

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · АРЕНДА

Реклама аренды производственно-складских помещений в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, октябрь 2026 · Москва

68 274

показов в месяц — спрос по семантике плана

54 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете —
от 28 ₽

2 162–5 767 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

148 780 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-arenda-proizvodstvenno-skladskih-pomeshcheniy-mo
Регион разбора	Москва

● Как ищут: запросы и ставки

прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
аренда склада в москве	1 118	842–856
арендовать стоимость	677	146–163
арендовать цена	317	396–539
снять склад в москве	305	1 146–1 230
аренда производственных помещений москва	170	507–656
аренда производственного помещения москва	170	507–656
аренда складских помещений в москве	161	388–468
аренда производственной площади	134	612
аренда помещения под производство москва	124	308–335
помещение под производство в аренду москва	121	308–335
аренда помещения от собственника москва	108	371
аренда склада цена	97	1 278
снять помещение под производство в москве	79	301–305
снять складское помещение в москве	70	232–250
арендовать заказать	66	261
аренда цеха москва	56	374
арендовать склад в москве	52	1 488
аренда цеха в москве	48	410
сколько стоит аренда склада	46	425
аренда склада от собственника	38	632

Сезонность спроса



В цифрах: январь — 59 448, февраль — 58 765, март — 75 164, апрель — 80 631, май — 60 131, июнь — 53 981, июль — 57 398, август — 50 565, сентябрь — 92 247, октябрь — 84 047, ноябрь — 78 581, декабрь — 68 331 показов.

Сколько это стоит

54 ₽

цена клика при полном охвате

3 460 ₽

цена обращения
оценка до запуска

297 560 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	28	3 460

Цена обращения в строке посчитана по своему каналу — складывать столбец нельзя.

Сценарии бюджета

что получится при разных суммах

БЮДЖЕТ, ₽/МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
14 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
23 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
37 000	11	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
62 000	18	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
102 000	30	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
149 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
169 614	49	Кампания наберёт данные	1	4

Расчёт по цене обращения 3 460 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 148 780 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Аренда склада (головной спрос) горячий

Кто: Интернет-магазин, селлер, дистрибьютор или производственная компания, которая ищет «снять склад в Москве», «аренда склада» и ещё не выбрала конкретный объект — нужна площадь от 260 до 1800 м² в черте

Что мешает: Текущего помещения физически не хватает, а рынок отвечает риелторами, непрозрачными ставками и «нарезкой» неудобных остатков

О чём говорить: Склад от собственника в Коптево: 260–1830 м², пандус, грузовые лифты по 1 т, ставка с эксплуатацией, 3 минуты до МЦК

Аренда производственно-складского помещения горячий

Кто: Компания, которой нужен единый контур «производство + склад» (сборка, упаковка, мебель, печать, лёгкое производство), ищет «аренда производственно-складского помещения/комплекса в Москве»

Что мешает: Офис, склад и цех разбросаны по городу; старое помещение не держит оборудование, стеллажи и ричтраки

О чём говорить: Производственно-складской комплекс «Коптево»: нагрузка 722 кг/м², потолки 3,75 м, сетка колонн 6×6 м, этажи 260–1860 м²

Напрямую у собственника, без комиссии горячий

Кто: Собственник или директор, которого уже «водили» агенты; ищет «склад от собственника без комиссии», «снять помещение напрямую у собственника»

Что мешает: Комиссия риелтора, посредники в переписке, непонятная итоговая ставка и сюрпризы в договоре

О чём говорить: Прямой договор с собственником, без комиссии и наценки; эксплуатационные расходы уже в ставке; арендные каникулы обсуждаем индивидуально

Помещение под производство / цех горячий

Кто: Малое производство — сборка, мебельный цех, упаковка, печать, лёгкая сборка — ищет «аренда цеха», «аренда помещения под производство в Москве»

Что мешает: Нет первого этажа и высоких потолков, некуда принимать материалы, оборудование не проходит по нагрузке на пол

О чём говорить: 1-й этаж 1830 м² под цех: потолки 3,75 м, нагрузка 722 кг/м², пандус и площадка для манёвра фур, лифты по 1 т

Склад с офисом в одном здании горячий

Кто: Компания, которой нужно посадить менеджеров и отгрузку на одной площадке; ищет «склад с офисом в одном здании аренда Москва»

Что мешает: Офис и склад в разных концах города: две аренды, потерянное время, слабый контроль отгрузок, быт раскидан по подрядчикам

О чём говорить: Офис + склад + операционка на одном этаже; юрадрес с ИФНС №43, клининг и ремонт перегородок силами собственника

