

Диджитал-
экосистема 2026:
*почему вам нужен
не только Telegram*

nimax

В 2026 году устойчивость маркетинга определяется не тем, насколько хорошо вы владеете одним инструментом, а тем, насколько системно вы выстроили работу с каналами.

Чем выше зависимость от одного источника трафика, тем выше риски: изменения алгоритмов, рост стоимости или ограничения платформы могут напрямую влиять на поток заявок.

Для кого этот гайд

Собственники и фаундеры бизнеса

Чтобы понимать, как диверсифицировать риски и не зависеть от одного подрядчика или канала.

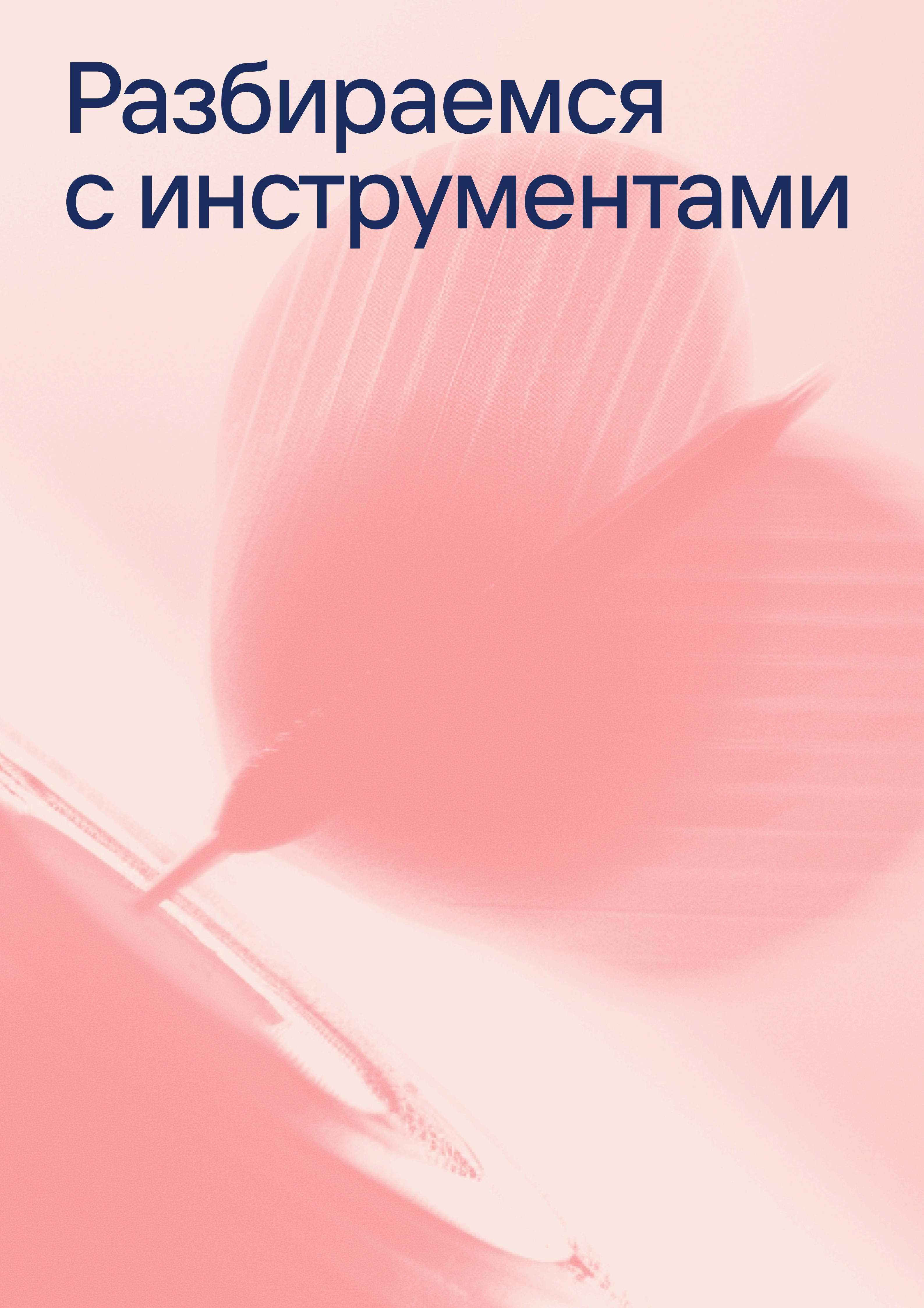
Менеджеры

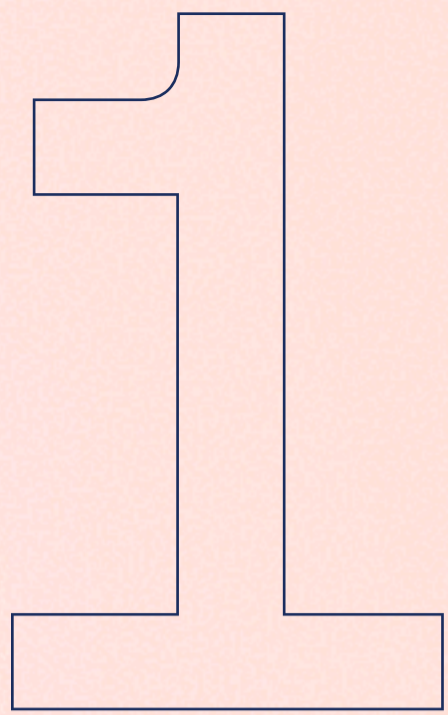
Для эффективного планирования бюджетов и контроля KPI в условиях меняющегося рынка.

Маркетологи и специалисты

Чтобы выйти за рамки отдельных инструментов и научиться собирать комплексные связки инструментов, актуальные в 2026 году.

Разбираемся с инструментами





Перформанс-база 2026

Это фундамент, позволяющий как перехватывать горячий спрос, так и прогревать холодную аудиторию.

Яндекс Директ

Работает с пользователями, которые уже ищут конкретное решение.

Места показа

Поиск Яндекса: объявления в ответ на запросы (CTR: 5–15%).

РСЯ (Рекламная сеть Яндекса): Почта, Авто.ру, Авито, hh.ru, Пикабу и др. (CTR: 0,5–2%).

Кому подходит

Е-commerce для стабильных заказов и услуги (медицина, ремонт и др.) для заявок «здесь и сейчас».

VK Реклама

Единая платформа для соцсетей (ВКонтакте и Одноклассники) и проектов VK.

Места показа

ВКонтакте, Одноклассники, проекты Mail.ru, Пульс, рекламная сеть (Авито, Едадил).

