

АУДИТ SOCIAL AUDIT

Соцсети · узнаваемость · выбор · стиль ведения

Пример отчёта. Имена, контакты и ссылки заменены на нейтральные плейсхолдеры.

1. Контекст и цель

Кто / ниша: Автор канала, разработчик решений для бизнеса на ИИ. Ниша — автоматизации, сайты/лендинги и ИИ-агенты для малого и среднего бизнеса.

Продукт: Разработка ИИ-решений под задачу бизнеса: автоматизации, сайты/лендинги, ИИ-агенты. Дополнительно уже проявлен спрос на обучение работе с ИИ в формате мастер-класса.

Цель в соцсетях: Получать заказчиков из соцсетей.

Главная боль сейчас: Из Telegram пока не приходят заявки и сообщения; аудитория офлайн иногда просит мастер-класс, но в канале этот спрос не упакован.

Текущие задачи ЦА: Малый и средний бизнес хочет улучшить процессы, сэкономить деньги, снизить ручную работу и стать узнаваемее.

Ключевые смыслы (1–3):

1. Если хотите сэкономить или решить задачу — я помогу.
2. Найдём подходящее решение под вашу ситуацию.
3. Я реализую решение: от идеи до работающего инструмента.

2. Стиль ведения (склонности, не диагноз)

Опрос стиля ведения пройден.

По ответам видны такие склонности:

- Экстраверсия — выше среднего: можно вести блог не только через тексты, но и через живые обращения, короткие личные комментарии, разборы ситуаций.
- Доброжелательность — выше среднего: сильный формат — спокойное объяснение сложного без давления и техно-снобизма.
- Добросовестность — средняя: лучше не строить план на чрезмерно жёсткой ежедневной дисциплине; устойчивее сработают повторяемые рубрики 1–2 раза в неделю.
- Эмоциональная реактивность — ниже среднего: можно удерживать спокойный тон даже в темах блокировок, рисков, ИИ-угроз и технической неопределённости.
- Открытость опыту — выше среднего: есть потенциал показывать эксперименты, новые инструменты, прототипы, нестандартные связки ИИ и бизнеса.

Как это меняет формат ведения: блог лучше строить не как сухую ленту новостей, а как спокойную экспертную витрину: «что происходит → что это значит для бизнеса → какое решение можно сделать». Формат должен сохранять живой голос автора, но добавлять больше структуры, кейсов и понятных первых шагов для потенциального клиента.

3. Площадки

Площадка · Ссылка / статус · Роль

Telegram · <https://t.me/example> / @example · Главная площадка для роста узнаваемости и получения заявок

Сайт · <https://example.com/portfolio> · Дополнительная витрина, база доказательств: портфолио реальных проектов

Главная: Telegram.

4. Блог как продукт + профиль

Сейчас Telegram больше похож на авторский канал о цифровой реальности, ИИ, блокировках, сервисах и технологиях. Это даёт ощущение широкой экспертизы, но слабо ведёт к покупке конкретной услуги.

Витрина:

Есть сайт с портфолио реальных проектов — это сильный актив. Но в Telegram он пока не встроен как регулярное доказательство: новым людям нужно быстро увидеть, какие задачи уже решались, для кого и какой был результат.

Био / оффер / СТА:

Текущая шапка: «Две экспертизы. Одна голова. Пишу о своих приложениях, блокировках, пользовательском мейнстриме...»

Факт: формулировка авторская и живая, но для новой аудитории не отвечает быстро на вопросы: кому вы помогаете, что именно делаете, какой результат можно получить и куда написать.

Стиль:

Тон спокойный, аналитический, с интересом к цифровой повестке. Сильная сторона — умение объяснять происходящее без паники. Слабое место — часть контента остаётся новостной и не всегда доведена до бизнес-вывода.

4.1. Чеклист настройки Telegram

Пункт · Факт · Статус

Название · Канал эксперта · Слабо: название не поясняет услугу для новой аудитории

Шапка · «Две экспертизы. Одна голова...» · Слабо: нет явного «кому / что / результат / куда написать»

Частота · Около 2–3 постов в неделю по выборке · Ок: частота достаточная для поддержания канала

Аватар · Логотип на тёмном фоне · Частично: визуально есть знак, но меньше личного доверия, чем у фото автора

Закреп · Есть: личное фото, представление, темы канала, контакт @example · Частично: знакомит с автором, но не ведёт к покупке

СТА · В закрепе есть контакт для личных обращений; в шапке прямого действия нет · Частично: первый шаг нужно сделать заметнее