Аренда целого этажа под фулфилмент/дистрибуцию горячий

Кто: Фулфилмент-центр, дистрибьютор или крупный селлер, переросший 300–600 м²: нужен этаж целиком одним лотом (площади 1822–1860 м²)

Что мешает: Нужна одна большая ровная площадь, а не «нарезка» по углам; несколько фур в день, паллеты, многоярусные стеллажи и ричтраки

О чём говорить: Этаж целиком 1822–1860 м², 4 грузовых лифта по 1 т, пандус и площадка для манёвра фур, сетка колонн 6×6 под стеллажи

● **Как вести кампании в этой тематике**

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Целевая стратегия	Максимум конверсий
Когда переключаться	Когда кампания набирает 10 конверсии в неделю и держит их две недели подряд — алгоритму хватает данных, и стратегию переводят на «Максимум конверсий».
Каналы	Только Поиск, сети выключены
Что считаем обращением	Заявка с формы, Звонок
Без чего запускать бессмысленно	Подключить отслеживаемый подменный номер телефона на сайте и СТА «Позвонить менеджеру за консультацией»; звонок на этот номер считать конверсией в Метрике/коллтрекинге.

● **Что отсекаем минус-словами**

- своими руками
- работа
- бесплатно
- скачать
- торрент
- реферат
- курсовая
- диплом
- вакансия
- вакансии
- резюме
- бу
- б у
- технические характеристики
- инфраструктура транспорт

Продвижение аренды производственно-складских помещений: сколько ищут и как гуляет сезон

Поиск Яндекса по аренде производственно-складских помещений в Москве собирает 68 274 показа в месяц; на них приходится 3 141 клик. Спрос распределён неравномерно:

- «аренда склада в москве» — 1 118 показов;
 - «снять склад в москве» — 305 показов;
 - «аренда производственных помещений москва» — 170 показов;
 - «аренда складских помещений в москве» — 161 показ;
 - «аренда помещения от собственника москва» — 108 показов;
 - «аренда склада цена» — 97 показов. Остальное — хвост из формулировок про цех, первый этаж с пандусом и помещение под производство: у каждой меньше сотни показов, но вместе они дают пятую часть спроса.
- Читатель не ищет рекламу. Он ищет площадь и называет её своими словами: «снять склад», «аренда помещения под производство», «напрямую у собственника». Кампанию поэтому собирают из названий площади, а не из оборота «продвижение аренды склада». Сезон: октябрь 2026 даёт коэффициент 1,23 к среднему — 84 047 показов, спрос выше среднего. Пик — сентябрь (1,35 и 92 247 показов), провал — август (0,74 и 50 565 показов), февраль тоже слабый (0,86 и 58 765 показов). Заявки приходят от интернет-магазинов, селлеров маркетплейсов, дистрибьюторов и небольших производств, которые подгоняют переезд под конец года, поэтому осень забирает больше половины годового внимания к складам и цехам.

Сколько стоит реклама аренды производственно-складских помещений в Москве

Цена клика при полном охвате — 54 ₽: столько стоит один переход на сайт, если показываться по всему доступному спросу. Цена обращения — 3 460 ₽, вилка 2 162–5 767 ₽; это ориентир до запуска, а не замер по счётчику, поэтому после первых двух недель его заменяют своей фактической цифрой по звонкам и формам. Обучение автостратегии считается в конверсиях: порог — 10 конверсий в неделю, и на него нужен недельный бюджет обучения 34 600 ₽, то есть 148 780 ₽ в месяц. Бюджет, при котором порог держится с запасом, — 297 560 ₽ в месяц; поиск один столько не забирает, он исчерпывается на 169 614 ₽ в месяц, а остальное добирается охватом. Что даёт бюджет ниже порога, видно по расчёту: 3 000 ₽ в месяц — 1 заявка, 14 000 ₽ — 4 заявки, 37 000 ₽ — 11 заявок, 102 000 ₽ — 30 заявок. Все суммы ниже порога обучения: автоматика не набирает статистику, работает неточно, и заявка выходит дороже ориентира. При 149 000 ₽ в месяц план выходит на 43 заявки и ровно 10 конверсий в неделю — это граница, с которой стратегию можно переводить на оптимизацию по заявкам.

