

22 СЕНТЯБРЯ 2026

МОСКВА, ВДНХ

ДЕЛОВОЙ ФОРУМ И ВЫСТАВКА

БИЗНЕС ФОРС ФОРУМ 2026

Продвижение однодневного делового форума: продажа билетов через Timerad, запросы счетов от компаний, заявки спикеров, экспонентов и партнёров. Рекламные кампании работали с 29 июля по 22 сентября 2026 года.

288

целевых действий на сайте с рекламного трафика по данным Яндекс Метрики

90

переходов к покупке билета в Timerad и 12 запросов счёта по тарифам

49

B2B-заявок: спикеры, экспоненты, бронь стендов, партнёрство, видеозапись

1,17 млн

показов рекламы в Яндекс Директе и VK Рекламе

58 670

кликов по объявлениям, из них 22 839 в Яндекс Директе

853 ₽

стоимость конверсии в брендовой кампании при CR 10,9%

О ПРОЕКТЕ

Бизнес Форс Форум 2026 объединил на одной площадке шесть тематических треков, выставку решений, фестиваль рекламы и нетворкинг. Программа адресована руководителям и специалистам в сфере маркетинга, продаж, клиентского сервиса, PR и искусственного интеллекта.

Билеты продавались в четырёх тарифах: Standard, PRO, Team PRO и VIP. Покупка проходила в Timerad, для компаний была доступна оплата по счёту.

ЗАДАЧА

За восемь недель до даты проведения привлечь на сайт целевую аудиторию и обеспечить продажи билетов. Ключевая конверсия: переход к покупке билета в Timerad. Дополнительные конверсии: запрос счёта по каждому тарифу и скачивание программы.

Параллельно реклама должна была приводить заявки от спикеров, экспонентов и партнёров выставки.

**ЯНДЕКС ДИРЕКТ**

поиск, РСЯ, ретаргетинг, медиа

**VK РЕКЛАМА**

видеокампания на охват

ЯНДЕКС МЕТРИКА

цели: Timerad, счета, заявки



ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО

Поиск по трекам форума

Отдельные поисковые кампании под каждое направление программы: маркетинг и реклама (Москва и МО, Россия), ИИ и нейросети, продажи, клиентский сервис, CRM и автоматизация, деловые мероприятия Москвы.

Брендовая кампания

Отдельная кампания по названию форума с группами на кириллице, на латинице, «бренд + уточнение» и «форсайт». Она забирала самый тёплый спрос и дала лучшую стоимость конверсии в проекте.

Аудитория отраслевых событий

Кампания по запросам о других конференциях и выставках осенью: группы по ближайшим датам и по мероприятиям октября и ноября, тексты без упоминания чужих брендов.

РСЯ, ретаргетинг и медийные форматы

Кампании в РСЯ на тематических площадках о маркетинге и ИИ, ретаргетинг на посетителей сайта и на сегмент аудитории, видеообъявления, баннер на поиске, прайм-баннер и out-stream видео для охвата.

Креативы и тексты

Три линейки графических креативов в фирменном стиле форума (маркетинг, ИИ, бренд) во всех форматах сетей, видео. В текстах дата, площадка, треки и призыв купить билет.

