

Команда

1010

из



аналитик



контент-  
маркетолог



проджект-  
менеджер



продакт-  
менеджер

# Основные данные телеграм-канала

## Описание ЦА:

Группы: Разные соц. и возрастные группы (преимущественно жители крупных городов)  
Возраст : 25-45 лет, смотрят фильмы на легальных сервисах <sup>1</sup>

## Основная цель канала:

Создать комьюнити любителей кино и сериалов, транслировать экспертность

## Tone of Voice канала:

Повседневный, уважительный, без обращений на “Ты”, дружелюбный

Количество подписчиков:	590 262
Среднее количество просмотров постов <sup>2</sup>	91 466
Средний ER:	1.18%
Средний ERR:	16.5%
Среднее количество реакций:	697
Среднее количество комментариев:	46
Среднее количество репостов:	3
Среднее количество пересылок:	354
Прирост подписчиков за 3 месяца <sup>3</sup> :	+261 932

<sup>1</sup> данные Исследования GfK и информация со слов заказчика

<sup>2</sup> здесь и далее данные из аналитики TGStat заказчика за предыдущий календарный месяц – январь 2024 г.

<sup>3</sup> здесь и далее данные из аналитики TGStat заказчика за последние 3 месяца (ноябрь, декабрь 2023 г., январь 2024 г.)

# Глубинное интервью

**Цель:** Сформулировать гипотезы для предложения вирусных механик по привлечению подписчиков телеграм-канал Кинопоиска

**Задачи:**

1. Сформировать пул инсайтов для гипотез;
2. Понять, чем понравилась уже реализованная вирусная механика бота с мемами
3. Выяснить, какие боты, их функции, механики нравятся представителям целевой аудитории

## Описание респондентов:

Подписчик телеграм-канала Кинопоиска, знает и использует бота, генерирующего стикеры, любит кино и сериалы, следит за основными новостями киноиндустрии, мужчина, 25 лет

Киноман, активная читательница различных тематических медиа и каналов про кино, но не подписана на телеграм-канал Кинопоиска, женщина, 20 лет

Периодический читатель медиа Кинопоиска, пользуется подпиской Яндекс плюс, но в телеграме подписана только на канал про видеоэссе, женщина, 28 лет

### Основные инсайты по результатам трех интервью:

- 1) Привлекают внимание боты с уникальной идеей / функционалом / оформлением;
- 2) Людям интересны те боты, которые создают уникальный, персонализированный контент, как в случае со стикер-ботом Кинопоиска – понравилась возможность получить уникальный стикерпак со своим лицом или с лицом друзей;
- 3) В нейросетях надо разбираться и искать - это сложно, программы для монтажа нужно скачивать и учиться использовать, создавать свои стикеры – энергозатратно, а бот Кинопоиска делает всю работу за пользователя и позволяет использовать свой функционал несколько раз;
- 4) Фанаты популярных в прокате фильмов часто любят развлекательный контент, связанный с их любимыми персонажами, а также предпочитают делиться им со своими друзьями по интересам в шутливой форме, за серьезным контентом о кино чаще идут в медиа, а не в соц. сети;
- 5) Чтобы определиться с выбором фильма для просмотра и не разочароваться, люди хотят опираться на мнения большого числа киноманов или профессиональных кинокритиков – для этого они читают и пишут рецензии в медиа и на сайте Кинопоиска, но это энерго- и времязатратный процесс, хорошо бы его упростить;
- 6) Киноманы подписываются на те каналы, которые предоставляют эксклюзивный, уникальный контент, который можно найти там, как в первоисточнике, и первым поделиться с друзьями или в своих каналах

### Гайд встречи с вопросами и смысловыми блоками:

# Анализ контента в группе Кинопоиск:

Топ-15 постов 2022-2023 гг. по основным показателям

**Ссылка на общую таблицу с топом:**

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1aBb8Ag38yoFe3VLmhSNYawuEVZxVHalt-3PkP2xsUfY/edit?usp=sharing>

**Топ-15 постов канала по просмотрам:**

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1aBb8Ag38yoFe3VLmhSNYawuEVZxVHalt-3PkP2xsUfY/edit?usp=sharing>

