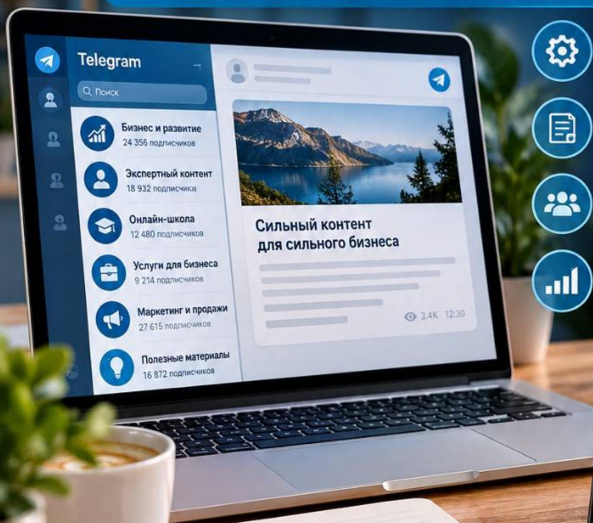


ВИКТОРИЯ КАБАНЕЦ

КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ НА НАСТРОЙКЕ TELEGRAM-КАНАЛОВ ДЛЯ БИЗНЕСА

ПРАКТИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО
ПО ОФОРМЛЕНИЮ, ВЕДЕНИЮ И ПРОДВИЖЕНИЮ
TELEGRAM-КАНАЛОВ ДЛЯ КЛИЕНТОВ



НАСТРОЙКА
И ОФОРМЛЕНИЕ
КАНАЛА



КОНТЕНТ-СТРАТЕГИЯ
И ПУБЛИКАЦИИ



ПОИСК КЛИЕНТОВ
И ТАРИФЫ



ПРОДВИЖЕНИЕ
И РЕАЛЬНЫЕ
ПРИМЕРЫ

- ☒ Настроить канал
- ☒ Подготовить контент
- ☒ Найти клиентов
- ☒ Начать зарабатывать

Виктория Кабанец

Как зарабатывать на настройке Telegram-каналов для бизнеса

<https://litres.ru/74626973>

SelfPub; 2026

Аннотация

Хотите освоить востребованный цифровой навык и начать зарабатывать на настройке Telegram-каналов для бизнеса?

Эта книга — практическое руководство для начинающих, которые хотят научиться создавать, оформлять и вести Telegram-каналы для предпринимателей, экспертов и компаний.

Вы узнаете, как правильно настроить канал, разработать контент-стратегию, подготовить публикации, использовать искусственный интеллект для работы с текстами, находить первых клиентов и рассчитывать стоимость своих услуг.

В книге вы найдёте пошаговые инструкции, примеры общения с заказчиками, готовые шаблоны, чек-листы и 30-дневный план действий.

Для начала не требуется опыт в маркетинге или программировании. Главное — желание освоить новую профессию и научиться применять знания на практике.

Превратите умение работать с Telegram в услугу, за которую бизнес готов платить.

Содержание

О книге	6
Как работать с книгой	7
Содержание	8
1. Что именно вы продаёте бизнесу	9
Три разных продукта	10
Результат, который легко принять	11
Что не обещать	12
Разбор на примере	13
Практика и контроль качества	14
Карта услуги и критерии приёмки	15
Пошаговый мини-проект	16
Проверка понимания	17
2. Кому нужна услуга и как выбрать нишу	18
Подходящие сегменты	19
Признаки хорошего первого заказчика	20
Выбор одной ниши на первые 30 дней	21
Разбор на примере	22
Практика и контроль качества	23
Оценка рынка без случайных обещаний	24
Пошаговый мини-проект	25
Проверка понимания	26
3. Исследование клиента и короткий бриф	27
Вопросы о цели и аудитории	28

Материалы и ограничения	29
Как превратить ответы в план	30
Разбор на примере	31
Практика и контроль качества	32
Бриф, который предотвращает переделки	33
Пошаговый мини-проект	34
Проверка понимания	35
4. Создание канала и права доступа	36
Публичный и частный формат	37
Безопасная последовательность	38
Настройки взаимодействия	39
Разбор на примере	40
Практика и контроль качества	41
Настройка доступа: подробный безопасный порядок	42
Пошаговый мини-проект	43
Проверка понимания	44
5. Упаковка: название, описание, ссылка и закреп	45
Название и адрес	46
Описание без воды	47
Закреплённое сообщение	48
Навигация и единый призыв	49
Разбор на примере	50
Конец ознакомительного фрагмента.	51

Виктория Кабанец

Как зарабатывать на

настройке Telegram-

каналов для бизнеса

КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ

НА НАСТРОЙКЕ

TELEGRAM-КАНАЛОВ

ДЛЯ БИЗНЕСА

Практическое руководство по оформлению, ведению и продвижению каналов для клиентов

Виктория Кабанец

Издание для начинающих специалистов • 2026

О книге

Это руководство для человека, который хочет освоить востребованную услугу: создавать и приводить в порядок Telegram-каналы небольших компаний, экспертов, магазинов и местных сервисов. Для старта не требуется быть программистом. Требуется внимание к бизнес-задаче, навыки общения, аккуратность и умение доводить работу до измеримого результата.

