

WOW
BLXG
GER

МАКС

ХАЙП?

ПАНИКА?

НОВЫЙ
КАНАЛ?



Елена Дрожжина

Тимлид команды посевов
WOWBLOGGER

WOWBLOGGER

ПЛАТФОРМА ДЛЯ ЗАПУСКА
РЕКЛАМЫ У БЛОГЕРОВ

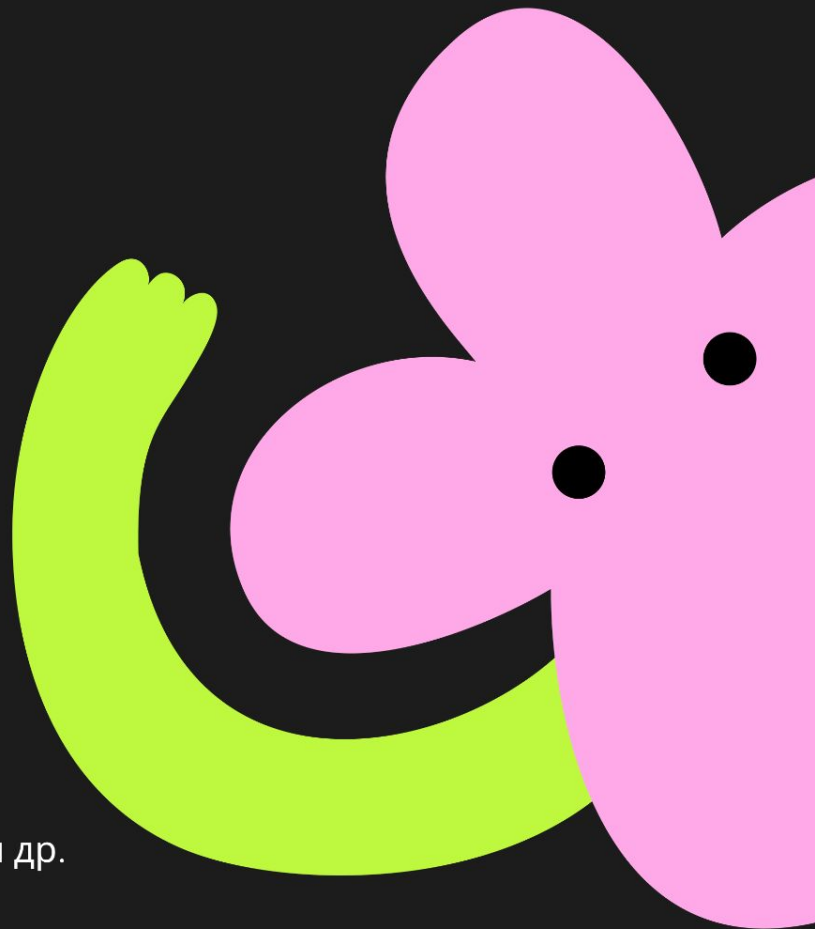


55 тысяч
Каналов в базе

68 тысяч
Успешных рекламных интеграций

СРЕДИ КЛИЕНТОВ:

FitStars, Т-Банк, Ясно, Kerasys, НаПоправку, Фрутмотив и др.



КОНТЕКСТ ВЕБИНАРА

КАК БРЕНДАМ РАБОТАТЬ В УСЛОВИЯХ
НОВОЙ ПЛАТФОРМЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ



РАЗБИРАЕМ:

- какие форматы сейчас реально работают
- где концентрируется аудитория в 2026
- как тестировать новые платформы без слива бюджета
- какие ошибки чаще всего делают бренды при «переезде»

**РЫНОК ВХОДИТ В ФАЗУ ПОСТОЯННОЙ СМЕНЫ ПЛАТФОРМ
И ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ВНИМАНИЯ**

ВКУ-КОНТЕКСТ РЫНКА



запуск новых соцсетей происходит быстрее, чем адаптация брендов



рекламные рынки формируются «с нуля» за 6–18 месяцев



аудитория мигрирует между платформами волнами



ранний вход = низкая стоимость внимания

СЕЙЧАС ИМЕННО ТАКОЙ ЭТАП У МАКС

ФАКТ:

новые соцсети в среднем достигают первых 50–100 млн пользователей за 12–24 месяца

ВОПРОС, КОТОРЫЙ СЕГОДНЯ У ВСЕХ



МАКС — ЭТО:

ХАЙП?