**Топ-15 постов канала по репостам и пересылкам:**

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1aBb8Ag38yoFe3VLmhSNYawuEVZxVHalt-3PkP2xsUfY/edit?usp=sharing>

**Топ-15 постов канала по количеству реакций:**

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1aBb8Ag38yoFe3VLmhSNYawuEVZxVHalt-3PkP2xsUfY/edit?usp=sharing>

**Топ-15 постов канала по количеству комментариев:**

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1aBb8Ag38yoFe3VLmhSNYawuEVZxVHalt-3PkP2xsUfY/edit?usp=sharing>

На основе проведенных исследований:

1. Анализ текущего состояния канала
2. Глубинное интервью с представителями ЦА
3. Анализ предыдущего опыта запуска вирусной механики (чат-бот Киномем)
4. Анализ вовлеченности в контент (изучение основных рубрик телеграм-канала и наиболее охватных форматов контента, изучение реакций, активности в комментариях)

А также на основе составленного топ-15 постов канала по ключевым показателям мы

# Сформулировали следующую гипотезу

Суть: телеграм-бот, который озвучивает любимого персонажа кино / сериала / мультфильма твоим голосом.

Пользователь открывает чат-бота, нажимает start, бот просит пользователя выбрать персонажа/героя, просит затем подписаться на телеграм-канал Кинопоиска, и после запрашивает аудиосообщение для озвучки.

ЦА: самая широкая ЦА бренда, те, кто смотрят фильмы и сериалы на легальных сервисах и активно общаются с друзьями в мессенджерах, любят игры и развлекательный контент

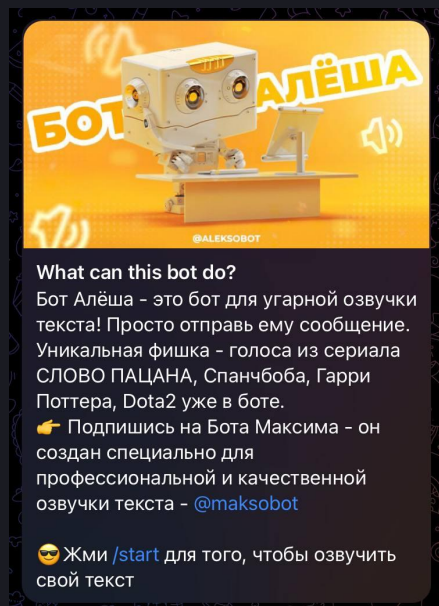
Обоснование вирусного потенциала (маркетинговая цель – формирование спроса – верхний этап воронки – коммуникационный контент-проект с главной метрикой – количество новых подписчиков канала, целевое действие – подписка на телеграм-канал):

1. Инсайты, полученные в ходе CustDev-исследования маркетолога:

- привлечение внимания (использование сцен из фильмов и мультфильмов в сочетании с голосом пользователя создает интерактивное и развлекательное взаимодействие, которое может привлечь внимание пользователей, побудит их делиться готовым видеофайлом с друзьями);
- персонализация (бот будет предлагать пользователям контент, который соответствует их интересам и предпочтениям – выбор героя, аудиосообщение с их голосом и текстом, что сделает процесс использования более приятным и уникальным)



- удобство использования (бот позволит пользователям быстро и легко создавать персонализированный контент, что сделает его более привлекательным для использования, ведь вместо освоения функционала программ монтажа, нейросетей и пр., пользователю нужно просто выбрать готовый шаблон из библиотеки героев и записать аудио-сообщение внутри Телеграма)



## 2. Успешные примеры на рынке:

“Чат-бот Алёша” – бот, озвучивающий текст разными голосами. Пользователь присылает в бот текстовое сообщение и за подписку на канал получает аудиосообщение с озвучкой своего текста выбранным героем / голосом. Мы сделали запрос владельцу бота для покупки рекламы и запросили статистику, по последним данным, количество активных юзеров бота – **378.000** человек + этот бот постоянно встречается в [подборках лучших ботов](#) Телеграма, написанных известными медиа

Можем сделать вывод, что и наш бот с несколько схожей, но более привлекательной, на наш взгляд, механикой тоже может стать востребованным на рынке





Чат-бот

Как он работает?