Форматы

Лента, видео, контентные форматы и перформанс-объявления.

Эффективность

В E-commerce хорошо работает таргетинг по ключевым фразам, а CTR может достигать 1–3% в зависимости от цели рекламной кампании, формата размещения и качества креатива.

Кому подходит

B2B (через прогрев контентом) и E-commerce.

2

Контентный прогрев и сложные продукты

ПромоСтраницы (Яндекс)

Нативный формат для продвижения лонгридов с бесшовным переходом на сайт Scroll2Site.

Места показа

Поиск и Рекламная сеть Яндекса.

Бюджет

Порог входа — от 80 000 руб. (без НДС) на первый платеж; на тест одной статьи рекомендуется от 50 000 ₽.

Цель

Прогрев аудитории, объяснение продукта, снятие возражений и перевод пользователя на сайт после более глубокого знакомства с предложением.

Кому подходит

Сложные продукты, девелопмент, онлайн-образование, товары с высоким чеком.

Дзен

Контентная платформа с рекомендательной лентой, где бизнес продвигает статьи, видео и канал через нативные форматы.

Места показа

Главная страница Дзена, ленты «Статьи» и «Видео», блок рекомендаций.

Бюджет: Минимально от 10 000 ₽; для теста статьи — от 30 000 ₽.

Кому подходит

Бренды с контент-стратегией, образование, медиа.



Новые и охватные каналы

Цифровая наружная реклама (DOOH)

Реклама на уличных экранах с возможностью гибко выбирать часы и дни показа.

Места показа

Улицы, метро, вокзалы, аэропорты, бизнес-центры и пункты выдачи Wildberries.

Бюджет

Индивидуальный расчет (зависит от охвата, города и адресной программы).

