

16.04.2026

Яндекс Директ для b2b (кейсы)



Регистраций: 142 (компаний – 114), в т.ч.:

- топов: 58
- новых слушателей: 33.8%
- постоянных (4+) слушателей программы: 44
- с вопросами и обратной связью: 29

Ключевые компетенции «Текарт»

Маркетинговая стратегия, аналитика, прогнозирование, дизайн, веб-разработка, продвижение и реклама

Маркетинговый консалтинг

Бизнес-аналитика

Дизайн и брендинг

Веб-разработка

Продвижение и реклама

Фото и видео

Копирайтинг

26

лет на рынке бизнес-аналитики, маркетинга и digital

20 000

выполненных проектов

160

сотрудников в штате

39 000+

клиентов, и партнеров в экосистеме «Текарт»

4 место

консалтинг в области маркетинга и PR» (RAEX)

3 место

полносервисные диджитал-агентства (Рейтинга Рунета)

ТОП 100

в рейтинге работодателей Headhunter*

* среди компаний до 250 сотрудников

Программа непрерывного образования для руководителей по маркетингу

Основные треки программы:

Маркетинг (комплексное продвижение, SMM, SEO и т.д.), реклама

Martech, аналитика (технологии, данные, автоматизация, цифровые сервисы)

Дизайн, веб-разработка, контент, фото, видео

Маркетинговый анализ и стратегия

Организационное развитие

Отраслевой трек

3

года работы

8 500+

участников из 2 000 компаний

37

спикеров

550

пользователей [платформы](#)

План вебинара

- Отличия B2B и B2C рекламы.
- Возможности Яндекс Директ для B2B.
- Кейс: Вывод нового ветпрепарата на рынок.
- Кейс: Производитель кормовых добавок для животных и птицы. Увеличение числа обращений при ограниченном бюджете. Реклама в РСЯ.
- Кейс: Привлечение заявок на проектирование и комплексное оснащение объектов от муниципальных организаций. Реклама в Поиске.
- Обновления Яндекс Директ.

Отличие B2B и B2C рекламы

04

Критерий	B2B	B2C
Кто принимает решение	Группа: руководители, закупщики, собственники, IT-специалисты	Один человек (конечный потребитель)
Что движет покупателем	Логика, цифры, выгода для компании	Эмоции, импульс, цена, удобство, «хочу сейчас»
Цикл сделки	Длинный (недели - полгода)	Короткий (минуты - дни)
Особенности принятия решения	Много согласований, тендеры, сравнение КП	Быстрое решение без совещаний
Примеры поисковых запросов	Узкие, профессиональные	Широкие, бытовые
Частотность запросов	Низкая и средняя	Высокая и очень высокая
Что важно в оффере	Рациональная выгода: экономия, эффективность, сроки внедрения, гарантии	Эмоциональная выгода: скидка, акция, срочность, «успей»
Стиль объявлений	Деловой, сдержанный, факты и цифры	Яркий, эмоциональный, визуальный, призыв к действию
Что на посадочной странице	Много информации: кейсы, описание процесса, документация, форма для скачивания КП	Минимум текста: оффер, цена, кнопка «Купить», отзывы
Задача посадочной	Убедить и вызвать доверие	Продать здесь и сейчас
Как настраивать аналитику	Сквозная аналитика + CRM, отслеживание пути до сделки	Стандартные цели: покупка, добавление в корзину, звонок
Подход к бюджету	Точность: меньше трафика, дороже лид, ставка на качество	Масштаб: широкий охват, тестирование множества гипотез

Возможности Яндекс Директ для B2B

05

Перформанс

Директ

- Продвижение в результатах Поиска
- Рекламная сеть Яндекса и внешние сети

Геоперформанс

Яндекс Бизнес и размещение в Картах

Охватные

Медийные продукты

- Медийные компании в интерфейсе Директа
- Премиальные форматы
- Баннерная реклама на тематических сервисах
- Медийная реклама в картах
- Спецпроекты: Фантех, Вертикали, Едадил, Городские сервисы и др.

Охватная видеореклама

В том числе Smart TV

Промостраницы

Пилотные

Цифровая реклама на внешних экранах

Наружная реклама на цифровых поверхностях (DOOH)

Реклама в телеграм-каналах

Размещение в телеграм-каналах партнёров Рекламной сети Яндекса

Конверсионные форматы

Конверсионные форматы в Едадиле и на сервисах Яндекс Еда и Яндекс Деливери

Ритейл Медиа

Медийная реклама и продвижение

Кейс.
Вывод нового ветпрепарата
на рынок. Комплексное
подключение возможностей
Яндекс Директ



Исходные данные

07

Продукт:

Антигельминтный препарат для кошек и собак

Целевая аудитория:

Ветврачи, владельцы собак и кошек

Форма выпуска:

Таблетки

Задача:

