

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ПРОИЗВОДСТВО

Реклама фосфорсодержащих минеральных удобрений в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июнь 2026 · вся Россия

138 369

показов в месяц — ёмкость спроса

20 ₹

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 5 ₹

541 ₹

цена обращения (оценка до запуска)

23 263 ₹

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-fosforsoderzhashchie-mineralnye-udobreniya
Регион разбора	вся Россия

● Как ищут: запросы и ставки

прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
минеральные удобрения	68 043	48–52
фосфорные удобрения	57 520	38–39
фосфорные удобрения купить	1 198	51
фосфорсодержащие удобрения	308	42
удобрения оптом от производителя	94	500–515
возмещение затрат на удобрения	51	21
фосфорные удобрения цена за тонну	12	24
фосфорные удобрения для яровых	6	—
NP 15:15 цена	6	—
фосфорсодержащие удобрения для полей	3	—
заказать фосфорные удобрения	1	—

● Сколько это стоит

20 ₽

цена клика при полном охвате

541 ₽

цена обращения
оценка до запуска

46 526 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	11%	5	528
РСЯ	79%	2	404
Ретаргетинг	10%	3	782

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	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	15	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
13 000	24	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
20 000	37	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
24 000	44	Кампания наберёт данные	1	4
33 000	61	Кампания наберёт данные	1	4
47 000	87	Рабочая кампания	1	4
53 000	98	Рабочая кампания	1	4
86 000	159	Рабочая кампания	3	16
138 000	255	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 541 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 23 263 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Фосфорные удобрения для с/х горячий

Кто: Агрономы и руководители агрохолдингов/фермерских хозяйств, ищущие конкретные фосфорсодержащие удобрения (суперфосфат, аммофос, диаммофос) для повышения урожайности

Что мешает: Необходимость выбора эффективного фосфорного удобрения для основного внесения (под озимые, яровые, пропашные) — высокая стоимость и риск несоответствия качеству

О чём говорить: Фосфор в доступной форме для ваших культур. Субсидия до 50% (ПП №1992). Поставки от лидера рынка

Азотно-фосфорные (NP) удобрения горячий

Кто: Агрономы и фермеры, ищущие сбалансированные удобрения с фосфором и азотом (например, NP 20:20, NP 15:15) для базового питания растений

Что мешает: Потребность в комплексной подкормке, снижающей число проходов техники — нехватка времени и желание упростить логистику

О чём говорить: Комплекс NP под вашу культуру. Снижаем издержки на внесение. Субсидия + отгрузка от 1 тонны

Жидкие комплексные удобрения (ЖКУ) для полива тёплый

Кто: Руководители хозяйств, использующих системы капельного орошения или дождевания, агрономы на орошаемых землях

Что мешает: Необходимость точного и оперативного внесения питания через полив — низкая эффективность твердых форм при фертигации

О чём говорить: Уникальное жидкое удобрение с фосфором (только у нас!). Равномерное распределение, полная растворимость. Субсидируем до 50%

Мелиоранты (фосфогипс) для раскисления почвы и улучшения структуры тёплый

Кто: Главные агрономы и собственники хозяйств с кислыми почвами (Черноземье, Нечерноземье, а также рекультиваторы

Что мешает: Кислотность почвы, плохая усвояемость удобрений, высокие дозы извести — неэффективно, дорого, нужно быстро решить проблему

О чём говорить: Фосфогипс — экономичный раскислитель + источник кальция и серы. Окупается за сезон. Субсидия!

Фосфогипс для дорожного строительства и рекультивации горячий

Кто: Дорожные подрядчики (строительство/ремонт дорог), экологи, администрации районов, полигоны ТБО — для укрепления грунтов, стабилизации оснований

Что мешает: Нестабильные грунты, большие затраты на вывоз/завоз земляного полотна, требования по рекультивации — ищут недорогой и эффективный альтернативный материал

О чём говорить: Апатитовый концентрат и фосфогипс для укрепления оснований. Снижение стоимости строительства до 30%

Апатитовый концентрат для промышленности и дорог тёплый

Кто: Снабженцы и технологи дорожно-строительных подрядчиков (асфальтобетонные заводы, производители ЦПС), а также заводы по производству минудобрений

Что мешает: Поиск стабильного источника минерального сырья (апатит) с гарантированным химическим составом и минимальным содержанием вредных примесей

О чём говорить: Высококачественный апатитовый концентрат (более 39% P₂O₅). Прямые поставки с завода-монополиста. Закрепляем объемы

■ 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	Поиск и РСЯ — разными кампаниями
Что считаем обращением	Заявка на покупку удобрений, Звонок с сайта
Без чего запускать бессмысленно	Отслеживаемый номер телефона + кнопка 'Позвонить менеджеру за консультацией'. Цель: звонок = конверсия. Настройка: колтрекинг или динамический номер, событие клика по номеру.

