

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ЛОГИСТИКА

Реклама курьерской доставки для бизнеса в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · Москва, Санкт-Петербург, Москва и область

45 807

показов в месяц — ёмкость спроса

218 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 89 ₽

5 581–14 882 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

383 947 ₽

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-kurerskaya-dostavka-dlya-biznesa-moskva-sankt-pete
Регион разбора	Москва, Санкт-Петербург, Москва и область

Как ищут: запросы и ставки

прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
доставка день в день	14 527	417–433
доставка в день заказа	3 667	356–361
доставка на вайлдберриз	3 149	97–105
курьерская доставка Москва	2 523	646–688
доставка для магазина	2 447	252–379
заказать доставку день в день	2 300	349–353
доставка для бизнеса	2 048	1 616–1 950
крупногабаритная доставка	1 832	669–719
доставка день в день СПб	1 544	279–299
курьерская служба СПб	1 118	610–656
доставка на маркетплейсы	978	1 137–1 754
доставка на ozon	933	122–141
доставка крупногабаритных товаров	923	268–311
доставка на wildberries	718	120–129
доставка товаров клиентам	715	153–176
курьерская доставка по области	634	1 067–1 158
курьер опаздывает	536	201
доставка крупногабаритных грузов	461	968–1 169
доставка для ИП	429	1 351
доставка для юридических лиц	402	632–920



В цифрах: январь — 43 975, февраль — 37 104, март — 37 104, апрель — 44 433, май — 31 607, июнь — 43 059, июль — 66 420, август — 42 142, сентябрь — 42 142, октябрь — 54 968, ноябрь — 53 594, декабрь — 53 594 показов.

● Сколько это стоит

218 ₽

цена клика при полном охвате

8 929 ₽

цена обращения
оценка до запуска

767 894 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
РСЯ	100%	27	8 929

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	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
11 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
20 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
39 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
73 000	8	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
139 000	15	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
263 000	29	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
384 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
499 000	56	Кампания наберёт данные	1	4

Расчёт по цене обращения 8 929 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 383 947 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Доставка для интернет-магазина под ключ горячий

Кто: Владельцы и менеджеры интернет-магазинов, которые ищут готовую курьерскую службу для обслуживания заказов клиентов (B2C и B2B)

Что мешает: Необходимость надёжной и быстрой доставки заказов, отсутствие собственной курьерской службы, желание аутсорсить логистику и сосредоточиться на продажах

О чём говорить: Комплексное решение с быстрой интеграцией, личным кабинетом, отчётами агента, ежедневными переводами и персональным менеджером

Доставка на маркетплейсы (Wildberries, Ozon) горячий

Кто: Селлеры и интернет-магазины, продающие на Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет, нуждающиеся в доставке заказов до ПВЗ или складом маркетплейса

Что мешает: Сложности с логистикой на маркетплейсы, жёсткие требования по срокам, штрафы за просрочку, необходимость интеграции с маркетплейсами

О чём говорить: Специализированная доставка на Wildberries и Ozon, забор товаров от поставщиков, быстрая интеграция, бесплатное ожидание и частичный выкуп

Срочная доставка день в день горячий

Кто: Интернет-магазины и бизнесы, которым нужно срочно доставить заказ клиенту в тот же день (подарки, документы, товары первой необходимости)

Что мешает: Клиенты требуют мгновенной доставки, потеря продаж из-за долгой логистики, конкуренция за скорость

О чём говорить: Доставка день в день по Москве и СПб 7 дней в неделю, работа без выходных и праздников без наценок

Доставка крупногабаритных товаров (КГТ) горячий

Кто: Интернет-магазины, торгующие мебелью, бытовой техникой, стройматериалами и другими товарами весом от 25 до 120 кг

Что мешает: Сложность доставки крупногабарита, нужны специальные курьеры, подъем на этаж, риск повреждения, отказы клиентов

О чём говорить: Доставка КГТ весом до 120 кг с бесплатным ожиданием, примеркой, частичным выкупом, страхование, работа по всей России

Интеграция курьерской доставки с интернет-магазином тёплый

Кто: Технические специалисты и владельцы интернет-магазинов, которые хотят автоматизировать передачу заказов в курьерскую службу (CMS, 1С, API)

Что мешает: Ручная обработка заказов, ошибки, необходимость интеграции с платформой магазина, долгий запуск доставки

О чём говорить: готовые модули для популярных CMS, открытое API, личный кабинет, автоматическая передача данных

Недорогая курьерская доставка для бизнеса тёплый

Кто: Малый бизнес, ИП, стартапы, чувствительные к цене, ищущие дешёвую доставку без потери качества

Что мешает: Высокие тарифы у конкурентов, ограниченный бюджет, потребность в прозрачном ценообразовании без скрытых надбавок

