

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ЛОГИСТИКА

Реклама международной логистики в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

165 420

показов в месяц — ёмкость спроса

192 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 95 ₽

5 921–15 788 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

407 339 ₽

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-mezhdunarodnaya-logistika
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
логистическая компания	28 863	266–320
таможенное оформление	27 055	281–349
таможенный брокер	14 259	860–1 023
сборные грузы	9 120	620–820
таможенное декларирование	8 830	139–158
контейнерные перевозки	8 444	516–638
негабаритные перевозки	7 753	599–827
перевозка негабаритных грузов	6 011	536–716
международные перевозки грузов	5 557	204–298
международная перевозка грузов	5 557	204–298
международная логистика	5 393	173–235
доставка грузов из китая	3 102	1 224–1 602
экспедиторские услуги	2 743	123–158
международные автомобильные перевозки	2 740	162–217
морские перевозки грузов	2 715	213–293
экспедирование грузов	1 666	213–288
подтверждение экспорта НДС	1 658	135
авиаперевозки грузов	1 183	1 146–1 763
перевозка сборных грузов	1 079	670–1 012
таможенные процедуры экспорт	1 068	225–237

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 109 177, февраль — 145 570, март — 186 925, апрель — 160 457, май — 152 186, июнь — 180 308, июль — 198 504, август — 162 112, сентябрь — 152 186, октябрь — 188 579, ноябрь — 176 999, декабрь — 175 345 показов.

● Сколько это стоит

192 Р

цена клика при полном охвате

9 473 Р

цена обращения
оценка до запуска

814 678 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	85%	95	10 065
РСЯ	15%	28	7 105

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

● Сценарии бюджета

что получится при разных суммах

БЮДЖЕТ, Р/МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
7 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
14 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
32 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
69 000	7	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
151 000	16	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
331 000	35	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
408 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
725 000	77	Кампания наберёт данные	1	4
815 000	86	Рабочая кампания	1	4
1 588 000	168	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 9 473 Р (оценка). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 407 339 Р/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Аутсорсинг ВЭД под ключ горячий

Кто: Директора и собственники компаний-импортёров, которые хотят полностью передать внешнеэкономическую деятельность на аутсорсинг. Ищут «аутсорсинг ВЭД», «ВЭД под ключ», «логистика под ключ».

Что мешает: Громоздкая бюрократия, санкционные риски, нехватка компетенций внутри компании, штрафы за ошибки в документах.

О чём говорить: Берём на себя весь ВЭД: таможня, платежи, логистика. Работаем с санкционными товарами. Финансовая ответственность по договору.

Таможенное оформление импорта горячий

Кто: Менеджеры по закупкам и логисты, которые ввозят товары из-за рубежа. Ищут «таможенное оформление импорта», «растаможка импорта цена», «таможенный брокер».

Что мешает: Задержки на таможне, неожиданные расходы, риск штрафов, сложность санкционных товаров.

О чём говорить: Профессиональная растаможка с гарантией сроков. Поможем легально ввезти даже санкционные товары через хабы.

Таможенное оформление экспорта горячий

Кто: Экспортёры, отгружающие товары за рубеж. Ищут «таможенное оформление экспорта», «оформление экспортных грузов».

Что мешает: Сложности с подтверждением экспорта, возврат НДС, оформление разрешений.

О чём говорить: Быстрое оформление экспорта с полным пакетом документов для возврата НДС. Работаем со всеми таможенными процедурами.

Финансовый сервис для ВЭД (платежи поставщикам) горячий

Кто: Финансовые директора и бухгалтеры, которым нужно перевести деньги зарубежному поставщику. Ищут «платежный агент для ВЭД», «перевод валюты поставщику в Китай», «оплата через агента».

Что мешает: Блокировки банковских переводов, длинные сроки, нестабильный курс, невозможность платить в санкционные страны.

О чём говорить: Официальный платёжный агент – конвертация по курсу ЦБ, платежи в 50+ юрисдикций, полная финансовая поддержка.

Работа с санкционными товарами тёплый

Кто: Компании, которые хотят ввезти товары из Европы, США, Японии, попавшие под санкции. Ищут «доставка из Европы под санкциями», «выкуп товара через нерезидентов», «санкционный импорт».

Что мешает: Невозможность прямых поставок, страх перед конфискацией, непонимание схем обхода санкций.

О чём говорить: Выстраиваем легальный логистический и финансовый путь через хабы. Выкуп через нерезидентов, финансовый сервис

Сертификация ввозимых товаров тёплый

Кто: Импортёры, которым требуется сертификат соответствия или декларация на груз. Ищут «сертификация товаров для ввоза», «разрешительные документы на импорт».

Что мешает: Долгий процесс, незнание требований, риск отказа при таможне.

О чём говорить: Полное сопровождение сертификации – от анализа до получения. Минимизируем сроки и риски.