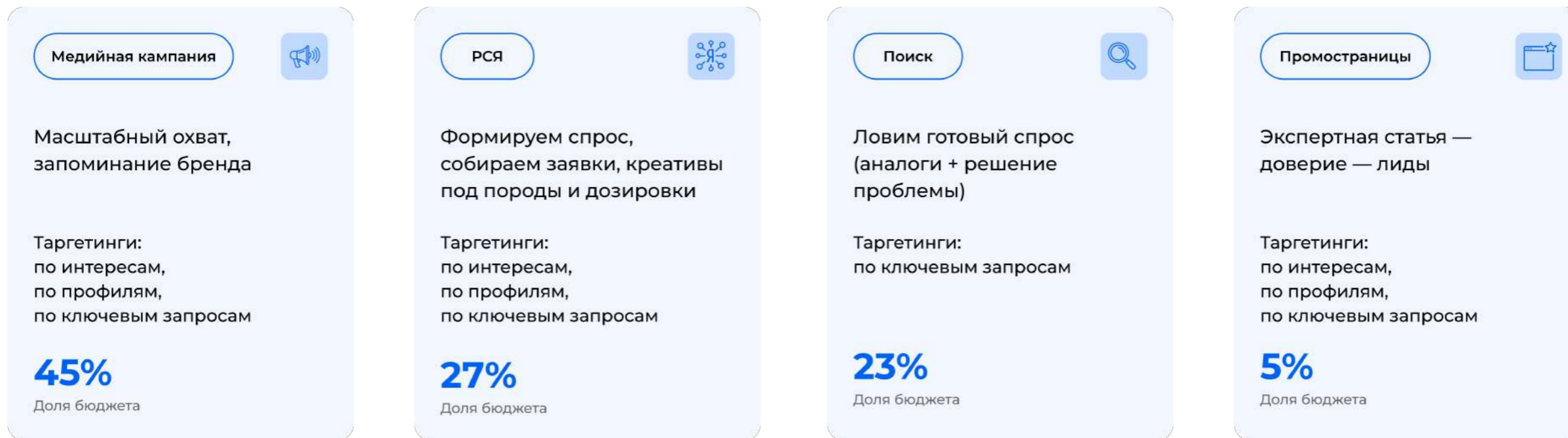
Вывод на рынок - узнаваемость - лиды от ветклиник, зоомагазинов, оптовиков

Период:

6 месяцев



Каналы продвижения. Распределение бюджета



Медийная кампания. Работы

1. Создание и тестирование креативов во всех возможных размерах

160×600, 240×400, 240×600, 300×250, 300×300, 300×500, 300×600, 320×50, 320×100, 320×480, 336×280, 480×320, 728×90, 970×250, 1000×120

2. Таргетинги

- по интересам: владельцы кошек, собак, ветеринария, зоотовары;
- по профилям: владельцы домашних животных, заводчики;
- по ключевым фразам: аналоги («Дронтал», «Мильбемакс»), решение проблемы («глисты у собаки»).

3. Большое число тестов

Призывы к действию и слоганы (контент), фон изображений, породы животных, размер шрифта и т.п.

4. Поиск сочетаний, снижающих стоимость клика (CPC)

5. Сбор аудитории, которая видела баннер, с последующим догоняющим таргетингом на них

6. Тестировали частоту показов пользователям, находя «золотую середину»

Медийная кампания. Результаты

> 27 000 000

Показы

> 5 000 000

Охват

> 30 000

Посетители

+400%

Search Lift
(рост поисковых запросов)

+287%

Visit Lift
(рост посещаемости сайта)

+80%

Target Lift
(рост целевых действий)

Медийная кампания.

Выводы и рекомендации

- Запуск не менее 3-х месяцев. Для данного типа кампаний очень важен период, она не про быстрые лиды – это накопительный эффект. Запуск на 3 и более месяцев имеют эффект дальнейшего роста узнаваемости вашей компании.
- Найдите «золотую середину» показов в неделю на пользователя. Помните: чаще - раздражение, реже - не запомнят (3-4 показа на пользователя).
- Обязательно используйте все возможные форматы креативов.
- Собирайте аудитории для дальнейшей работы с базой.

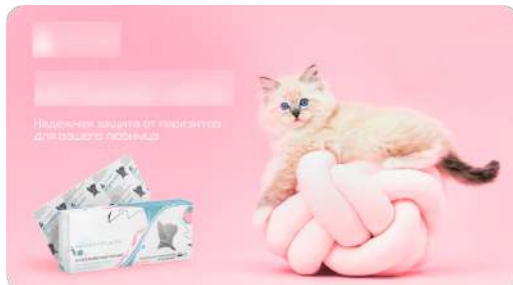
РСЯ. Выполняемые работы

12

- Тестирование креативов и объявлений с разным типом дозировки для выявления самых кликабельных и конверсионных объявлений.
- Отслеживание работы площадок, выявление роботных, анализ полученного трафика.
- Производили сегментацию аудиторий: анализ пола, возраста, гео и устройства пользователей, распределяя бюджет в пользу сегментов с лучшей конверсией.
- На основе данных производили настройку расписания показов (например, только в рабочие часы) и корректировку ставок для регионов с лучшей конверсией.

