

ГАЙД ДЛЯ САМОЗАНЯТЫХ · 2025

Маркетплейсы услуг для самозанятого

Avito, Profi.ru, YouDo, Яндекс.Услуги. Без обещаний «взлететь за неделю» — только устройство платформ, шаблоны, экономика и честные минусы. Чтобы клиенты приходили, а ты не выгорал.

Объём

~90 страниц

Формат

пошаговое руководство

Тарифы актуальны на

октябрь 2025

Аудитория

самозанятые и микро-ИП в РФ

— *Практичная поддержка, без инфоцыганщины*

ВЕРСИЯ 1.0 · 2025

Содержание

01	Как устроен рынок маркетплейсов услуг в РФ	с. 6
02	Четыре главные платформы — подробно	с. 14
	2.1 Avito Услуги	
	2.2 Profi.ru	
	2.3 YouDo	
	2.4 Яндекс.Услуги	
03	Матрица: 10 ниш × 4 платформы	с. 42
04	Как составить продающее объявление	с. 48
05	Как попасть в топ выдачи	с. 56
06	Работа с заявками и 10 шаблонов	с. 62
07	Экономика: САС, выручка, комиссия	с. 70
08	Платформа в общей воронке: TG/VK и удержание	с. 76
09	Риски: скликивание, боты, фейки, серые	с. 82

10	Юридическая сторона: НПД, чек, возвраты	с. 86
11	Три гипотетических кейса	с. 90
12	Чек-лист запуска на маркетплейсе	с. 94

ПЕРЕД СТАРТОМ – ТРИ РАМКИ

Первая. Все цифры по тарифам и комиссиям в этом гайде – на октябрь 2025 года. Платформы меняют их 2–4 раза в год. Перед запуском всегда сверяйся с разделом «Тарифы» на сайте платформы.

Вторая. Ни одна платформа не «лучше» другой в вакууме. Хороший выбор зависит от ниши, города, среднего чека и того, сколько времени ты готов тратить на отклики. В разделе 3 – матрица под 10 типичных ниш.

Третья. Маркетплейс – это инструмент привлечения, а не вся бизнес-модель. Если у тебя нет своей точки контакта (Telegram, VK, простая запись) – клиент уйдёт к следующему мастеру при первом же неудобстве. Раздел 8 – про это.

Как устроен рынок маркетплейсов услуг в РФ

Что это вообще такое, кто на чём зарабатывает и почему «бесплатно разместиться» — это лукавство.

БОЛЬ

Ты пять часов сидишь и заполняешь анкеты на четырёх платформах сразу. На Avito надо «продвижение», на Profi.ru — «отклики покупаются», на YouDo — какие-то «коины», а Яндекс просит подтвердить ИНН и ждать неделю. К концу дня ты не понимаешь: ты заработал хоть что-то или ты только что подарил платформам пять часов своей жизни и тысячу рублей за «премиум-размещение».

В ЭТОЙ ГЛАВЕ

- Чем маркетплейс услуг отличается от классифайда и от каталога
- Как платформа реально зарабатывает на тебе — три модели
- Кто конкурирует за внимание клиента и почему это важно
- Что значит «горячий», «тёплый» и «холодный» лид с маркетплейса
- На какие сигналы платформа смотрит при ранжировании

1.1 Маркетплейс услуг: рабочее определение

Маркетплейс услуг — это сервис, где клиент описывает задачу или ищет мастера, а платформа сводит его с исполнителем и берёт деньги либо с одной стороны, либо с обеих. От обычной доски объявлений (классифайда)

маркетплейс отличается тем, что между клиентом и мастером есть слой алгоритмов: ранжирование, рейтинг, защита оплаты, модерация анкет. От каталога (вроде «Желтых страниц») — тем, что клиент может оставить заявку прямо внутри платформы и ему отвечают по очереди.

На практике в РФ почти все площадки — гибриды. Avito Услуги выросла из классифайда и до сих пор работает как «доска» с добавленными элементами рейтинга. Profi.ru — наоборот, изначально был сервисом подбора репетиторов и мастеров, и доска объявлений у него скорее вторична. YouDo делает ставку на «заказы» — клиент описывает задачу, исполнители откликаются. Яндекс.Услуги встроены в более широкую экосистему Яндекс.Бизнеса и карт.

1.2 Как платформа зарабатывает на тебе

Чтобы понять любую платформу, разбери её модель монетизации. Потому что именно эта модель решает, как платформа тебя ранжирует, кому отдаёт лучшие заявки и за что снимает деньги.

