

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

Реклама услуг интернет-маркетинга в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · Москва

5 182

показов в месяц — ёмкость спроса

689 ₽

цена клика при полном охвате

—

оценка вышла за правдоподобные пределы

2 722 889 ₽

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-uslugi-internet-marketinga-moskva
Регион разбора	Москва

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
продвижение сайтов	4 750	1 670–2 721
seo продвижение	2 034	1 713–2 751
seo продвижение сайта	833	1 214–2 325
оптимизация сайта	815	733–1 322
seo оптимизация	784	815–1 420
раскрутка сайта	537	1 432–1 811
продвижение сайта москва	482	1 197–2 164
seo продвижение сайта	418	1 795–3 213
поисковое продвижение	412	1 135–2 389
продвижение сайта в яндексе	273	3 434–5 086
продвижение в топ	228	2 154–3 170
SEO для сайта	216	336–406
продвижение сайта цена	172	1 157–2 577
заказать продвижение сайта	153	935–1 711
seo раскрутка	151	1 937
seo продвижение москва	148	1 100–3 977
seo агентство	135	3 115–3 913
продвижение сайта в топ	132	2 293–3 472
продвижение в поисковых системах	132	1 925–4 302
seo услуги	120	663–2 429

■ Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 674, февраль — 674, март — 3 265, апрель — 1 296, май — 933, июнь — 8 447, июль — 23 474, август — 18 811, сентябрь — 2 176, октябрь — 829, ноябрь — 725, декабрь — 881 показов.

● Сколько это стоит

689 ₽

цена клика при полном охвате

—

цена обращения
оценка до запуска

5 445 778 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	35%	760	—
РСЯ	55%	228	—
Ретаргетинг	10%	456	—

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	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
14 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
23 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
39 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
64 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
107 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
178 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 63 323 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 2 722 889 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Продвижение в ТОП горячий

Кто: Владельцы бизнеса, маркетологи, менеджеры по продажам, которые хотят, чтобы их сайт был на первой странице Яндекса/Google по целевым запросам. Ищут конкретную задачу: «вывести в топ», «топ 10», «перво

Что мешает: Сайт есть, но он не виден в поиске — клиенты не находят компанию; конкуренты выше; низкие позиции убивают трафик и продажи.

О чём говорить: Гарантированный вывод в ТОП-10 Яндекса и Google: используем многоступенчатую систему контроля результата, работаем с проектом ведущий SEO-специалист + технолог + аналитик.

SEO-продвижение сайта горячий

Кто: Владельцы сайтов (корпоративных, интернет-магазинов, лендингов), которые осознанно ищут комплексную услугу по продвижению в поиске. Вводят чёткие запросы: «seo продвижение сайта», «заказать seo», «seo

Что мешает: Сайт не приносит заявок; трафика мало; не понимают, как работает SEO и где брать результат; боятся нарваться на «серые» методы и санкции.

О чём говорить: Заказать SEO у агентства с системой контроля результата: ежемесячные отчёты с позициями, нишевые системы привлечения клиентов, увеличение конверсии в среднем на 25% за счёт комбинации инструментов.

Комплексное продвижение сайта горячий

Кто: Руководители и маркетологи, которым нужно не одно действие, а полный цикл: аудит, оптимизация, ссылки, аналитика. Ищут «комплексное продвижение сайта», «раскрутка сайта в яндексе», «продвижение под кл

Что мешает: Пробовали отдельные услуги — результат не держится; хотят получить «всё в одном» с гарантией и без головной боли; не хватает ресурсов следить за разными подрядчиками.

О чём говорить: Комплексное продвижение: от технического аудита до ссылочной стратегии. Единая команда, личный контроль гендиректора, нишевые системы привлечения клиентов.

Аудит сайта тёплый

Кто: Владельцы сайтов, которые замечают падение позиций, ошибки индексации, плохую скорость. Ищут: «аудит сайта seo», «технический аудит сайта», «проверить оптимизацию сайта».

Что мешает: Сайт перестал расти или упал в выдаче; не понимают, какие технические ошибки мешают; хотят получить план работ перед заказом продвижения.

О чём говорить: Глубокий SEO-аудит с выявлением ошибок, блокирующих рост. Отчёт с приоритетами: внутренняя оптимизация, юзабилити, технические баги. Далее — рекомендации по исправлению.

Продвижение сайта недорого горячий

Кто: Владельцы малого бизнеса и стартапов с ограниченным бюджетом, которые ищут «seo продвижение цена», «раскрутка сайта недорого», «дешёвое продвижение».

Что мешает: Денег мало, но результат нужен; боятся переплатить «за бренд»; хотят понять, можно ли получить рост за разумные деньги.

