

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ПРОИЗВОДСТВО

Реклама печати этикеток на заказ в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, август 2026 · вся Россия

44 544

показов в месяц — ёмкость спроса

203 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 84 ₽

2 096–5 589 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

144 179 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

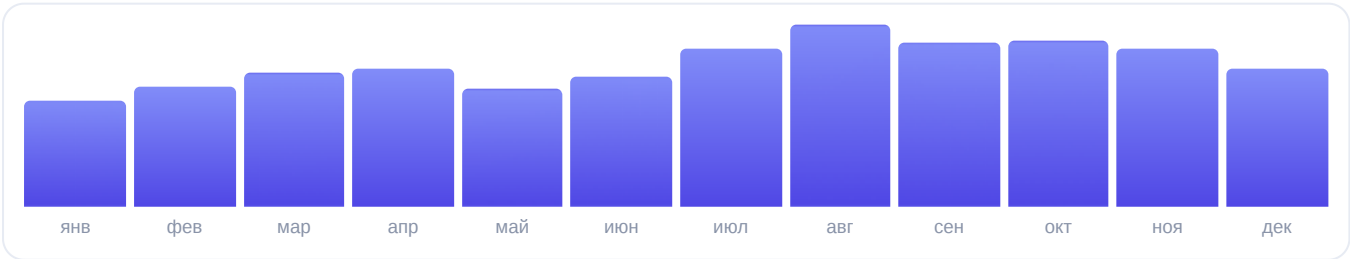
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-pechat-etiketok-na-zakaz
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
этикетки купить	12 656	233–294
самоклеящиеся этикетки	12 006	395–504
этикетки цена	3 355	94–123
заказ этикеток	2 488	576–732
стоимость наклеек	2 351	104–115
заказать этикетки	1 971	537–638
этикетки на заказ	1 828	533–682
купить самоклеящиеся этикетки	1 099	350–379
сколько стоят этикетки	623	225–249
этикетки для производства	577	306–360
этикетки поставщик	524	253–347
печать наклеек на заказ	447	723–792
стоимость этикеток	442	125–173
этикетки оптом	334	523–757
заказать печать наклеек	235	631
этикетки от производителя	224	296
цена печати этикеток	163	717
наклейки от производителя	159	247–501
заказать самоклеящиеся этикетки	157	780–853
этикетки со склада	157	252

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 33 408, февраль — 37 417, март — 41 871, апрель — 43 208, май — 36 526, июнь — 40 980, июль — 49 444, август — 56 571, сентябрь — 51 671, октябрь — 52 116, ноябрь — 48 998, декабрь — 42 762 показов.

● Сколько это стоит

203 Р

цена клика при полном охвате

3 353 Р

цена обращения
оценка до запуска

288 358 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	100%	84	3 353

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	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
11 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
20 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
37 000	11	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
69 000	21	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
129 000	38	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
145 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
242 000	72	Кампания наберёт данные	1	4
289 000	86	Рабочая кампания	1	4
452 000	135	Рабочая кампания	3	12

Расчёт по цене обращения 3 353 Р (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 144 179 Р/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Печать самоклеящихся этикеток **горячий**

Кто: Производители товаров и бренды, ищущие типографию для печати этикеток без узкой отраслевой специфики

Что мешает: Нужен надёжный производитель с качеством и короткими сроками, расчёт стоимости

О чём говорить: Собственное производство полного цикла, премиум качество, доставка

Этикетки для продуктов питания **горячий**

Кто: Производители продуктов питания (соусы, напитки, заморозка, бакалея)

Что мешает: Соответствие ГОСТ и нормам, влагостойкость, регулярные тиражи

О чём говорить: Влагостойкие этикетки по ГОСТ для пищевой продукции, стабильное качество на тиражах, опыт с производителями

Этикетки для косметики **горячий**

Кто: Косметические бренды и производители косметики

Что мешает: Дизайн, тактильные ощущения, премиальная отделка, малые и средние тиражи, стойкость к маслам и кремам

О чём говорить: Премиальная отделка, тактильные эффекты, малые тиражи, устойчивость к косметическим средам

Этикетки для бытовой химии **горячий**

Кто: Производители бытовой химии

Что мешает: Стойкость к агрессивным средам, точная цветопередача, срочные запуски новинок

О чём говорить: Химически стойкие этикетки, стойкость к стиранию, точная цветопередача

Этикетки для готовой еды **горячий**

Кто: Бренды готовой еды, dark kitchen, доставка еды

Что мешает: Быстрая печать, переменные данные (состав, срок годности), разные блюда, короткие тиражи

О чём говорить: печать переменных данных, короткие тиражи

Пробная печать этикеток **тёплый**

Кто: Потенциальные клиенты, желающие протестировать типографию перед крупным заказом

Что мешает: Бояться ошибиться с качеством и сроками, нужна малая партия для проверки

О чём говорить: Пробный тираж, минимальная партия, проверка качества и сроков, быстрый запуск

■ 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 (расчёт стоимости), Звонок (клик по номеру телефона)
Без чего запускать бессмысленно	Если сложно разметить формы — установить колтрекинг (подменить номер) или кнопку звонка с трекингом. Добавить СТА «Позвонить менеджеру за консультацией» с присвоением события клика как цели «Звонок».