МОДЕЛЬ 1

Лидген

Платформа продаёт доступ к заявке. Profi.ru, YouDo (контактные данные/отклик).

МОДЕЛЬ 2

Размещение

Платишь за слот в выдаче или продвижение. Avito Услуги.

МОДЕЛЬ 3

Комиссия

Платформа берёт процент с оплаты. Реже у нас, но встречается.

Дальше эти модели смешиваются. Avito продаёт и слоты, и продвижение, и иногда — отклики. Profi.ru продаёт «контакты» (право написать клиенту) и берёт абонентскую плату. YouDo с 2023–2024 года активно тестирует и подписку, и поштучную покупку откликов. Яндекс.Услуги в основном встроены в платную карточку Я.Бизнеса и продают приоритет в выдаче.

ВАЖНО ПОНИМАТЬ

Когда платформа говорит «разместись бесплатно» — это правда, но это первый шаг воронки. На бесплатном тарифе ты обычно либо в самом низу выдачи, либо без доступа к заявкам, либо без аналитики. Чтобы получать клиентов, тебе так или иначе придётся платить — за

продвижение, за отклики или за подписку. Решай этот вопрос сразу, а не после месяца тишины.

1.3 Кто борется за клиента в твоей нише

Когда клиент в Москве ищет «маникюр на дому в Чертаново», он не сравнивает Avito и Profi.ru. Он сравнивает мастеров между собой. Поэтому твой реальный конкурент — не платформа, а другие исполнители на той же платформе в твоём районе. Это меняет всё:

- В большом городе тебе придётся бороться за топ-3 в выдаче. Кто на 5-й позиции — почти не получает заявок.
- В маленьком городе или редкой нише ты можешь быть единственным релевантным мастером — тогда платное продвижение почти не нужно, нужна нормальная карточка.
- Часть «конкурентов» — это серые исполнители без чека и без статуса. Им проще демпинговать. Это не повод опускать свою цену, но это повод объяснять в карточке, почему у тебя дороже.

1.4 Что такое «горячий», «тёплый» и «холодный» лид

Лид — это любая заявка от клиента. Они бывают разные по «температуре», и с каждой надо работать иначе.

Тип	Что это	Откуда чаще	Что делать
Горячий	Клиент уже знает, что хочет, и готов платить сейчас	Profi.ru (целевой запрос), Яндекс.Услуги (поиск)	Отвечать быстро, давать конкретику, бронировать слот
Тёплый	Клиент сравнивает 3–5 мастеров	Avito (просмотр карточек), Profi.ru	Отстраиваться: фото работ, отзывы, понятная цена

Тип	Что это	Откуда чаще	Что делать
Холодный	Клиент описал задачу в общих словах, ему пишут все	YouDo (общие задачи), часть Avito-откликов	Не тратить много времени на длинные сообщения; квалифицировать вопросом

Холодных заявок больше, конверсия с них ниже — это нормально. Горячих заявок меньше, но именно они держат твой график. Когда смотришь свою статистику, разделяй их и считай конверсию отдельно.

1.5 На что смотрит ранжирование

Конкретные веса алгоритмов платформы не раскрывают, но из публичных описаний и наблюдений видно, что почти все смотрят на одни и те же сигналы:

- 1. Скорость ответа.** Чем быстрее ты отвечаешь на новые заявки и сообщения, тем выше карточка в выдаче. На некоторых площадках это самый сильный сигнал.
- 2. Доля принятых заявок.** Если ты получаешь много откликов и не отвечаешь — ранжирование падает.
- 3. Рейтинг и отзывы.** Свежие отзывы за последние 30–90 дней важнее старых. Один негативный отзыв без ответа мастера весит больше, чем пять старых положительных.
- 4. Заполненность профиля.** Фото, описание, цены, режим работы, район — каждый блок снижает «штраф» от алгоритма.
- 5. Стаж на платформе.** Аккаунту 2 недели или 2 года — для алгоритма это разные уровни доверия.
- 6. Платное продвижение.** Поднимает позицию, но не отменяет всё остальное. Платная карточка с пустым описанием по-прежнему не работает.

ЕСЛИ ЗАВИСНЕШЬ

В первый раз вся эта механика выглядит как чёрный ящик. Это нормально. Не пытайся «разобраться во всём сразу» — выбери одну платформу, пройди по чек-листу из главы 12, и через две-три недели