

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ПРОИЗВОДСТВО

Реклама типографии в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, август 2026 · вся Россия

44 544

показов в месяц — ёмкость спроса

84 ₽

цена клика по прогнозу Яндекса

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	https://kdirect.ru/reklama/reklama-tipografiya
Регион разбора	вся Россия

● Как ищут: запросы и цена клика

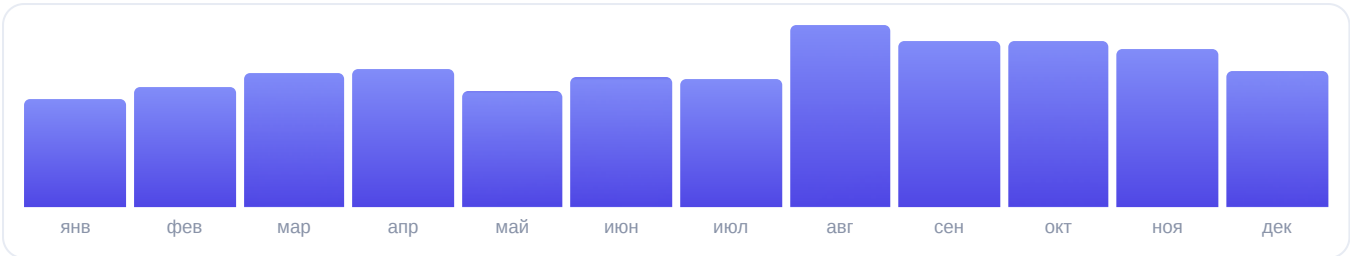
прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	ЦЕНА КЛИКА, ₽
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
этикетки москва	1 159	850–992
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 москва	474	932–992
печать наклеек на заказ	447	723–792
стоимость этикеток	442	125–173
этикетки оптом	334	523–757
заказать печать наклеек	235	631–631
этикетки от производителя	224	296–296
печать этикеток москва	210	1 438–1 827
цена печати этикеток	163	717–717

Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 32 963, февраль — 36 972, март — 41 426, апрель — 42 762, май — 36 081, июнь — 40 535, июль — 39 199, август — 56 125, сентябрь — 51 226, октябрь — 51 671, ноябрь — 48 553, декабрь — 42 317 показов.

Сколько это стоит

84 Р
цена клика

3 353 Р
цена обращения
оценка до запуска

288 358 Р
бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	100%	84	3 301

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
5 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
14 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
24 000	7	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
40 000	12	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
67 000	20	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
112 000	34	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
144 000	43	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
187 000	56	Кампания наберёт данные	1	4

Расчёт по цене обращения 3 353 Р (отраслевой бенчмарк — ориентировочно). 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 в Москве, премиум качество, тиражи от 2 дней, расчёт за 15 минут, доставка по России

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, срочные тиражи от 2 дней

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: Быстрая печать от 2 дней, печать переменных данных, опыт с Creative Kitchen, 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
Целевая стратегия	Максимум кликов
Когда переключаться	После настройки цели в Метрике и набора ≥ 10 конв/нед → конверсионная стратегия.
Поиск и РСЯ	одной кампанией
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

Спрос на продвижение типографии: сколько ищут этикетки и наклейки

Владелец типографии часто формулирует запрос как «реклама типография в яндекс директ», но покупатели ищут не рекламу, а продукт. Поэтому спрос в нише этикеток считают по словам «этикетки» и «наклейки». В месяц по тематике типографии — 44 544 показа и 2 227 кликов. Самые крупные запросы — «этикетки купить» (12 656 показов) и «самоклеющиеся этикетки» (12 006). Дальше идут «этикетки цена» (3 355), «заказ этикеток» (2 488), «стоимость наклеек» (2 351), «заказать этикетки» (1 971) и «этикетки на заказ» (1 828). Август — пик спроса: 56 125 показов, коэффициент 1,26 к среднему по году. Январь — спад: 32 963 показа, коэффициент 0,74. Рекламную кампанию к августу нужно готовить заранее, чтобы успеть набрать статистику до пика.