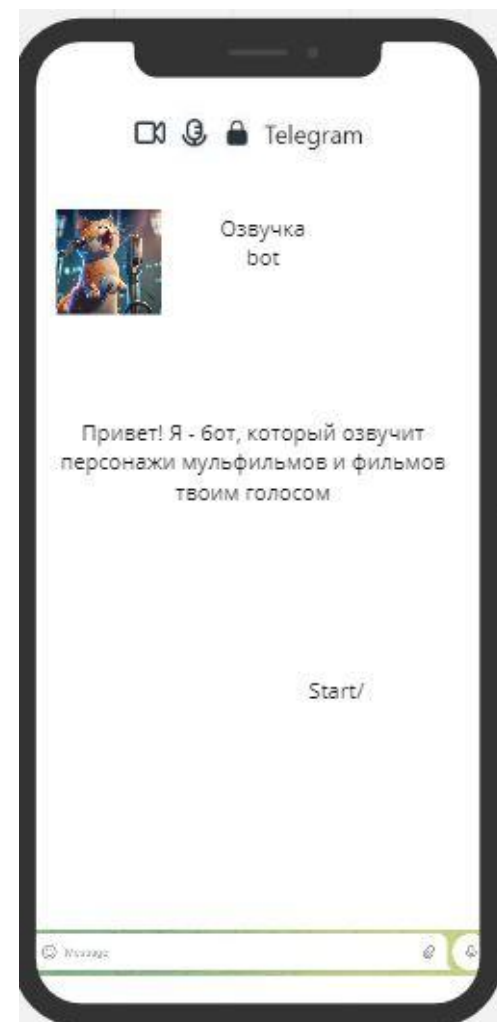
Попробуй озвучить  
своего любимого  
персонажа