О чём говорить: Фиксированные конкурентные цены, бесплатный забор от 10 заказов, никаких дополнительных наценок, ежедневные переводы

■ Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Когда переключаться	После настройки цели в Метрике и набора ≥ 10 конв/нед → конверсионная стратегия.
Каналы	Только РСЯ, поиск выключен

■ Что отсекаем минус-словами

- бесплатно
- скачать
- торрент
- реферат
- курсовая
- диплом
- вакансия
- вакансии
- резюме
- своими руками
- бу
- б у

Спрос и продвижение курьерской доставки для бизнеса

По ключевым фразам, по которым ищут курьерскую доставку для бизнеса, Яндекс Директ за месяц набирает 45 807 показов и 2 290 кликов. Самые частые запросы — «доставка день в день» (14 527 показов), «доставка в день заказа» (3 667), «курьерская доставка Москва» (2 523), «доставка для магазина» (2 447) и «доставка для бизнеса» (2 048). Видно, что покупатель ищет срочность и привязку к своему формату: для магазина, для ИП, для ООО, для юридических лиц.

Сезонность заметная: в мае спрос на курьерскую доставку для бизнеса падает до 52% от базового уровня, в июле вырастает до 109% — почти вдвое. Продвижение лучше запускать за пару месяцев до высокого сезона, чтобы к июлю кампания уже накопила статистику.

Кто ищет курьерскую доставку для бизнеса и на какой стадии решения

Основные клиенты — владельцы интернет-магазинов и селлеры на маркетплейсах. Первые ищут готовую курьерскую службу, чтобы отдать ей заказы: им нужна интеграция с магазином, личный кабинет, отчёты и ежедневные переводы. Вторые — доставку до складов Wildberries, Ozon или пунктов выдачи: у них жёсткие сроки и штрафы за просрочку.

Это горячий спрос: человек уже продаёт товары, курьерская доставка для бизнеса ему нужна сейчас. Отдельно приходят запросы «доставка для ИП», «доставка для ООО», «доставка для юридических лиц» — это действующие компании, которые решают операционную задачу. В объявлениях для людей нужно говорить не о скорости вообще, а о снятии их конкретной боли: для магазина — наладить логистику, для селлера — не получить штраф за просрочку.

Сколько стоит реклама курьерской доставки для бизнеса

Средняя цена клика по тематике — 89 ₽. Одна заявка по отрасли стоит ориентировочно 8 929 ₽, реалистичный диапазон — от 5 581 до 14 882 ₽.

Чтобы автоматическая стратегия Яндекса обучилась, ей нужно 10 конверсий в неделю. Конверсия — это заявка или другое целевое действие на сайте. При средней цене заявки 8 929 ₽ обучение требует около 89 290 ₽ в неделю, или 383 947 ₽ в месяц. Если бюджет меньше, например 15 000 ₽ в месяц, кампания получает 1–2 заявки и остаётся в «красной зоне»: система не понимает, кому показывать рекламу, и цена заявки растёт.

Бюджеты до 204 000 ₽ в месяц тоже не переходят порог обучения. Поэтому ответ на вопрос «сколько стоит реклама курьерской доставки для бизнеса» честный: либо вы закладываете около 384 000 ₽ в месяц и получаете работающую систему, либо на малых бюджетах считаете это тестом, а не каналом продаж.

Как настроить Яндекс Директ для курьерской доставки

Рабочая структура на старте — одна кампания только на поиске. В неё входят самые горячие фразы: «доставка день в день», «курьерская доставка Москва», «доставка для магазина». Так бюджет не расплывётся, а кампания быстрее набирает конверсии.

Рекламную сеть Яндекса — тематические сайты и показы по интересам — подключайте отдельной кампанией, когда поиск стабильно даёт заявки. В сети цена клика ниже, около 27 ₽, но стоимость обращения сопоставима с поисковой: примерно 9 016 ₽. Смешивать поиск и сеть в одной кампании не стоит: у них разная цена клика и разная логика показа, алгоритм учится хуже.

Автоподбор фраз на старте отключите. Пока кампания не набрала 10 конверсий в неделю, расширение показов уводит бюджет на нецелевые запросы вроде «курьер опаздывает». Проверенные фразы вручную — основа, автоподбор можно тестировать позже отдельной кампанией.

Как продавать курьерскую доставку для бизнеса через Яндекс Директ: запросы и объявления

Семантика — это набор ключевых фраз, по которым показывается реклама. В нише курьерской доставки для бизнеса рабочие группы такие.

- Срочность: «доставка день в день». «срочная доставка сегодня». «заказать доставку день в день».

- Формат клиента: «доставка для магазина», «курьер для магазина», «доставка для ИП», «доставка для ООО», «доставка для юридических лиц».
- Маркетплейсы: «доставка на вайлдберриз», «доставка на ozon», «доставка на маркетплейсы», «доставка на wildberries».
- Габариты и регион: «крупногабаритная доставка», «курьерская доставка по области», «доставка в регионы России».

