

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

На правах рукописи

СИНТИНА АННА АЛЕКСЕЕВНА

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МЕССЕНДЖЕРА TELEGRAM В
КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

автореферат бакалаврской работы

направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
юридического факультета

Саратов, 2025 год

Работа выполнена на кафедре социальных коммуникаций Саратовского государственного университета

Научный руководитель – доцент, к.соц.н. Калашникова М.В.

Выпускающая организация – юридический факультет ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность работы. Коммуникация является неотъемлемой частью успешного функционирования организаций. В условиях быстрого развития информационных технологий и изменяющейся коммуникационной среды организации стремятся находить актуальные и эффективные каналы взаимодействия со своими клиентами.

Мессенджер Telegram в настоящее время является одним из ключевых инструментов, способствующий выстраиванию коммуникационной стратегии в цифровой среде. Он обладает высокой степенью безопасности и широким спектром функциональных возможностей, поэтому привлекает большое количество пользователей, которые могут стать потенциальными потребителями продукции или услуг организации. Его инструменты позволяют реализовывать эффективные решения коммуникационной стратегии, взаимодействовать с клиентами, а также создавать текстовый и визуальный контент для привлечения внимания и продвижения. Используя все возможности мессенджера, организация получает множество возможностей для повышения узнаваемости.

Цель выпускной квалификационной работы заключается в исследовании возможностей инструментов мессенджера Telegram для осуществления коммуникационной деятельности организации.

Для реализации данной цели поставлены следующие **задачи**:

1. определить сущность коммуникационной деятельности организации;
2. исследовать возможности осуществления коммуникационной деятельности с помощью мессенджеров;
3. рассмотреть возможности инструментов мессенджера Telegram;
4. проанализировать опыт российских компаний по использованию инструментов Telegram в коммуникационной деятельности;
5. сравнить коммуникационную деятельность в мессенджере Telegram кондитерских и пекарен города Саратова;

6. разработать проект совершенствования коммуникационной деятельности сети «Чудо-Лакомка» посредством мессенджера Telegram.

Объект – инструменты мессенджера Telegram.

Предметом исследования являются возможности и перспективы использования инструментов мессенджера Telegram в коммуникационной деятельности организации.

Теоретической и методологической основой выпускной квалификационной работы являются научные и периодические издания, посвященные темам определения сущности коммуникационной деятельности организации и применению в ней инструментов мессенджеров. Основная теоретическая база по рассмотрению структуры и направлений коммуникационной деятельности в организациях была взята из статей таких авторов, как Симонова Я.Н, Авдеева И.Л. и Мусаева Х.М.

Для рассмотрения осуществления коммуникационных возможностей при помощи мессенджеров были рассмотрены труды таких авторов, как Начарова Л.И. и Щабаршиной А. Для составления сравнительного анализа мессенджеров была использована информация из статистик, предоставляемые исследовательской компании в сфере медиакоммуникаций Mediascope. Для изучения возможностей мессенджера и выявления актуальных инструментов для взаимодействия с пользователями были проанализированы Telegram-каналы различных российских организаций и брендов.

Структура работы определена задачами исследования, логикой раскрытия темы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

Во введении обосновывается актуальность работы, формулируются цели и задачи исследования, а также его теоретическое и практическое значения, указываются методы анализа.

В первой главе определяются теоретические аспекты коммуникационной деятельности организации и исследуется роль мессенджеров в её осуществлении. Рассматриваются функциональные возможности и

инструменты самых популярных мессенджеров в России, особое внимание уделено Telegram.

Во второй главе рассматривается опыт российских компаний и брендов из различных отраслей по использованию мессенджера Telegram в коммуникационной деятельности. На примере пекарен и кондитерских города Саратов проводится сравнительный анализ по внедрению данного мессенджера в определенной нише, выявляются особенности и инструментальные возможности. Разрабатывается проект совершенствования коммуникационной деятельности сети кондитерских и пекарен «Чудо-Лакомка» посредством мессенджера Telegram.

В заключении подводятся итог проведённой работы, формулируются общие выводы исследования и описываются возможные тенденции развития.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Коммуникационная деятельность организации представляет собой один из ключевых факторов, определяющих ее успешность и устойчивость на современном рынке. Коммуникационная деятельность – это совокупность определенных действий, направленных на создание и распространение информационных сообщений с целью привлечения внимания общественности и поддержания позитивного имиджа. Она объединяет внутренние и внешние составляющие. Внутренняя коммуникация нацелена на создание прочного фундамента во взаимоотношениях между сотрудниками. Она способствует созданию сплоченного коллектива и влияет на эффективность рабочего процесса. Внутренняя коммуникация отвечает за формирование целостного представления о деятельности организации и поддержание ее имиджа для всех субъектов внешней среды. Успешное взаимодействие двух видов коммуникации друг с другом способно обеспечить стратегическое развитие и конкурентное преимущество любой организации.