И он заговорит твоим  
ГОЛОСОМ

# Описание действия вирусной механики:

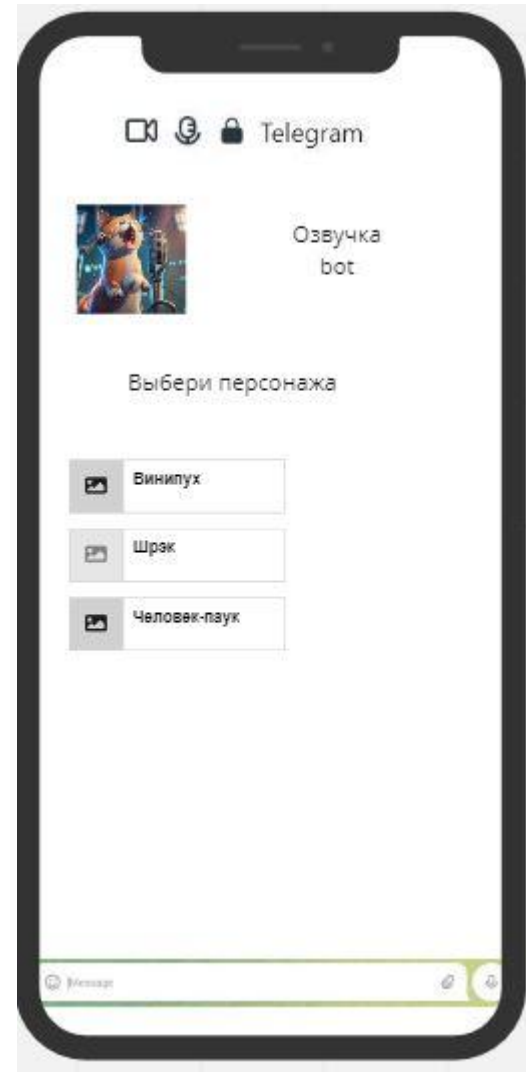
## 1. Открыть бот

Приветствие бота и презентация того, что может сделать бот



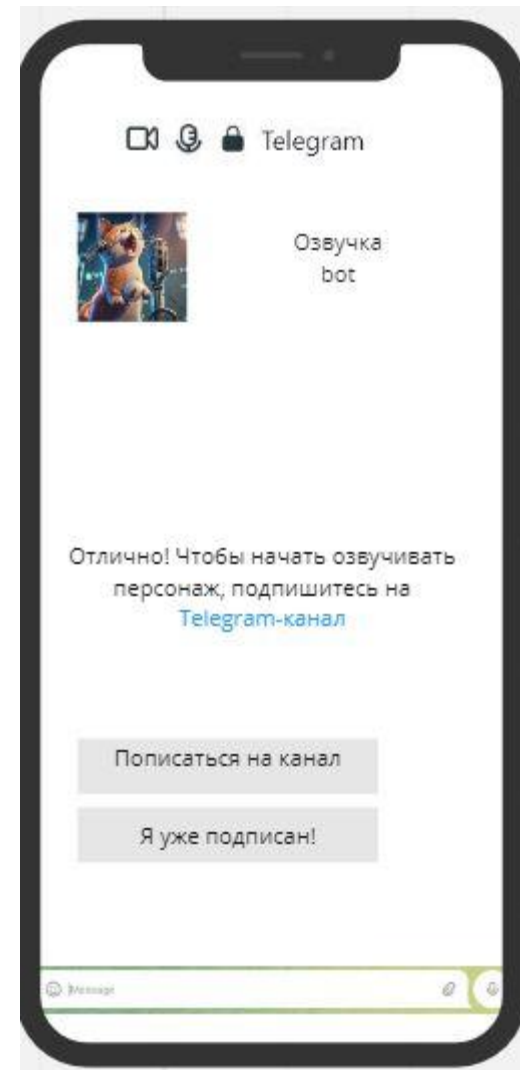
## 2. Выбрать персонажа

Предлагается выбор персонажей, это могут персонажи как из мультфильмов так из фильмов