■ Что отсекаем минус-словами

своими руками	как сделать	рецепт	инструкция	форум	отзывы	бесплатно	скачать	вакансия
работа	обучение	органические	калийные	мелиорант	фосфогипс	раскисление	рекультивация	
полив	жидкое удобрение	жку	апатитовый концентрат	дорога	апатитовый	калий	калийное	
мочевина	селитра	аммиачная	сульфат	известь				

■ Слова, которыми кампании разводят между собой

Разновидности товара разносят по отдельным группам, чтобы объявление отвечало запросу точно: в своей группе такое слово — минус, в соседней — главное слово.

азотные	дорожное строительство	субсидия	как получить	дорожное	льгота	удобрение
сельское	комплексное	фосфор	азотно-фосфорный			

Спрос и продвижение фосфорсодержащих минеральных удобрений: сколько ищут и какими словами

В июне 2026 пользователи Яндекса оставляют по теме фосфорсодержащих минеральных удобрений 138 369 показов в месяц. Основной трафик делят два широких запроса: «минеральные удобрения» — 68 043 показа и «фосфорные удобрения» — 57 520. С большим отрывом идут коммерческие уточнения: «фосфорные удобрения купить» — 1 198 показов, «фосфорсодержащие удобрения» — 308, «удобрения оптом от производителя» — 94, «возмещение затрат на удобрения» — 51, «фосфорные удобрения цена за тонну» — 12. Коммерческие запросы занимают малую долю показов, но это прямые сигналы готовности купить. Ставка входа в аукцион по массовым запросам — 38–52 ₽, а средняя цена клика при полном охвате — 20 ₽: аукцион списывает меньше заявленной ставки.

Сколько стоит реклама фосфорсодержащих минеральных удобрений

Цена клика при полном охвате — 20 ₽: столько в среднем списывается за один переход по объявлению. Цена обращения — заявки или звонка — ориентировочно 541 ₽; это отраслевой бенчмарк до запуска, фактическое значение покажет счётчик после старта. Для работы автоматических стратегий Яндекса кампании нужно 10 конверсий в неделю (конверсия — целевое действие: звонок или заявка). При цене обращения 541 ₽ это требует 5 410 ₽ в неделю или 23 263 ₽ в месяц. Если бюджет ниже, кампания не наберёт статистику, алгоритм будет приводить нецелевые переходы, а заявки подорожают. Комфортный бюджет для стабильной работы — 46 526 ₽ в месяц. На старте выбирают стратегию «Максимум кликов»: она приводит больше переходов. Когда кампания держит 10 конверсий в неделю две недели подряд, стратегию меняют на «Максимум конверсий» — алгоритм сам ищет людей, которые чаще звонят или оставляют заявки.

Как настроить Яндекс Директ для фосфорсодержащих минеральных удобрений

В рекламе фосфорсодержащих минеральных удобрений каналы не смешивают: у поиска, рекламной сети Яндекса (РСЯ) и ретаргетинга (показов тем, кто уже заходил на сайт) разная цена обращения. Пока бюджет ограничен, работает один поиск — он приводит людей, которые уже ищут фосфорные удобрения. Когда поисковый спрос исчерпан, а это около 138 360 ₽ в месяц, дальше растут охватными форматами: отдельными кампаниями в РСЯ и ретаргетинге. Смешение поиска и сетей в одной кампании заставляет бюджет утекать в дешёвые показы, а заявки дорожают. Автотаргетинг — автоматический подбор запросов и аудиторий — в поисковой кампании отключить нельзя: Яндекс требует хотя бы одну активную категорию. Поэтому ограничьте категории автоподбора целевыми темами: удобрения, минеральные удобрения, фосфорные удобрения.

Семантика и минус-слова для рекламы фосфорсодержащих минеральных удобрений

Основу семантики составляют запросы с названием продукта: «фосфорные удобрения», «фосфорсодержащие удобрения», конкретные марки вроде NP 15:15 — азотно-фосфорного комплекса. Коммерческие уточнения — «купить», «цена за тонну», «оптом от производителя» — показывают готовность к заказу, хотя их доля невелика. Их добавляйте в отдельную группу объявлений. Минус-слова — это исключения, по которым объявление не показывается. В рекламе фосфорсодержащих удобрений они критичны. Уберите информационный спрос: «как сделать», «своими руками», «рецепт», «форум»,

рекламе. Отсекайте другие виды удобрений: калийные, азотные, органические, а также конкретные продукты вроде мочевины, селитры, сульфата, извести. Реклама — про фосфор, а не про полный ассортимент. Сюда же добавьте непрофильные направления бизнеса: фосфогипс, мелиоранты, жидкие комплексные удобрения (ЖКУ), апатитовый концентрат, дорожное строительство и запросы про субсидии. Такие минус-слова снимают 12 772 показа в месяц и экономят бюджет на людях, которым нужен другой товар.