Аналитика и оптимизация

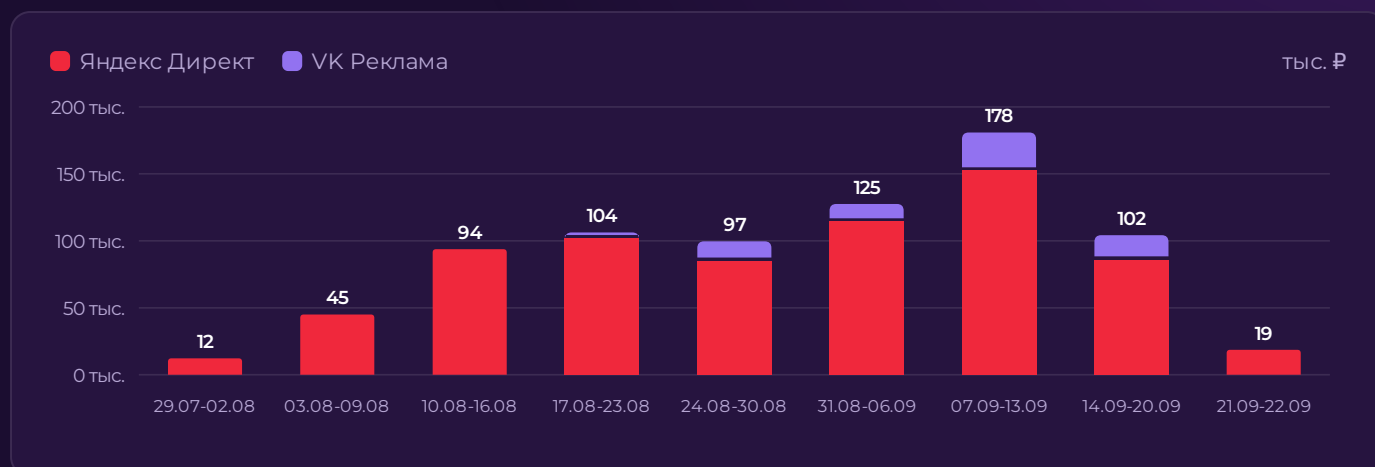
Оценка по целям Яндекс Метрики и UTM-разметка с номером кампании, группы, объявления, площадки и ключевой фразы. По мере накопления данных бюджет перераспределялся в пользу поисковых кампаний с лучшей стоимостью конверсии.

КАМПАНИИ ЯНДЕКС ДИРЕКТА

КАМПАНИЯ	КЛИКИ	РАСХОД, ₽	КОНВЕРСИИ	CPA, ₽
Маркетинг и реклама · поиск · Москва и МО	1 376	136 146	45	3 025
Брендовая кампания · поиск · РФ	384	35 847	42	853
Маркетинг и реклама · поиск · Россия	1 392	94 408	31	3 045
Трек «Продажи» · поиск	439	70 581	21	3 361
Трек «Клиентский сервис» · поиск	433	59 325	21	2 825
Деловые мероприятия Москвы · поиск	1 107	63 514	17	3 736
Ретаргетинг · РСЯ · Москва и МО	3 116	39 968	15	2 665
Маркетинг и ИИ · РСЯ, тематические площадки	2 291	32 438	15	2 163
Трек «ИИ и нейросети» · поиск	767	59 630	12	4 969
Аудитория отраслевых событий · поиск	522	54 392	9	6 044

Десять кампаний с наибольшим вкладом в конверсии. Всего в Директе 787 160 показов, 22 839 кликов, 236 конверсий, средняя стоимость конверсии 3 017 ₽.

БЮДЖЕТ ПО НЕДЕЛЯМ



КОНВЕРСИИ ДИРЕКТА ПО НЕДЕЛЯМ



Основная нагрузка на бюджет пришлась на последние четыре недели перед форумом. Лучший результат показала неделя 14-20 сентября: 43 конверсии при стоимости 1 998 ₽, это на треть ниже среднего значения по проекту. К этому моменту кампании накопили статистику, а спрос на участие в событии достиг пика.

ЦЕЛЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ НА САЙТЕ



84%

конверсий Директа дал поиск:
199 из 236 при CR 3%

10,9%

конверсия брендовой
кампании, CTR 15%, 42
конверсии

20,5%

CTR лучшего текста: «6 треков,
выставка решений и
нетворкинг за один день»

Лучшие поисковые группы

ГРУППА	CR	CPA, ₽
ИИ в клиентском сервисе	5,65%	2 083
Реклама и фестиваль, РФ	2,67%	2 615
Конференция по продажам	5,86%	2 774
Маркетинг-конференции, РФ	2,17%	2 887

Без учёта брендовой кампании.

Аудитории с лучшей отдачей

СЕГМЕНТ	КОНВ.	CR	CPA, ₽
Десктопы	142	3,43%	2 622
45-54 года	57	2,52%	1 956
Доход: топ 6-10%	49	3,78%	2 070
Доход: топ 2-5%	86	2,74%	2 759

Средний CPA по Директу 3 017 ₽.