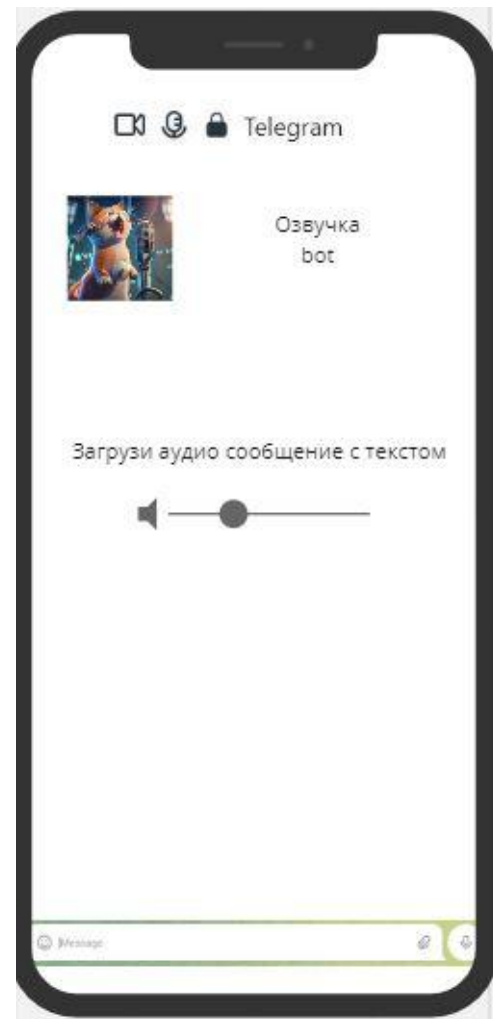
### 3. Подписаться на канал

Напоминание о подписке на телеграм-канал Кинопоиска после выбора персонажа



## 4. Загрузить аудиосообщение с текстом

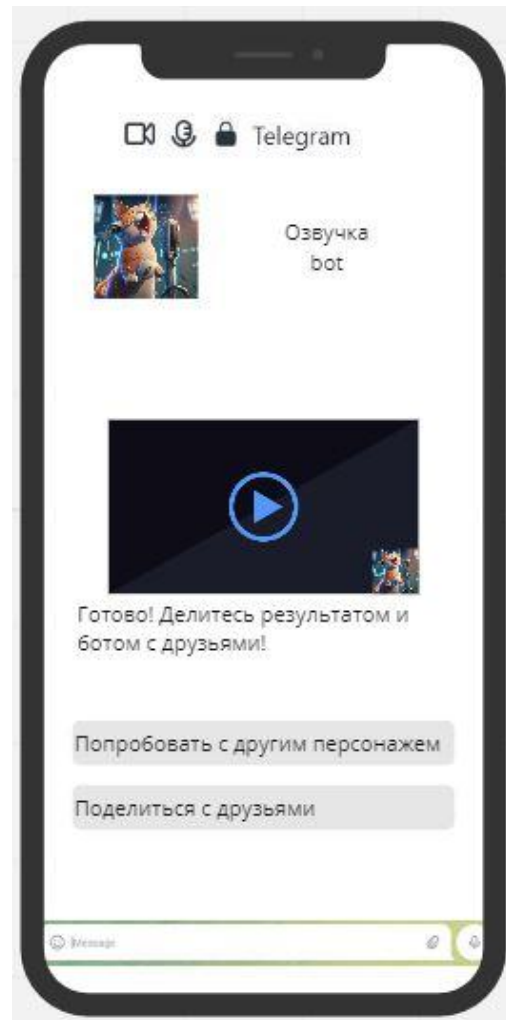
При помощи опции аудиосообщения в Телеграме записываем свое аудио, которое и станет озвучкой



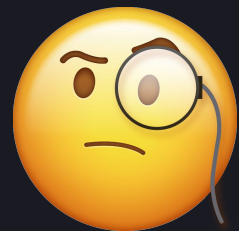
## 5. Получи результат и поделись с друзьями

Полученное видео можно будет сохранить, а также поделиться с друзьями, либо попробовать озвучить другого персонажа.

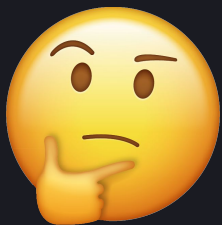
На готовом видео будет стоять вотермарка с юзернеймом нашего бота



## 1 сценарий пути пользователя



Увидел рекламный  
пост про бота



Кликнул на ссылку и  
запустил чат-бота



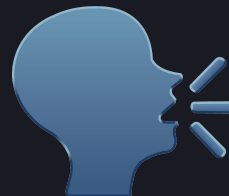
Выбирает персонажа  
для озвучки



целевое действие!



Чтобы продолжить, бот просит  
подписаться на канал.  
Подписывается



Записывает  
аудиосообщение



Получает готовый видео-файл с  
озвученным героем!



## 2 сценарий пути пользователя



Увидел у друга видео  
с озвучкой героя его  
голосом, заметив  
ватермарку с  
юзернеймом чат-бота



Вбил в поиске  
юзернейм и запустил  
чат-бота, чтобы сделать  
себе такое же



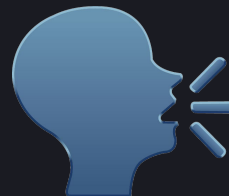
Выбирает персонажа  
для озвучки



целевое действие!



Чтобы продолжить, бот просит  
подписаться на канал.  
Подписывается



Записывает  
аудиосообщение



Получает готовый видео-файл с  
озвученным героем!

### Бюджет внедрения механики:

1. Создание бота (бэкэнд разработчик) - 200 000 - 250 000 руб.
2. Дизайнер аватарки бота и welcome-баннера - 20 000 руб.
3. Программист для поддержки работы бота - от 20-30 тыс в месяц
4. Оплата серверов (от 500 руб и до бесконечности, в зависимости от кол-ва пользователей бота)
5. Копирайтер для текстов внутри бота - от 10 000 - 50 000 руб.

### Сценарий реализации персонажа:

1. Оживление персонажа с картинки/фото: в бот загружается база фото и артов персонажей и героев, нейросеть делает героя говорящим и подстраивает движения его губ под аудио-сообщение пользователя. Этот сценарий мы учитывали для расчета цены по созданию бота.
2. Видео-оживление – более сложный в реализации вариант механики. Звук из аудио-сообщения пользователя накладывается на сцену из фильмов. Но этот вариант более затратный, так как необходимо обучать нейросеть подстраивать сцену под длительность аудиосообщения.