5. Упаковка и безопасность (8 вопросов)

Вопрос для потенциального клиента · Что видно сейчас · Статус

1. Кто ведёт канал? · Видно: автор канала, эксперт по ИТ-решениям и смежной работе с людьми · Ок

2. Для кого услуги? · Из контекста аудита — малый и средний бизнес; в публичной упаковке выражено слабо · Частично

3. Что можно купить / заказать? · Автоматизации, сайты/лендинги, ИИ-агенты; в канале это не собрано в понятную витрину · Частично

4. Какой результат получает клиент? · Общий смысл есть: сэкономить, решить задачу, улучшить процесс; конкретные результаты по проектам не выведены · Частично

5. Почему можно доверять? · Есть сайт с портфолио реальных проектов · Ок как база, но слабо встроено в Telegram

6. Как начинается работа? · Публично не описаны этапы: диагностика, выбор решения, прототип, запуск · Пробел: путь после обращения неясен

7. Сроки, стоимость или диапазон? · Публично не видно · Пробел: нет ориентиров по срокам и бюджету

8. Что делать прямо сейчас? · В закрепе есть @example, но в шапке нет явного СТА · Частично

Вывод: базовая доверительная опора уже есть: реальный автор, Telegram-канал, сайт с проектами, контакт. Главный риск не в отсутствии экспертности, а в том, что покупателю нужно самому собирать картину: что именно вы делаете, для кого, как проходит работа и почему стоит написать сейчас.

6. Контент и смыслы

Актуальность для ЦА:

Часть тем попадает в интересы малого и среднего бизнеса: доступ к ИИ-сервисам, API, рублёвые оплаты, Telegram-боты, автоматизация записи. Но значительная часть контента сейчас уходит в цифровую повестку: блокировки, VPN, платформы и магазины приложений, контроль данных, ИИ-угрозы. Для аудитории бизнеса связь с экономией, процессами и заказом решения часто остаётся неочевидной.

Микс контента:

- Новости и цифровая повестка — заметная доля.
- Прикладные ИИ-инструменты и API — есть.
- Кейсы и проекты — пока представлены недостаточно в самом Telegram.
- Продающая навигация — слабая.
- Диалоговые форматы — почти отсутствуют.

Голос:

Тексты пишутся автором самостоятельно, часть материалов — новости с других площадок. Это хорошо: нет ощущения полной искусственной подмены голоса. Задача — не заменить автора автоматическими постами, а усилить авторскую рамку: «я как разработчик вижу в этой новости вот такой бизнес-вывод».

Цепочка выбора:

Сейчас цепочка выглядит неполной: человек может увидеть новость или мнение, но не всегда понимает, какую услугу можно заказать, где посмотреть доказательства, как начать диалог и что будет после первого сообщения.

Карта тем Telegram — сжато по фактам:

Тема-кластер · Доля примерно · Связь с задачами ЦА

Доступ к ИИ-моделям и API-сервисам из РФ · ~17% · Совпадает

Telegram-боты и прикладная автоматизация для бизнеса · ~8% · Совпадает

Блокировки, цифровой суверенитет, VPN, платформы и магазины приложений · ~42% · Слабо

ИИ как угроза кибербезопасности · ~17% · Слабо

Государственный контроль данных и финрегулирование · ~8% · Неясно

Медиа/пост без текстового содержания · ~8% · Неясно

Вывод по контенту: доминирует не тема разработки ИИ-решений для бизнеса, а широкая цифровая повестка. Для роста заявок важно, чтобы больше постов работали как мост: от события или инструмента — к задаче бизнеса, экономии, автоматизации, кейсу или первому обращению.

7. Зеркало вкуса

Ориентиры не указаны: клиент не читает каналы-ориентиры, поэтому зеркало вкуса не строим.

Пробел: нет данных о том, какие подачи, рубрики, визуальные решения или авторские форматы у коллег нравятся клиенту.

Опции из зеркала: не указаны.