Креативы (по породам и дозировкам)

Котята
от 0,5 до 2 кг



Кошки
от 2 кг



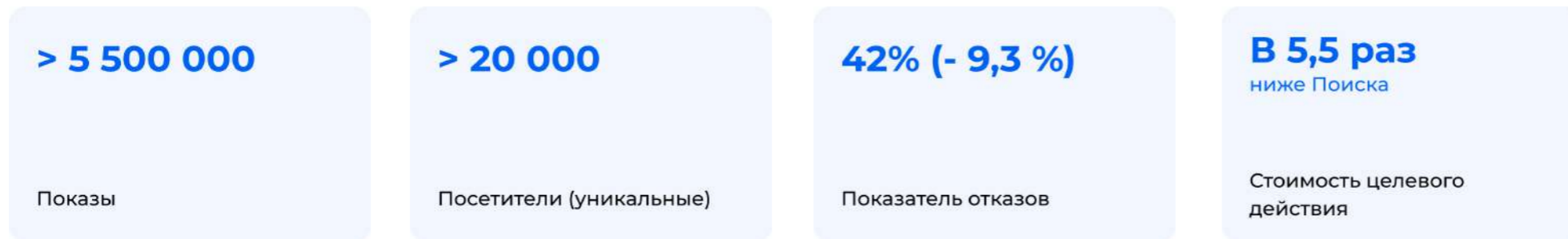
Щенки, собаки
от 0,5 до 5 кг



Собаки
от 5 кг



РСЯ. Результаты



Специфика канала

РСЯ отличается от поиска тем, что пользователь не вводил запрос - ему показывают рекламу на основе интересов, поведения и контекста страницы. Поэтому **показатель отказов 50% здесь может быть нормой.**

Рекомендации

- Комбинируйте объявления. Используйте не менее 4 заголовков, 2 текстов, 8 картинок. Тесты показывают рост кликов и конверсий и находят лучшую комбинацию.
- Сравнивайте таргетинги. Таргетинг на «владельцы собак» vs показ по ключу «как вывести глистов». Результаты могут сильно отличаться.
- Тестируйте мобильные форматы. Значительная часть трафика РСЯ идёт с телефонов и порой отказ от трафика может ухудшить результат.

Группы семантики

Направления	Примеры запросов
Аналоги препарата	«дронтал или каниквантел плюс», «мильбемакс аналоги» и т.п.
Решение проблемы	«как вывести глистов у собаки», «что дать котёнку от глистов»
Профилактика	«профилактика глистов у кошек», «как часто давать глистогонное»

Запуск

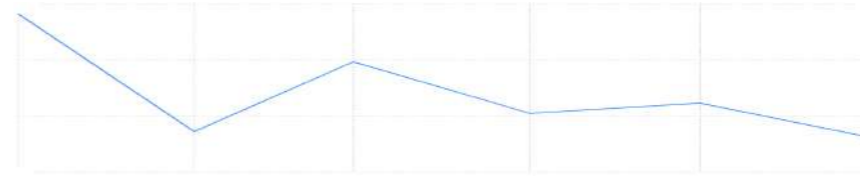
- 1400 запросов;
- 11 групп объявлений;
- 87 объявлений (в тест по 3-4 шт + 1 нейрообъявление);
- все 8 быстрых ссылок;
- Таргетинг: РФ, 18+.



Яндекс Поиск. Работы

- На постоянной основе мониторили эффективность ключевых запросов, благодаря чему расширяли семантическое ядро, а так же постепенно снижали % отказов путем минусаии запросов

График отказов



- Тестировали различные варианты объявлений, оценивая их статические данные и сохраняя эффективные.

Комплексная защита собак от гельминтов — Мильмакс
pets.nita-farm.ru › Мильмакс... Промо
 Удобная дозировка в формате таблеток с привлекательным вкусом. Узнайте где купить! · Формат таблеток. Быстрое усвоение. Произведен в РФ
 +7 (800) 700-XX-XX Показать · пн-пт: 08:00-17:00 · Саратов

Мильмакс-Нита — антигельминтный препарат для собак
pets.nita-farm.ru › Мильмакс... Промо
 Широкий спектр действия в форме таблеток. Привлекательный вкус. Узнайте где купить! · Формат таблеток. Быстрое усвоение. Произведен в РФ
 +7 (800) 700-XX-XX Показать · пн-пт: 08:00-17:00 · Саратов

- Проводили тестирование разных стратегий показа (максимум кликов, максимум конверсий), разных типов оплаты (за клик и конверсию), различных типов бюджета (в неделю и на период).
- Оценивали эффективность по соц.дему и вносили правки.
- На основе данных производили настройку расписания показов (например, только в рабочие часы) и корректировку ставок для регионов с лучшей конверсией.

Яндекс Поиск. Результаты

16

> 350 000

Показы

> 8000

Посетители (уникальные)

- 47 %

Стоимость целевого действия

27% (- 40 %)

Показатель отказов

Рекомендации

- Работайте с семантическим ядром: регулярно отслеживайте, расширяйте, кластеризуйте.
- Всё важное отражайте в первом заголовке. Пользователь принимает решение за пару секунд.
- Анализируйте, в каких регионах и в какое время лучше конверсия, и корректируйте.