## План внедрения механики:

1. Размещение в пабликах Кинопоиска:
  - группа Кинопосик в телеграм
  - сайт kinopoisk.ru, раздел медиа/новости
  - Дзен Кинопосик
  - группы Кинопоиска в соц сетях (Одноклассники, Вконтакте)
  - Youtube канал Кинопоиск и т.д.
  
2. Размещение на сторонних паблик-ресурсах
  - новостные каналы, паблики
  - группы в соц сетях, мессенджерах
  
3. Реклама в Telegram Ads
  - Посевы - рекламные посты у блогеров/популярных каналов
  - Таргет в Telegram Ads

## Предлагаем использовать рекламные посевы в телеграм каналах

Мы выбрали 2 канала для рекламных посевов и указали примерный бюджет и статистику:

1) Канал о технологиях — Romancev768 <https://t.me/Romancev768> Среднее кол-во охватов 1 поста — 98 815 ERR за последний месяц — 21.4%. Предполагаем, что реклама принесет ок. 5000 кликов по ссылке на бота, за 1 размещение. Цена 1 размещения посева: 216 000 руб

2) Канал ИМПРОВИЗАТОРЫ — юмор и новости известного шоу, молодая аудитория <https://t.me/theimprovisatorsshow> Среднее кол-во охватов 1 поста — 101 708 ERR за последний месяц — 68,6%. Предполагаем, что реклама принесет 7000 кликов за 1 размещение. Цена 1 размещения посева: 230 000 руб

Итого бюджет на данную вирусную механику:

Реализация чат-бота	Маркетинговый бюджет на посеы	Итого	Прогнозируемое количество подписчиков
400 000	230 000 - 400 000	800 000	150 000 - 200 000

# Цель вирусной механики:

Увеличение количества новых подписчиков в телеграм канале Кинопоиск.

Главная метрика: количество подписчиков

На основе имеющихся данных внедрения предыдущего бота (Киномемы) и в результате продвижения бота через посеы в телеграм-каналах сетки Кинопоиска и внешних каналов мы предполагаем привлечение до 150 000 - 200 000 новых подписчиков.

Также привлечение новых подписчиков повлияет на охваты, охваты увеличатся до 20%.

Показатели ER и ERR могут уменьшиться примерно на 5%

Временной период привлечения подписчиков 2-3 месяца

Количество новых  
подписчиков

+20  
%

Охваты постов

+15  
%

Вовлеченность

-5  
%

ERR



ER

Конверсионная скорость  
отношение числа новых  
подписчиков к числу  
просмотров или посещений  
канала. Это поможет понять  
эффективность  
маркетинговых усилий или  
качество контента.  
Считается (за период  
новые/просмотры × 100)




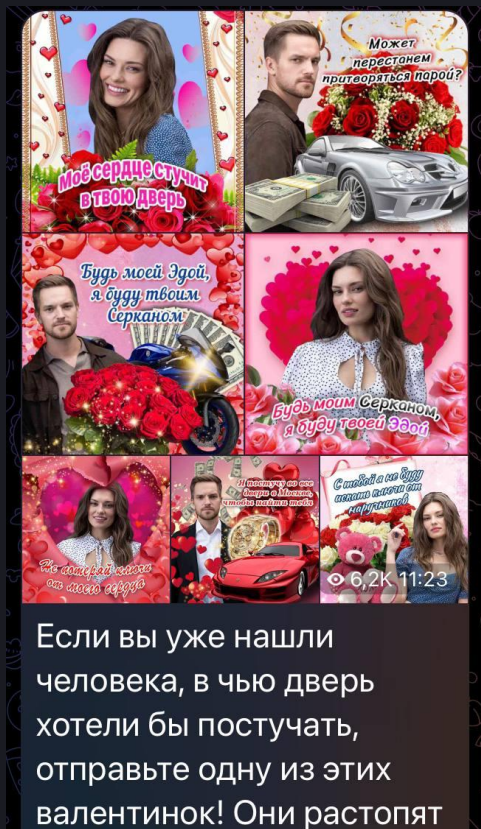
# Общие выводы: точки роста канала

Запрос заказчика: построение коммьюнити киноманов в телеграм-канале

1 рекомендация: увеличить количество эксклюзивного контента (без ссылок на медиа Кинопоиска) в формате вирусных креативов как [“Бинго киноманских ред флагов”](#) (более 1000 реакций, более 100 комментариев, активные дискуссии и репосты), они помогают развитию коммьюнити благодаря повышенной активности в комментариях и большому количеству пересылок.