■ Что отсекаем минус-словами

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

Продвижение печати этикеток на заказ: спрос и сезон

В месяц пользователи Яндекса набирают запросы про этикетки и их изготовление 44 544 раза — это число показов объявлений. Переходов по рекламе — 2 227. Не огромный, но стабильный поток для типографий: производители сами ищут подрядчика в поисковой выдаче.

Самые частые формулировки:

- «этикетки купить» — 12 656 показов;
- «самоклеющиеся этикетки» — 12 006 показов;
- «заказ этикеток» — 2 488 показов;
- «заказать этикетки» — 1 971 показ;
- «печать наклеек на заказ» — 447 показов.

Люди ищут не только услугу печати, но и сами этикетки как продукт. Поэтому в рекламу стоит включать товарные запросы, а в объявлении уточнять, что вы изготавливаете этикетки на заказ.

Спрос заметно колеблется по сезону. Пик приходится на август — коэффициент 1,27 (выше среднего).

Минимум — в январе: коэффициент 0,75 (ниже среднего). Летом и в начале осени заявок традиционно больше, поэтому в месяцы бюджет лучше не урезать.

Сколько стоит реклама печати этикеток на заказ

Средняя цена клика при полном охвате спроса — 203 ₽. По отдельным запросам ставка входа в аукцион может быть выше: для фразы «печать наклеек на заказ» — 723–792 ₽. Это не цена клика, а плата за участие в аукционе; фактическое списание обычно меньше.

Цена обращения (заявка, звонок) — около 3 353 ₽. Прогноз даёт вилку от 2 096 до 5 589 ₽. До запуска точную цифру не определить, но как ориентир для расчётов берите 3 353 ₽.

Чтобы алгоритм обучился и начал оптимизировать показы на заявки, нужно 10 конверсий в неделю. На это требуется примерно 33 530 ₽ в неделю, или 144 179 ₽ в месяц. Если бюджет меньше, кампания не набирает нужное число конверсий, и фактическая цена обращения оказывается выше верхней границы вилки.

Для понимания масштаба: расчёт для бюджета 20 000 ₽ в месяц — около 6 заявок, для 69 000 ₽ — около 21 заявки. Однако при таких бюджетах кампания не получает 10 конверсий в неделю и остаётся необученной, поэтому заявки обходятся дороже.

Как настроить Яндекс Директ для печати этикеток на заказ

В тематике покупательский спрос сосредоточен в Поиске. Поэтому стартовая структура — одна поисковая кампания с узким списком горячих запросов: «этикетки купить», «заказать этикетки», «печать наклеек на заказ».

РСЯ (рекламные сети Яндекса) на старте не используется: пока бюджет ограничен, сетевой трафик распыляет деньги и мешает набрать 10 конверсий в неделю. Рекламные сети подключайте как следующий шаг, когда поисковый спрос исчерпан — примерно при бюджете 452 081 ₽ в месяц. После ищите рост в охватных форматах и ретаргетинге, но выносите их в отдельные кампании.

В настройках поисковой кампании ограничьте категории автоподбора: оставьте только целевые запросы по вашей тематике. Это не даст алгоритму тратить бюджет на случайные показы, не связанные с заказом этикеток.

Как продавать печать этикеток на заказ через Яндекс Директ: запросы и объявления

Собираем запросы, за которыми стоит готовность заказать:

- «самоклеящиеся этикетки» — 12 006;
- «заказ этикеток» — 2 488;
- «заказать этикетки» — 1 971;
- «печать наклеек на заказ» — 447.

Первые два запроса — товарные, по ним ищут и готовую продукцию, и подрядчика. Чтобы не привлекать случайных посетителей, в объявлениях подчёркивайте: «типография», «печать на заказ», «от производителя».

Минус-слова обязательны. Отсекайте «бесплатно», «скачать», «торрент» — это поиск шаблонов; «реферат», «курсовая», «диплом» — студенческие запросы; «вакансия», «резюме» — соискатели; «своими руками», «бу» — люди, которые сделают сами или купят подержанное. Если слова оставить, клики будут, а заявок нет.

Что писать в объявлениях о печати этикеток на заказ

Покупатель в теме — производитель продуктов, косметики, бытовой химии или готовой еды. Его главные опасения — качество и сроки. Поэтому оффер должен отвечать на них конкретикой:

- пищевое производство: влагостойкие этикетки по ГОСТ, стабильное качество на тиражах;
- косметика: премиальная отделка, тактильные покрытия, стойкость к маслам;
- бытовая химия: стойкость к агрессивным средам, точная цветопередача;
- готовая еда: печать переменных данных (состав, срок годности), короткие тиражи.

