

Как картошка меняет компанию

— Технологические ИИ-тренды 2026 года на
практике

Скоробогатов Иван

ССО TG CAST

→ TG CAST Agency

→ TG CAST Analytics platform

→ TG CAST AI Bloggers



S

Claude — ChatGPT Image 2 — ElevenLabs — SUNO

A

Gemini — Seedance 2.0 — Nano Banana — Grok Imagine — happyhorse

B

Grok — KLING 3.0 — Google Veo 3 — Yandex — Midjourney

C

ChatGPT

D

DeepSeek



Зачем нужна картошка?

1. — Доступ к любым инструментам в режиме одного окна
2. — Аналитика: быстрая и точная подборка предложений для клиентов
3. — Операционка: упрощенное планирование, проверка эффективности сотрудников
4. — Повышение прибыли на одного сотрудника



ИЗ ЧЕГО СОСТОИТ КАРТОШКА?

Claude Opus 4.8
(потенциально Fable5)

Google API

AMOCRM API

Higgsfield API

TG CAST Analytics API



Лист оценки сотрудника отдела реализации (ad-ops) — Digital-агентство

№	Параметр	Что оцениваем / источник	Антон	Антон + Картошка	Рост
1	Качество медиапланов	Соответствие брифу, реалистичность прогноза, подбор площадок (РОП + факт vs прогноз)	6,5	8,5	+30,77%
2	Корректность запуска РК	Ошибки на старте: таргетинги, ссылки, UTM, креативы, настройки; запуск в срок	6,8	8,8	+29,41%
3	Достижение медийных KPI	Факт vs план по показам, охвату, CTR, CPM/CPC, конверсиям (рекламные кабинеты)	7,0	9,0	+28,57%
4	Контроль и оптимизация в ходе РК	Мониторинг открутки, скорость реакции на отклонения, корректировки	6,3	8,3	+31,75%
5	Точность реализации бюджета	Факт открутки vs план, % отклонения, недокрут/перекрут	6,7	8,7	+29,85%
6	Коммуникация с админами площадок	Скорость решения вопросов, отсутствие зависших задач, обратная связь площадок	6,5	8,6	+32,31%
7	Сбор закрывающих документов	% актов/счетов в срок, объём «висящей» задолженности по документам (бухгалтерия)	6,2	8,2	+32,26%
8	Отчётность в ОРД (маркировка)	Сроки и корректность подачи, регистрация креативов и euid, статистика, нарушений/штрафы	6,9	9,0	+30,43%
9	Соблюдение сроков по всем этапам	% задач в дедлайни: план, запуск, отчёты, документы (таск-трекер)	6,6	8,5	+28,79%
10	Качество отчётности (клиенту/внутри)	Корректность цифр, оформление, число замечаний и переделок	6,4	8,4	+31,25%
ИТОГО (средний балл)			6,6	8,6	+30,50%



Лист оценки сотрудника отдела продаж (сейлз) — Digital-агентство

№	Параметр	Что оцениваем / источник	Максим	Максим + Картошка	Рост
1	Выполнение плана продаж	Факт законтрактованной выручки + план за период (CRM/финучёт)	6,6	8,6	30,3%
2	Генерация и наполнение воронки	Объём новых квалифицированных лидов/встреч vs норматив; «вес» пайплайна	6,4	8,4	31,3%
3	Конверсия «лид → сделка»	Закрытые сделки + квалифицированные лиды относительно нормы отдела	6,8	8,8	29,4%
4	Средний чек сделки	Средняя сумма договора vs средний по отделу	6,5	8,5	30,8%
5	Маржинальность / дисциплина скидок	Средняя маржа с учётом предоставленных скидок vs целевая	6,3	8,3	31,7%
6	Скорость закрытия (длина цикла)	Среднее время от лида до подписания vs норматив	6,7	8,7	29,9%
7	Качество пресейла (КП, презентации)	Соответствие предложения задаче клиента, проработка, число переделок (РОП)	6,9	9,0	30,4%
8	Дисциплина в CRM и точность прогноза	Полнота данных, актуальность этапов, расхождение факт vs forecast	6,2	8,2	32,3%
9	Корректность передачи в реализацию	Полнота брифа при хендове, число возвратов от ad-ops, чистота сделки	6,5	8,5	30,8%
10	Развитие клиента (допродажи/повторные)	Доля сделок с расширением пакета, % повторных, прирост чека по клиентам	6,6	8,6	30,3%
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ (среднее)			6,6	8,6	30,7%



Проблемы интеграции



Региональные
ограничения



Поначалу было
дорого



Перестройка
привычных процессов

Что изменилось в компании?

Картошка освободила время сотрудников, которое они тратили на рутинные задачи. Это позволило ускорить процесс анализа, подготовки предложения и защиты проектов.

Фокус максимально сместился в сторону «к каждому клиенту должен быть персональный подход», изменения ощутила вся вертикаль TG CAST.

на

90%

меньше
операционки

Кейс с клиентом

Боли

- скорость запуска рекламных кампаний ниже ожидаемой на 1 рабочий день
- в подборки иногда попадали каналы, которые не соответствовали брендсейфити
- бюджет расходовался не в полном объеме

Решение

- картошка ускорила сбор подборок
- картошка проводит более глубокий анализ каждого канала, чем человек
- картошка находит каналы, которые гораздо труднее найти человеку



Что дальше?



— Мы в TG CAST внедряем систему, которая позволит на основе TG CAST Analytics и нашей BigData по рекламным кампаниям получать в моменте эстимационные CPM на основе реальных проведенных рекламных кампаний. Автоматический сбор показов, кликов, скриншотов и обновление данных сразу в таблицах. Подключение карточки к клиентским чатам, чтобы клиенты в любой момент времени могли получить ответ даже на самый сложный вопрос.

Главные выводы после внедрения

—
Технологии нужно
внедрять сегодня,
чтобы быть
конкурентным

—
рост прибыли
на одного сотрудника
составил 40%

—
картошка улучшила
психо-эмоциональное
состояние сотрудников

TG
CAST

**Спасибо
за внимание!**



skorobogatov@tg-cast.ru

TGCAST.RU



TELEGRAM