Промостраницы

Структура промостраницы

Заголовок (пример): «Симптомы и лечение глистов у домашних животных»

Симптомы: Как понять, что у животного глисты

Чем опасны: Для котят/щенят, взрослых, беременных

Наше решение: [Название] - форма, дозировки, состав, механизм действия

Таблица дозировок: Для кошек (кг → таб), для собак (кг → таб)

Профилактика: Частые вопросы возникающие у владельцев

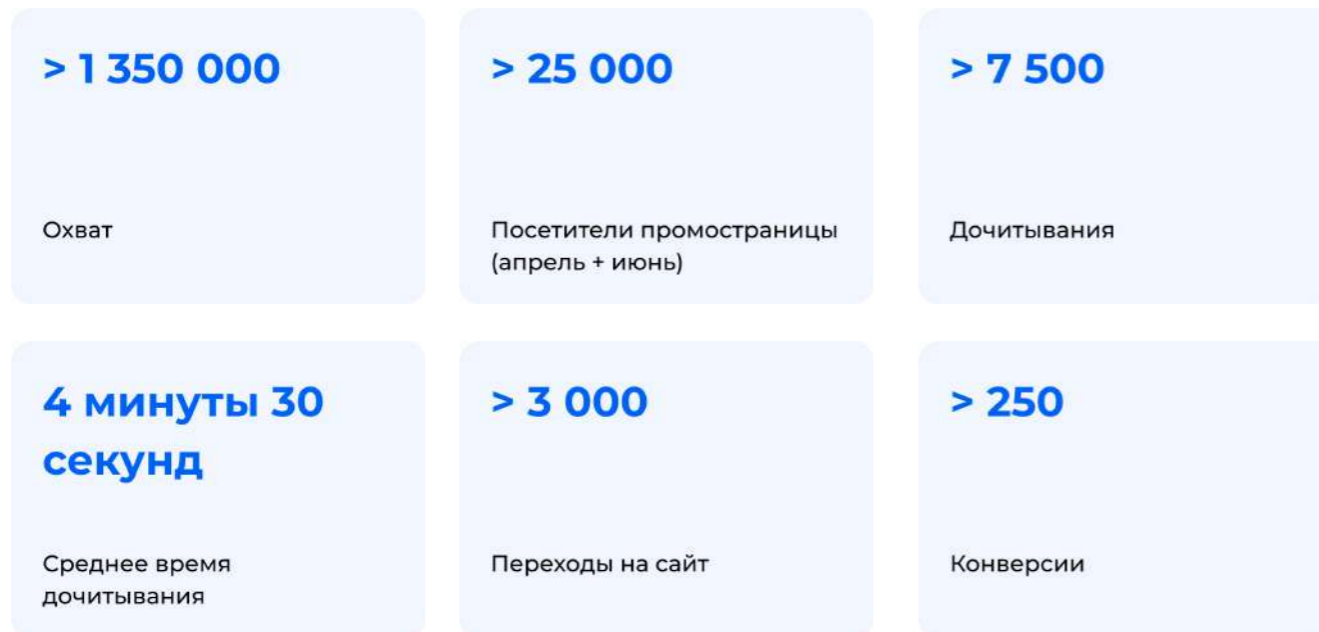
Выполняемые работы

- А/В-тестирование связок: 5 вариантов заголовка и 3 варианта обложек для одной статьи.
- Тестирование показов по различным сегментам аудитории: по интересам и привычкам, по поведенческим критериям, на основе сегмента яндекс аудитории.
- Постепенное снижение цены клика, пока не будет найден баланс между объемом трафика и его качеством (метод "постепенного уменьшения")



Промостраницы

Результаты



Рекомендации

- Тестируйте заголовки и обложки. 3-5 вариантов заголовков и 2-3 варианта креатива - тестируйте короткие (1000–1500 знаков) vs длинные (3000–5000) статьи. Для сложных продуктов длинные часто работают лучше.
- Не продвигайте только сезонно – лучше небольшим бюджетом, но круглый год.

Как измеряли узнаваемость

Не проводили дорогих опросов. Отслеживали **динамику брендовых запросов** в Яндекс Вордстат - сколько раз пользователи сами искали название препарата.



Рост числа запросов за полгода более чем в 5 раз (с 254 до 1 500).

Основные выводы и рекомендации

- 1. Система важнее одного канала.** Поиск + РСЯ + медийка + промостраница работают как пазл.
- 2. Медийная кампания - это не про лиды, а про узнаваемость.** Она окупается ростом брендовых запросов и входящих обращений.
- 3. Креативы под породу и дозировку** работают лучше обезличенных.
- 4. Промостраница в формате экспертной статьи** — даёт самых дешёвые B2B-лиды.
- 5. Узнаваемость можно измерять без опросов** - брендовые запросы в Яндекс Вордстат честный прокси-показатель.

Кейс.

Производитель кормовых добавок для животных и птицы. Увеличение числа обращений при ограниченном бюджете. Реклама в РСЯ.



