

По данным исследования Mediascope за январь 2023 года, аудитория Telegram в России выросла с 25,5 млн. до 48,8 млн. пользователей за год. 11 июля 2024 г. «Ведомости» писали, что российская аудитория Telegram за год выросла почти на 10 млн человек. В июне 2023 г. количество пользователей составило 52 млн., а в июне текущего года – 61 млн. Telegram никогда не раскрывал официальной статистики по российской аудитории, однако рост аудитории мессенджера делает его всё более перспективной площадкой для монетизации.

Рассмотрим популярные способы монетизации в Telegram.

1. Коммерческий бот;
2. Списки рассылок, платные подписки;
3. Реферальные подписки и программы;
4. Реклама и партнёрские программы;
5. Спонсорство;
6. Пожертвования/Донаты;
7. Продажа бота.

1. Коммерческий бот

Можно создать или купить бота, который предоставляет платные услуги для пользователей. Например, это может быть бот-консультант, который имеет специализированные функции и возможность получения дохода от консультаций, бот постинга, бот проведения розыгрышей и так далее.

Плюсы: доход почти сразу.

Минусы: потребуются затраты на продвижение бота.

2. Списки рассылок, платные подписки

Можно использовать бота для формирования списка подписчиков, где вы будете предоставлять новые информационные продукты, например, вы можете продавать онлайн-курсы, видеоуроки и многое другое. Пользователи могут

получить доступ к эксклюзивному контенту, функциям или услугам бота, оплатив ежемесячную или ежегодную плату. Возможно предоставление триального периода с ограничением доступа. В этом случае пользователи получают доступ к боту на определенный период времени, чтобы оценить его функциональность и ценность. По истечении триального периода им предлагается подписка на полный доступ. Подписки могут предоставлять доступ к премиум-контенту, расширенной статистике или функциям, которые делают использование бота более удобным. Так же это может быть какое-нибудь комьюнити для профессионального нетворкинга с членским взносом или тайное общество.

Плюсы: привлечение пользователей; автоматический переход к подписке; возможность привлечения целевой аудитории; улучшение пользовательского опыта.

Минусы: необходимость поддерживать систему оплаты; может не подойти для ботов, которые не предоставляют услуги "на каждый день"; создание и поддержка премиального контента может потребовать дополнительных ресурсов и усилий; раздражение пользователей, если премиальный контент слишком сильно отделён от основного.

3. Реферальные подписки и программы

Реферальные подписки включают в себя программу, которая позволяет существующим пользователям приглашать новых подписчиков, предлагая им вознаграждения или преимущества за успешные приглашения. Эта программа может стимулировать рост числа подписчиков и увеличить доход от подписок.

Плюсы: реферальная программа мотивирует существующих пользователей приглашать новых, что способствует росту числа подписчиков; увеличивать доход за счёт приглашённых пользователей; эффективная реферальная программа может способствовать продвижению без дополнительных затрат на рекламу.

Минусы: необходимо следить за её эффективностью и реагировать на изменения; неконтролируемое распространение пригласительных ссылок может привести к злоупотреблениям и мошенничеству; может потребоваться предоставление наград за приглашение новых подписчиков, что увеличит затраты.

4. Реклама и партнёрские программы

Для рекламы в Telegram ботах стоимость обычно назначается за конкретное количество человек, которые получают рекламную рассылку или же за всю базу. Реклама может показываться при запуске бота или просто сообщением в момент рассылки. Сотрудничество с рекламодателями и участие в партнёрских программах позволят получать доход от размещения рекламных объявлений и совместных проектов с другими ботами или компаниями. Этот метод основан на партнёрском сотрудничестве и может быть прибыльным при условии правильной реализации и попадании в правильные условия.

Плюсы: реклама и партнерские программы могут обеспечить стабильный и регулярный поток дохода; партнёрство с рекламодателями и другими ботами может приносить пользу обоим сторонам, расширяя аудиторию и увеличивая охват; партнёрские программы могут предоставлять доступ к новым функциям или контенту, что может улучшить пользовательский опыт.

