



Михаил Цуприков

/ CEO, MGrowth

/ Председатель комитета
Mobile In-App Ad в АРИР

ТМА: 三个字母或将颠覆移动应用市场？

Геймчейнджер на три буквы!

Подвинут ли ТМА рынок
мобильных приложений?



ТМА — НОВАЯ НЕФТЬ

Telegram Mini App (ТМА) — это веб-приложение, которое открывается внутри Telegram, но работает как отдельный сайт или сервис.

Вы получаете полноценный продукт, без необходимости скачивать отдельное приложение из App Store или Google Play.

Сценарии использования

Личные кабинеты

Маркетплейсы

Игры

Квизы

Боты

CRM

Многое другое



ДЛЯ КОГО?

Для продуктов с широкой ЦА
в возрасте от 18 до 45 лет



Для брендов
у которых нет
приложения или
активность
аудитории в нём на
низком уровне

1

Для ритейла,
доставки, финансов,
образования, media,
сервисов
бронирования
и программ
лояльности

2

Для брендов,
заинтересованных
в омниканальной
коммуникации
и развитии
бесшовного
взаимодействия
пользователя
с продуктом

3

ДЛЯ ЧЕГО?

ТМА работает
на всех этапах
воронки



1

Позволяет протестировать
игровые и CJM механики
дешевле, чем на сайте
или в приложении

2

Насытить CRM систему
большим объемом данных
пользователей

3

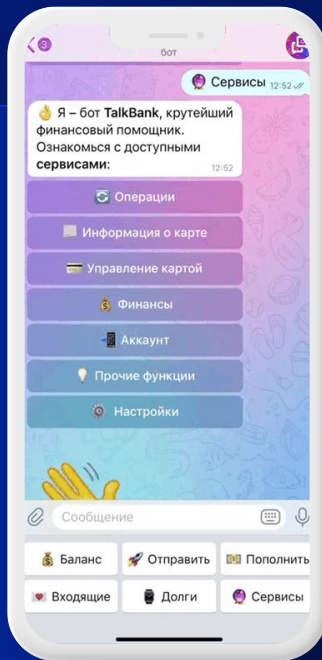
МЕХАНИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

на примерах основных юзкейсов

Акцент на Media

Анонс новинки в боте и ТМА с переносом веб-сайта для роста узнаваемости и привлечения ЦА

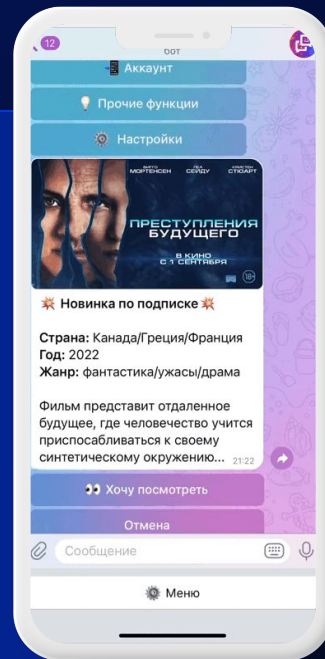
Telegram Mini App
решение на примере
развлекательного
сервиса



Акцент на Performance

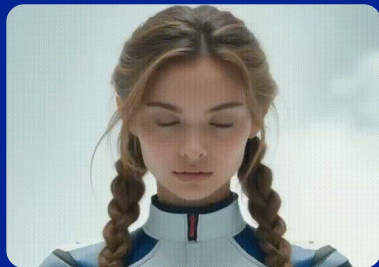
ТМА с переносом приложения для стимулирования аудитории к покупкам

Telegram Mini App
решение на примере
сервиса доставки

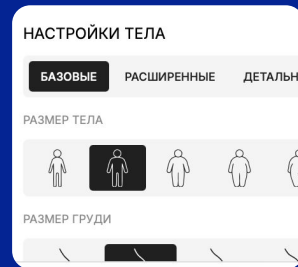


НЕСТАНДАРТНЫЕ ТМА + AI-АГЕНТЫ

AI может создавать изображения или видео на основе селфи пользователя по сценарию (описанию) бренда



AI может генерить изображение пользователя в выбранном луке интернет-магазина, учитывая параметры пользователя



Инновационность

Персонализация

Доступность

Простота использования

Оперативное внедрение

Экономия

МОНЕТИЗАЦИЯ ДЛЯ СМИ/БЛОГЕРОВ

СМИ постепенно создают свои ТМА для охвата новой аудитории, формируя новый уникальный рекламный инвентарь



14 млн

авторов в 2024 году

По данным Brand Analytics, после блокировки Instagram*, самыми популярными платформами для «переезда» блогеров в 2022 году были Telegram и «ВКонтакте».



42%

авторов



32%

авторов

Драйвер развития TG

Формирование профессиональных комьюнити, развитие рабочих чатов внутри мессенджера, возможность зарабатывать на рекламе и расширение форматов создания контента

ПОДВОДНЫЕ КАМНИ

1

Зависимость от Telegram

Если Telegram блокируют или возникают сбои — доступ к приложению пропадает.