О чём говорить: Продвижение сайта по адекватной цене: делаем акцент на эффективности каждого вложенного рубля, используем методологию, которая приносит +25% результата без лишних затрат.

Как продвинуть сайт самостоятельно холодный

Кто: Начинающие предприниматели, маркетологи-фрилансеры, вебмастера, которые ищут инструкции: «как продвинуть сайт в яндексе», «как выйти в топ google», «seo для сайта своими руками».

Что мешает: Хотят разобраться в SEO самостоятельно, экономят на подрядчиках, но получают фрагментарные знания и теряют время; сталкиваются с тем, что результат не приходит.

О чём говорить: Показываем сложность и риски самостоятельного продвижения: перечисляем типичные ошибки (неправильные ссылки, переспам, потеря позиций). Предлагаем бесплатную консультацию вместо экспериментов.

■ 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

что такое

бесплатно

скачать

торрент

реферат

курсовая

диплом

вакансия

вакансии

резюме

своими руками

бу

б у

Спрос на продвижение сайтов и услуги интернет-маркетинга: что ищут и когда

В Москве по запросам, связанным с услугами интернет-маркетинга, пользователи вводят около 5 200 поисковых запросов в месяц. Из них в клики переходят только 259 – конкуренция за внимание высокая, а спрос не массовый. Чаще всего спрашивают «продвижение сайтов» (4 750 показов), «seo продвижение» (2 034), «seo продвижение сайта» (833).

Сезонность выражена: в июле спрос в 3,78 раза выше среднего, в августе – в 3,03. Небольшой всплеск даёт март (0,53), а минимум приходится на январь и февраль (0,11). Если вы продаёте услуги интернет-маркетинга, закладывайте бюджет на летние месяцы – там основной поток заявок.

Кто ищет услуги интернет-маркетинга и на какой стадии решения

Первый сегмент – владельцы бизнеса и маркетологи, которым нужен вывод сайта в ТОП. Они вводят «продвижение в топ», «топ 10», «раскрутка сайта» и хотят видеть сайт на первой странице поиска. Их боль: сайт есть, но его не находят, конкуренты выше.

Второй сегмент – те, кто осознанно ищет комплексную услугу: «seo продвижение сайта», «заказать seo», «услуги по продвижению сайтов». Это горячие клиенты, которые уже сравнивают агентства и выбирают подрядчика. В обоих сегментах решение принимается быстро, поэтому объявления должны отвечать на вопрос «что я получу» и снимать страх перед «серыми» методами продвижения.

Сколько стоит реклама услуг интернет-маркетинга: цена клика, заявки и бюджет для обучения

Средняя цена клика в тематике – 760 рублей. Одна заявка по отраслевому ориентиру стоит 63 323 рубля, а вилка – от 39 577 до 105 538 рублей. Это дорого, поэтому реклама требует точной настройки и отбора запросов.

Минимального бюджета в 3 000 рублей недостаточно: Яндекс не сможет накопить статистику для автоматических стратегий. Чтобы рекламная кампания обучилась, нужно 10 конверсий в неделю. При цене заявки 63 323 рубля это 633 230 рублей в неделю или 2 722 889 рублей в месяц. Комфортный бюджет для масштабирования – 5 445 778 рублей в месяц. Поисковый спрос в Москве ограничен ёмкостью 196 840 потенциальных показов в месяц.

Как настроить Яндекс Директ для услуг интернет-маркетинга: каналы и структура

В тематике работают три канала. Поиск занимает 35% бюджета, цена клика 760 рублей, цена заявки – 44 326 рублей. Он ловит тех, кто уже ищет услугу. РСЯ (рекламная сеть Яндекса) забирает 55% бюджета: клик дешевле – 228 рублей, но заявка дороже – 69 655 рублей. Ретаргетинг – 10%, цена клика 456 рублей, он возвращает тех, кто уже заходил на сайт агентства.

Кампании лучше вести отдельно – у каждого канала своя модель конверсий. На старте, пока заявок мало, используйте обучение на клики (ранний этап). Не подключайте сразу автоподбор всех ключевых фраз – сначала наберите статистику.

Семантика и минус-слова для рекламы услуг интернет-маркетинга

Коммерческое ядро – это запросы с готовностью платить: «продвижение сайтов», «заказать seo», «стоимость seo продвижения», «продвижение интернет-магазина». Они дают горячий трафик.

В минус-слова обязательно выносите «бесплатно», «курсы», «обучение», «своими руками», «самостоятельно» – люди, ищущие так, не купят услуги агентства. Отдельное внимание – запрос «seo

анализ сайта»: цена клика по нему 243–496 рублей, это дешево, но конверсия низкая. Такой запрос лучше использовать в РСЯ, а не в поиске, чтобы не тратить дорогой поисковый бюджет на любопытствующих.