Книга не обещает заработка «за один вечер». Стабильный доход возникает тогда, когда вы предлагаете понятный результат, фиксируете объём работы, соблюдаете сроки и умеете привлекать клиентов. Примеры цен и расчётов здесь учебные; фактические ставки, законодательство и доступность функций зависят от страны, даты и конкретного проекта.

Главное различие: «сделать канал» — техническая операция, а «подготовить канал к продажам» — коммерческая услуга. Во втором случае вы выясняете, кому бизнес продаёт, что обещает, зачем человеку подписываться и каким действием должен закончиться контакт.

Как работать с книгой

Читайте главу, затем выполняйте задание на реальном или учебном канале.

Сохраняйте результаты: бриф, контент-план, скриншоты «до/после», отчёт. Это основа портфолио.

Используйте готовые шаблоны из приложений, но адаптируйте их под отрасль, клиента и местное право.

Проверяйте интерфейс Telegram перед передачей инструкции: названия меню и доступные функции меняются.

Содержание

1. Что именно вы продаёте бизнесу
 2. Кому нужна услуга и как выбрать нишу
 3. Исследование клиента и короткий бриф
 4. Создание канала и права доступа
 5. Упаковка: название, описание, ссылка и закреп
 6. Визуальный стиль без дорогого дизайнера
 7. Контент-стратегия на месяц
 8. Как писать публикации, которые приводят клиентов
 9. Производство контента с помощью ИИ
 10. Подготовка канала к первому трафику
 11. Продвижение без накрутки
 12. Аналитика, отчётность и улучшения
 13. Общение с заказчиком и ведение проекта
 14. Цены, пакеты и экономика услуги
 15. Где находить первых клиентов
 16. Продажа услуги: от сообщения до оплаты
 17. Риски, безопасность и правовые границы
 18. Рост: от разовых настроек к сопровождению
- Приложения: шаблоны, чек-листы и 30-дневный план

1. Что именно вы продаёте бизнесу

Не пытайтесь продавать «нажатие кнопок». Заказчик платит за канал, который понятен его аудитории и помогает бизнес-процессу.

Три разных продукта

Первый продукт — техническая настройка: создать канал, выбрать тип, оформить основные сведения, настроить администраторов и реакции. Второй — упаковка: разработать структуру, описание, навигацию, закреплённый пост, шаблоны визуалов и стартовые публикации. Третий — сопровождение: план, публикации, контроль вопросов и отчёт за период.

Смешивать эти продукты в одно расплывчатое предложение опасно: клиент будет ждать продвижения, хотя вы согласовали только оформление. Разделяйте состав услуги на конкретные действия и результаты.

Результат, который легко принять

Хорошая услуга заканчивается комплектом: ссылка на канал, заполненный профиль, проверенные права администратора, оформленный закреп, публикации или редакционный план, краткая инструкция владельцу. Всё это проверяемо.

Плохой результат звучит как «сделаю красиво и качественно». Красота субъективна, а перечень работ можно проверить и оплатить.

Что не обещать

Не гарантируйте фиксированное количество подписчиков или продаж. На них влияют реклама, продукт, предложение, узнаваемость бренда и работа отдела продаж. Вы можете отвечать за настройку, согласованный контент, проверку гипотез и корректный учёт показателей.

Разбор на примере

Небольшая кофейня просит «просто Telegram». Вместо предложения «создам канал» предложите два варианта: стартовый пакет с описанием, закрепом и пятью публикациями; расширенный — плюс меню рубрик, 12 постов и план приглашения действующих клиентов. Бизнес понимает, что именно получит.

Практика и контроль качества

ЗАДАНИЕ. Запишите три пакета с точным объёмом и отдельно перечислите, что в них НЕ входит.

У каждого пакета есть измеримый результат.

Всё, что требует рекламного бюджета, вынесено отдельно.

Есть критерии приёмки и число правок.