Среди всего разнообразия каналов и инструментов коммуникации организации стремятся выбрать самые эффективные для осуществления своей деятельности. Помимо этого, в современных условиях, где скорость получения

информации и её восприятие имеют первостепенное значение для людей, организациям становится критически важно адаптироваться к трендам и делать выбор в сторону востребованных каналов коммуникации.

Особое значение в современную коммуникацию приносят мессенджеры. Мессенджер – это программа для мгновенного обмена текстовыми сообщениями и мультимедиа между зарегистрированными пользователями через сеть Интернет. Самыми популярными публичными мессенджерами на территории России уже много лет являются – WhatsApp, Viber и Telegram. Данную статистику ежегодно подтверждает технологическая компания Mediascope. В декабре 2024 года Viber по решению Роскомнадзора был заблокирован на территории России, а для WhatsApp были выдвинуты определенные условия работы, при их несоблюдении мессенджер может быть также заблокирован. Таким образом, мессенджер Telegram в настоящее время можно назвать самым перспективным. Именно он стабильно на протяжении нескольких лет показывает большой прирост коэффициента охвата населения, а также не перестает удивлять своих пользователей модернизацией и добавлением новых функций. Данный мессенджер создан предпринимателем и программистом Павлом Дуровым, который активно выступал за свободу интернет-пространства, поэтому уникальность Telegram заключается в пристальном внимании к безопасности и конфиденциальности.

Мессенджер Telegram предоставляет множество возможностей для осуществления коммуникационной деятельности организации. Он позволяет использовать различные инструменты, с помощью которых возможно выстроить успешную стратегию позиционирования и продвижения. Среди самых эффективных инструментов, работающих на базе мессенджера Telegram, следует выделить следующие: Telegram-каналы, чат-боты, стикерпаки и геймификации. Также особого внимания заслуживают рекламные возможности, которые предлагает мессенджер. Запускать рекламу в Telegram можно тремя способами: через владельцев других каналов, через платформу по закупке рекламы или через сервис Telegram Ads.

Уникальные особенности мессенджера Telegram и его инструменты открывают широкие перспективы для построения эффективной коммуникационной стратегии. Многие организации, не зависимо от их специализации и рода деятельности, активно используют возможности мессенджера в своей деятельности.

Для рассмотрения эффективности данного канала коммуникации во второй главе был проведен анализ коммуникационной деятельности, реализуемой через мессенджер, на примере конкретных организаций и брендов. Данные примеры позволили выявить общие тенденции, специфические особенности и эффективные стратегии коммуникации, которые используются в зависимости от специфики деятельности различных организаций.

Для анализа использования Telegram-каналов были изучены коммуникационные стратегии таких организаций, как «Сбербанк», «Chicko», «Почта России» и «ТЮЗ им. Ю.П. Киселёва». Анализ показал, что использование каналов является элементом позиционирования организации в цифровой среде и эффективным способом осуществления коммуникационной деятельности. Контент в них возможно адаптировать под разные целевые аудитории, цели и задачи кампании. В рамках изучения чат-ботов рассматривалась практика их внедрения в компаниях «Bellissimo Pizza», «Oriflame», «Alpen Gold» и «ВкусВилл». Анализ показал, что данный инструмент возможно адаптировать под любые бизнес-задачи — от автоматизации рутинных процессов до персонализированного взаимодействия с сотрудниками, клиентами и партнерами. При анализе геймификации была рассмотрена коммуникационная деятельность компании «Дикси» и их практика внедрения простых игровых механик, а также «Самокат» и их игра «Крошечка». Рассмотрев два разных вида внедрения игровых процессов, был сделан вывод, что геймификация в Telegram открывает безграничные возможности для креативных кампаний. Она позволяет брендам по-новому взаимодействовать с аудиторией. А благодаря своей гибкости мессенджер позволяет создавать самый разные игровые механики. В ходе исследования

последнего инструмента были проанализированы фирменные стикерпаки и их роль в коммуникации таких компаний, как «Магнит», «Smetana», «Sela», «Тинькофф», «Тетрис», а также в Министерстве культуры Челябинской области. Анализ показал, что стикерпак является универсальным инструментом коммуникации, который можно адаптировать по разные цели – повышение лояльности и узнаваемости бренда, поддержка кампаний или укрепление корпоративной культуры среди сотрудников.