Так как основная цель телеграм-канала Кинопоиска – трансляция экспертности\*, подобные юмористические креативы не должны быть преобладающим форматом контента

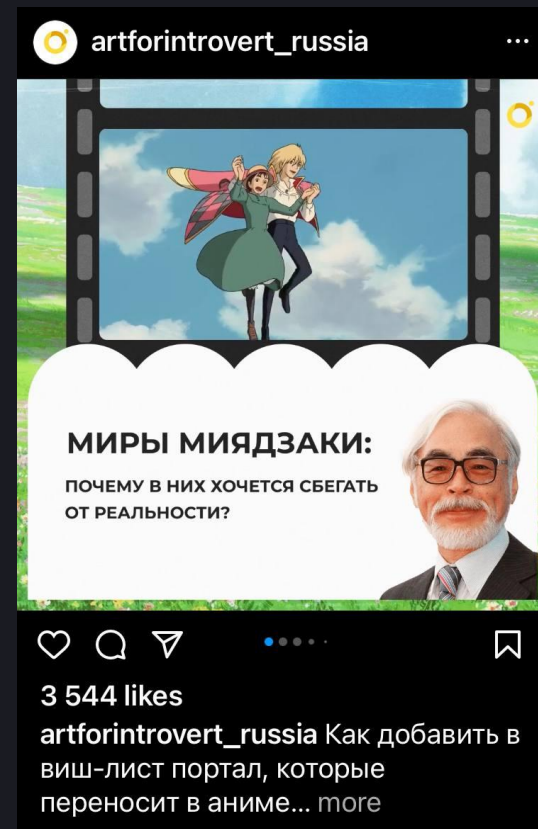
Референсы см. далее 



[Подборка валентинок](#) по российской адаптации известного турецкого сериала от тг-канала “Окко”



Юмористическая [подборка](#) карточек: каждый фильм разобран на “ощущения”, возникающие по ходу просмотра



[Карточки](#) с анализом привлекательности миров режиссера Миядзаки в канун выхода его нового анимационного фильма

## 2 рекомендация и гипотеза #2

Суть: в формате кружочков записывать мини-опрос актеров российских популярных фильмов / сериалов, например, с ответом на вопрос: “Назовите 4 самых лучших, на ваш взгляд, фильма за всю историю кино” — эксклюзивный контент тг-канала Кинопоиска. Актеров можно “ловить” как на известных премиях, так и договариваться о записи в любых других условиях

ЦА: самая широкая бренда Кинопоиска и телеграм-канала Кинопоиска в частности

Обоснование вирусного потенциала (маркетинговая цель — формирование спроса — верхний этап воронки — коммуникационный контент-проект с главной метрикой — количество новых подписчиков канала, целевое действие — подписка на телеграм-канал):