Цель

Быстрый массовый охват и поддержка офлайн-точек.

Авито Реклама

Отдельный кабинет для медийной и перформанс-рекламы.

Места показа

Поиск, главная страница, карточки товаров на Авито (десктоп и мобайл).

Бюджет

Минимально от 5000 ₹.

Кому подходит

B2B, промышленность, недвижимость и E-commerce.

Реклама на маркетплейсах (Click-out)

Перевод пользователя с маркетплейса на внешний сайт бренда.

Форматы

Ozon — нативный баннер, видеобаннер, баннер в категории, баннер на странице «Заказ выполнен».

Wildberries — слайдер, тизер, баннеры в акциях, личном кабинете и на страницах заказа/доставки.

Места показов

Ozon — главная, поиск, категории, рекомендации, страница «Заказ выполнен».

Wildberries — главная, «Акции», личный кабинет, страницы заказа и доставки.

Кому подходит

D2C-брендам и производителям для сбора данных в свою CRM.

4

Точечные и автоматизированные решения

SberAds

Платформа на базе ИИ с доступом к сервисам Сбера (2ГИС, МегаМаркет и др.). Вход от 15 000 ₽.

Т-Банк Ads

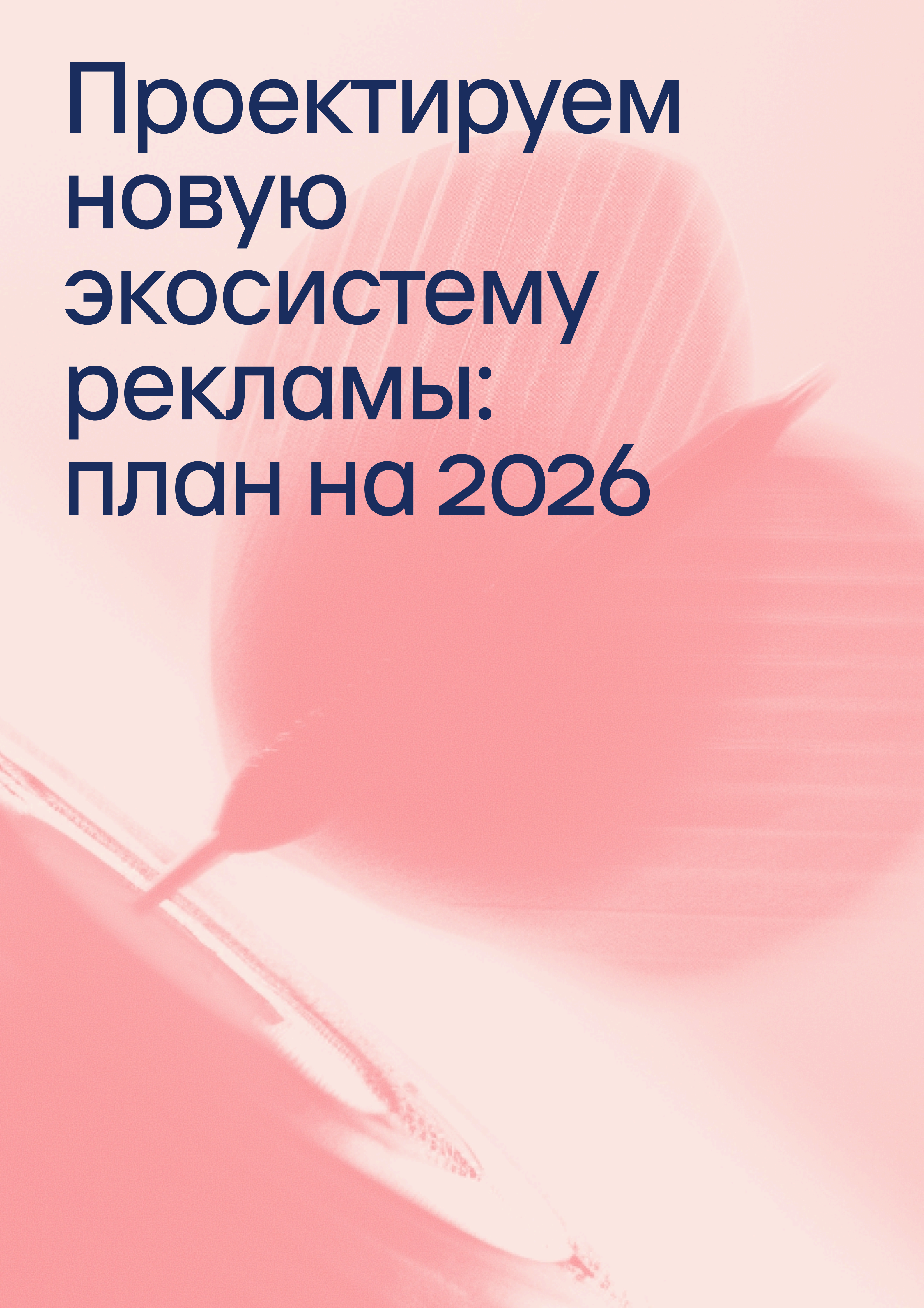
Реклама в приложении банка на основе транзакционных данных. Размещение в ленте кэшбэка, сторис и пуш-уведомлениях.