Анализ опыта российских компаний показал, что Telegram представляет собой универсальную платформу для решения широкого круга коммуникационных задач. Многообразие инструментов мессенджера позволяет выстраивать гибкие и оригинальные коммуникационные стратегии.

Также одно из ключевых преимуществ мессенджера Telegram — его адаптивность: платформа подходит как корпорациям, так и малому бизнесу, предлагая каждому соответствующие масштабам решения. Однако эффективное использование требует адаптации под специфику ниши — универсальных решений не существует. Успешное внедрение зависит от тщательного подбора форматов, отвечающих потребностям аудитории и целям компании.

В работе описан проект совершенствования коммуникационной деятельности сети пекарен и кондитерских «Чудо-Лакомка». Среди многообразия направлений пищевой промышленности кондитерский и пекарный бизнес занимает особое положение, характеризующееся интенсивной конкурентной борьбой и постоянной необходимостью инновационных решений. Перед разработкой проекта был проведен сравнительный анализ коммуникационной деятельности конкурентов в мессенджере Telegram. При сравнении учитывались следующие факторы: общее интернет-представительство каждой сети, содержание и частотность контента, вовлеченность пользователей, наличие уникальных особенностей и функций. Были рассмотрены крупные сети города Саратов, среди которых: «Яблонька», «Малина», «Хлебница», «Замок Любви», а также небольшие кондитерские

«ВанЛав», «Булочки на Улочке» и кафе от крупных супермаркетов «Магнит» и «Пятерочка». Данный сравнительный анализ помог оценить конкурентов, а также выявить успешные стратегии и методы взаимодействия с клиентами в данной нише. Позволил понять потребительские предпочтения и выявить уникальные торговые предложения, которые способны повысить конкурентоспособность бизнеса в данном направлении.

Проект совершенствования сети «Чудо-Лакомка» направлен на совершенствование коммуникационной деятельности сети «Чудо-Лакомка» через комплексное использование возможностей мессенджера Telegram. У сети существует Telegram канал, который имеет особое значение для организации, так как является основной площадкой ее интернет-представительства. У сети отсутствует официальный сайт, а сообщество в социальной сети ВКонтакте не ведется больше года. В связи с этим организации важно выстраивать свою коммуникационную стратегию в мессенджере Telegram так, чтобы эффективно транслировать ценности организации и поддерживать связь со своими клиентами.

Перед разработкой проекта была дана оценка текущего положения. Для оценки реализована следующая предпроектная деятельность: рассмотрение оформления Telegram-канала, анализ контента, аудит Tone of Voice, расчет уровня вовлеченности. Данные действия показали, что канал не выполняет свою основную функцию — не формирует у аудитории четкого представления об организации. Контент лишен смысловой нагрузки: отсутствуют вовлекающие публикации, нет узнаваемого стиля коммуникации, а содержание не вызывает желания взаимодействовать с каналом. В связи с этим была установлена следующая цель проекта – превратить Telegram-канал в эффективный инструмент, который не просто информирует, а вовлекает, создает эмоциональную связь и в конечном итоге способствует развитию бизнеса. Для достижения цели были поставлены следующие задачи: улучшить визуальное оформление канала; оптимизировать стиль общения и тональность контента; увеличить степень вовлеченности аудитории; автоматизировать

процесс оформления заказов для повышения качества обслуживания; разработать план продвижения и бюджет.

В первую очередь проект предусматривает совершенствование образа канала. Предложено новое оформление и описание канала, которое является наиболее информативным. Помимо оформления внешнего вида канала, в проекте разработано новое оформление для всех постов. Единый стиль и цветовая палитра постов в Telegram помогут сформировать целостный образ и усилят узнаваемость среди аудитории. В основе палитры цвета из брендбука организации: белый, песочный и шоколадный. Кроме них, проект предусматривает добавление яркого контрастного цвета, который будет акцентировать ключевые элементы и придавать динамику визуальному контенту, сохраняя при этом гармонию с основной палитрой. Выбранный цвет – лимонно-желтый (F0F471). По цветовому кругу это аналоговый цвет, который гармонично сочетается с песочным. Что касается ToV и стиля подачи контента, то в рамках проекта предлагается сделать их более спокойными и сдержанными. Не использовать: текст, написанный капсом, сложноподчиненные предложения, много знаков препинания и эмодзи. Эмодзи рекомендуется использовать только для оформления заголовков или пунктов.