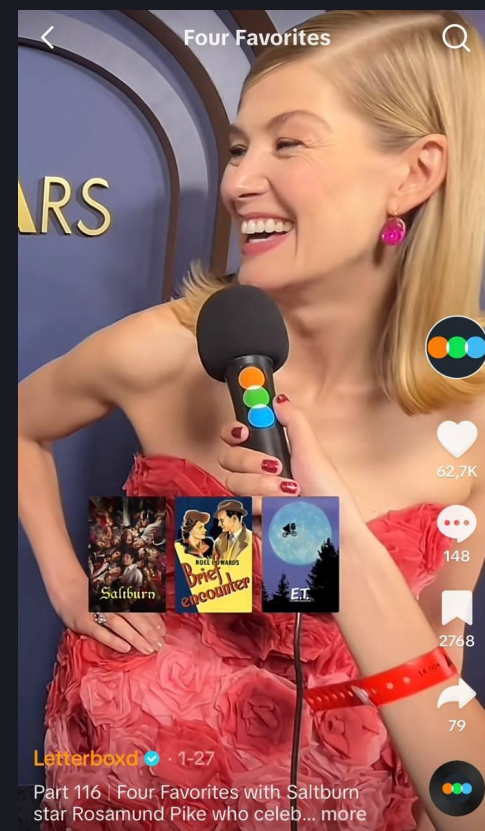
- 1) Поклонники кино и сериалов ценят эксклюзивный контент и подписываются на те платформы, которые его публикуют (“я лучше подпишусь на первоисточник и увижу уникальный контент одним из первых, чтобы поделиться с друзьями” — инсайт на основе изучения комментариев в тг-канале Кинопоиска и общения с киноманами, которые читают медиа Кинопоиска, но не подписываются на телеграм канал за ненужностью из-за недостатка эксклюзивного контента).
- 2) Удачный пример на рынке: в Тик Ток-аккаунте сервиса Letterboxed\* большой популярность пользуется формат мини-интервью актеров, состоящие из одного-двух вопросов об их последних просмотренных сериалах или лучших, по их мнению, фильмах. Мы можем адаптировать этот формат в канале Кинопоиска, применив механику записи видео с актерами в кружочках (см. примеры на след. слайде). Фанаты актеров или киноиндустрии в целом будут подписывать на телеграм-канал Кинопоиска, чтобы ждать мини-интервью своих любимых актеров или для того, чтобы первыми получать эксклюзивный контент



<https://vt.tiktok.com/ZSFMm2uEt/>



<https://vt.tiktok.com/ZSFMmN79e/>



<https://vt.tiktok.com/ZSFMmJES3/>

# Общие выводы: точки роста канала

3 рекомендация: для стимулирования общения в комментариях и формирования коммьюнити периодически просить подписчиков советовать друг другу лучшие фильмы на определенную тему / с определенной проблематикой / определенного жанра



Референс: твит с просьбой поделиться лучшими корейскими фильмами по мнению пользователей собрал более тысячи комментариев и 1,6 млн просмотров

Согласно анализу постов телеграм-канала Кинопоиска и полученному в его результате топ-15 постов с наибольшим количеством комментариев (слайд 6), самые активные дискуссии с большим количеством участников и комментариев под теми постами, в которых у пользователей запрашиваются их рецензии, мнения, фильмы по определенной теме, их отношение к героям определенного типажа и т.д.

В дальнейшем из рекомендаций пользователей также можно генерировать контент: составлять подборки, выделять самые интересные и развернутые комментарии, иногда поощрять самых активных в комментариях подписчиков небольшими призами

# Приоритетная гипотеза #3

Суть: телеграм-бот, которому пользователь задает название фильма, а бот выдает саммари рецензий с сайта Кинопоиска: рейтинг, кол-во положительных и негативных рецензий, и самую популярную рецензию сайта к этому фильму, а также рецензии кинокритиков на фильм из медиа Кинопоиска (если таковые есть)

ЦА: самая широкая ЦА бренда: те, кто смотрят фильмы и сериалы на легальных сервисах и выбирают фильм для просмотра, основываясь на отзывах

Обоснование вирусного потенциала (маркетинговая цель – формирование спроса – верхний этап воронки – коммуникационный контент-проект с главной метрикой – количество новых подписчиков канала, целевое действие – подписка на телеграм-канал):

1) Инсайт, полученный в ходе CustDev-исследования маркетолога:

- чтобы определиться с выбором фильма для просмотра и не разочароваться, люди хотят опираться на мнения большого числа киноманов или профессиональных кинокритиков – для этого они читают и пишут рецензии в медиа и на сайте Кинопоиска, для упрощения этого процесса можно предложить tg-бота.

2) Согласно [исследованию 2010 г., результаты которого опубликованы в Journal of Marketing](#), примерно 72% пользователей читают отзывы и рецензии перед просмотром фильма или сериала. Похожие результаты были получены по результатам [исследования Яндекса](#) в 2021 г. Это также свидетельствует о высоком потенциале спроса на нашего бота.