Минусы: реклама может раздражать пользователей, если она не соответствует интересам или выпадает из контекста; необходимо сбалансировать количество и релевантность рекламы; результаты сотрудничества могут зависеть от партнёров и в случае их неуспеха доход может уменьшиться.

5. Спонсорство

Можно найти спонсора, который будет оплачивать работу вашего бота. Бот может быть выполнен в определенной тематике, а спонсор будет использовать его для продажи своих продуктов или услуг.

Плюсы: развитие Telegram бота за счёт спонсора.

Минусы: зависимость от спонсора, изменение канала под запросы спонсора.

6. Пожертвования/Донаты

Пожертвования представляют собой метод монетизации, при котором пользователи добровольно перечисляют денежные средства для поддержки бота и вашего проекта. Вы можете внедрить функциональность приёма

пожертвований через платежные системы и активно информировать пользователей о возможности поддержать работу. Многие пользователи могут быть готовы задонатить, особенно если они получают ценную информацию или услуги от вашего бота.

Плюсы: пожертвования не навязываются пользователям и они делают их по собственной воле; если бот имеет преданную и лояльную аудиторию, то пользователи готовы поддержать вас финансово, чтобы обеспечить долгосрочное существование проекта; пользователи могут сами решать, сколько денег они готовы пожертвовать, что может привести к увеличению общего дохода.

Минусы: поток средств от пожертвований может быть непредсказуемым и нестабильным, он может колебаться в зависимости от времени и аудитории; пожертвования добровольны, и не все пользователи будут готовы их совершать.

7. Продажа бота

Telegram-каналы можно перепродавать, покупая их на специализированных биржах или напрямую у владельцев. За рынком нужно следить — хорошие каналы и боты быстро продаются, зачастую даже без использования биржи. Опытные "перекупы" Telegram-каналов сами пишут владельцам интересных каналов, предлагают выкуп за свою стоимость и просят, чтобы владельцы им написали, если решатся на продажу своего канала.

Плюсы: возможность продать проект на пике роста.

Минусы: на непопулярные каналы покупателя придётся поискать.

Нужно учитывать, что монетизация Telegram бота представляет собой важный аспект в создании и поддержании успешного проекта, ведь работа над проектом требует затрат времени и оплату ресурсов. Важно помнить, что выбор конкретного метода зависит от аудитории, целей и навыков. Идентификация целевой аудитории даёт понимание её потребности и ожидания от продукта. Бот должен предоставлять ценный и интересный контент или услуги, чтобы

привлекать и удерживать пользователей. Способ монетизации должен соответствовать характеру бота и интересам аудитории. Важно поддерживать баланс между заработком и удовлетворением потребностей пользователей, чтобы не раздражать аудиторию и не перегружать пользователей лишней информацией.

Реализацию монетизации по кейсу #13 команды ИИ интеграция следует рассматривать как долгосрочный проект с постепенным развитием. То есть потребуется "обрастание" целевой аудиторией. Оптимальным методом для монетизации будет задействовать рекламу и партнёрские программы.

Информацию по условиям проведения конференций и об участниках конференций необходимо добавлять в базу заранее, чтобы можно было спрогнозировать потребности для проведения конференций и участников. Например, если конференция проводится в другом городе, то участникам потребуется искать место для остановки и отдыха, строить маршруты и самостоятельно добираться. Будет удобнее привлечь партнёров на местах для организации этих вопросов или предложить участникам решения для их самостоятельного выбора на основе рекламы.

Плюсы: отсутствие подписок позволит увеличить базу участников; регулярное проведение конференций позволит наработать базу партнёров и, в дальнейшем, успешно масштабировать мероприятия.

Минусы: реализация через партнёров или рекламные проекты без контроля может создать недовольных пользователей.