

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ДРУГИЕ ТЕМАТИКИ

Реклама лидогенерации для b2b в Яндекс Директе: СКОЛЬКО СТОИТ заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, август 2026 · вся Россия

774

показов в месяц — спрос по семантике плана

232 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном
бюджете — от 199 ₽

8 292–22 109 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

570 395 ₽

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-lidogeneraciya-dlya-b2b
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
услуги лидогенерации	174	747–798
агентство лидогенерации	119	1 059–2 141
услуги по лидогенерации	53	784
компания по лидогенерации	41	1 549
лидогенерация под ключ	36	1 883–4 525
заказать лидогенерацию	24	1 470–1 636
готовая лидогенерация	15	91–388
b2b рассылки компании	7	—
лидогенерация на аутсорсе	7	—
купить холодную рассылку	7	—
поиск клиентов под ключ	6	—
услуги холодных рассылок	3	—
лидогенерация под ключ стоимость	3	—
лидогенерация на заказ	2	—
заказать поиск клиентов b2b	2	—
коммерческое предложение лидогенерация	2	—
аутсорсинг лидогенерации	1	—
b2b рассылки услуга	1	—
email-рассылки уходят в спам	1	—
заказать холодную рассылку	—	—

■ Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 255, февраль — 255, март — 720, апрель — 395, май — 364, июнь — 364, июль — 2 492, август — 2 639, сентябрь — 759, октябрь — 503, ноябрь — 255, декабрь — 286 показов.

● Сколько это стоит

232 ₹

цена клика при полном охвате

13 265 ₹

цена обращения
оценка до запуска

1 140 790 ₹

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₹	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₹
Поиск	100%	199	13 265

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
4 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
7 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
9 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 13 265 ₹ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 570 395 ₹/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Запуск холодной B2B-рассылки под ключ горячий

Кто: Маркетолог, руководитель отдела продаж или собственник B2B-компании, который уже понимает, что нужна холодная email-рассылка, и ищет исполнителя, готового сделать всё за него.

Что мешает: Нет времени и экспертизы самостоятельно собрать базу, написать письма, настроить доставляемость и обрабатывать ответы; нужен быстрый результат в виде лидов.

О чём говорить: Запустим холодную B2B-рассылку под ключ: база ЛПР, письма с ИИ, прогрев, тесты доставляемости, обработка ответов и интеграция с CRM — вы получаете до 20% ответов.

Лидогенерация для B2B под ключ горячий

Кто: Собственник или коммерческий директор, которому нужны квалифицированные B2B-лиды, но не важно, каким каналом; ищет услугу лидогенерации.

Что мешает: Нехватка клиентов, ручной поиск не приносит результатов, отдел продаж простаивает, нужен предсказуемый поток лидов.

О чём говорить: B2B-лидогенерация под ключ: холодные письма с ИИ дают в разы дешевле лиды, чем контекст, и ответы от ЛПР, а не просто клики.

Сравнение подрядчиков по лидогенерации и холодным рассылкам тёплый

Кто: Руководитель, который на этапе выбора исполнителя ищет отзывы, кейсы, цены и опыт по лидогенерации и холодным рассылкам.

Что мешает: Боится ошибиться в выборе, хочет убедиться в надёжности и эффективности, сравнивает несколько компаний.

О чём говорить: Покажем реальные кейсы и результаты: до 20% ответов, лиды дешевле Директа, понятная аналитика и поддержка — всё в рамках запуска под ключ.

Проблема нехватки лидов и увеличения продаж B2B тёплый

Кто: Собственник или руководитель продаж, у которого падают продажи или нет потока заявок; ищет способы увеличить выручку.

Что мешает: Недостаточно лидов, текущие каналы не работают, не понимает, как системно решить проблему.

О чём говорить: Решим проблему нехватки лидов: разовьём исходящие продажи под ключ с ИИ, спрогнозируем план продаж и начнём получать ответы от ЛПР.

Холодные B2B-рассылки и email-маркетинг для бизнеса тёплый

Кто: Маркетолог или предприниматель, который ищет общую информацию и варианты для холодных писем: сервисы, инструменты, возможности; ещё не выбрал формат.

Что мешает: Хочет использовать холодные письма для привлечения клиентов, но не знает, как это сделать эффективно и легально, боится спама.

О чём говорить: Сделаем холодные B2B-рассылки за вас: ИИ-писатель, безопасная отправка, высокие доставляемость и ответы, под ключ без погружения.

DIY: как самостоятельно настроить холодную рассылку или автоматизировать продажи

холодный

Кто: Маркетолог-одиночка или небольшая компания, которая планирует самостоятельно делать холодные рассылки, но ищет инструкции и инструменты.

Что мешает: Хочет автоматизировать процесс, но ограничен во времени и опасается ошибок, плохой доставляемости и блокировок.