ПАНИКА?

НОВЫЙ УСТОЙЧИВЫЙ КАНАЛ?

ОТВЕТ: ЭТО РАННЯЯ СТАДИЯ ФОРМИРУЮЩЕГОСЯ РЫНКА

ЧТО ТАКОЕ МАКС

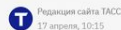
МАКС

- суперапп / мессенджер нового поколения
- каналы, чаты, мини-приложения
- интеграция с VK и гос. сервисами
- развитие контентной и ИИ-экосистемы

ПО РЫНКУ (ОЦЕНКИ 2026):

Mediascope: Мах занял первое место по активности у российских пользователей

Общее время пользователей РФ в мессенджере в апреле превысило 2 млрд минут в сутки



- **80–100 млн** зарегистрированных пользователей
- **60–70 млн+** активных в день

ОХВАТ ВНУТРИ ВОЗРАСТНЫХ ГРУПП

доля возрастной группы, пользующаяся сервисом

- 35-44 года - 51%
- 45-54 года - 48%
- 25-34 года - 44%
- 55 лет и старше - 32%
- 12-24 года - 26%

ЭТО УЖЕ НЕ ТЕСТОВЫЙ ПРОДУКТ, А МАССОВАЯ ПЛАТФОРМА НА СТАДИИ РОСТА

РЕАЛЬНОСТЬ РЫНКА



По данным MaxStat.ru, переход к ускоренному росту в МАКС начался в ноябре 2025 года, а наиболее резкое ускорение пришлось на декабрь: число публичных каналов за месяц выросло почти в три раза, а суммарная аудитория увеличилась в 2,3 раза.

МЕСЯЦ	КОЛ-ВО ПУБЛИЧНЫХ КАНАЛОВ	СУММ. КОЛ-ВО ПОДПИСЧИКОВ	ПОСТОВ ОПУБЛИКОВАНО В ЭТОМ МЕСЯЦЕ	РЕАКЦИЙ ЗА МЕСЯЦ	ER НА ПОСТ
сент. 2025	7,6 тыс.	7,2 млн	314,4 тыс.	19,1 млн	высокий
окт. 2025	13,9 тыс.	11,9 млн	830,3 тыс.	30,8 млн	средний
нояб. 2025	47,3 тыс.	20,9 млн	1,4 млн	47 млн	средний
дек. 2025	144 тыс.	47 млн	4,3 млн	117,5 млн	снижается
январ. 2026	141 тыс.	65,9 млн	4,3 млн	148,8 млн	снижается
февр. 2026	174,6 тыс.	100 млн	6,4 млн	231,9 млн	стабильный
мар. 2026	221,7 тыс.	151,1 млн	8,6 млн	445,3 млн	выравнивается
апр. 2026	239,8 тыс.	193,6 млн	10,5 млн	591,9 млн	выравнивается

Источник: совместное исследование MaxStat и WOWBLOGGER, май 2026.

ОГРАНИЧЕНИЯ ПЛАТФОРМЫ



нет полноценного рекламного кабинета



нестабильные механики подписок



слабая аналитика каналов



ограниченная автоматизация

НО: ЭТО ВРЕМЕННОЕ ОКНО РАННЕГО ВХОДА

ВАЖНО:

на ранних этапах стоимость за 1000 показов/1 просмотр (CPM/CPV) может быть ниже на 30–60%, чем в зрелых системах — но с высокой вариативностью

РЕАЛЬНОСТЬ РЫНКА

МАКС СЕГОДНЯ:

- быстрый рост аудитории
- незрелая рекламная система
- ограниченная аналитика
- низкая стоимость входа и высокая вовлеченность

ЭТО ФОРМИРУЮЩИЙСЯ РЫНОК, А НЕ ЗРЕЛАЯ ЭКОСИСТЕМА

ГДЕ ВНИМАНИЕ АУДИТОРИИ



TELEGRAM



VK



МАКС



ТИКТОК



YOUTUBE SHORTS

СТРУКТУРА ВНИМАНИЯ 2026:

- 60–70% — короткое видео
- 20–25% — мессенджеры
- 10–15% — текстовые платформы

МАКС ЗАНИМАЕТ
РАСТУЩУЮ ДОЛЮ
ТЕКСТОВО-
КОММУНИКАЦИОННОГО
СЕКМЕНТА

КОРОТКОЕ ВИДЕО — №1 ДРАЙВЕР



ДАННЫЕ РЫНКА:

70%

мобильного
трафика —
видеоформаты

**40–60 МИНУТ
В ДЕНЬ**

среднее потребление
коротких видео

вовлеченность видео

**В 1.5–2 РАЗА
ВЫШЕ ПОСТОВ**

ЭТО ВЕРХНИЙ УРОВЕНЬ ВОРОНКИ ВНИМАНИЯ

ФОРМАТЫ В МАКС

МАКС — ТЕКСТОВАЯ И ДОВЕРИТЕЛЬНАЯ ПЛАТФОРМА

1. ТЕКСТОВЫЕ ПОСТЫ

- экспертные посты
- гайды
- подборки

2. ЭКСПЕРТНЫЙ КОНТЕНТ

- аналитика
- кейсы
- объяснения

3. НАТИВНЫЕ ИНТЕГРАЦИИ

- личный опыт
- продукт в контексте

4. СЕРИЙНЫЙ КОНТЕНТ

- рубрики
- продолжения

ИТОГ: ТЕКСТ + ПОЛЬЗА + ДОВЕРИЕ

TELEGRAM vs MAKC



TELEGRAM:

- зрелая экосистема
- прогнозируемая аналитика
- стабильные рекламные механики

TELEGRAM = СТАБИЛЬНОСТЬ



МАКС:

- быстрый рост аудитории
- низкая конкуренция
- рынок рекламы в стадии формирования

МАКС = РОСТ И ОКНО ВХОДА

Вовлечённость в новых платформах часто **ВЫШЕ НА 20-40%** из-за низкой рекламной нагрузки

ПОЧЕМУ ТЕКСТ ВАЖЕН ДЛЯ МАКС



платформа текстоориентированная



меньше развлекательного шума



аудитория приходит за информацией



выше ценность контента

ВЫИГРЫВАЕТ ТОТ, КТО ДАЁТ ПОЛЬЗУ, А НЕ ОХВАТ

ФАКТ:

в текстовых платформах удержание аудитории может быть на 25–35% выше при регулярных публикациях

ПОЧЕМУ О НЁМ ВСЕ ГОВОРЯТ

эффект миграции
пользователей между
платформами

рост аудитории
на фоне нестабильности
digital-рынка

переход брендов
«на всякий случай»



ФАКТ:

в первые месяцы роста новых платформ
прирост аудитории может составлять +15–
25% за короткие периоды
(волновая модель миграции)

**ЭТО КЛАССИЧЕСКАЯ СТАДИЯ
ПЕРЕГРЕВА ИНТЕРЕСА**

ОСОБЕННОСТИ ТЕСТОВ В МАКС

- нет централизованной рекламы
- аналитика вручную
- нестабильная стоимость за 1 просмотр (CPV)
- высокая вариативность результатов

НО:

- вовлечённость до 10%+
- высокая реакция на натив
- быстрые сигналы рынка

СРАВНЕНИЕ:

в новых платформах CPV может колебаться в 2–5 раз сильнее, чем в Telegram

Кейс 1:

ПОСЕВЫ ДЛЯ БРЕНДА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ АВТОЗАПЧАСТЕЙ

Цель РК: **рост узнаваемости и стимулирование к покупке.**

В рамках флайта **20 публикаций** в тематических каналах **МАКС** с автотематикой в течение 7 дней.

Охваты: **51 726**

Средняя стоимость просмотра (CPV) **0,91 руб**

Наименьший CPV: **0,61 руб.**

Наибольший CPV: **1,67 руб.**

Наименьшая стоимость за лид: **24,3 руб.**

**ПЕРВЫЕ 24 ЧАСА — САМЫЙ МОЩНЫЙ
ИМПУЛЬС ПО ТРАФИКУ И РЕАКЦИИ.**

**WOW
BLXG
GER**



Кейс 2:

ПОСЕВЫ ДЛЯ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

Цель РК: рост узнаваемости и заполнение анкеты на обследование

В рамках флайта 23 публикации в тематических каналах МАКС - здоровье, спорт, наука и факты, лайфстайл.