Минус-слова отсекают некоммерческие запросы. «Курьер опаздывает» — это жалоба, а не заказ; «расчет стоимости доставки по России» — человек хочет посчитать, а не заказать. Их в рекламу не берём.

Если вы доставляете не только коробки, но и товары на заказ — торты, мебель — добавляйте ключевые слова с товарами. Люди ищут «как продавать торты на заказ» или «мебель на заказ продвижение», и доставка для них часть услуги.

Что писать в объявлениях о курьерской доставке

В объявлениях сообщайте главное, что снимает страх клиента. Для интернет-магазина: подключение к магазину, личный кабинет, отчёты, ежедневные переводы. Для селлера на Wildberries или Ozon: доставка на маркетплейсы, соблюдение сроков, интеграция. Для тех, кто возит торты или мебель на заказ, — конкретный товар и срочность: «Привезём торт в день заказа», «Доставим мебель в день заказа».

Заголовок лучше строить от запроса: «Доставка день в день», «Курьерская доставка Москва», «Доставка для магазина». Если человек искал «доставка в день заказа», он увидит в объявлении же слова — так выше шанс клика. Но не увлекайтесь: в тексте нужна конкретика из вашей работы, а не просто повтор фразы.

Что измерять и без чего запуск бессмыслен

Без счётчика и цели запуск бессмыслен. Яндекс должен видеть, что по клику на объявлении произошла заявка; иначе автостратегия не учится, а вы не видите, сколько реально стоит обращение.

Настройте счётчик посещаемости на сайте и цель «заявка». Измеряйте стоимость обращения: потраченное на рекламу делите на число заявок. Ориентир — 8 929 ₽, верхняя граница 14 882 ₽. Если получается дороже, кампанию нужно пересобирать.

Следите за числом конверсий в неделю. Для работы стратегии их нужно не меньше 10. Пока нет, все остальные показатели не показательны, а выводы о том, работает ли реклама, делать рано.

Типичные ошибки: курьерская доставка для бизнеса

- Начинать с бюджета 3 000–15 000 ₽ и ждать заявки: кампания не набирает 10 конверсий в неделю, алгоритм не обучается.
- Смешивать поиск и сеть в одной кампании: у них разная цена клика и логика отбора, страдает статистика.
- Использовать автоподбор на старте — бюджет уходит на случайные запросы.
- Не отсекал «курьер опаздывает» и «расчет стоимости» — это некоммерческие запросы, деньги на них тратятся зря.
- Не настроить счётчик и цель: без данных о заявках Яндекс не может обучаться, а вы не видите реальную стоимость обращения.

Чек-лист перед запуском

1. Составить список ключевых фраз: «доставка день в день», «доставка для магазина», «доставка на вайлдберриз», «доставка для ИП».
2. Собрать минус-слова: «курьер опаздывает», «расчет стоимости доставки», «вакансия».
3. Настроить счётчик посещаемости и цель «заявка».
4. Создать одну поисковую кампанию на горячих фразах, автоподбор выключить.
5. Установить дневной бюджет с расчётом на недельный порог 89 290 ₽ для обучения.

Как продавать курьерскую доставку для бизнеса через Яндекс Директ?

Начать с одной поисковой кампании по фразам «доставка день в день» и «доставка для магазина», дать бюджет на обучение не менее 383 947 ₽ в месяц. Без алгоритм не наберёт 10 конверсий в неделю и не будет показывать рекламу тем, кто готов заказать.

Продвижение курьерской доставки для бизнеса: с чего начать?

С ключевых фраз и минус-слов: срочная доставка, доставка для ИП/ООО, доставка на маркетплейсы. Отсечь «курьер опаздывает» и «расчет стоимости доставки».

Как продвинуть курьерскую доставку для бизнеса в интернете?

Настроить счётчик и цель, запустить поиск, потом сеть отдельной кампанией; отслеживать стоимость заявки и число конверсий в неделю.

Как рекламировать курьерскую доставку для бизнеса?

В объявлениях указывать интеграцию, отчёты, ежедневные переводы, для маркетплейсов — соблюдение сроков; добавлять товары: торты, мебель.

Сколько стоит заявка на курьерскую доставку для бизнеса?

Ориентировочно 8 929 ₽, диапазон 5 581–14 882 ₽. При бюджете ниже порога обучения заявки будут дороже.

Можно ли запуститься на 15 000 ₽ в месяц?

Запуститься можно, но система не обучится: для обучения нужно 10 конверсий в неделю, при таком бюджете это 1–2 заявки в месяц. Деньги уйдут на клики, а заявки будут дороже, если вообще будут.

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, kupislova.ru.

Числа взяты из медиаллана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «курьерская доставка для бизнеса», 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.