div>VIEW CHANNEL</div></div>	И др. ...

РЫНОК НЕ БЫЛ ГОТОВ!

“

Это как в смсках, рекламного бюджета хватило только на одно слово

😊 15

”

“

КСТ=краткость сестра таланта.
Или когда немного выгорел на работе и креатив тоже устал.

А может это настолько тонкий маркетинговый, креативный ход, что мы не разобрались сразу.

Хотя, думаю, что просто косяк (ставлю 95 ид 100) или тестируют новую фичу

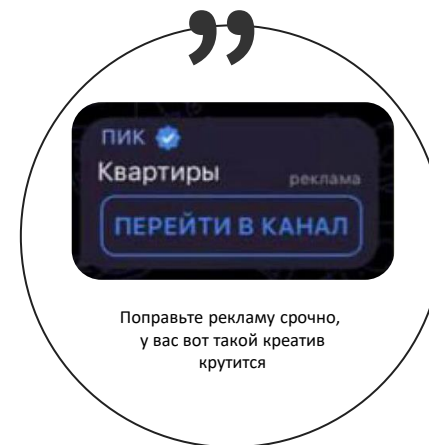
”

“

Короткая, максимально понятная и столь любимая маркетологами реклама. Но конверсионная ли?)

😊 248 ❤️ 46 😐 34 🔥 18

”



“

Проект мы бы назвали «чем развлечься в Телеграм Адс, если у тебя денег – как у дурака фантиков»

”