Как настроить Яндекс Директ для аренды производственно-складских помещений: структура кампаний

В тематике на октябрь 2026 работает только поиск, сети выключены. Причина не в экономии: человек, который вводит «снять склад в москве», уже определил площадь, срок и район, а тематические площадки такой готовности не дают. Порядок настройки:

- старт — стратегия «Максимум кликов»: она собирает статистику по запросам, пока данных мало;
- после того как кампания держит 10 конверсий в неделю две недели подряд, её переводят на «Максимум конверсий» — алгоритм начинает искать заявки, а не переходы;
- на старте — одна поисковая кампания, два сегмента спроса и по два объявления на каждый;
- категории автоподбора ограничьте целевыми: в поисковой кампании автоподбор не отключается совсем, но лишние категории из него убираются, и остаются только запросы про аренду площади. Всего в тематике 17 сегментов спроса — от склада под маркетплейс до целого этажа под фулфилмент. Расширять набор стоит после того, как кампания держит порог: иначе бюджет расходуется между складами, цехами и офисно-складскими помещениями, и ни один сегмент не набирает статистику. Когда поиск исчерпан — бюджет спроса 169 614 ₽ в месяц.

дальше расширяют охват: подключают сети и ретаргетинг по тем, кто был на сайте, но не оставил заявку. До границы сети только размывают бюджет.

Как рекламировать аренды производственно-складских помещений: что писать в объявлениях

Ядро собирают от того, как арендатор называет площадь. Головные запросы одновременно самые ёмкие и самые дорогие на входе:

- «аренда склада в москве» — 1 118 показов, ставка входа 842–856 ₽;
- «снять склад в москве» — 305 показов, ставка входа 1 146–1 230 ₽;
- «аренда производственных помещений москва» — 170 показов, ставка входа 507–656 ₽;
- «аренда помещения под производство москва» — 124 показа, ставка входа 308–335 ₽;
- «аренда помещения от собственника москва» — 108 показов, ставка входа 371 ₽;
- «аренда склада цена» — 97 показов, ставка входа 1 278 ₽. Ставка входа — это запрос за участие в аукционе по конкретной фразе, а не цена клика: списывается меньше, чем запрошено. Минус-слова отсекают тех, кто площадь не снимет: «работа», «вакансии», «резюме», «бесплатно», «скачать», «реферат», «курсовая», «диплом», «бу», «б у», «своими руками», «технические характеристики». Без списка клики уходят соискателям и тем, кто ищет б/у стеллажи и подержанное оборудование, а платит за переходы арендодатель. Отдельно стоит проверить запросы со словом «цена»: за ними стоят считающие арендаторы, которым нужен прайс за метр, а не объект, — таких лучше вести на страницу со ставкой и включёнными эксплуатационными расходами.

Что писать в объявлениях про аренду производственно-складских помещений

Объявление продаёт не площадь вообще, а снятие конкретной боли арендатора. В тематике работают такие углы:

- нагрузка на пол 722 кг/м² — станки, многоярусные стеллажи и ричтраки встают без усиления перекрытий;
- потолки 3,75 м и сетка колонн 6×6 м — оборудование и стеллажи размещаются без перепланировки;
- площади 260–1860 м² и этаж целиком 1822–1860 м² — ровный лот вместо нарезки по неудобным остаткам;
- 4 грузовых лифта по 1 т и пандус с площадкой для манёвра фур — разгрузка идёт техникой, а не руками;
- прямой договор с собственником без комиссии, эксплуатационные расходы в ставке, арендные каникулы на запуск. Кому адресован текст, зависит от запроса. Селлеру маркетплейса, переросшему 300–600 м², важны отгрузка в транспортные компании и быстрый заезд. Фулфилмент-центру нужен этаж одним лотом. Мебельному или печатному цеху — первый этаж, высокие потолки и нагрузка 722 кг/м². Дистрибьютору — парковка на 83 машиноместа и несколько фур в день. Обещание «широкий выбор помещений» не отвечает ни на одну из болей: арендатор сравнивает не выбор, а возможность поставить своё оборудование и разгрузить фуру.

Что измерять в рекламе аренды производственно-складских помещений

Цель кампании — заявка, а не клик, поэтому без учёта обращений запускать бессмысленно. Минимум, без которого старт не имеет смысла:

- подменный номер телефона на сайте и коллтрекинг: звонок на него считается конверсией в Метрике или системе коллтрекинга;
- две макроцели — заявка с формы и звонок; без них автостратегии нечего оптимизировать, и она учится на переходах;
- микроцели — клик по кнопке «Оставить заявку», клик «Показать телефон», открытие чата: они показывают, на каком шаге посетитель уходит;
- замена прогнозной цены обращения 3 460 ₽ на фактическую после первых двух недель. Через две недели видно, какая фраза приносит звонки. Головной запрос с 1 118 показами и ставкой входа 842–856 ₽ обычно даёт обращения, а «аренда склада цена» с 97 показами и входом 1 278 ₽ часто приносит только сравнивающих — их стоимость входа и конверсия по цифрам, а не по звонкам. Микроцели при этом заменяют микро-клик по кнопке «О