8. Рекомендации аудита

1. Сейчас. Новая аудитория не считывает из названия и шапки, что здесь можно заказать ИИ-решение для бизнеса → переписать шапку по схеме «кому + что делаю + какой результат + куда написать» своими словами → за 5 секунд понятно, кто вы, для кого и какой следующий шаг.
2. Сейчас. Закреп знакомит с вами, но не ведёт к покупке → собрать закреп-навигацию: кто вы, 2–3 услуги, ссылка на портфолио проектов, как проходит первый созвон, контакт → скептик видит путь от интереса до обращения без дополнительных расспросов.
3. Позже. В контенте много цифровой повестки, а связь с задачами малого бизнеса часто неочевидна → каждый новостной пост связывать с бизнес-выводом: где риск, где экономия, что проверить у себя → читатель понимает практическую пользу, а не только новость.
4. Сейчас. Сайт с портфолио почти не работает как доказательство в канале → регулярно выводить проекты в коротких кейсах «задача → решение → что стало проще/быстрее/понятнее» → в канале есть минимум 3 понятных доказательства экспертности.
5. Позже. Запрос на мастер-класс появляется офлайн, но в Telegram не упакован → описать мини-продукт «обучение работе с ИИ для малого бизнеса» с форматом, длительностью, результатом и кому подходит → человеку понятно, что можно не только заказать разработку, но и обучиться.
6. Позже. Формат работы после обращения публично неясен → описать этапы: диагностика задачи, выбор решения, прототип, запуск, поддержка/обучение → снижается тревога перед покупкой сложной ИИ-услуги.
7. Позже. Двойная экспертиза (технологии + работа с людьми) пока выглядит как две разные линии → связать её через смысл «технологии без стресса и теххаоса» → читатель понимает, почему с вами безопасно обсуждать автоматизацию, даже если он не технический специалист.
8. Позже. В канале мало прямого диалога с потенциальными клиентами → добавить мягкие вопросы и разборы ситуаций без давления: «какую ручную операцию вы бы убрали первой?» → появляются поводы для личных сообщений и тем для следующих постов.

Опционально из зеркала: не указано, потому что ориентиры и понравившиеся механики у коллег не были названы.

9. План

Фокусы (топ-3)

1. Шапка Telegram: ясно показать, что вы делаете ИИ-решения для малого/среднего бизнеса и куда писать.
2. Закреп-навигация: путь скептика от знакомства к услугам, проектам и первому созвону.
3. Кейсы из реальных проектов: регулярно показывать «задача → решение → эффект для бизнеса».

Активности (2–4 недели) — только по топ-3

Неделя · Площадка · Действие · Зачем (для ЦА + стиль ведения)

- 1 · Telegram · Переписать шапку канала по схеме: для кого → что делаю → результат → куда написать. · В 2026–2027 соцсети работают как быстрый фильтр выбора: человек должен за несколько секунд понять, зачем подписываться и когда писать. С учётом спокойного экспертного стиля лучше формулировать без давления, но конкретно.

- 1 · Telegram · Собрать новый закреп-навигацию: кто вы, 2–3 услуги, ссылка на портфолио, как проходит первый созвон, контакт. · Закреп должен снижать тревогу перед сложной ИИ-услугой и давать безопасный маршрут: познакомился → понял услуги → увидел доказательства → написал.
- 2 · Telegram + сайт · Выбрать 3 проекта с сайта и для каждого выписать: задача клиента → решение → что стало проще/быстрее/понятнее. · Реальные проекты — главный актив доверия. Формат короткого кейса помогает превратить «у меня есть работы» в доказательство, понятное владельцу бизнеса.
- 2 · Telegram · Опубликовать первый короткий кейс с мягким приглашением написать с похожей задачей. · Кейсы связывают экспертизу с выбором: читатель видит не абстрактный ИИ, а применимое решение. Мягкий СТА подходит доброжелательному стилю без агрессивных продаж.
- 3 · Telegram · Обновить закреп: добавить ссылку на проекты, услуги и понятный первый шаг. · Закреп становится не просто приветствием, а витриной покупки: что делаете, кому полезно, где посмотреть примеры, как начать.
- 3 · Telegram · Опубликовать второй кейс по той же структуре. · Повторяемая структура снижает нагрузку на ведение канала и формирует узнаваемую рубрику. Это устойчивее, чем каждый раз придумывать новый формат.
- 4 · Telegram · Опубликовать третий кейс и посмотреть, что даёт просмотры, сохранения, личные вопросы или офлайн-отклик. · Проверяем гипотезу: какие задачи и формулировки ближе аудитории. Дальше контент стоит развивать не по абстрактному плану, а по реакции людей.

10. Пробелы — что уточнить в следующем диалоге

Все ключевые пункты чеклиста аудита закрыты. Новые вопросы здесь не нужны.

Документ-образец · структура как у живого отчёта «Аудит канала».

Черновик аудита. Утверждение и правки — в диалоге с консультантом.