Исходные данные

Продукт: Кормовые добавки для КРС, свиней, птицы

Целевая аудитория: Зоотехники, ветврачи, руководители отделов закупок крупных агропредприятий

Задача: Собрать качественные B2B-лиды (не частников, не студентов) при ограниченном бюджете

 **РСЯ - единственный канал привлечения лидов**

Подход

Формируем спрос, собираем лиды через рекламу на брошюры

Лендинг с брошюрой:

1. Заголовок: проблема+для кого.
2. Краткое описание проблемы.
3. Таблица сравнения решений.
4. Упоминание продукта бренда как одного из вариантов решения.
5. Скачать брошюру (рекомендации по решению проблемы / советы по уходу).
6. Для скачивания необходимо заполнить форму. Особенности:
 - Форма с обязательным полем «Название компании».
 - На странице предупреждение: «Материал предназначен для специалистов сельхозпредприятий. Частным лицам и учебным заведениям брошюра не предоставляется».

Таргетинги и креативы

Таргетинги

Ключевые запросы (поведенческий таргетинг): «низкие надои», «плохая усвояемость корма», «мастит у коров» и т.п.

По интересам: сельское хозяйство, животноводство, ветеринария

Площадки: ручной отбор

Гео: РФ (регионы с развитым животноводством: ЦФО, ЮФО, Сибирь, Татарстан)

Ключевые моменты:

- В каждом объявлении прямо указано: «Только для юрлиц».
- Баннеры без призыва «купить» - только «скачать брошюру», «получить рекомендации».
- Основной акцент — текст с изображением, где в тексте пишем решение проблемы через брошюру, а не на продукт.

Креативы

(тест 4 вариантов: разные проблемы - разный CTR)

Проблема:

Низкие надои

Текст объявления:

«Удой падает?
Рекомендации для
зоотехников. Скачать
брошюру»

Проблема:

**Плохая усвояемость
корма**

Текст объявления:

«Корм уходит в навоз?
Диагностика и решение.
Брошюра»

Выполняемые работы

Сегментация площадок в РСЯ

Анализировали каждую площадку по трём критериям:

- **Показатель отказов** - если человек закрыл страницу с брошюрой за <15 секунд → площадка плохая.
- **Время на сайте** - меньше 40 секунд (не дочитал до формы) → площадка нерелевантна.
- **Конверсия в заявку** - сколько из кликов дошли до заполнения формы.

Заблокировали все «дачные», «образовательные» (домены .edu, .academy), «универсальные» порталы.

Формирование спроса через несколько касаний (частотный ретаргетинг)

Понимали: с первого раза крупное предприятие чаще всего не оставит контакты.

Результаты, выводы, рекомендации

25

> 1 300 000

Показы

> 5 500

Клики на лендинг
с брошюрой

55

Заполненные формы
(всего)

43

Из них «чистых»
(без универов и частных)

- 1. Не бойтесь убирать поиск.** Есть направления бизнеса, когда даже в узком B2B люди решают проблемы и в первую очередь ищут информацию. Важен подход.
- 2. Чистите площадки.** РСЯ без ручного отсева даёт "тонну" мусора (образовательные, дачные, общие порталы).
- 3. Брошюра + форма с валидацией («Название компании»)** отсекает нецелевые заявки ещё до касания с менеджером.
- 4. Текст не про продукт, а про проблему.** «Низкие надои» работает лучше, чем «Кормовая добавка».
- 5. Прямо пишите в объявлении «Только для юрлиц»** - это снижает долю частных.

Исходные данные

Услуга:

Комплексное оснащение образовательных и медицинских учреждений.

Целевая аудитория:

ЛПР в образовательных учреждениях, медицинских организациях, государственных структурах.

Задача:

Привлечение качественных лидов (SQL) при ограниченном бюджете.

География:

Москва и МО. Краснодарский край.

Период проведения:

март-апрель 2026 г.



Рекламная кампания

Поиск 80%

Задача: охват горячего спроса, получение обращений

Группы объявлений: школы, ВУЗы, медуреждения, колледжи, детские сады, генподрядчики

Запросы: максимально целевые. Примеры: «оснащение спортивного зала в школе», «средства обучение для школ закупка», «комплектация больницы», «оснащение строительных объектов» и т.п.

Креатив — фокусировка на экспертизу, опыт интегратора, соответствие нормам Минздрава и Минпросвещения

Автотаргетинг: минимизация, категории запросов на Поиске — Целевые запросы

РСЯ (20%)

Задача: переходы на сайт, рост узнаваемости бренда

Основное внимание:

- сокращение числа показов на смартфонах и планшетах;
- минусация показов в мобильных приложениях и на площадках с низким качеством трафика.