Карта услуги и критерии приёмки

Настройка — это проект с конечным результатом, а ведение — повторяющийся процесс. Клиент может заказать только создание и упаковку канала; это не означает, что исполнитель автоматически отвечает за будущие продажи, ответы в личных сообщениях и закупку рекламы. До согласования цены письменно перечислите результат: канал создан в аккаунте владельца, название и описание согласованы, ссылка проверена, размещены стартовые публикации, настроены права и подготовлена инструкция. Для сопровождения отдельно укажите число публикаций, количество согласований, дни работы и сроки ответов.

Составьте акт проверки из пяти пунктов: кто владелец, какие права выданы, что опубликовано, какие ссылки работают, где хранятся исходники. Сверьте каждый пункт на устройстве клиента, а не только на своём телефоне. Если заказчик просит «чтобы пошли клиенты», предложите отдельный этап тестирования гипотез и отслеживания обращений. Не подменяйте планируемые результаты гарантией.

Пошаговый мини-проект

Возьмите тестовый проект из главы 1 и выполните последовательность: 1) зафиксируйте исходные данные и допущения; 2) создайте черновик результата в отдельном рабочем документе; 3) проверьте его глазами конечного клиента; 4) получите письменное согласование; 5) сохраните финальную версию в портфолио, не раскрывая конфиденциальные сведения. Время каждой операции учитывайте отдельно. Сравните план с фактом и запишите, что повторно использовать в следующем заказе.

Проверка понимания

Ответьте письменно: какие три ошибки в ситуации главы 1 приведут к потере денег или доверия? Как обнаружить каждую до публикации? Что именно вы передаёте клиенту и чем доказываете завершение работы? Какой результат находится вне вашего прямого контроля? Если ответа нет, вернитесь к рабочим примерам главы.

2. Кому нужна услуга и как выбрать нишу

Бизнес покупает канал, когда понимает, какую задачу он решает. Нишу выбирают не по моде, а по доступности клиентов и повторяемости задач.

Подходящие сегменты

Начните с бизнесов, которым регулярно есть что сообщать: школы и курсы, салоны, кафе, локальные магазины, ремонтные и бытовые услуги, небольшие производители, специалисты с записью. Для них полезны новые поступления, расписание, ответы на вопросы, кейсы и предложения.

Признаки хорошего первого заказчика

У компании уже есть товар или услуга, действующие клиенты и человек, принимающий решения. Она готова отвечать на ваши вопросы и предоставлять материалы. Она понимает, что Telegram — канал коммуникации, а не волшебный источник заявок.

Плохой первый проект: у бизнеса нет ясного предложения, он требует «1000 клиентов за неделю», не готов дать фотографии и хочет безлимитные доработки.

Выбор одной ниши на первые 30 дней

Сфокусируйтесь на одной-двух категориях и соберите типовые задачи. Для салона это записи, свободные окна, отзывы и информация о процедурах; для производителя — каталог, сроки и доставка; для преподавателя — расписание, кейсы и ответы на возражения. Узкая специализация упрощает портфолио и продажи.

Разбор на примере

Вы сравнили пять цветочных магазинов и пять стоматологических кабинетов. Для новичка цветочные магазины могут быть проще: много визуального материала, короткий цикл покупки и понятные поводы для публикаций. Медицинская ниша требует особой осторожности с обещаниями и правовыми ограничениями.

Практика и контроль качества

ЗАДАНИЕ. Выберите две отрасли и для каждой напишите: кто читатель канала, его три вопроса, три причины подписаться и три возможных действия после поста.

Есть повторяемая потребность в контенте.

Можно получить согласованные материалы.

Реклама и формулировки допустимы в выбранной юрисдикции.

Оценка рынка без случайных обещаний

Возьмите одну понятную нишу и проанализируйте десять действующих каналов компаний: частоту постинга, наличие контактов, понятность оффера, визуальную единообразие и путь к заявке. Фиксируйте наблюдения в таблице. Это не исследование эффективности конкурентов: вы видите только публичную сторону. Не делайте вывод «продаж нет», если не имеете доступа к данным бизнеса. Лучше сформулировать «в канале не указан способ записи» — это проверяемый недостаток.

Для первого месяца выбирайте клиента, который быстро предоставляет материалы и может согласовывать сообщения. Сложные регулируемые ниши — медицина, финансы, азартные игры — требуют дополнительной проверки текста и рекламы. Быстрее всего вы освоите процесс на учебном проекте для местной мастерской, студии или магазина, где есть реальные фотографии и понятное предложение.

Пошаговый мини-проект

Возьмите тестовый проект из главы 2 и выполните последовательность: 1) зафиксируйте исходные данные и допущения; 2) создайте черновик результата в отдельном рабочем документе; 3) проверьте его глазами конечного клиента; 4) получите письменное согласование; 5) сохраните финальную версию в портфолио, не раскрывая конфиденциальные сведения. Время каждой операции учитывайте отдельно. Сравните план с фактом и запишите, что повторно использовать в следующем заказе.