Что писать в объявлениях о фосфорсодержащих минеральных удобрениях

Покупатель фосфорсодержащих удобрений — агроном или руководитель хозяйства. Его главные вопросы: даст ли удобрение прибавку урожая и как вписать покупку в бюджет. Поэтому объявления должны называть конкретную культуру и выгоду. Примеры рабочих заголовков из отраслевой аналитики:

- «Фосфор для озимых — субсидия до 50%»;
- «NP-комплекс: меньше расходов — больше урожая»;
- «Фосфогипс для кислых почв — дешевле извести». В тексте объявления укажите форму фосфора (суперфосфат, аммофос, диаммофос), возможность отгрузки от 1 тонны. Упомяните господдержку: возврат до 50% затрат по правительственному постановлению — это официальный аргумент для бухгалтерии клиента. Если вы продаёте комплексные удобрения, делайте акцент на экономии времени: меньше расходов техники — ниже расходы на топливо. Избегайте общих слов «качественный», «надёжный»: они не дают клиенту причину нажать на объявление.

Что и как измерять в рекламе фосфорсодержащих минеральных удобрений

Без настройки целей запуск бессмыслен: автоматические стратегии Яндекс обучаются только на конверсиях. Минимальный набор для фосфорсодержащих удобрений — отслеживаемый номер телефона и кнопка «Позвонить менеджеру за консультацией», событие клика по номеру считается конверсией. Дополнительно подключите формы обратной связи и скачивание прайс-листа. Основные макро-цели: заявка на покупку удобрений и звонок с сайта. Микро-цели — просмотр страницы «Продукция», скачивание прайс-листа, отправка формы. Действия показывают алгоритму интерес, даже если клиент не позвонил сразу. Сверяйте фактическую цену обращения с ориентиром 541 ₽. Если заявка обходится дороже, проверяйте семантику и посадочные страницы: возможно, объявление попадает на информационный запрос или на страницу без цен. Цена клика 20 ₽ — это средняя по кампании; смотрите её по отдельным запросам, чтобы отключать переоценённые.

Типичные ошибки: фосфорсодержащие минеральные удобрения

- Стартовать сразу с РСЯ и ретаргетинга, минуя поиск: в сетях алгоритм не соберёт конверсии, и цена заявки будет выше ориентира 541 ₽.
- Смешивать поиск и РСЯ в одной кампании — бюджет уходит на дешёвые показы, а целевые заявки не растут.
- Не добавлять минус-слова на другие удобрения (калийные, азотные) и информационные запросы. В нише они съедают 12 772 показа в месяц.
- Запускать рекламу без отслеживания звонков: без настроенной цели «звонок» Яндекс не может обучить стратегию, и кампания не выйдет на оптимизацию по заявкам.
- Писать объявления общими фразами «качественные удобрения» без указания культуры, формы и субсидии — такие объявления не отличаются от конкурентов и не собирают клики.

Чек-лист перед запуском

1. Настроить в Метрике цель «звонок»: динамический номер или событие клика по кнопке, назначить её конверсией.
2. Собрать список коммерческих фраз: «фосфорные удобрения купить», «фосфорные удобрения цена за тонну», «NP 15:15 цена».
3. Загрузить минус-слова: «как сделать», «форум», «своими руками», «калийные», «азотные», «органические», «субсидия».
4. Запустить одну поисковую кампанию с месячным бюджетом от 23 263 ₽ (5 410 ₽ в неделю), стратегия «Максимум кликов».
5. После 2 недель работы с 10 конверсиями в неделю перевести кампанию на стратегию «Максимум конверсий».

■ Вопросы владельцев бизнеса

Сколько стоит клик в рекламе фосфорсодержащих минеральных удобрений?

Средняя цена клика при полном охвате — 20 ₽. Именно столько списывается за переход, а ставка входа по массовым запросам — 38–52 ₽.

Сколько стоит заявка на фосфорные удобрения?

Ориентировочная цена обращения — 541 ₽. Это отраслевой бенчмарк; после запуска и настройки целей фактическая цифра может отличаться.

Какой бюджет нужен на рекламу фосфорсодержащих минеральных удобрений?

Для обучения автостратегии нужно 23 263 ₽ в месяц (5 410 ₽ в неделю). Для стабильной работы с запасом — 46 526 ₽ в месяц.

Можно ли запустить рекламу фосфорсодержащих удобрений с бюджетом 20 000 ₽ в месяц?

При бюджете 20 000 ₽ кампания принесёт около 8,6 заявок в неделю, а для обучения нужно 10. Алгоритм не наберёт статистику, и цена заявки будет выше ориентира 541 ₽. Рекомендуемый бюджет обучения — 23 263 ₽ в месяц.

Стоит ли сразу подключать РСЯ для рекламы фосфорсодержащих удобрений?

Нет, начните с поиска. РСЯ (рекламную сеть Яндекса) подключайте после того, как поиск перестанет добирать спрос — это происходит около 138 360 ₽ в месяц. При бюджете 20 000 ₽ сети только размоют кампанию.

Какие запросы самые эффективные для фосфорных удобрений?

Самые массовые — «минеральные удобрения» (68 043 показа) и «фосфорные удобрения» (57 520). Коммерческие уточнения «купить», «цена за тонну» дают меньше показов, но обычно конвертируются в заявку лучше.

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, kupiloslova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «фосфорсодержащие минеральные удобрения», 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.