Заголовки объявлений, которые приводили к покупке билета

ЗАГОЛОВОК	CTR	КОНВ.	CPA, ₽
Бизнес Форс Форум - официальный сайт	17,6%	23	639
Форум по маркетингу 22 сентября, Москва	7,6%	11	1 363
Бизнес Форс Форум 2026: CX и ИИ	11,1%	13	1 604
Конференция по маркетингу и ИИ 22 сентября	2,5%	11	2 039
Выставка и форум по рекламе в Москве	5,7%	18	2 711

Бренд и тематические треки

Брендовая кампания стоила всего 5% бюджета Директа, но дала 18% всех конверсий. Среди тематических направлений лучше всего отработали треки «Продажи» и «Клиентский сервис»: конверсия из клика в целевое действие около 5%, почти вдвое выше среднего по небрендовому поиску (2,6%).

Перераспределение бюджета

Первые кампании в РСЯ собирали дешёвые клики, преимущественно в мобильных приложениях, но по конверсиям не оправдали ожиданий. В первые две недели их заменили на РСЯ по отобранным тематическим площадкам и ретаргетинг, а основную долю бюджета перевели в поиск. Лучше всего конвертировались пользователи с десктопов и аудитория 45-54 лет.

ВИДЕО В VK РЕКЛАМЕ

82,5%

зрителей
досмотрели ролик
до конца

297 721

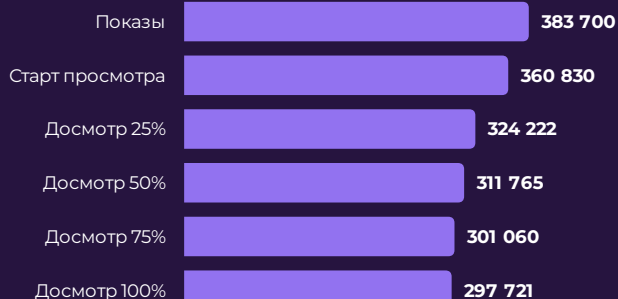
полных просмотров
видео

9,34%

CTR, 35 831 клик на
сайт

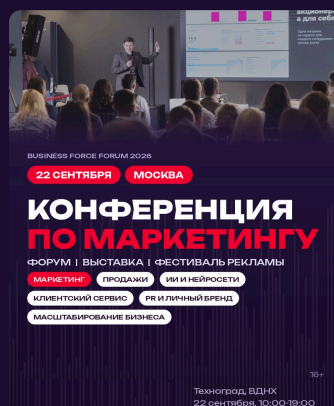
0,22 ₽

за полный просмотр,
1,85 ₽ за клик

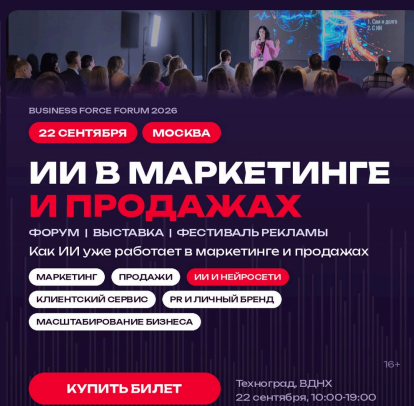


Видеокампания в VK Рекламе работала с 22 августа по 22 сентября и выполняла охватную задачу: 383 700 показов по минимальной цене, три видеообъявления. Ролики удерживали внимание: из 360 830 стартов просмотра почти 300 тысяч досмотрены до конца. Лучшее объявление дало CTR 13,1% при цене клика 1,73 ₽.

ПРИМЕРЫ КРЕАТИВОВ



Трек «Маркетинг», 4:5.
Лучший CPA среди
графики: 1 499 ₽



Трек «ИИ в маркетинге и
продажах», 1:1



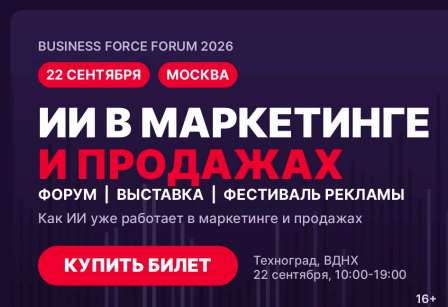
Брендовая линейка, 4:5



РСЯ, 2:3



Видеообъявление, кадр превью



Линейка «ИИ», 3:2



Брендовая линейка, 6:5