Во всех случаях работают общие УТП из данных: собственное производство полного цикла, срочная печать и доставка. Если компания боится крупного заказа, добавьте «пробный тираж для проверки качества» — это снижает барьер входа.

В заголовке объявления используйте точную фразу цели: «Заказать этикетки», «Самоклеящиеся этикетки на заказ», «Печать наклеек от производителя». Это поднимает релевантность и кликабельность.

Что измерять в рекламе печати этикеток на заказ

До запуска настройте в Яндекс Метрике цели: заявка, звонок, письмо. Без кампании не увидит конверсии и не сможет обучиться.

На старте стратегия — «Максимум кликов»: алгоритм копит статистику. Когда кампания набирает 10 конверсий в неделю, переводите её на конверсионную стратегию — оптимизацию по заявкам.

Главная метрика — фактическая цена обращения. Сравнивайте её с прогнозом 3 353 ₽. Если она выходит за разумную вилку 2 096–5 589 ₽, проверяйте, какие запросы приводят к заявкам, а какие съедают бюджет впустую.

Пока месячный бюджет меньше 452 081 ₽, в тематике остаётся невыбранный поисковый спрос. Это зона роста для поисковых кампаний. Когда бюджет достигает потолка, расширяйтесь на сети.

Типичные ошибки: печать этикеток на заказ

- Запускать кампанию с бюджетом меньше 33 530 ₽ в неделю и ждать обучения — без 10 конверсий в неделю алгоритм не обучится, заявки будут стоить дороже 5 589 ₽.
- Не добавлять минус-слова «бесплатно», «скачать», «реферат», «вакансия» — бюджет уходит на нецелевые показы и клики.
- Включать автотаргетинг без ограничения категорий — Яндекс приводит трафик по случайным запросам, которые не заказывают печать этикеток.
- Смешивать Поиск и РСЯ в одной кампании на старте — кампания не набирает нужные 10 конверсий в неделю, потому что сетевой трафик размывает статистику.
- Ориентироваться на клики, а не на заявки — цена обращения вырастает до 5 589 ₽ и выше, а вы не

Чек-лист перед запуском

1. Собрать семантику: «этикетки купить», «заказать этикетки», «печать наклеек на заказ», «самоклеящиеся этикетки на заказ».
2. Добавить минус-слова из списка: бесплатно, скачать, реферат, курсовая, вакансия, б/у, своими руками.
3. Запустить одну кампанию только на Поиске с недельным бюджетом от 33 530 ₽.
4. Установить цели в Метрике (заявка, звонок), чтобы Яндекс считал конверсии.
5. После набора 10 конверсий в неделю переключить стратегию на конверсионную.

● Вопросы владельцев бизнеса

С чего начать продвижение печати этикеток на заказ?

Начните с одной поисковой кампании по запросам «этикетки купить», «заказать этикетки», «печать наклеек на заказ». Бюджет для обучения — примерно 33 530 ₽ в неделю, чтобы алгоритм набрал 10 конверсий и начал оптимизировать показы.

Сколько стоит реклама печати этикеток на заказ в Яндекс Директе?

Ориентируйтесь на 203 ₽ за клик и 3 353 ₽ за обращение (вилка 2 096–5 589 ₽). Для обучения кампании нужно 33 530 ₽ в неделю, или 144 179 ₽ в месяц.

Как продвинуть печать этикеток на заказ в интернете?

Помимо Яндекса, учитывайте сезонность: в августе спрос выше среднего — коэффициент 1,27. В начале сезона увеличивайте бюджет. До полного охвата поискового спроса в 452 081 ₽ в месяц достаточно поисковой рекламы; РСЯ подключайте после порога.

Как продавать печать этикеток на заказ через Яндекс Директ?

Настройте в Метрике цели на заявку и звонок, запустите поисковую кампанию с коммерческими запросами и контролируйте цену обращения. Если она выходит за 5 589 ₽, пересмотрите семантику и посадочную страницу.

Почему при маленьком бюджете заявки дорогие?

Кампания не набирает 10 конверсий в неделю — алгоритм не обучается и показывает объявления неточно. При недельном бюджете ниже 33 530 ₽ цена заявки может уходить за верхнюю границу вилки в 5 589 ₽.

Когда подключать рекламные сети (РСЯ) для печати этикеток?

Подключайте РСЯ после того, как выбрали поисковый спрос — примерно при бюджете 452 081 ₽ в месяц. На меньших бюджетах сетевой трафик размывает статистику и не даёт кампании обучиться.

Каких запросов больше всего в нише?

Самые частые — «этикетки купить» (12 656 показов) и «самоклеящиеся этикетки» (12 006). Это ядро коммерческого спроса, с которого стоит начать запуск.

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 «печать этикеток на заказ», 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.