Кто ищет типографию и на какой стадии решения

Аудитория — производители продуктов питания, косметики, бытовой химии. Такой вывод следует из запросов: «этикетки для производства» (577 показов), «этикетки поставщик» (524), «этикетки от производителя» (224), «этикетки оптом» (334). Сегменты приходят на стадии горячего заказа: в формулировках есть «купить», «заказать», «цена», «стоимость». Производители обычно сравнивают 2–3 типографии и выбирают по сроку, стабильности качества и скорости расчёта. Требования различаются. Продуктам питания нужны влагостойкость и ГОСТ, косметике — премиальная отделка, тактильные эффекты и стойкость к маслам, бытовой химии — регулярность тиражей. Под общие запросы вроде «печать наклеек на заказ» нужны отдельные объявления с понятным предложением.

Сколько стоит реклама типографии в Яндекс Директе

Средняя цена клика — 84 рубля. По «этикетки цена» клик стоит 94–123 рубля, по «заказать этикетки» — 537–638, по «заказ этикеток» — 576–732. Самый дорогой запрос — «печать этикеток москва»: 1 438–1 827 рублей за клик. Цена заявки в среднем 3 353 рубля, вилка — 2 096–5 589 рублей. В нише типичная цена заявки 1 400 рублей, но премиальный сегмент платит за обращение больше. Минимальный бюджет для теста — 3 000 рублей в месяц. При таком бюджете получится около одной заявки в месяц, и алгоритм не обучится. Автостратегия — алгоритм, который сам управляет ставками, — требует не меньше 10 заявок в неделю. Это 33 530 рублей в неделю, или 144 179 рублей в месяц. Стабильные данные начинаются с бюджета 187 068 рублей, а полное раскрытие ниши — с 288 358 рублей.

Как настроить Яндекс Директ на типографию

В рекламе типографии работает только поиск. РСЯ (рекламная сеть Яндекса — показы на партнёрских сайтах и в приложениях) на старте не нужна: она не добывает целевых обращений и размывает бюджет. Подключайте её после 10–20 заявок в неделю. Структура кампании зависит от бюджета. Пока бюджет не дошёл до 187 068 рублей в месяц, держите одну поисковую кампанию, два объявления, две смысловые группы. От 187 068 рублей добавляйте РСЯ и расширяйте до четырёх групп и четырёх объявлений. На раннем этапе ставьте автостратегию «максимум кликов»: она копит данные. После 30 заявок в неделю переходите на оптимизацию по заявкам — алгоритм начнёт находить похожих пользователей.

Сегментируйте кампании по отраслям: общая печать, продукты, косметика, бытовая химия. Если смешать их в одной кампании, алгоритм не поймёт, какое объявление показывать.

Семантика и минус-слова для типографии

Семантика — список запросов, по которым показываются объявления. Ядро для типографии: «этикетки купить», «самоклеющиеся этикетки», «заказать этикетки», «этикетки цена», «стоимость наклеек», «этикетки на заказ». Это запросы с намерением купить. Добавляйте «оптом», «от производителя», «с доставкой», «со склада» — их ищут те, кто готов заказать партию. Узкие запросы «этикетки для производства» и «этикетки поставщик» — почти готовые сделки. Минус-слова — это запросы, по которым показ не нужен.

продаете отдельно, добавьте «дизайн», «макет», «логотип». Геозапросы с «москва» дорогие: «печать наклеек москва» — 932–992 рубля, «печать этикеток москва» — 1 438–1 827. Если производство не в Москве, закрывайте их минус-словами; если в Москве — вынесите в отдельную кампанию.

Что писать в объявлениях типографии

Объявление должно повторять запрос и сразу показывать предложение. В заголовок ставьте фразу из семантики: «Этикетки на заказ», «Самоклеющиеся этикетки», «Заказать печать наклеек». Для общей аудитории — «Собственное производство полного цикла, тиражи от 2 дней, расчёт за 15 минут, доставка по России». Для производителей продуктов — «Влагостойкие этикетки по ГОСТ, стабильное качество на тиражах». Для косметики — «Премиальная отделка, тактильные эффекты, малые тиражи, устойчивость к кремам и маслам». Для бытовой химии — «Регулярные тиражи, стабильное качество, объёмы». Пишите срок и способ расчёта — это то, что реально влияет на выбор типографии.