А чтобы сделать общение с пользователями более теплым и запоминающимся, в проекте предложено добавление фирменного стикерпака. Внедрение стикеров добавит каналу индивидуальности и эмоциональности. В рамках проекта разработан вариант внешнего вида стикеров для сети «Чудо-Лакомка». В центре стикеров находится придуманный персонаж, созданный по мотивам логотипа организации. Это гуманизация шоколадного капкейка. Имя персонажа – Чудинка.

Помимо визуального оформления, эффективность канала во многом определяется глубиной и разнообразием контента. Проект предполагает комплексный подход к формированию публикаций, объединяющий четыре взаимодополняющих вида: информационно-новостное, образовательно-содержательное, развлекательное и интерактивное. В рамках последнего вида

контента предлагается запустить игру под названием «Промокод месяца». Игра будет запускаться в начале каждого месяца и действовать всего неделю. Ее механика очень проста: в контенте последних двух недель прошедшего месяца будет спрятан промокод (слово), который нужно будет найти, запомнить, а потом озвучить в любом магазине сети. Озвучив нужное слово на кассе, победитель сможет получить пирожное в подарок или скидку в 10% на покупку. Эта простая в реализации игра принесет тройную пользу: вовлечет пользователей в увлекательный процесс, замотивирует их внимательно следить за контентом и подписываться на канал, а благодаря интерактиву с реальными призами создаст положительное впечатление о бренде. В целом, разнообразие форматов, от образовательных материалов до развлекательных рубрик, не только привлечет внимание пользователей, но и позволит поддерживать ежедневную активность в канале.

Помимо создания репутации сети и увеличения вовлеченности пользователей через визуальный образ и разнообразный контент, коммуникационный проект направлен на решение еще одной проблемы, с которой часто сталкивается организация. «Чудо-Лакомка» продаёт продукцию в магазинах и принимает заказы на изготовление тортов только через офлайн-кондитерские или по телефону, что неудобно для многих клиентов и снижает количество заказов. Для решения этой проблемы в проекте предусмотрено использование еще одного инструмента мессенджера Telegram – чат-бота. Этот чат-бот будет помогать оформлять онлайн заказы в любое время суток. Чат-бот значительно упростит процесс оформления заказа как для самой сети, так и для покупателя. Для кондитерской он автоматизирует прием заказов и снизит нагрузку на сотрудников. Для покупателей – обеспечит удобный и быстрый способ оформления заказа в любое время. Он поможет улучшить клиентский сервис и поспособствует увеличению объема продаж.

В работе также предложены два способа увеличения аудитории с помощью интегрирования онлайн и офлайн форматов, рассчитаны

материальные и нематериальные результаты и разработан бюджет на реализацию всего коммуникационного проекта.

Реализация данного проекта может значительно улучшить коммуникационную деятельность сети кондитерских и пекарен "Чудо-Лакомка" в онлайн среде за счет деятельности в мессенджере Telegram. С его помощью удастся повысить лояльность, значительно улучшить взаимодействия с клиентами, повысив их вовлеченность. Использование данной платформы с продуманной коммуникационной стратегией позволит оперативно информировать аудиторию о новинках, акциях и специальных предложениях, а также поможет создать эмоциональную связь, что поспособствует росту продаж и укреплению репутации компании.

В результате изучения темы и разработки проекта был получен материал, анализ которого позволил заключить, что мессенджер Telegram является одной из наиболее востребованных цифровых платформ, предоставляющей бизнесу уникальные возможности для выстраивания эффективных онлайн-коммуникаций. Этот универсальный мессенджер сочетает в себе разнообразные функции и инструменты, которые можно успешно интегрировать в деятельность организаций любого профиля и масштаба. А благодаря своей адаптивности под современные тренды и запросы пользователей, мессенджер сохранит свою востребованность в долгосрочной перспективе.

Результаты исследования, выявленные в ходе разработке проекта, имеют широкую область практического применения. Разработанные рекомендации актуальны для всего спектра предприятий пищевой отрасли – от небольших локальных пекарен до крупных сетей ресторанов и пищевых производств. Независимо от масштабов бизнеса и специализации, предложенные коммуникационные решения позволят выстроить эффективный диалог с потребителями и отстроиться от конкурентов. Помимо этого, данные рекомендации возможно адаптировать не только для предприятий пищевой отрасли, но и для других сегментов, где важны оперативность коммуникации и построение долгосрочных отношений с клиентами.