Комплексное оснащение соцобъектов для застройщиков
 Комплексное оснащение соцобъектов для застройщиков... Пром...
 — финишная комплектация зданий мебелью и техникой. 300+ проек- тов. · Большой опыт. Системный интегратор. Широкая партнерская сеть.
 +7 (495) 488-XX-XX Показать · пн-пт: 09:00-19:00 · Мытищи

О компании
 Единый поставщик оборудования и системный интегратор

Клиенты
 Наши заказчики крупные федеральные ведомства и компании

Контакты
 Мы всегда на связи и готовы ответить на ваши вопросы

Команда
 Опыт ключевых сотрудников превышает 10 лет

Проекты
 Ознакомьтесь с примерами выполненных нами проектов

Партнеры
 Наши партнеры ведущие российские и мировые производители

Новости
 Следить за деятельностью можно в специальном разделе

Ассоциации
 является членом многих авторитетных организаций



Реклама 12 лет

Комплексное оснащение соцобъектов для застройщиков

Субподряд: мебель и оборудование для соцсферы в РФ

Укомплектуем школу или больницу под ключ для сдачи. Закажите расчет сметы!

[Узнать больше](#)

Результаты и выводы

Результаты

Показатель	Поиск	РСЯ
Показы	~ 6 000	~ 228 000
Клики	340	~ 6 200
Стоимость клика	15,8 N руб	N руб
Процент отказов	35%	48%
Глубина просмотра	2,24	1,23
MQL	8	—
SQL	2	—

Выводы

1. Первые 2 недели рекламной кампании — результаты в 2-3 раза хуже, чем к концу месяца (компании обучаются, мы оптимизируем кампании).
2. Все лиды принесла реклама в Поиске.
3. Стоимость клика на Поиске почти в 16 раз дороже РСЯ.
4. РСЯ позволила привлечь внимание к бренду и получить довольно дешевые переходы на сайт при хорошем качестве трафика — выполняет свою цель.
5. Реклама в поиске Яндекс показала, что не все подобные заказы проходят через тендеры.

Обновления Яндекс Директ



Обновления Яндекс Директ

1. Новый сценарий в ЕПК «Совместное продвижение вендора и ритейлера»

Февраль. Бета-тестирование.

Вендоры могут запускать продвижение своих товаров на сайтах интернет-магазинов в Поиске и РСЯ с оптимизацией на продажи.

Пока для совместного продвижения доступны следующие ритейлеры:

- **Бытовая техника и электроника:** Ситилинк
- **Аптеки:** Аптека.ру, Максавит, Диалог, Здравсити, Озерки, Супераптека, Доктор Столетов, Самсон-Фарма
- **Товары для автомобилей:** Emex, АВТОРУСЬ
- **Товары для дома и ремонта:** Петрович, Строительный двор, Maxidom
- **Красота:** ЛЭТУАЛЬ, РИВ ГОШ

Детальная информация — yandex.ru

Совместное продвижение вендора и ритейлера ^β



Если вы вендор, оптимизируйте кампанию на продажу ваших товаров.
Если нет, отключите этот блок.

Выбрать вендора

Обновления Яндекс Директ

2. Перенос рекламных аккаунтов в Директ без потери данных

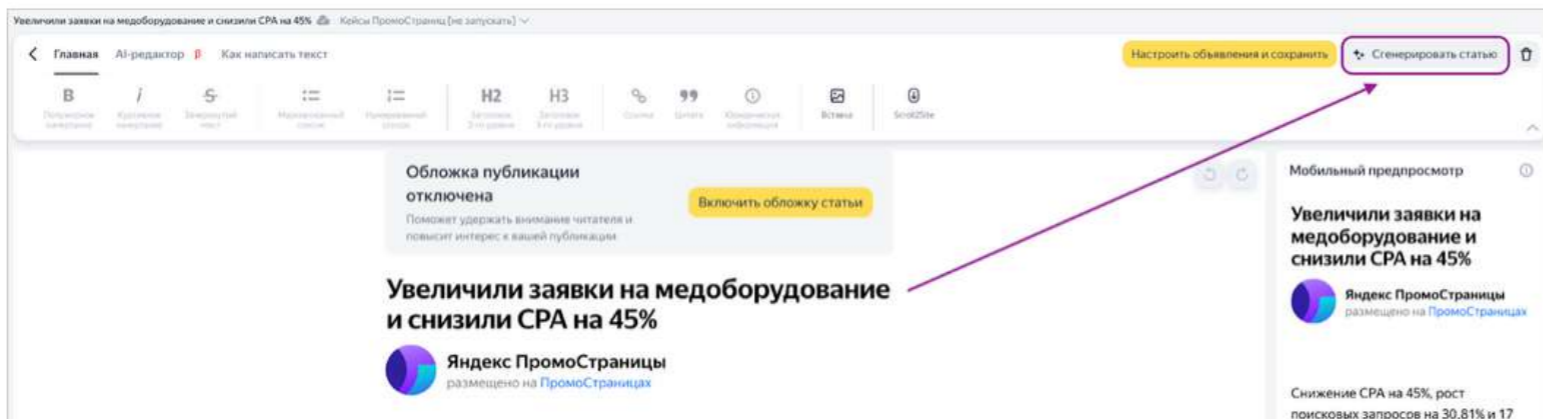
Февраль.