● 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	Поиск и РСЯ — одной кампанией

● Что отсекаем минус-словами

растаможка авто

бесплатно

что такое

импорт

перевозки

аутсорсинг

консолидация

сертификация

своими руками

самостоятельно

обучение

курсы

вакансия

работа

скачать

шаблон

инструкция

как сделать

diy

форум

статья

закон

нормативная база

реестр

список

для windows

приложение

реферат

диплом

резюме

Спрос и продвижение международной логистики: сколько ищут и какими словами

В месяц пользователи Яндекса оставляют 165 420 показов по тематике международной логистики. Из них примерно 8 271 заканчивается кликом. Чаще всего ищут «логистическую компанию» — 28 863 показа, «таможенное оформление» — 27 055 и «таможенного брокера» — 14 259. Заметный спрос приходится на сборные грузы, контейнерные и негабаритные перевозки. Спрос в нише сезонный. В июле показов 196 850, в январе — 109 177. Пики также в октябре и марте: коэффициент сезонности 1,13 и 1,12 соответственно. В январе спрос падает до минимума — коэффициент 0,66. Если бизнес зависит от международных поставок, закладывайте рекламный бюджет с расчётом на зимний спад и летне-осенний рост.

Кто ищет международную логистику: директора и логисты с готовностью платить

В международной логистике видно два основных сегмента аудитории. Первый — аутсорсинг ВЭД под ключ. Это директора и собственники компаний-импортёров, которые хотят полностью передать внешнеэкономическую деятельность. Их боль — громоздкая бюрократия, санкционные риски и нехватка компетенций внутри компании. Они ищут по запросам «аутсорсинг ВЭД», «ВЭД под ключ», «логистика под ключ». Это горячая стадия: решение уже созрело, нужен исполнитель. Второй — таможенное оформление импорта. Это менеджеры по закупкам и логисты, которые ввозят товары из-за рубежа. Они ищут «таможенное оформление импорта», «растаможка импорта цена», «таможенного брокера». Их задача — оформить конкретную поставку, а не выстроить долгосрочный процесс. Спрос от них тоже горячий: без таможни груз не приехать. Обе группы приходят с уже сформулированной потребностью. Отсюда конверсия в заявку около 1% по всей выборке и цена заявки почти 9 500 рублей.

Сколько стоит реклама международной логистики: цена клика и заявки

Средняя цена клика в нише — 95 рублей. На Поиске клик в среднем стоит 95 рублей, в рекламной сети Яндекса (РСЯ) — 28 рублей. Цена заявки различается заметно: из РСЯ заявка обходится в 7 105 рублей, с Поиска — в 10 065 рублей. Общая медианная цена заявки — 9 473 рубля, возможный диапазон от 5 921 до 15 788 рублей. Чтобы реклама работала, кампании нужно обучение. По правилам Яндекса, для обучения автостратегии — автоматического управления ставками — необходимо минимум 10 конверсий в неделю. При цене заявки 9 473 рубля это значит бюджет для обучения около 407 000 рублей в месяц. Если бюджет меньше — например, 49 000 или даже 195 000 рублей — алгоритмы не получают достаточно сигналов, и реклама работает неточно. Комфортный бюджет для получения стабильного потока заявок — 814 678 рублей в месяц. При порог чека для окупаемости — 18 946 рублей: это при предельно высокой доле рекламных расходов в 50%. Доля рекламных расходов — это отношение рекламного бюджета к стоимости одного заказа. Комфортный чек, при котором реклама не будет съедать маржинальность, — 94 730 рублей.

Как настроить Яндекс Директ для международной логистики: каналы и бюджеты

Основной канал — Поиск: на него приходится 85% кликов. Это ожидаемо для B2B-услуг: клиент ищет конкретную услугу, а не рассматривает баннеры. Оставшиеся 15% кликов даёт рекламная сеть Яндекса (РСЯ). Заявки из РСЯ дешевле — 7 105 рублей против 10 065 на Поиске, но их объём меньше. Кампании нужно разделять. Не смешивайте поиск и РСЯ в одной кампании: тогда непонятно, какой канал приводит заявки и куда оптимизировать. На этапе обучения лучше ограничиться Поиском и самыми горячими

только после того, как накоплены конверсии. Алгоритм будет расширять список на основе вашей семантики. Без первоначальной статистики автоподбор принесёт много нерелевантного трафика.

