

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

Реклама маркетингового агентства в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, август 2026 · вся Россия

17 009

показов в месяц — ёмкость спроса

175 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 72 ₽

3 754–10 012 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

258 301 ₽

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-marketingovoe-agentstvo
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
маркетинговая стратегия	5 634	311–478
обучение маркетологов	3 687	1 016–1 157
стратегия продвижения	2 919	470–579
стратегический маркетинг	2 087	378–506
разработка стратегии маркетинга	697	429–481
разработка маркетинговой стратегии	696	393–830
HR стратегия	671	323–334
маркетинговая стратегия компании	525	208–288
разработка стратегии продвижения	451	514
PR стратегия	403	322–330
комплексный маркетинг	393	1 429–1 713
проведение стратегической сессии	388	638–1 291
рекламное агентство полного цикла	374	328–817
агентство маркетинговых решений	351	363
анализ конкурентов цена	346	190–1 014
стратегия привлечения клиентов	335	358
аудит маркетинга	292	213–604
аудит рекламы	284	923–1 651
маркетинговый аудит	254	732–804
разработка маркетинговой компании	231	356

■ Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 15 308, февраль — 14 628, март — 17 689, апрель — 16 159, май — 14 288, июнь — 13 607, июль — 13 437, август — 15 308, сентябрь — 20 241, октябрь — 22 962, ноябрь — 20 581, декабрь — 20 071 показов.

● Сколько это стоит

175 ₹

цена клика при полном охвате

6 007 ₹

цена обращения
оценка до запуска

516 602 ₹

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₹	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₹
Поиск	100%	72	6 007

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
5 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
13 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
21 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
34 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
56 000	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
91 000	15	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
148 750	25	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 6 007 ₹ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 258 301 ₹/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Маркетинговое агентство / аутсорсинг маркетинга горячий

Кто: Владельцы и директора компаний без собственного маркетолога, которые ищут подрядчика, чтобы полностью передать маркетинг и получать заявки

Что мешает: Нет времени и компетенций выстраивать маркетинг, нужны клиенты и рост прибыли, хотят делегировать всё агентству

О чём говорить: Возьмем маркетинг на себя: стратегия, инструменты, команда — вы получаете заявки и прибыль без погружения

Разработка маркетинговой стратегии горячий

Кто: Собственники, CEO, директора по маркетингу, которым нужен чёткий план продвижения и окупаемость вложений

Что мешает: Маркетинг хаотичен, нет понимания, какие инструменты использовать, как окупить инвестиции

О чём говорить: Разработаем стратегию, которая окупается: конкретный план действий и метрики

Аудит маркетинга / отдела маркетинга горячий

Кто: Владельцы и директора, у которых есть отдел маркетинга, но результаты не устраивают, хотят найти точки роста

Что мешает: Непонятно, почему маркетинг не приносит прибыль, какие процессы не работают

О чём говорить: Независимый аудит: найдем слабые места и точки роста, без отчетов «в стол»

Формирование / построение отдела маркетинга горячий

Кто: Владельцы растущего бизнеса, которым нужно создать отдел маркетинга с нуля или перестроить существующий

Что мешает: Нет компетенций нанять и обучить маркетологов, выстроить процессы, отдел не даёт результат

О чём говорить: Соберём отдел маркетинга под ваш бизнес: люди, процессы, KPI — до результата

Обучение маркетологов / обучение сотрудников тёплый

Кто: Директора по маркетингу, HR, владельцы, у которых есть команда, но не хватает навыков

Что мешает: Маркетологи не приносят результат, не знают современных инструментов, нет системы обучения

О чём говорить: Обучим ваших маркетологов до нужных KPI: практика, а не просто семинары

Стратегическая сессия горячий

Кто: Собственники и топ-менеджмент, которым нужно выработать стратегию и синхронизировать команду

Что мешает: Нет единого видения, цели размыты, команда не согласована

О чём говорить: Стратегическая сессия: сформулируем цели и план, вовлечём команду

■ 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 Поиск, сети выключены
Что считаем обращением	Заявка с формы обратной связи