“

Уставший креативить маркетолог ПИК вспомнил, что краткость – сестра таланта

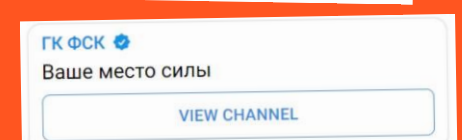
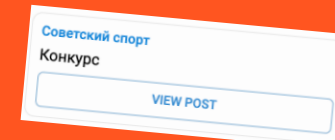
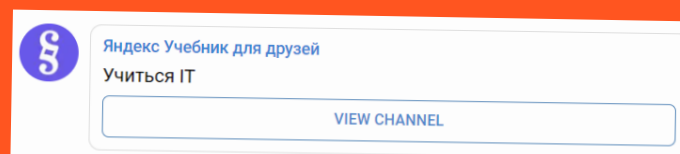
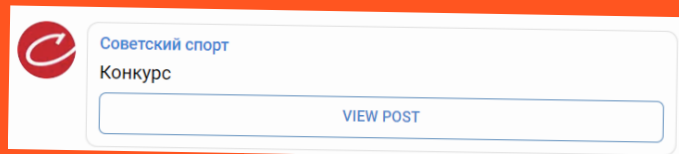
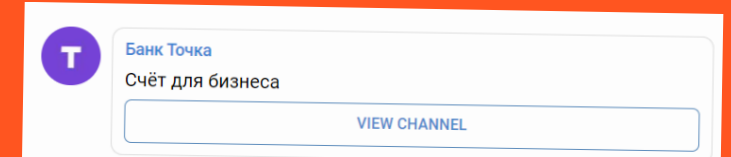
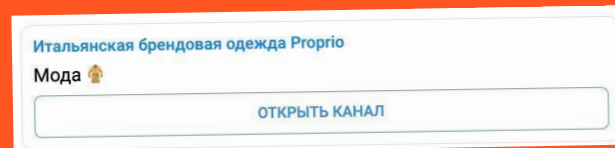
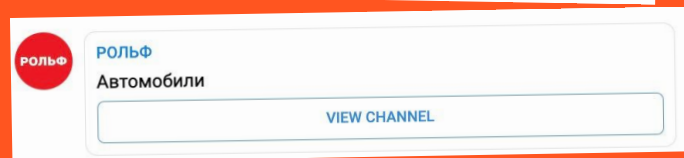
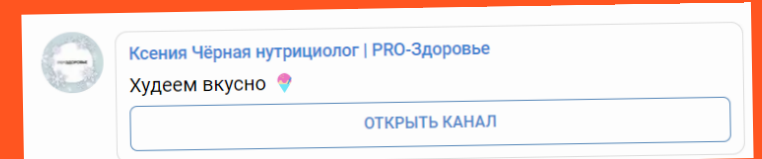
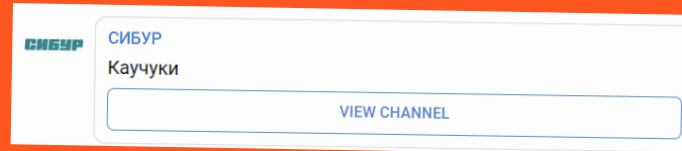
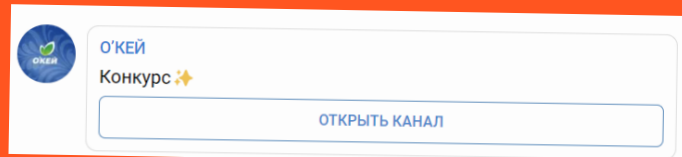
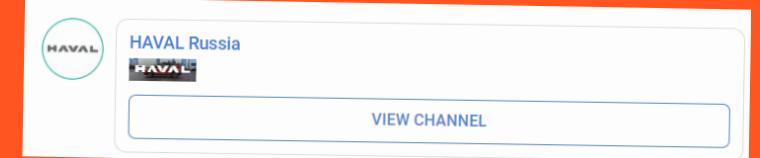
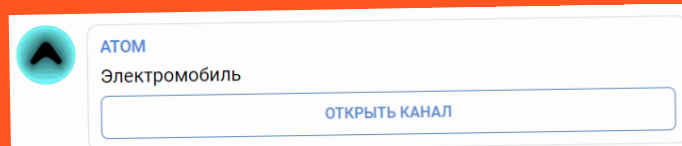
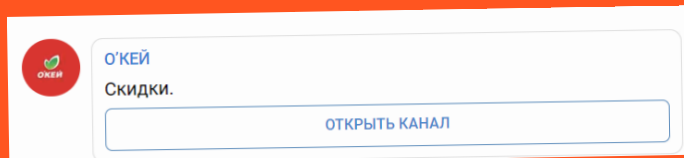
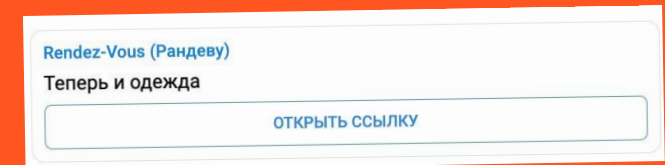
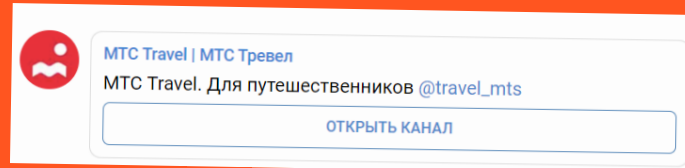
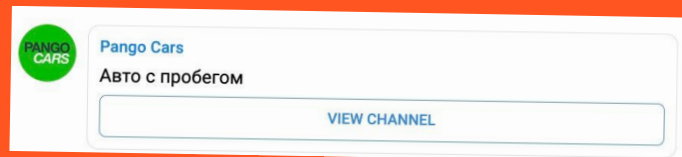
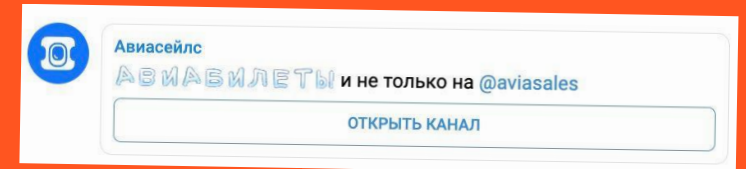
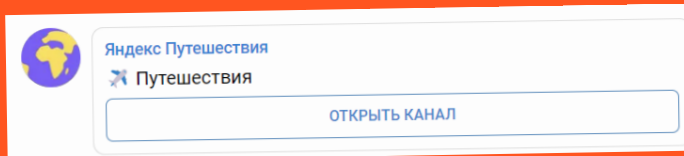
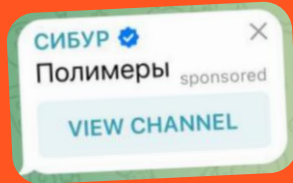
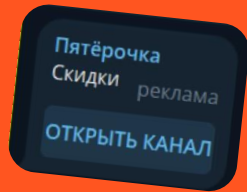
😊 36 👍 7 🍷 4 🤔 3

”



**A FEW
MOMENTS LATER**

ИЛИ ГОТОВ?



ТЕПЕРЬ ТОЧНО ГОТОВ


“ Они этот креатив крутят с конца сентября.

Наверняка с ним всё хорошо.