Что писать в объявлениях для услуг интернет-маркетинга

В объявлении покажите результат и процесс. Из боли клиентов два ключа: «сайт не находят» и «боюсь серых методов». Подходящий текст: «Гарантированный вывод в ТОП-10 Яндекса и Google. Над проектом работают ведущий SEO-специалист, технолог, аналитик. Прозрачная система контроля результата».

Для сегмента «комплексное SEO» – «Заказать SEO-продвижение. Аудит и пошаговый план. Честные отчёты». Заголовок обязательно повторяйте ключевую фразу: если человек ищет «продвижение сайта цена», пишите это в заголовке. Это снижает цену клика, которая в фразе «продвижение сайта в яндексе» доходит до 5 086 рублей.

Что измерять в рекламе услуг интернет-маркетинга и без чего нельзя запускать

До запуска установите сквозную аналитику: счётчики заявок, звонков, интеграцию с CRM. Без неё Яндекс не увидит конверсии, автоматические стратегии будут учиться впустую, а цена заявки вырастет.

Основной показатель – фактическая цена заявки, а не та, что в интерфейсе. Конверсия в заявку ориентировочно 1,2% – точное значение появится только после накопления статистики. Доля рекламных расходов (ДРР) – отношение рекламного бюджета к выручке с заявки. В нише ДРР в среднем 235% – это значит, реклама тратит в 2,35 раза больше, чем приносит. Нормальный запас – 10%, предел – 50%. Если ДРР выше – срочно убирайте лишние фразы и снижайте ставки.

Типичные ошибки: услуги интернет-маркетинга

- Запускать рекламу услуг интернет-маркетинга с бюджетом 3 000 рублей – при цене заявки 63 323 рубля не хватит даже на одну заявку.
- Не ставить сквозную аналитику до запуска – без неё Яндекс не видит конверсию, и кампания не обучается.
- Смешивать поиск и РСЯ в одной кампании – у каналов разная цена клика и заявки, им нужны разные бюджеты.
- Игнорировать минус-слова «бесплатно», «курсы», «самостоятельно» – они съедают бюджет по 760 рублей за клик.
- Использовать запрос «seo анализ сайта» в поиске – дешево, но почти не даёт заявок, лучше оставить его для РСЯ.

Чек-лист перед запуском

1. Установить счётчики заявок и звонков, настроить цели в Яндекс Метрике.
2. Определить два сегмента: вывод в ТОП и комплексное SEO-продвижение.
3. Собрать коммерческие запросы: «продвижение сайтов», «заказать seo», «стоимость продвижения сайта».
4. Добавить минус-слова: «бесплатно», «курсы», «обучение», «своими руками».
5. Создать отдельные кампании: Поиск, РСЯ, ретаргетинг.

Почему реклама услуг интернет-маркетинга такая дорогая?

Высокая цена клика (в среднем 760 рублей) и длинный цикл сделки. Заявка в нише стоит около 63 323 рублей, это отражает сложность услуги и конкуренцию.

Сколько нужно денег, чтобы протестировать Яндекс Директ для услуг интернет-маркетинга?

Для теста без обучения достаточно бюджета на несколько заявок — это около 63 323 рублей за одну. Чтобы Яндекс обучался, нужно 10 конверсий в неделю, то есть от 633 230 рублей в неделю.

Почему нет заявок при бюджете 3 000 рублей?

Такого бюджета хватает на несколько кликов по 760 рублей. Вероятность заявки низкая — 1,2%, поэтому нужна накопленная статистика, а её при таком бюджете не будет.

Что важнее для рекламы услуг интернет-маркетинга: поиск или РСЯ?

На старте важнее поиск — он даёт заявки по 44 326 рублей. РСЯ добирает охват, но заявка там дороже — 69 655 рублей. Используйте поиск для конверсий, РСЯ для охвата и повышения узнаваемости.

Как снизить цену заявки в услугах интернет-маркетинга?

Собирайте узкое коммерческое ядро, отсекайте информационные запросы, добавляйте минус-слова. Работайте над конверсией страницы: на лендинге должны быть кейсы, состав команды и цена услуги.

Можно ли продвигать услуги интернет-маркетинга без настройки аналитики?

Нет. Без счётчика заявок алгоритмы не видят конверсию, цена растёт, и вы не узнаете, какие объявления приносят заявки.

Как быстро окупится реклама услуг интернет-маркетинга?

Ориентир по нише — доля рекламных расходов 235%: это убыток. Нормальным считается уровень до 50%, а хорошим — 10%. Нужно, чтобы каждый вложенный рубль приносил в 2–10 раз больше выручки.

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 «услуги интернет-маркетинга», 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.