Это не критично для маркетинговых инструментов, но опасно для бизнес- систем, от которых зависит работа.



ПОДВОДНЫЕ КАМНИ

2

Нет доступа к push-уведомлениям

Вы не можете отправить нативные push-уведомления, как в мобильных приложениях.

Да, можно использовать Telegram-бота, но он не всегда заменяет push по эффективности — особенно если пользователь отключил уведомления в чате.



ПОДВОДНЫЕ КАМНИ

3

Нельзя работать с фоновыми задачами

Mini App живет, пока открыт = Вы не сможете реализовать логику, где приложение что-то делает само без участия пользователя.

Это ограничивает сложные сценарии: например, автоматические проверки, периодические напоминания, триггеры.



ПОДВОДНЫЕ КАМНИ

4

Нет App Store и органического трафика

Mini App не индексируется в Telegram как отдельное приложение.

Нужно самостоятельно продумывать воронку привлечения пользователей.

Нет привычной нам выдачи, рейтингов или категорий в каталоге — вас никто случайно не найдет (ну почти).



ПОДВОДНЫЕ КАМНИ



Ограничения UI и UX

Telegram накладывает свои правила на внешний вид Mini App — это не нативное приложение.

Есть определенные ограничения по навигации, кнопкам, размеру окна, что нужно учитывать на этапе дизайна.



ПОДВОДНЫЕ КАМНИ

6

Telegram — не рабочая среда для всех

Да, в России Telegram — уже главный мессенджер.

Но если ваши пользователи, например, корпоративные клиенты или возрастная аудитория, не привыкли к Telegram, это может стать барьером.



НО ЕСЛИ ВСЕ
ТАК ГРУСТНО,
ТО НА***
НАМ ЭТО
ВСЁ?

ПОЧЕМУ ВОЗЛАГАЕМ НАДЕЖДЫ?

Потому что, для большинства жизненных сценариев, эти минусы — не критичны.

**ТМА выигрывают
за счет скорости
запуска, простоты
использования
и низкого порога
входа**



Не нужно скачивать — открываешь и сразу пользуешься



Разработка и поддержка стоит дешевле, чем нативное приложение



MVP продукта\сервиса можно протестировать за 3-4 недели, не вваливая миллионы



**ТМА УЖЕ
УБИВАЕТ
НАТИВНЫЕ
ПРИЛОЖЕНИЯ
?**

ЭВОЛЮЦИЯ КАНАЛОВ ПРОДАЖ

от 12 долларов до 8 триллионов: краткая история e-commerce

Е-com развивается
в России всего 25 лет



Первая платформа для онлайн покупок появилась в 1982 году. 31 год назад состоялась первая защищенная онлайн-покупка.

1998–2000

Зарождение

Первые интернет-магазины появляются, но охват и технологии ограничены.

2000–2005

Формирование
инфраструктуры

Развиваются первые крупные ритейлеры и платёжные системы, появляется доставка, появляются условия для массового роста.

2006–2010

Массовый рост
и расширение

Онлайн-торговля выходит из больших городов, ассортимент значительно расширяется, развивается логистика и способы оплаты.

ЭВОЛЮЦИЯ КАНАЛОВ ПРОДАЖ

от 12 долларов до 8 триллионов: краткая история e-commerce

В 2013 году со смартфона делали покупки только 14% россиян. Большинство пользователей делали заказы с компьютеров

К 2015 году уже треть покупателей совершали покупки со смартфона. Половина использовало телефон для просмотра и сравнения товаров, чаще из дома

2011–2015

Усиление конкуренции
и мобильность

Появляются международные игроки, растёт мобильная коммерция, соцсети становятся важным маркетинговым каналом.

2016–2019

Технологическая
трансформация

Массовое внедрение маркетплейсов, персонализации, быстрой доставки и новых сервисов, рост мобильных покупок.

2020–2023

Пандемия и цифровая
революция

Резкий переход в онлайн по всем категориям товаров, взрывной рост маркетплейсов, развитие чат-ботов и новых форматов взаимодействия

ЭВОЛЮЦИЯ КАНАЛОВ ПРОДАЖ

2020 год задал высокую планку — и здесь дороги назад уже нет.

Мессенджеры становятся важным каналом продаж и значимой частью онлайн-ритейла в России.

Пользователи привыкли и к бесплатным доставкам, и к персонализированным предложениям, и в целом к вниманию со стороны брендов.

Конкуренция за потребителя вырастила значимость омниканальной коммуникации

В марте 2025 года, 65% россиян совершают онлайн-покупки со смартфонов

- Более 20% активных пользователей мессенджеров уже покупают товары и услуги через эти платформы.
- В Telegram, порядка 10–12 млн пользователей делают покупки прямо внутри приложения.

УБЬЕТ
ЛИ ТМА
НАТИВНЫЕ
ПРИЛОЖЕНИЯ
?

НЕТ!