Проверка понимания

Ответьте письменно: какие три ошибки в ситуации главы 2 приведут к потере денег или доверия? Как обнаружить каждую до публикации? Что именно вы передаёте клиенту и чем доказываете завершение работы? Какой результат находится вне вашего прямого контроля? Если ответа нет, вернитесь к рабочим примерам главы.

3. Исследование клиента и короткий бриф

Хороший бриф экономит больше времени, чем самый быстрый редактор. Прежде чем открывать Telegram, выясните цели бизнеса.

Вопросы о цели и аудитории

Спросите: «Какой продукт даёт основную выручку?», «Кто покупает?», «Откуда люди узнают о вас сейчас?», «Какую роль должен играть канал через три месяца?», «Что должен сделать читатель: написать, позвонить, прийти, перейти на сайт?» Ответ «хотим больше клиентов» недостаточен — уточните путь к заявке.

Материалы и ограничения

Запросите логотип, цвета, фото, цены, актуальные контакты, отзывы с разрешением на использование, ссылку на сайт и соцсети. Выясните, что нельзя публиковать, кто утверждает тексты и насколько быстро клиент может отвечать. Зафиксируйте доступ к материалам и согласие на их использование.

Как превратить ответы в план

Составьте одностраничную карту: целевая аудитория, основное обещание, три рубрики, частота, призыв к действию, ответственное лицо и показатель успеха. Покажите клиенту до оформления. На этой стадии дешево исправлять ошибки; после создания десяти постов — дорого.

Разбор на примере

Владелец студии маникюра говорит: «Нужен канал про красоту». После вопросов оказывается, что важна запись в будни. Вы перестраиваете проект: посты о свободных окнах, примеры работ, понятная ссылка для записи и закреп с адресом.

Практика и контроль качества

ЗАДАНИЕ. Проведите 15-минутный пробный бриф с вымышленным клиентом и выпишите пять решений, которые вы приняли на его основе.

Цель сформулирована как действие аудитории.

Есть список исходных материалов.

Известен утверждающий и срок ответа.

Бриф, который предотвращает переделки

Начните беседу с деловой цели: получать заявки, информировать клиентов, возвращать старых покупателей или улучшать сервис. Затем уточните аудиторию, регион, продукт, средний чек, сезонность, конкурентов, запреты, tone of voice и ответственного за согласование. Попросите три конкретных примера удачных и неудачных текстов. Не ограничивайтесь вопросом «какой стиль нравится»: у разных людей «современно» означает разные вещи.

В конце встречи отправьте резюме на одной странице: цель, аудитория, сообщение канала, четыре рубрики, частота, способ подачи заявок, сроки и то, что клиент обязан приложить. Укажите, какие утверждения нельзя публиковать без подтверждения: скидки, сроки доставки, сертификаты, медицинские эффекты. Попросите подтверждение резюме до начала работы.

Пошаговый мини-проект

Возьмите тестовый проект из главы 3 и выполните последовательность: 1) зафиксируйте исходные данные и допущения; 2) создайте черновик результата в отдельном рабочем документе; 3) проверьте его глазами конечного клиента; 4) получите письменное согласование; 5) сохраните финальную версию в портфолио, не раскрывая конфиденциальные сведения. Время каждой операции учитывайте отдельно. Сравните план с фактом и запишите, что повторно использовать в следующем заказе.

Проверка понимания

Ответьте письменно: какие три ошибки в ситуации главы 3 приведут к потере денег или доверия? Как обнаружить каждую до публикации? Что именно вы передаёте клиенту и чем доказываете завершение работы? Какой результат находится вне вашего прямого контроля? Если ответа нет, вернитесь к рабочим примерам главы.

4. Создание канала и права доступа

Канал должен принадлежать заказчику. Вы — исполнитель с делегированными правами, а не скрытый собственник цифрового актива.

Публичный и частный формат

Публичный канал имеет адрес с username и может находиться через поиск Telegram. Частный канал доступен по приглашению. Для открытого бизнеса чаще уместен публичный; для закрытого сообщества, платного клуба или внутренних обновлений — частный. Выбор зависит от цели, а не от личного вкуса исполнителя.

Безопасная последовательность

Попросите клиента создать канал в собственном аккаунте или присутствовать при создании. Уточните имя, тип, ссылку и аватар. Затем владелец назначает вас администратором только с нужными для задачи правами. Проверьте публикацию, редактирование и удаление тестового сообщения. По окончании работ права можно сократить или отозвать.

