

## 24. ОБЪЯВЛЕНИЯ TELEGRAM ADS КАК ВИД ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ

*Сантоцкая К. А., студент гр.174002, Шушко А. Ю., студент гр.174004*

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Шкор О.Н. – старший преподаватель*

**Аннотация.** Данная научная работа посвящена изучению концепции Telegram Ads - виду таргетированной рекламы на платформе Telegram. В работе рассматриваются основные принципы работы данного инструмента, его преимущества и возможности для применения в бизнесе на примере компании KFC. Работа включает анализ связи между Telegram Ads и B2B-рынком, а также B2C-рынком, и определяет, какие бизнесы могут получить большую выгоду от использования Telegram Ads.

**Ключевые слова.** Telegram Ads, таргетинг, рекламная платформа, B2B-рынок, B2C-рынок.

С развитием технологий и интернет-коммуникаций все больше компаний стремятся использовать новые платформы для продвижения своих продуктов и услуг. Одной из таких платформ является Telegram, который является одним из наиболее популярных мессенджеров в мире. В 2018 году Telegram запустил свою рекламную платформу Telegram Ads, которая предоставляет компаниям возможность размещать рекламу и охватывать большее количество потенциальных клиентов, являющихся пользователями данной социальной сети.

В данной научной работе нами были рассмотрены возможности использования Telegram Ads в процессе маркетинговых коммуникаций, а также были выявлены преимущества этой платформы для бизнеса.

Telegram Ads — это рекламная платформа в Telegram, которая позволяет рекламодателям размещать рекламные материалы в каналах и группах Telegram, а также использовать таргетинг по ключевым словам в сообщениях пользователей [1]. Это платформа с оплатой за клик (CPC), что означает, что рекламодатель оплачивает только за реальные клики на рекламу.

Принцип работы Telegram Ads основан на аукционе на основе ставок, где рекламодатель определяет максимальную цену, которую готов заплатить за показы своих рекламных объявлений, а Telegram выбирает лучшие объявления для каждого показа. При этом стоимость каждого показа определяется не максимальной ценой, которую готов заплатить рекламодатель, а на основе ставок других рекламодателей, участвующих в аукционе.

Рекламодатели могут настроить таргетинг для своих объявлений, указав критерии, такие как географическое положение, возраст, пол и интересы аудитории. Это позволяет показывать рекламу только тем пользователям, которые наиболее вероятно будут заинтересованы в продукте или услуге, что повышает эффективность рекламной кампании и экономит бюджет рекламодателя.

Telegram Ads предоставляет возможность рекламодателям более точно передавать свое сообщение и делать его более привлекательным для потенциальных клиентов благодаря широкому списку типов рекламных форматов, таких как:

1. Рекламные каналы (Channel Ads) – это рекламные сообщения, которые появляются в каналах Telegram. Рекламодатель может оплатить показ своего рекламного сообщения в каналах, которые имеют большую аудиторию, чтобы привлечь внимание новых пользователей.
2. Реклама на баннерах (Banner Ads) – это рекламные баннеры, которые появляются вверху списка чатов и каналов в Telegram. Рекламодатель может купить место для своего баннера и привлечь внимание пользователей.
3. Рекламные стикеры (Sticker Ads) – это рекламные стикеры, которые могут быть размещены внутри любого чата или группы в Telegram. Рекламодатель может создать специальные стикеры с логотипом или брендом компании и поделиться ими в сообщениях.
4. Реклама в сообщениях (Message Ads) – это рекламные сообщения, которые появляются в личных сообщениях между пользователями Telegram. Рекламодатель может оплатить размещение своего сообщения в личных чатах или группах с большой аудиторией, чтобы привлечь новых клиентов.

Одним из главных преимуществ Telegram Ads является возможность включения рекламы в процесс общения пользователей. Реклама в Telegram Ads может быть размещена в качестве сообщений в личных чатах пользователей, что позволяет привлекать внимание к рекламе и улучшать ее конверсию. Кроме того, возможность показа рекламы в каналах и чатах тематических сообществ позволяет достигать большой аудитории и создавать настоящее вирусное распространение рекламного контента.

Также стоит отметить, что Telegram Ads является инструментом с высокой степенью аналитики и отчетности. После того, как рекламная кампания запущена, рекламодатель может отслеживать ее результаты, используя отчеты, которые показывают количество показов, кликов и конверсий, а также другие метрики. Такой подход помогает рекламодателям настраивать свои кампании таким образом, чтобы получить максимальный результат от вложенных средств.

Помимо этого, были выявлены следующие преимущества данной рекламной платформы:

1. Широкий охват аудитории. Telegram имеет миллионы пользователей по всему миру, и количество пользователей продолжает расти. Это означает, что Telegram Ads предоставляет широкий охват аудитории и позволяет достигать целевой аудитории в любой точке мира.
2. Низкие затраты на рекламу. Стоимость размещения рекламы на Telegram Ads гораздо ниже, чем на других рекламных платформах, таких как Google AdWords или Facebook Ads. Это означает, что Telegram Ads предоставляет отличную возможность для малых и средних предприятий с ограниченным бюджетом для рекламы.
3. Высокий уровень персонализации. Telegram Ads позволяет настраивать рекламу для определенной целевой аудитории, что позволяет максимально эффективно использовать рекламный бюджет и избежать затрат на тех пользователей, которые не являются потенциальными клиентами. Вы можете выбрать тематику каналов и групп, на которых хотите разместить рекламу, а также настроить геотаргетинг, чтобы достигать аудитории в определенном регионе.
4. Высокая конверсия. Telegram Ads предоставляет высокую конверсию благодаря высокому уровню лояльности пользователей Telegram, которые часто используют мессенджер для коммуникации с брендами и покупок.
5. Простота использования. Telegram Ads прост в использовании и не требует большого количества времени и ресурсов для создания и запуска рекламных кампаний. Вам нужно только создать рекламное объявление, выбрать каналы и группы, на которых хотите разместить рекламу, и настроить параметры таргетинга.