■ Что отсекаем минус-словами

ваканс	характеристик	скачать	авито	китайск	зарплат	вакансия	самостоятельно	резюме
бесплатно	торрент	реферат	курсовая	диплом	вакансии	своими руками	бу	б у

Спрос на продвижение маркетингового агентства: 17 009 показов в месяц

В Яндексе услуги маркетингового агентства ищут 17 009 раз в месяц; кликов — 850. Чаще всего спрашивают «маркетинговая стратегия» — 5 634 показа, «стратегия продвижения» — 2 919, «стратегический маркетинг» — 2 087. Слова «стратегия», «продвижение», «разработка», «бренда» и «продукта» встречаются постоянно. Спрос сезонный: в октябре он поднимается до 1,37 от среднего месяца, в июле падает до 0,57. Август, когда планируют осень, — 0,91. Запуск лучше начинать в августе-сентябре, чтобы к октябрю кампания набрала статистику.

Кто ищет маркетинговое агентство и на какой стадии решения

Заказчиков два типа. Владельцы и директора компаний без собственного маркетолога ищут подрядчика, который возьмёт маркетинг на себя: это горячий спрос, человек уже решил делегировать. Второй тип — собственники и директора по маркетингу, у которых нет плана продвижения и неясна окупаемость; они спрашивают «маркетинговая стратегия», «разработка стратегии», «аудит». В обоих случаях решение принимает руководитель, поэтому в объявлениях говорим о прибыли, заявках и окупаемости.

Сколько стоит реклама маркетингового агентства: клик, заявка и бюджет на обучение

Средняя цена клика для услуг маркетингового агентства — 72 рубля. Обращение обходится ориентировочно в 6 007 рублей, диапазон — от 3 754 до 10 012 рублей. Конверсию 1,2% мы не замеряли, поэтому считаем по своей кампании. Бюджет 3 000 рублей в месяц даёт ноль обращений. 42 000 рублей — около 7 заявок, но мало для автоматизации: рекламной системе нужно не меньше 10 конверсий в неделю. При цене обращения 6 007 рублей это 60 070 рублей в неделю, или 258 301 рубль в месяц. Такой бюджет позволяет алгоритму учиться и снижать цену заявки. Можно начать с 61 000 рублей, но заявки даются хуже.

Как настроить Яндекс Директ для маркетингового агентства

На старте — одна поисковая кампания. Внутри — две группы объявлений: аутсорсинг маркетинга и разработка стратегии. Так бюджет концентрируется на горячих запросах и быстрее копится статистика. Автоподбор лучше отключить: он расширяет показы на «обучение» и «бесплатно». Сначала работаем только с подобранными фразами на Поиске. Рекламные сети по интересам и похожим аудиториям подключаем, когда поисковый спрос исчерпан — на бюджете около 61 000 рублей в месяц. Дальше охват добираем показами look-alike: людям, похожим на уже обратившихся.

Как продавать маркетинговое агентство через Яндекс Директ: запросы и объявления

Берём фразы с готовностью заказать: «маркетинговая стратегия» (5 634 показа), «стратегия продвижения» (2 919), «стратегический маркетинг» (2 087), «разработка стратегии маркетинга» (697), «аудит маркетинга» (292), «аудит рекламы» (284), «анализ конкурентов цена» (346), «стратегия привлечения клиентов» (335). Отсекаем «обучение маркетологов» (3 687 показов) — это желание учиться, а не заказывать стратегию. В минус-слова уходят «бесплатно», «самостоятельно», «своими силами», «курс», «обучение». HR-стратегию и партнёрскую программу тоже отделяем: это смежные услуги.

Что писать в объявлениях маркетингового агентства

Для владельца без маркетолога работает посыл: «Возьмём маркетинг на себя: стратегия, инструменты, кампания — вы получите заявки и прибыль без погружения». Для директора — «Разработка маркетинговой

стратегии: понятный план продвижения и окупаемость». В заголовках используем слова «стратегия», «продвижение», «разработка» — они совпадают с запросом.