Что и как измерять в рекламе типографии, без чего не запускать

До запуска настройте цели в системе веб-аналитики: отправка формы, звонок с сайта, письмо. Без не увидите, какие запросы приносят обращения. Главный показатель — цена заявки: рекламный бюджет делится на число обращений. Ориентир по тематике — 3 353 рубля. Запросы, которые дают обращения дороже вашей вилки, отключайте. Подключите запись звонков или коллтрекинг — сервис, который определяет, с какой рекламы пришёл звонок. Часть корпоративных клиентов звонит, а не оставляет заявки, и без записи вы их потеряете из учёта. Атрибуция — система, которая определяет источник заявки, — покажет, поиск или рекламная сеть привели клиента. Доля кликов, которые превращаются в заявки, в среднем 2,5% — это справочное значение. Долю рекламных расходов (ДРР — бюджет, делённый на выручку с рекламы) считайте после накопления данных о продажах.

Типичные ошибки: типография

- Запускать рекламу на запросы «бесплатно», «скачать», «шаблон»: это люди, которые не собираются заказывать печать.
- Ждать продаж от бюджета 3 000 рублей в месяц: одной заявки в месяц мало для обучения алгоритма.
- Подключать рекламную сеть Яндекса до накопления 10–20 заявок в неделю на поиске.
- Смешивать в одной кампании этикетки для продуктов, косметики и бытовой химии.
- Оценивать рекламу по кликам, а не по цене заявки.
- Запускать без настройки целей и записи звонков.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать семантику: «этикетки купить», «самоклеющиеся этикетки», «заказать этикетки», «этикетки цена».
2. Настроить цели в системе веб-аналитики: заявка, звонок, письмо.
3. Подключить запись звонков или коллтрекинг — сервис, который определяет, с какой рекламы пришёл звонок.
4. Запустить одну поисковую кампанию на горячие запросы без рекламной сети.
5. Добавить минус-слова: «бесплатно», «скачать», «шаблон», «своими руками».
6. Следить за ценой заявки и отключать запросы дороже 3 353 рублей.
7. Повышать бюджет до 187 068 рублей в месяц для стабильного обучения алгоритма.
8. Подключать рекламную сеть Яндекса (показы на партнёрских сайтах) только после 10–20 заявок в неделю.
9. Перейти на оптимизацию по заявкам после 30 заявок в неделю.

Сколько стоит реклама типографии в Яндекс Директе?

Клик в среднем обходится в 84 рубля, заявка — в 3 353 рубля. Для обучения алгоритма нужно не меньше 10 заявок в неделю — это 33 530 рублей в неделю, или 144 179 рублей в месяц. Стабильные данные — с 187 068 рублей.

Какой бюджет нужен на старте?

Можно начать с 3 000 рублей и получить одну заявку в месяц — но это тест, а не работающая реклама. Для реальных обращений закладывайте от 144 179 до 187 068 рублей в месяц.

Почему клики стоят дороже средней цены 84 рубля?

84 рубля — среднее по тематике. За горячие запросы «заказать этикетки» аукцион просит 537–638 рублей, за «печать этикеток москва» — до 1 827 рублей. Чем ближе запрос к покупке, тем он дороже.

Когда подключать РСЯ?

После того как поисковая кампания наберёт 10–20 заявок в неделю. До рекламная сеть не приносит целевых обращений и размывает бюджет.

Что делать, если нет заявок?

Проверьте семантику: берёте ли вы запросы с «заказать» и «купить», отсекали ли «бесплатно» и «шаблон». Проверьте посадочную: на ней должны быть быстрый расчёт, срок производства и телефон.

Как понять, что реклама окупается?

Считайте цену заявки и долю рекламных расходов: бюджет, поделённый на выручку с заказов от рекламы. Если заявка дороже прибыли с клиента, реклама убыточна.

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, kupaslova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «типография», 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.