О чём говорить: Не тратьте недели на настройку: запустим под ключ с ИИ-писателем и готовыми сценариями, покажем, как это работает, и вы получите результат сразу.

■ 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 по номеру
Без чего запускать бессмысленно	Для обеспечения измерений при отсутствии доступа к счётчику используйте отдельный отслеживаемый номер телефона (подменный) на сайте с коллтрекингом, например, (замените на динамический). Считайте входящий звонок конверсией. Добавьте на всех страницах СТА «Позвонить менеджеру за консуьлт

■ Что отсекаем минус-словами

бесплатно

скачать

торрент

реферат

курсовая

диплом

вакансия

вакансии

резюме

своими руками

бу

б у

Спрос на продвижение лидогенерации для b2b: что ищут и как меняется сезон

Спрос на услуги лидогенерации для b2b в Яндексe сильно сезонный. В среднем по году основные запросы дают около 774 показов в месяц, но пик приходится на июль-август: в августе показы достигают 2 639, это в 3,4 раза выше среднего уровня. К зиме спрос падает в разы — до 255–286 показов в месяц. Формулировки почти всегда коммерческие: люди ищут готовое решение «под ключ» — «агентство лидогенерации», «лидогенерация под ключ», «заказать лидогенерацию». Часть запросов уточняет инструмент: «b2b рассылки компании», «купить холодную рассылку». Информационных запросов мало, аудитория уже готова платить. Даже в пик поисковый спрос в лидогенерации для b2b невелик: по самым частотным фразам — около 39 кликов в месяц при полном охвате. Это значит, что одной поисковой рекламы для большого потока лидов может не хватить, и далее мы покажем, когда подключать сети.

Сколько стоит реклама лидогенерации для b2b: клик, заявка и бюджет обучения

Цена клика в лидогенерации для b2b в среднем составляет 232 ₽. По отдельным запросам ставка входа в аукцион выглядит пугающе — например, для «лидогенерации под ключ» она доходит до 4 525 ₽, — но списывается фактическая цена, которая почти всегда ниже. Ориентируйтесь на 232 ₽ за клик. Цена обращения (заявки) — 13 265 ₽ по отраслевому бенчмарку, оценка, а не замер с вашего счётчика. Возможный разброс — от 8 292 до 22 109 ₽. Прогнозная конверсия из клика в обращение — 1,5%. Чтобы рекламная кампания обучилась, по правилам Яндекса ей нужно набирать не менее 10 конверсий в неделю. При цене обращения 13 265 ₽ бюджет обучения составит около 132 650 ₽ в неделю или 570 395 ₽ в месяц. Бюджеты до 8 000 ₽ в месяц прогнозируют ноль обращений — алгоритм не получает данных и не обучается.

Как настроить Яндекс Директ для лидогенерации для b2b: каналы и автостратегия

В лидогенерации для b2b сейчас работает только Поиск — рекламные сети (РСЯ) не подключены. Поисковый спрос ограничен: при бюджете 9 048 ₽ в месяц он будет исчерпан. Дальнейший рост возможен за счёт охватных площадок и ретаргетинга на посетителей сайта. На старте запускайте одну поисковую кампанию, чтобы бюджет не распылялся. На первом этапе используйте стратегию «Максимум кликов» — она быстрее собирает данные. Как только кампания наберёт 10 конверсий в неделю и продержит их две недели подряд, переводите её на «Максимум конверсий»: алгоритм уже знает, какие люди оставляют заявки. В настройках кампании Яндекс требует оставить хотя бы одну активную категорию автоподбора (автотаргетинга). Полностью отключить его нельзя, поэтому ограничьте категории максимально узко — только теми, что соответствуют вашим целевым запросам. Широкий автоподбор уведёт бюджет на случайные показы по нецелевым словам.

Как продавать лидогенерацию для b2b через Яндекс Директ: запросы и объявления

Собирайте запросы, в которых видно намерение купить: «агентство лидогенерации», «лидогенерация под ключ», «заказать лидогенерацию», «услуги по лидогенерации». Их вводят люди, которые ищут исполнителя. Дополнительно берите запросы с инструментами: «b2b рассылки компании», «купить холодную рассылку». Обязательно включите минус-слова, отсекающие тех, кто не будет платить: «бесплатно», «скачать», «торрент», «реферат», «курсовая», «диплом», «вакансия», «резюме», «своими

руками», «бу». Студенты и соискатели часто ищут материалы и работу — без минус-слов клики сожгут бюджет.

Что писать в объявлениях для лидогенерации для b2b

В объявлениях для лидогенерации для b2b говорите о результате и снимайте главные возражения.