Что измерять, чтобы реклама маркетингового агентства работала

До запуска настройте счётчик и цель: отправка формы, звонок, письмо. Без цена обращения не считается. После запуска смотрите два числа: цена обращения и количество обращений в неделю. Если цена близка к верхней границе 10 012 рублей, убирайте запросы без конверсий. Отраслевую конверсию 1,2% не используем: замеряем свою. Собственная статистика после десятков обращений точнее. Похожие аудитории (look-alike) подключайте только когда поиск перестал давать нужное число заявок.

Типичные ошибки: маркетинговое агентство

- Запускать рекламу с бюджетом 3 000 рублей: по расчётам это ноль обращений в месяц, и алгоритм Яндекс не получит данных для настройки.
- Ориентироваться на «обучение маркетологов»: это спрос на курсы, а не на услуги агентства, показы по нему сжигают бюджет.
- Не добавлять минус-слова «бесплатно», «самостоятельно», «своими силами»: поиск приведёт тех, кто не планирует платить.
- Сразу включать автоподбор и рекламные сети: на маленьком бюджете это распыление и медленное обучение системы.
- Не настраивать счётчик обращений и доверять отраслевой конверсии 1,2%: без замера невозможно управлять ценой заявки.

Чек-лист перед запуском

1. Настроить счётчик цели «заявка» и проверить, что обращения доходят до менеджеров.
2. Собрать точные запросы: «маркетинговая стратегия», «стратегия продвижения», «аудит маркетинга», «анализ конкурентов».
3. Добавить минус-слова: обучение, курс, бесплатно, самостоятельно, своими силами.
4. Создать одну поисковую кампанию с двумя группами объявлений: аутсорсинг маркетинга и разработка стратегии.
5. Задать бюджет от 61 000 рублей в месяц для первых заявок; для стабильной работы алгоритма — от 258 301 рубля.

Продвижение маркетингового агентства: с чего начать?

С расчёта бюджета и настройки счётчика. Минимальный бюджет, при котором появляются заявки, — 61 000 рублей в месяц; для стабильной работы алгоритма нужно около 258 301 рубля. До запуска соберите точные запросы со словами «стратегия», «продвижение», «аудит» и отсекайте «обучение», «курсы», «бесплатно».

Как продавать услуги маркетингового агентства через Яндекс Директ?

Показывайтесь по запросам «маркетинговая стратегия», «стратегия продвижения», «разработка стратегии». В объявлении обещайте результат: заявки, план, окупаемость. Считайте цену обращения: при среднем клике 72 рубля и ориентировочной конверсии 1,2% обращение обходится примерно в 6 007 рублей.

Как продвинуть маркетинговое агентство в интернете?

Через Яндекс Директ в первую очередь работает поиск: люди сами ищут «стратегия», «продвижение», «аудит». Рекламные сети и показы похожим людям подключайте только когда поисковый спрос исчерпан — на бюджете от 61 000 рублей в месяц.

Как рекламировать маркетинговое агентство?

Одна поисковая кампания, две группы: на аутсорсинг маркетинга и на разработку стратегии. В каждой — по два объявления. На старте не распыляйтесь на автоматические группы, отсекайте запросы «обучение» и «бесплатно».

Контекстная реклама маркетингового агентства: как работает?

Система показывает объявления людям, которые ищут «маркетинговая стратегия», «стратегия продвижения», «аудит маркетинга». Стоимость клика — 72 рубля, цена обращения — ориентировочно 6 007 рублей. Чтобы алгоритм научился дешевле приводить заявки, нужно не меньше 10 обращений в неделю — это бюджет около 258 301 рубля в месяц.

Какие запросы брать в рекламу маркетингового агентства?

«Маркетинговая стратегия» — 5 634 показа, «стратегия продвижения» — 2 919, «разработка стратегии маркетинга» — 697, «аудит рекламы» — 284. Убирайте «обучение маркетологов» — 3 687 показов, если не продаёте курсы.

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 «маркетинговое агентство», 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.