Таргетированные SMS/MMS

Прямой контакт через Big Data операторов (Open Rate до 98%). Бюджет от 1000–3000 ₽.

Programmatic (RTB)

Автоматизированная покупка показов конкретным пользователям на тысячах сайтов и в Smart TV. Ориентировочный бюджет — от 100 000 ₽.



**Проектируем
новую
экосистему
рекламы:
план на 2026**

Что делать

Ожидаемый результат

Этап 1. Диверсификация

Зафиксировать бюджет и собрать медиамикс
Распределить средства так, чтобы ни один канал не занимал >40%. Внедрить альтернативы (Авито, SberAds, DOOH).

Антихрупкость
бизнес защищен от блокировок TG/Inst и резких скачков цен в одном канале.

Этап 2. Распределение ролей

Разложить путь пользователя
Назначить каждому каналу свою роль: Охват (Дзен/DOOH), Продажи (Директ/Авито), Возврат (SMS/VK).

Системность
отсутствие «дыр» в воронке; каждый этап пути клиента под контролем.

Этап 3. Креативы

Адаптировать подходы
Пересобрать контент под разные форматы (статьи, короткие ролики, баннеры), учитывая специфику каждой площадки.

Релевантность
рост лояльности и конверсии за счет попадания в ожидания аудитории.

Этап 4. Аналитика

Смотреть глубже клика
Настроить сквозную аналитику и оценивать вклад каналов через выручку, LTV и ROMI, а не только CPL.

Эффективность
подтвержденная данными связь между рекламой и реальной прибылью бизнеса.

Этап 5. Тактика и тесты

Работать короткими циклами
Управлять системой через 2-недельные тесты гипотез. Увеличивать бюджет только в самых результативных сценариях.

Гибкость
оперативное перераспределение ресурсов в пользу самых прибыльных связей.

Примеры рабочих связок для старта

V2B и сложные услуги

- Авито — для привлечения новой аудитории и наращивания охвата.
- Яндекс ПромоСтраницы — для формирования экспертности.
- Яндекс Директ — для работы с уже сформированным спросом.

E-commerce и маркетплейсы

- Микроблогеры — для формирования доверия к продукту.
- Click-out реклама на маркетплейсах — чтобы переводить аудиторию на сайт.
- VK Реклама — чтобы возвращать заинтересованную аудиторию.

Локальный бизнес и недвижимость

- DOOH (цифровая наружная реклама) — для усиления узнаваемости в районе.
- SMS/MMS-рассылки — точно донести оффер до аудитории.

Что дальше?

Если ваша текущая система маркетинга работает нестабильно или стоимость лидов растёт, имеет смысл посмотреть на неё со стороны и пересобрать логику.

Мы можем помочь с этим. Запишитесь на аудит вашей стратегии — разберём текущую ситуацию и точки роста.

На встрече:

- Проанализируем ваши каналы трафика.
- Найдём зоны потери бюджета и узкие места в воронке.
- Подберём оптимальный медиамикс инструментов под задачи вашего бизнеса.

Оставляйте заявку любым удобным способом:

➔ order@nimax.ru

➔ [@NimaxAgencyBot](#)