Настройки взаимодействия

В зависимости от доступной версии Telegram можно включить реакции, связать группу обсуждений для комментариев и настроить сообщения каналу. Каждый дополнительный канал общения создаёт нагрузку: заранее определите, кто отвечает на комментарии и входящие запросы. Не запускайте обсуждения без плана модерации.

Разбор на примере

Предприниматель предлагает передать вам код входа в аккаунт, чтобы «быстрее всё настроить». Откажитесь: коды и пароль двухэтапной проверки не нужны. Попросите выдать права администратора и выполните работу через штатный доступ.

Практика и контроль качества

ЗАДАНИЕ. Создайте учебный канал, проверьте публичный адрес, закреп, реакции и права второго администратора на тестовом аккаунте при наличии такой возможности.

Владелец — заказчик.

Коды входа и пароли не передавались.

Права ограничены задачей.

Есть процедура передачи проекта.

Настройка доступа: подробный безопасный порядок

Владелец бизнеса создаёт канал из собственного аккаунта или сохраняет право владения с самого начала. Исполнитель получает только необходимые права администратора. Передать чужому специалисту коды входа, резервные пароли и доступ к личному аккаунту — плохая практика. Приглашайте через стандартный интерфейс ролей и снимайте права после завершения работы. Проверьте название, публичный адрес либо пригласительную ссылку, описание, фото, группу обсуждений и способы связи. Названия разделов могут отличаться между версиями приложений.

Тестовый сценарий: откройте ссылку с другого аккаунта; убедитесь, что не публикуется личный номер; отправьте тестовое сообщение через доступный канал связи; проверьте комментарии и модерацию; опубликуйте пробный пост, исправьте опечатку и проверьте его видимость. Для закрытого канала отдельно испытайте приглашение нового подписчика и удаление доступа. Если клиенту нужны обращения, обсудите прямые сообщения каналу (если функция доступна), бота или внешнюю форму — это разные механизмы.

Пошаговый мини-проект

Возьмите тестовый проект из главы 4 и выполните последовательность: 1) зафиксируйте исходные данные и допущения; 2) создайте черновик результата в отдельном рабочем документе; 3) проверьте его глазами конечного клиента; 4) получите письменное согласование; 5) сохраните финальную версию в портфолио, не раскрывая конфиденциальные сведения. Время каждой операции учитывайте отдельно. Сравните план с фактом и запишите, что повторно использовать в следующем заказе.

Проверка понимания

Ответьте письменно: какие три ошибки в ситуации главы 4 приведут к потере денег или доверия? Как обнаружить каждую до публикации? Что именно вы передаёте клиенту и чем доказываете завершение работы? Какой результат находится вне вашего прямого контроля? Если ответа нет, вернитесь к рабочим примерам главы.

5. Упаковка: название, описание, ссылка и закреп

Упаковка отвечает на три вопроса нового читателя: «Куда я попал?», «Что полезного здесь будет?» и «Как связаться с компанией?»

Название и адрес

Название должно быть узнаваемым и понятным человеку, который ещё не знаком с брендом. Включите бренд и сферу, если это помогает: «Лавка Лён | Текстиль для дома». Избегайте длинной цепочки ключевых слов, капслока и обещаний, которые нельзя подтвердить. Username выбирайте короткий, читаемый, без похожести на чужую марку.

Описание без воды

Рабочая формула: кто вы + какую пользу даёте + где работаете + как связаться. Пример: «Авторские десерты в Краснодаре. Новинки, сезонное меню и условия заказа. Для заказа — @example_manager». Сведения должны быть достоверными и актуальными. Учитывайте ограничения длины описания в приложении.

Закреплённое сообщение

Закреп выполняет функцию мини-лендинга: приветствие, для кого канал, что здесь публикуется, ключевые ссылки и одно основное действие. Не превращайте его в длинную автобиографию. Проверьте все ссылки с другого устройства или аккаунта, если это возможно.

Навигация и единый призыв

Подборки по хештегам или отдельные навигационные посты могут облегчить поиск, но не нужны каждому бизнесу. Главное — чтобы пользователь без инструкции нашёл актуальный ассортимент, условия и контакт. Если ссылка ведёт в личные сообщения, проверьте, кто получает обращение.

Разбор на примере

Для мастерской мебели вместо «Качественная мебель под заказ» делаем: «Шкафы и кухни по размерам в Сочи. Фото проектов, сроки, ответы на вопросы. Расчёт стоимости — в сообщениях менеджеру». Это конкретнее, хотя обещаний по срокам без подтверждения мы не добавляем.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.