Целевая аудитория — собственники и маркетологи B2B-компаний, у которых нет времени или команды на самостоятельный запуск. Используйте в тексте:

- «Под ключ» — человеку не нужно разбираться в деталях;
- конкретный инструмент, если он есть, — «холодные рассылки», «email-маркетинг»;
- оцифрованный результат из кейсов, например «до 20% ответов»;
- снятие возражения о дороговизне: «лиды дешевле, чем контекстная реклама»;
- снятие страха «нужен отдел продаж»: «работаем без отдела продаж». Заголовок стройте по формуле «[услуга] под ключ для B2B» — такие запросы пользователи вводят в поиск. В одном объявлении не смешивайте обещание и описание процесса: в заголовке — результат, в тексте — как вы его достигнете.

Что измерять в рекламе лидогенерации для b2b, чтобы не слить бюджет

Без измерений запуск рекламы лидогенерации для b2b теряет смысл: вы видите клики, но не понимаете, какие запросы приводят к заявкам. Минимальный набор целей:

- макро-конверсии: заявка с формы, звонок по номеру;
- микро-конверсии: клик по кнопке «Связаться», открытие чата, прокрутка до блока с формой. Если доступ к счётчику есть, настройте цели в Метрике. Если нет — используйте отдельный подменный номер с коллтрекингом и считайте каждый входящий звонок конверсией. Без реальной цены обращения останется неизвестной, и вы не сможете понять, окупается ли реклама. Запускайте кампанию только после того, как цели начали фиксироваться. Иначе вы потратите бюджет на обучение алгоритма, но не увидите результат.

Типичные ошибки: лидогенерация для b2b

- Запуск с бюджетом 3 000–8 000 ₽ в месяц без учёта порога обучения: кампания не набирает 10 конверсий в неделю и прогнозирует ноль обращений.
- Отсутствие минус-слов: клики по запросам «бесплатно», «вакансия», «своими руками» съедают бюджет без заявок.
- Попытка отключить автоподбор: Яндекс не позволяет, нужно сузить категории.
- Запуск без коллтрекинга и целей: невозможно понять, какие ключи дают обращения, реальная цена обращения остаётся неизвестной.
- Подключение рекламных сетей (РСЯ) до исчерпания поискового спроса (потолок 9 048 ₽/мес) размазывает бюджет и замедляет обучение.

Чек-лист перед запуском

1. Соберите коммерческие запросы («агентство лидогенерации», «лидогенерация под ключ», «заказать лидогенерацию») и минус-слова («бесплатно», «вакансия», «резюме», «своими руками»).
2. Убедитесь, что месячный бюджет не меньше 570 395 ₽: это цена 10 конверсий в неделю при цене обращения 13 265 ₽.
3. Настройте цели в Метрике и подключите коллтрекинг с подменным номером.
4. Создайте одну поисковую кампанию с ограниченным автоподбором на целевые запросы.
5. Запустите со стратегией «Максимум кликов»: после 10 конверсий в неделю в течение двух недель

С чего начать продвижение лидогенерации для b2b в Яндекс Директе?

С проверки бюджета: по правилам Яндекса для обучения нужно 10 конверсий в неделю, то есть около 132 650 ₽ в неделю. Если бюджет меньше, эффективная настройка невозможна — сначала увеличьте бюджет или рассмотрите другой канал.

Как продавать услуги лидогенерации для b2b через Яндекс Директ?

Средняя цена обращения — 13 265 ₽ при прогнозной конверсии 1,5%. Убедитесь, что заявка такой стоимости окупает бизнес; если нет — сначала поднимите чек или измените оффер, а потом запускайте рекламу.

Как продвинуть лидогенерацию для b2b в интернете, если спрос маленький?

Поисковый спрос в лидогенерации для b2b ограничен: при бюджете 9 048 ₽ в месяц вы забираете почти весь трафик по частотным запросам. Дальше рост идёт через рекламные сети (РСЯ) и ретаргетинг на посетителей сайта.

Как рекламировать лидогенерацию для b2b при ограниченном бюджете?

Если месячный бюджет меньше 570 395 ₽, кампания не наберёт 10 конверсий в неделю и будет работать нестабильно. При бюджетах до 8 000 ₽ в месяц прогноз даёт ноль обращений — такой запуск бессмыслен.

Почему реклама лидогенерации для b2b не приносит заявок?

Скорее всего, не набран порог обучения: нужно 10 конверсий в неделю. При бюджете до 8 000 ₽ в месяц медиаплан показывает ноль обращений — алгоритму не на чем учиться.

Что делать, если фактическая цена клика выше 232 ₽?

232 ₽ — средняя цена клика по тематике. По отдельным запросам ставка входа в аукцион доходит до 4 525 ₽, но реальная цена клика обычно ниже. Следите за фактической ценой в интерфейсе и отключайте запросы, где она превышает вашу экономику.

Нужно ли отключать автоподбор в поисковой кампании?

Полностью отключить автоподбор нельзя — Яндекс требует хотя бы одну активную категорию. Ограничьте его только целевыми запросами, иначе бюджет уйдёт на нецелевые показы.

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 медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «лидогенерация для b2b», 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.