Охваты: 198 045

Средняя стоимость лида (CPV) 1,64 руб

Наименьший CPV: 0,74 руб.

Наибольший CPV: 2,6 руб.

CPL средний 1200 руб.



ОХВАТЫ КРАТНО РАСТУТ ЗА СЧЕТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАНАЛОВ СМЕЖНЫХ ТЕМАТИК

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ В МАКС

ПИК АКТИВНОСТИ – ПЕРВЫЕ 24 ЧАСА.

Это стоит учитывать при формировании медиапланов для получения максимальных охватов или поддержания более длительного внимания к бренду.

СТОИМОСТЬ ПРОСМОТРА (CPV) В МАКС НИЖЕ РЫНКА – ПО НАШИМ ЗАМЕРАМ, В 2,4 РАЗА НИЖЕ В СРЕДНЕМ, ЧЕМ В TELEGRAM.

Это позволяет тестировать кампании с минимальным бюджетом и масштабировать успешные связи.

ОТСУТСТВИЕ ПЛОТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ И БАННЕРНОЙ СЛЕПОТЫ ПОВЫШАЕТ ЗАМЕТНОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМНЫХ РАЗМЕЩЕНИЙ.

Кейсы по расширению аудитории за счет смежных тематик пока еще дают хорошие результаты: даже для медицины «лайфстайл» и «наука» дают прирост узнаваемости.

РЕКОМЕНДАЦИИ:

ШАГ 1

Займите органическую позицию до запуска рекламной кампании

- Создайте и наполните свой канал
- Используйте понятное описание для канала
- Оцените оптимальный бюджет, *который вы готовы выделить на тестирование рекламной площадки.*

ШАГ 2

Ищите и проверяйте блогеров с помощью профессиональных инструментов

Например, на WOWBLOGGER, где мы уже настроили автоматизированный сбор аналитики, позволяющий планировать кампании, фиксировать размещения и, что важно, **автоматически маркировать публикации и передавать данные в ОРД и ЕРИР**

Не полагайтесь только на интуицию: запускать кампанию без понятной стратегии — одна из самых дорогих ошибок.

РЕКОМЕНДАЦИИ:

ШАГ 3

Запускайте посевы и интеграции с правильной стратегией

Главное правило на этом этапе — **не гнаться за охватами, а считать конкретные результаты.**

- Начинайте с малого: *закладывайте бюджет на тестирование разных гипотез, а не на один громкий, но рискованный запуск.*
- Следите за метриками

ШАГ 4

Анализируйте, тестируйте и масштабируйте лучшее

Самый важный этап — анализ и оптимизация.



ГЛАВНЫЙ ВЫВОД

WOW
BLXG
GER

МАКС — ЭТО:

НЕ ЗАМЕНА
TELEGRAM

НЕ ХАЙП

НЕ ГОТОВЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ КАНАЛ

ЭТО РАННЯЯ ПЛАТФОРМА С НИЗКОЙ
КОНКУРЕНЦИЕЙ И ВЫСОКОЙ ДИНАМИКОЙ РОСТА

ВЫИГРЫВАЮТ ТЕ, КТО ЗАХОДИТ НА ЭТАПЕ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА

WOWBLOGGER помогает брендам:

**ТЕСТИРОВАТЬ НОВЫЕ
ПЛАТФОРМЫ**

**ЗАПУСКАТЬ
ИНФЛЮЕНС-МАРКЕТИНГ
С НУЛЯ**

**СНИЖАТЬ РИСКИ ВХОДА
В НОВЫЕ КАНАЛЫ**

**НАХОДИТЬ РАБОТАЮЩИЕ
ФОРМАТЫ**

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



**ЗАБИРАЙТЕ ЧЕК-ЛИСТ
«ПЛАН ПЕРЕЗАПУСКА
СТРАТЕГИИ ПОСЛЕ
TELEGRAM»
В ЛИЧНОМ КАБИНЕТЕ**



**БОЛЬШЕ
ИНФОРМАЦИИ
В НАШЕМ
TELEGRAM-КАНАЛЕ**