

ТЕЛЕГРАМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ДЕТАЛЬНОГО АНАЛІЗУ КОРИСТУВАЦЬКОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Мацій Ольга Борисівна, доцент кафедри штучного інтелекту та програмного забезпечення

Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Клочко Андрій Володимирович, студент факультета комп'ютерних наук Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

В сучасному цифровому світі, де кожна взаємодія користувача з технологією може бути виміряна та аналізована, здатність до глибокого розуміння цих даних стає вирішальною для успіху бізнесів та індивідуальних розробників. Аналіз користувацької взаємодії виходить за рамки простого вивчення поведінки на веб-сайтах чи в мобільних додатках; він охоплює кожен аспект спілкування між користувачем та цифровим продуктом, включаючи месенджери, як от Телеграм.

Незалежно від розміру та сфери діяльності, знання про те, як користувачі взаємодіють з їхніми продуктами чи послугами, є критично важливим. Це розуміння дозволяє як оптимізувати продукти та послуги для забезпечення кращого користувацького досвіду так і підвищити залученість користувачів через персоналізований контент та інтерактивність. На основі зібраних даних, можна виявляти та усувати проблеми у функціоналі продуктів, які можуть спричинити втрату клієнтів та планувати маркетингові стратегії.

При аналізі користувацької взаємодії через Телеграм, можна збирати різноманітні типи даних, кожен з яких надає унікальну інформацію про поведінку та переваги користувачів. Ось декілька прикладів таких даних:

- **Повідомлення.** Текстові повідомлення, які користувачі надсилають у чатах або через ботів, є основним джерелом даних. Аналіз цих повідомлень може допомогти зрозуміти, які запитання або проблеми найчастіше виникають у користувачів, які теми їх найбільше цікавлять, а також загальний тон та настрій спілкування.

- **Інтерактивні кнопки.** Інтерактивні кнопки в Телеграмі, такі як кнопки голосування, СТА (виклик до дії), або навігаційні кнопки в ботах, є потужним інструментом для збору даних про те, які дії користувачі виконують найчастіше. Аналіз натискань на ці кнопки може допомогти ідентифікувати найбільш ефективні виклики до дії та оптимізувати інтерфейс для кращого залучення користувачів.

- **Час та дата активності.** Реєстрація часу та дати, коли користувачі найактивніші, дозволяє зрозуміти піки взаємодії, що може бути важливо для планування розсилок, оновлень продукту або маркетингових кампаній.

Збір та аналіз даних в Телеграмі можуть стикатися з низкою викликів та проблем, що вимагають уважного підходу з боку компаній та розробників. Серед найбільш значущих питань є приватність даних та обробка великих об'ємів інформації.

Приватність даних є ключовим питанням в цифровому світі, особливо коли мова йде про платформи для спілкування, такі як Телеграм. Платформа зобов'язується захищати конфіденційність своїх користувачів, що може обмежувати доступ до деяких типів даних для аналізу. Компаніям і розробникам важливо дотримуватися правил приватності та регуляцій, таких як Загальний регламент про захист даних (GDPR) в Європі, щоб уникнути порушень прав користувачів на конфіденційність.

Telegram самостійно надає користувачам розширену статистику для публічних каналів, відкриваючи доступ до цінної інформації, яка може допомогти зрозуміти поведінку аудиторії та ефективність контенту. Власники каналів можуть отримати детальні дані про зростання підписників, загальну кількість сповіщень, а також перегляди окремих публікацій протягом години, що дає уявлення про найбільш активні періоди доби. Також доступна інформація про джерела переглядів та підписок, що дозволяє аналізувати, як користувачі знаходять канал. [1]

Попри широкий спектр можливостей для аналізу користувацької взаємодії, які Телеграм надає своїм користувачам, сама платформа не зосереджена на активному наданні глибоких аналітичних інструментів. Це спонукало до появи зовнішніх інструментів та сервісів, які дозволяють компаніям та індивідуальним розробникам збирати, аналізувати та інтерпретувати дані про взаємодію користувачів у Телеграмі. Ці інструменти відкривають нові можливості для моніторингу та оптимізації комунікації та маркетингових стратегій.

Одним з таких інструментів є Brand24. Він надає такі показники, як кількість онлайн-згадок, аналіз настроїв, охоплення та оцінка репутації. Існують і подібні до нього реалізації, які також дають змогу відслідковувати іншу корисну активність. Ці інструменти розширюють можливості аналізу в Телеграмі, надаючи користувачам багатий набір даних для покращення стратегій комунікації та маркетингу [2].

Важливість розробки та впровадження сервісів для збору статистики в Телеграмі залишається незаперечною. Ці інструменти відіграють ключову роль у допомозі компаніям та розробникам розуміти потреби та переваги своєї аудиторії, оптимізувати продукти та комунікації, а також підвищити загальну ефективність своєї присутності в Телеграмі. Однак, як і будь-який процес збору та аналізу даних, це супроводжується рядом викликів, які необхідно враховувати.

Джерела посилань

1. Вбудована статистика для каналів Telegram: 10 графіків. <https://onlypult.com/blog/built-in-statistics-for-telegram>
2. Аналітика каналу Telegram: найкращі безкоштовні та платні інструменти на 2024 рік. <https://collaborator.pro/blog/telegram-analytics-tools>