Аккаунты Яндекс Директа можно переносить в сервисы и агентства без потери данных: сохраняются доступы, настройки, история обучения, статистика и ряд других параметров. Пока настроен перенос только в одну сторону: «кабинета клиента» —> агентство/сервис.

3. AI-генератор статей заработал в ПромоСтраницах

AI-генератор описывает продукт на основе данных с вашего сайта, предлагает портреты аудитории, подбирает формат под цель, строит план статьи и пишет текст за 10-15 минут. С вас — указание ссылки на продукт и цели продвижения.

Детальная информация — yandex.ru



Обновления Яндекс Директ

3. Развитие цифровой наружной рекламы

Бета-тестирование

Места показа: в витринах ритейлеров и аптек, в автобусах, в пунктах выдачи Яндекс Маркета, цифровые короба на крышах такси, пиляры (Москва).

Регион: Москва и МО, Санкт-Петербург и Ленинградская область

Основные настройки: бюджет, период, расписание, тип рекламных конструкций, категория партнера, область и точки на карте.

Бюджет: цена за 1 000 OTS — от 65 рублей для экранов в витринах и коробов на крышах такси и от 133 рублей — для пиляров.

Аналитика по портрету аудитории доступна при бюджете от 400 000 руб./размещение.

Детальная аналитика влияния на поисковый инетрес, трафик на сайт, конверсии и т. п. - от 1,5 млн руб/размещение.

Хамовники

Черновик Группа № 5722287259

География показов

Выберите, где хотите показывать наружную рекламу.

Перечислить страны, области, города
Регионы, где представлен ваш бизнес, есть филиалы или работает доставка.

Указать регион на карте
Области на карте, в которых важно показать объявления. Например, область, где до кофейни меньше 5 минут пешком.

Области и точки на карте

улица Льва Толстого, 16, Москва 2,19 км - 27

[Выбрать на карте](#)

Прогноз результата
Это примерный результат, который вы можете получить от размещения.

Цена за 1 000 OTS
≈ 69,89 Р

Расход
≈ 1 000 000 Р

Подходящие экраны
≈ 1 159 шт.

Показы
≈ 4 519 500

OTS
≈ 20,22 млн

Охват
≈ 21%

Частота показов на уникального пользователя
≈ 4

Обновления Яндекс Директ

34

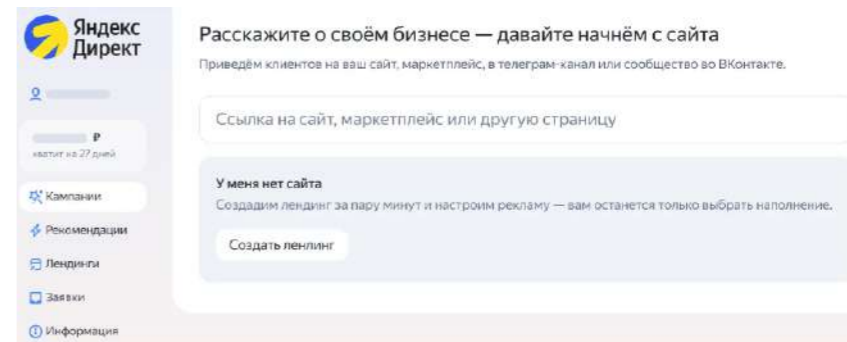
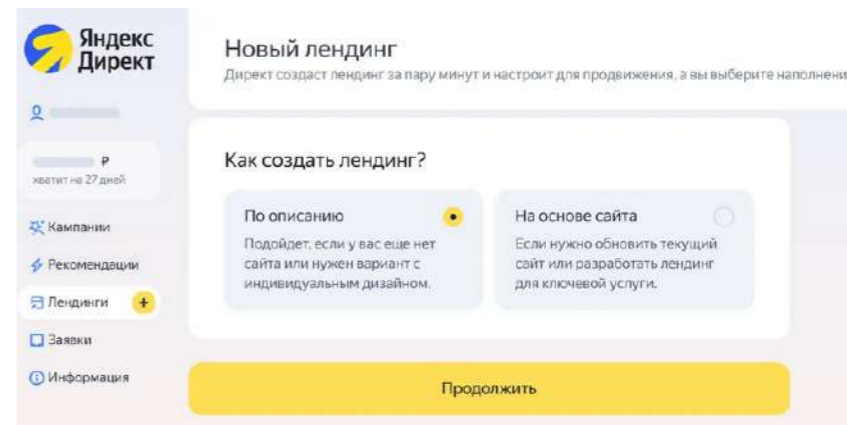
4. Возможность создавать лендинг в качестве резервной посадочной страницы в ЕПК

Лендинги можно использовать как сайт-визитку: рассказать о бизнесе или продукте, добавить контакты, форму заявки и кнопки действия. Нейротехнологии Яндекс Рекламы адаптируют структуру лендинга под особенности бизнеса и автоматически подбирают изображения с учётом его тематики. У страницы свой уникальный адрес. На них удобно направлять аудиторию из объявлений в Директе и других каналов, чтобы получать заявки.

5. Закрытие сервиса опросов Яндекс Взгляд

6 апреля панель прекратила работу.