Telegram Ads является эффективным инструментом для продвижения на B2C-рынке [2]. Благодаря широкой аудитории и возможности точного таргетирования, компании могут эффективно достигать своих потенциальных клиентов и продвигать такие товары и услуги, как:

- одежда и обувь (реклама новых коллекций, скидок и распродаж);
- косметика и парфюмерия (реклама новых продуктов, акций и бонусов для клиентов);
- техника и электроника (реклама новых продуктов, предзаказов и скидок на товары);

- еда и напитки (продвижение новых меню, акций, скидков и бонусов для клиентов);
- путешествия и туризм (реклама новых туров, скидков и бонусов для клиентов).

Также, Telegram Ads может использоваться для улучшения коммуникации с клиентами, например, для обратной связи, опросов и уведомлений о новых продуктах и услугах.

Telegram Ads является эффективным инструментом рекламы также и на B2B-рынке в связи с популярностью Telegram среди бизнес-сообщества и профессионалов. B2B-компании могут использовать данную платформу для продвижения своих продуктов или услуг, например, с помощью ретаргетинга и настройки аудитории по интересам, отраслям и должностям. Но особую значимость данный инструмент представляет для компаний, которые работают в сферах технологий, B2B-сервисов, консалтинга, рекламы, маркетинга и других связанных с IT отраслей. Это связано с тем, что пользователи Telegram в основном являются технически грамотными и заинтересованными в новых технологиях, что делает эту платформу привлекательной для компаний, которые хотят продвигать свои технологические продукты и услуги на этом рынке.

Важно отметить, что на B2B-рынке может быть высокая конкуренция, поэтому компаниям необходимо сделать рекламу привлекательной и убедительной для своей целевой аудитории. При этом использование Telegram Ads позволяет достигать конверсии по более выгодным ценам, чем, например, традиционная реклама на ТВ или в печатных изданиях.

Существует множество успешных кейсов использования Telegram Ads в маркетинге, одним из которых является опыт компании KFC - одного из крупнейших ресторанных брендов быстрого питания в мире. В 2019 году компания запустила рекламную кампанию в Telegram, чтобы продвигать новый продукт - хот-дог с курицей. В рамках кампании, KFC создала специальный канал в Telegram, где пользователи могли узнать о новом продукте, посмотреть его фотографии, узнать, где ближайший ресторан KFC, и даже заказать хот-дог с доставкой через Telegram-бота.

Для привлечения внимания к каналу и новому продукту, компания запустила рекламные объявления в Telegram, нацеленные на аудиторию, интересующуюся быстрым питанием и новинками в этой сфере. В объявлениях использовались яркие фотографии продукта и лаконичный текст, который подчеркивал его вкусовые качества.

Кроме того, компания предоставила пользователям возможность получить скидку на заказ хот-дога, если они поделились ссылкой на канал в Telegram с друзьями в социальных сетях. Это стимулировало пользователей к распространению информации о новом продукте и привлекло больше внимания к рекламной кампании.

Рекламная кампания оказалась успешной, и новый продукт был хорошо принят потребителями. Компания KFC получила большой поток заказов на хот-доги через Telegram-бот и доставку. Данный опыт свидетельствует об эффективности использования Telegram Ads для продвижения нового продукта и увеличения продаж.

В заключении можно сделать вывод о том, что Telegram Ads является одной из наиболее перспективных платформ для маркетинга в настоящее время. Благодаря своим уникальным возможностям, таким как настройка таргетинга по геолокации, полу и интересам, возможность использования ботов и голосовых сообщений, а также низкая стоимость рекламы, Telegram Ads позволяет компаниям быстро и эффективно достигать своей аудитории и повышать продажи.

Однако, необходимо помнить о том, что реклама в Telegram, как и любая другая форма маркетинга, требует тщательного планирования и анализа эффективности. Только так можно добиться максимальных результатов и оправдать вложенные в рекламу ресурсы.

Также стоит отметить, что в будущем Telegram Ads продолжит развиваться и предлагать новые возможности для маркетинга и продвижения бизнеса в интернете. И, возможно, уже в ближайшее время данная платформа представит еще более интересные и инновационные функции.

#### **Список использованных источников:**

- [1] Telegram Advertising. [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://promote.telegram.org/>.
- [2] Официальная реклама в Telegram Ads: зачем нужна, как купить. [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://www.nic.ru/info/blog/advertising-in-telegram-ads/>.
- [3] Telegram Advertising: The Ultimate Guide to Telegram Ads, Telegram Advertising Costs, Telegram Advertising Tips and Tricks. [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://www.lyfemarketing.com/>.

**UDC 004.031.4:659.1**

## **TELEGRAM ADS AS A TYPE OF TARGETED ADVERTISING**

*Santotskaya K. A., Shushko A. Y.*

*Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics<sup>1</sup>, Minsk, Republic of Belarus*

*59-я Научная Конференция Аспирантов, Магистрантов и Студентов БГУИР, Минск, 2023*

*Shkor O. N. – Senior Lecturer*

**Annotation.** This scientific work is devoted to the study of the concept of Telegram Ads - a type of targeted advertising on the Telegram platform. The paper discusses the basic principles of operation of this tool, its advantages and opportunities for application in business using the example of KFC. The work includes an analysis of the relationship between Telegram Ads and the B2B market, as well as the B2C market, and determines which businesses can benefit the most from using Telegram Ads.

**Keywords.** Telegram Ads, targeting, advertising platform, B2B-market, B2C-market.