Семантика в международной логистике: какие запросы берём, какие отсекаем

Семантика — это список ключевых запросов, по которым показывается реклама. В международной логистике есть чёткая иерархия по цене и намерению. Горячие запросы, где клиенты готовы к сделке: «таможенный брокер» — 14 259 показов, цена клика от 860 до 1 023 рублей; «растаможка грузов» — 582 показа, от 1 391 рубля; «аутсорсинг ВЭД» — 309 показов, от 1 219 рублей. Средние — «международные перевозки грузов» — 5 557 показов, клик 204–298 рублей; «контейнерные перевозки» — 8 444 показа, 516–638 рублей. Информационные запросы вроде «стоимость международной перевозки» — 365 показов, клик 87–140 рублей: люди считают бюджет и пока не выбирают подрядчика. Такие запросы можно не брать в рекламу или вести на спецпредложение. Отсекайте запросы со словами «вакансия», «обучение», «курсы», «форум», «отзывы», «скачать», «бесплатно». Если вы не работаете с частными грузами, добавьте минус-слова «посылка», «для себя», «физлица». Также используйте минус-слова по географии, где не работаете, — например, названия городов, куда вы не возите. В нише спрос идёт по всей России, поэтому настройка гео должна соответствовать маршрутам компании.

Что писать в объявлениях для международной логистики

В объявлениях отвечайте на главные возражения клиентов. Для сегмента аутсорсинга ВЭД под ключ работают такие формулировки: «Берём на себя весь ВЭД: таможня, платежи, логистика», «Финансовая ответственность по договору», «Работаем с санкционными товарами». Для сегмента таможенного оформления импорта — акцент на снятие задержек и скорость. Не пишите «логистика вообще». Перечислите конкретные услуги: таможенное оформление, сборные грузы, контейнерные перевозки. Укажите географию работы и добавьте в быстрые ссылки разделы с примерами расчётов. Текст объявления должен давать понять, что вы решаете задачу, а не просто «оказываете услуги».

Что измерять в рекламе международной логистики и зачем

Главная метрика — цена заявки. Без настроенной системы учёта заявок реклама в Яндексe бессмысленна: алгоритмы не смогут отличить клиента от случайного посетителя и не будут оптимизировать показы. Второй показатель — доля рекламных расходов по конкретному заказу. Если цена заявки 9 473 рубля, а средний чек компании меньше 18 946 рублей, реклама не окупится даже при максимально допустимой доле расходов в 50%. Рассчитайте комфортный чек, при котором реклама занимает 10% и меньше. Третий — процент конверсий из заявки в сделку. В тематике конверсия в заявку 1%, но дальше всё зависит от отдела продаж. Именно по связке «цена заявки — чек — процент проданных заявок» вы поймёте, хватает ли бюджета и нужно ли масштабироваться.

Типичные ошибки: международная логистика

- Запускать рекламу на всю страну без минус-слов: приходят нерелевантные клики по вакансиям и обучению.
- Начинать с бюджета в 50–100 тысяч: кампания не набирает 10 конверсий в неделю, автостратегия не обучается, цена заявки растёт.
- Рекламирывать все услуги сразу в одной кампании без разделения по спросу и географии.
- Не внедрять сквозную аналитику: без отслеживания заявок невозможно понять, какие каналы и запросы дают клиентов.
- Игнорировать сезонность: в январе спрос падает, и без корректировки ставок бюджет уходит впустую.

Чек-лист перед запуском

2. Рассчитать средний чек и целевую долю рекламных расходов.
3. Собрать семантику по горячим запросам с ценами лавки
4. Собрать семантику: «таможенный брокер», «таможенное оформление», «международные перевозки».
5. Разделить кампании на Поиск и РСЯ.

● Вопросы владельцев бизнеса

С чего начать продвижение международной логистики?

Начните с расчёта экономики: средний чек, цена заявки. Если чек около 94 730 рублей и выше — реклама в Директе экономически оправдана. Затем настройте цели и запускайте поисковую кампанию по горячим запросам.

Сколько стоит реклама международной логистики в Яндекс Директе?

Средняя цена клика — 95 рублей, цена заявки — от 5 921 до 15 788 рублей, медиана 9 473 рубля. Для обучения автостратегии нужен бюджет около 407 000 рублей в месяц.

Почему нельзя запустить рекламу международной логистики с бюджетом 50–100 тысяч?

Тогда заявок получается меньше 10 в неделю — это порог обучения автостратегии Яндекса. Алгоритмы работают неточно, и цена заявки становится выше.

Какие запросы в международной логистике дают дешёвые заявки?

Заявки из РСЯ обходятся дешевле — 7 105 рублей против 10 065 на Поиске. Но на Поиске больше объём горячего спроса.

Нужно ли использовать рекламную сеть Яндекса для международной логистики?

Да, РСЯ даёт 15% кликов и более дешёвые заявки. Но запускать её стоит после того, как поисковая кампания обучена и приносит стабильные обращения.

Какой бюджет нужен, чтобы реклама международной логистики окупалась?

Минимальный рабочий порог — 407 000 рублей в месяц для обучения. Комфортный бюджет для потока заявок — 814 678 рублей. При меньшем бюджете реклама будет нестабильной.

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 «международная логистика», 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.