Возможные альтернативные решения: Fastuna, Анкетолог, OMI, Opronix и др.



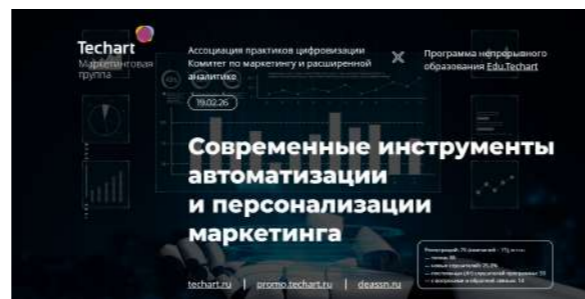
Наши материалы по теме

37



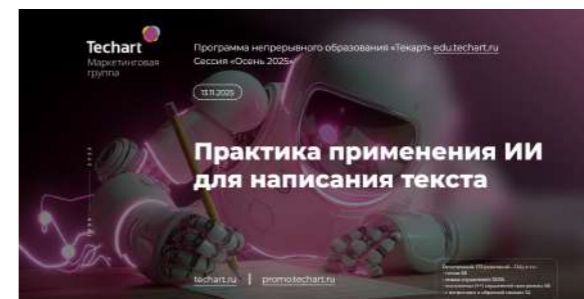
19.03.2026

[ИИ в маркетинге 2026:
задачи, технологии, кейсы](#)



19.02.2026

[Современные инструменты
автоматизации и персонализации
маркетинга](#)



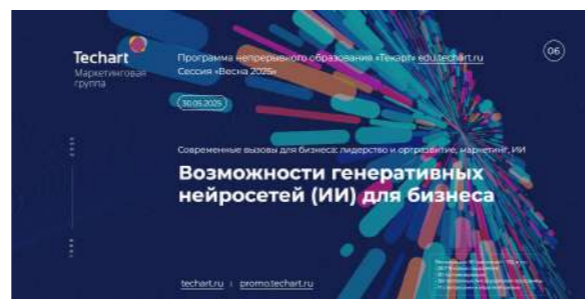
13.11.2025

[Практика применения ИИ
для написания текста](#)



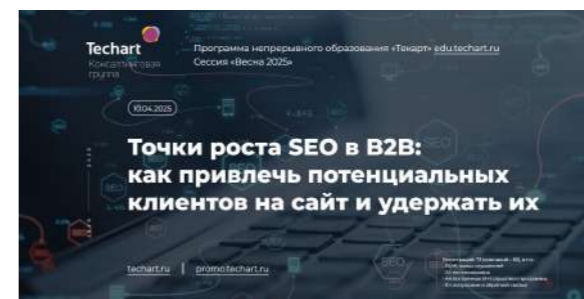
18.12.2025

[Маркетинг 2025–2026:
итоги и тренды](#)



30.05.2025

[Возможности генеративных
нейросетей \(ИИ\) для бизнеса](#)



10.04.2025

[Точки роста SEO в B2B:
как привлечь потенциальных
клиентов на сайт и удержать их](#)

Персональное консультационное мероприятие по теме этого вебинара

Особенности:

- ✓ Будем разбирать именно ваши кейсы
- ✓ Ответим на любые вопросы
- ✓ Подсветим специфику ниши
- ✓ Максимально адаптируем контент под потребности компании
- ✓ Дадим конкретные рекомендации и инструкции
- ✓ Подготовим пошаговое руководство для решения проблемы

Программа может быть реализована в различных вариантах:

- вебинар;
- семинар / лекция;
- мастер-класс;
- стратсессия;
- круглый стол, мозговой штурм;
- диагностическая / консультационная сессия;
- деловая игра.

Форматы:

онлайн, оффлайн, гибрид.

Длительность:

от 1 часа до 2 дней.

При необходимости мы можем собрать комбинацию из нескольких удобных вам вариантов обучения.

Интересуюсь



Стратегия, аналитика, контент, разработка,
продвижение



Елена Мигулина

Директор практики
интегрированного маркетинга

migulina@techart.ru

Релевантные услуги «Текарт»:

- [Комплексный интернет-маркетинг](#)
- [Интеграция и аутсорсинг службы маркетинга](#)
- [Рекламные активности](#)
- [Разработка маркетинговых стеков](#)
- [Performance-маркетинг](#)

+7 495 790 75 91

Маркетинговая группа «Текарт»

techart.ru

Дизайн-бюро

design.techart.ru

Аналитика и бизнес-планирование

research.techart.ru

Интегрированный маркетинг и PR

promo.techart.ru

Креативное агентство

creative.techart.ru

Работа в «Текарт»

hr.techart.ru

IT-решения и веб-разработка

web.techart.ru

Фотоагентство

photo.techart.ru

Образовательная программа

edu.techart.ru



TechartPulse

Рабочий пульс:
проекты, кейсы,
публикации



Techart_ru

Системное развитие
бизнеса



Edu_Techart

Непрерывное образование
для руководителей
по маркетингу



Edu_Techart

Непрерывное образование
для руководителей
по маркетингу