**МОЖЕТЕ
ВДОХНУТЬ**

ПЕРСПЕКТИВЫ ТМА

Будут популярны и заменят
мобильные приложения



Будут популярны, но **не** заменят
мобильные приложения



Будут развиваться
в **узких нишах**



Никаких перспектив
развития




СЦЕНАРИИ БУДУЩЕГО

АНТИУТОПИЯ (ХУДШИЙ СЦЕНАРИЙ)

Блокирование Telegram в России

Материал из Википедии — свободной энциклопедии

 Текущая версия страницы пока не проверялась опытными участниками и может значительно отличаться от версии, провере

Блокирование Telegram в России — процесс ограничения доступа на территории России к мессенджеру Telegram, запущенный Роскомнадзором 16 апреля 2018 года^[1].

18 июня 2020 года Роскомнадзор объявил о снятии ограничений^[2]. 8 марта 2025 Роскомнадзор снова начал блокировать Telegram, он сейчас заблокирован на территории Чечни и Дагестана.^[3] ^[4]

Telegram лидер по монетизации среди мессенджеров, поэтому может быть дальнейшее увеличение стоимости премиум аккаунта, развитие платных функций и ограничение бесплатных

ТМА пока можно загружать бесплатно, но возможно Telegram потребует плату за это, при условии дальнейшего развития функционала и возможностей с ними связанных

АНТИУТОПИЯ = ХУДШИЙ СЦЕНАРИЙ

1

Жёсткий контроль — государство требует полный доступ к переписке и пользовательским данным.

2

Обязательное хранение данных на серверах в России с передачей ключей спецслужбам.

3

Массовая фильтрация и цензура контента, блокировка «неудобных» каналов и чатов.

4

Потеря анонимности и массовый отток пользователей из-за страха слежки.

5

Рост фейковых каналов и распространение дезинформации, подрыв доверия к платформе.

6

Преобразование Telegram в инструмент госпропаганды и маркетинга с навязчивой рекламой.

7

**Telegram становится
«цифровым кладбищем»
с минимальной активностью
и утратой влияния.**

УТОПИЯ = СЦЕНАРИЙ WECHAT 2.0

1

Всеобъемлющая экосистема. Telegram развивается как платформа, объединяющая мессенджер, маркетплейс, платежные сервисы и социальные сети — подобно тому, как WeChat стал «биткойном» для жизни и бизнеса.

3

Развитие собственных платёжных систем с высокой безопасностью и удобством (по примеру WeChat Pay)

2

Интеграция Mini Apps и сервисов. ТМА превращаются в удобные и быстрые решения для заказа услуг и товаров, аналогично тому, как WeChat Mini Programs обеспечивают пользователям доступ к сотням тысяч сервисов без установки дополнительных приложений.

4

Продвинутый AI и персонализация. Telegram внедряет искусственный интеллект для персональных рекомендаций, автоматизации рутинных задач и улучшения пользовательского опыта (WeChat Big Data).

УТОПИЯ = СЦЕНАРИЙ WECHAT 2.0

5

Безопасность и приватность. Telegram продолжает сохранять высокий уровень шифрования и защиты данных, при этом интегрируя механизмы управления доступом — создаёт баланс между конфиденциальностью и функционалом.

6

Инновационные коммуникационные форматы. Появляются новые форматы контента и взаимодействия — например, аудиочаты, видеостримы и интерактивные события, которые делают Telegram платформой нового поколения.

7

Telegram становится неотъемлемой частью жизни в малых городах и регионах России — благодаря оптимизации для мобильных устройств и экономии трафика, как WeChat стал «народным» приложением в Китае.

“НАРОДНЫЙ” МЕССЕНДЖЕР

адаптация в российском ландшафте и системе

1. Расширение экосистемы Mini Apps

Мини-приложения и боты становятся всё более востребованными, позволяя бизнесам и сервисам интегрироваться напрямую в Telegram — как для решения бизнес задач, так и для пиар\маркетинговых активностей.

2. Умеренное регулирование и адаптация к требованиям

Платформа столкнется с усилением законодательного давления (требования по хранению данных, сотрудничество с госорганами), но будет искать баланс, сохраняя пользовательскую приватность и функциональность.

3. Развитие платежных сервисов внутри платформы

Telegram внедряет и расширяет платёжный инструментарий, позволяя пользователям безопасно и удобно совершать покупки и переводы без выхода из мессенджера.

“НАРОДНЫЙ” МЕССЕНДЖЕР

адаптация в российском ландшафте и системе

4. Усиление коммерческих возможностей для бизнеса

Бизнес все активнее будет использовать Telegram как канал продаж и коммуникаций — от малого бизнеса до крупных брендов с интеграцией маркетплейсов и CRM-систем.

5. Рост мобильной коммерции и локальных сервисов

Telegram станет важной платформой для мобильной коммерции, особенно в регионах, где полноценно работают Mini Apps для локальных услуг, доставки, бронирований и пр.

6. Технологическое совершенствование и новые форматы общения

Telegram продолжит внедрять новые технологии — улучшенные голосовые и видеозвонки, интерактивный контент, AI-инструменты для персонализации и безопасности, сохраняя при этом высокий уровень приватности.