Ну или там такие бюджеты и так много скринов в каналах было, что они работают с ним на узнаваемость бренда больше, чем на продажи.

21:18

”

“ 😊 Вообще, пацаны [зря насыпаются](#) на  ПИК

Как в креативе выше, так и [во вчерашнем](#), есть изюм. Оба раза заголовок (*название канала*) прекрасно читается со словом в самом объявлении в Telegram Ads.

Я до 4х утра думал, как эту же механику натянуть на проекты клиентов, которые веду сам. И далеко не в каждом всё так ловко получается.

Можешь со мной не согласиться, но я всё ещё считаю это фантастически гениальным решением.

[#TelegramAds #недвига](#)

”

“ Потому, креатив, который показал нам с тобой ПИК ещё [в конце сентября](#) захватывает умы таргетологов всё больше и вот почему:

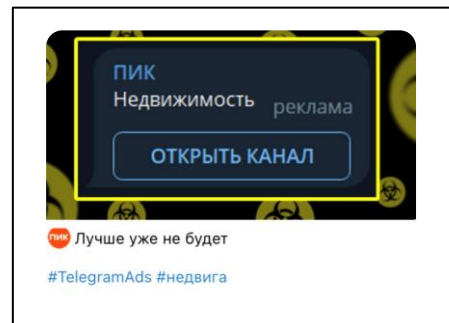
- 1 Он реально выделяется. Для того кривенько обрезаю объявления из скринов. Оба выглядят иначе – уже основной ленты, а значит 100% выделяются.
- 2 Сколько % переплаты за 1000 показов? 0%!
- 3 Цена клика падает до неприлично низких значений. Что понятно из одного слова? Ничего. Интересно? Интересно. Кликают, аж за ушами трещит.

Последнее, конечно, баловство. Вот эта цена клика, если ты не в воронку отправляешь человека – бесполезна. Чисто аудиторию наращивать – плевать на стоимость клика.

Если подписчик укладывается в нужное значение – молорик. Не укладывается, пусть у тебя клик хоть по 0,08 евро, совершенно не важно. Хотя, этим всё равно принято выпендриваться.

[#TelegramAds](#) [#тренды](#) [#прислано](#)

”



 ПИК продолжает серию своих микро-креативов

После "[Недвижимость](#)" и "[Квартиры](#)", руки дошли и до "Ипотека".

P.S. Мне не попался этот их креатив за всё время, но он давно в работе. Сервисы статьи объявлений Telegram Ads показывают слово "Ипотека" у ПИК с ноября.

Прост в этот раз они сменили таргетинги и пост в кнопку зашили от 1 мая.

“ Слушай, ну тут нужно отдать им должное.

Вряд ли они посчитали, но охватная в каналах об их креативах тоже прошла очень и очень.

20:56

”

РАБОТАЕТ. РАСХОДИМСЯ

+72%

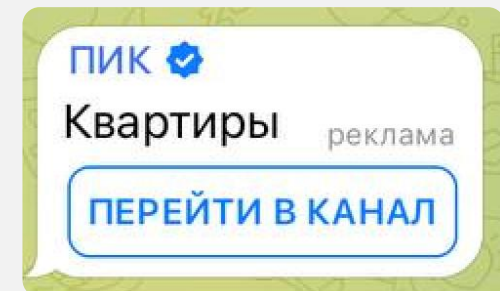
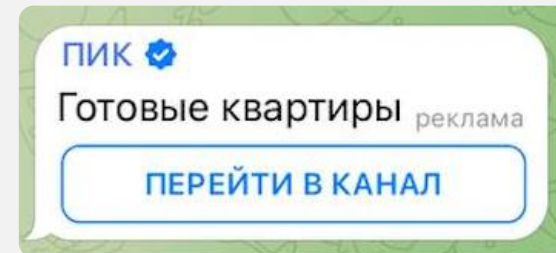
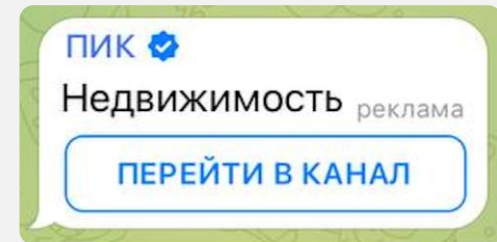
Рост CTR

-50%

Оптимизация CPC

-22%

Оптимизация стоимости подписчика



Спасибо за внимание!
Вопросы?