Типичные ошибки: аренда производственно-складских помещений

- Считать ценой клика ставку входа по фразе — например 1 278 ₽ у запроса «аренда склада цена»: цена клика при полном охвате 54 ₽, а ставка входа — запрос за участие в аукционе, списывается меньше.
- Запускаться с 3 000–37 000 ₽ в месяц: план оценивает такой бюджет в 1–11 заявок, а автостратегии нужно 10 конверсий в неделю и 34 600 ₽ в неделю на обучение.
- Рекламирывать «аренду помещений» одной фразой, не разделяя склад, цех и офисно-складской лот: у головного запроса 1 118 показов, у запроса под производство — 124.
- Не ставить минус-слова «работа», «вакансии», «резюме», «бу», «б у» и платить за соискателей и покупателей подержанных стеллажей.
- Обещать в объявлении показы в сетях: канал тематики — только поиск, охват подключается, когда поиск исчерпан на 169 614 ₽ в месяц.

Чек-лист перед запуском

1. Подменный номер телефона и коллтрекинг: звонок и заявка с формы — две макроцели, без них кампания не обучится.
2. Список минус-слов: работа, вакансии, резюме, бесплатно, скачать, бу, б у, реферат, курсовая, диплом.
3. Одна поисковая кампания, два сегмента спроса и по два объявления на старте, стратегия «Максимум кликов».
4. Бюджет не ниже 34 600 ₽ в неделю: это 10 конверсий в неделю по порогу обучения Яндекса.
5. В объявлении — 722 кг/м² нагрузки, потолки 3,75 м, площади 260–1860 м², лифты по 1 т, договор с собственником без комиссии.

Как продавать аренду производственно-складских помещений через Яндекс Директ?

Через поиск: он собирает 68 274 показа в месяц и 3 141 клик, клик стоит 54 ₽, обращение — 3 460 ₽. Продажа происходит на звонке, а не на первом переходе, поэтому без коллтрекинга кампания учится на кликах и заявки остаются случайными.

Продвижение аренды производственно-складских помещений: с чего начать?

С одной поисковой кампанией по головным запросам — «снять склад в москве» (305 показов, ставка входа 1 146–1 230 ₽) и «аренда склада в москве» (1 118 показов). Бюджет — не ниже 34 600 ₽ в неделю, иначе кампания не наберёт 10 конверсий в неделю и останется в неточном режиме.

Как продвинуть аренду производственно-складских помещений в интернете за пределами поиска?

Только после того, как поиск выбран: его потолок — 169 614 ₽ в месяц. Дальше добавляют охват — сети и ретаргетинг по тем, кто был на сайте и не оставил заявку; при бюджете 297 560 ₽ в месяц кампания держит порог обучения с запасом.

Как рекламировать аренду производственно-складских помещений, чтобы не платить за пустые клики?

Отсекать минус-словами «работа», «вакансии», «резюме», «бу» и держать в объявлении характеристики выбора: 722 кг/м² нагрузки, потолки 3,75 м, площади 260–1860 м², лифты по 1 т. Запрос «аренда склада цена» с 97 показами приносит в основном сравнивающих — их считают отдельно от тех, кто ищет объект.

Сколько стоит заявка на аренду склада в Директе?

3 460 ₽ — ориентир до запуска, вилка 2 162–5 767 ₽. После двух недель работы цену обращения считают по фактическим звонкам и формам: первая цифра — прогноз, а не замер по счётчику.

Хватит ли бюджета ниже порога обучения на рекламу аренды производственно-складских помещений?

Нет. Такой бюджет план оценивает в единицы заявок: 3 000 ₽ в месяц — 1 заявка, 14 000 ₽ — 4 заявки, 37 000 ₽ — 11 заявок. Все суммы ниже порога обучения: автостратегии нужно 10 конверсий в неделю и 34 600 ₽ в неделю — это 148 780 ₽ в месяц.

Когда переводить кампанию на оптимизацию по заявкам?

Когда она держит 10 конверсий в неделю две недели подряд. При бюджете 149 000 ₽ в месяц план выходит ровно на порог — 43 заявки в месяц.

Посчитаем то же самое по вашему сайту — бесплатно

Платформа разберёт сайт, соберёт запросы, покажет цену обращения в вашем городе за пару минут:

kdirect.ru/start

Вопросы — +7 (495) 988-09-08, kupaslova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «аренда производственно-складских помещений», и обезличены: имени рекламодателя, адреса сайта и цен на товары в разборе нет. Прогноз ориентировочный — точную цену обращения показывает первый месяц работы кампании по Яндекс Метрике.