

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИТ-УСЛУГИ

Реклама AI-генератора сайтов с CRM и автоматическим запуском в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, июнь 2026 · вся Россия

613 664

показов в месяц — спрос по семантике плана

143 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 55 ₽

5 523 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

237 489 ₽

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-ai-generator-saytov-s-crm-i-avtomaticheskim-zap
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
генератор сайтов	7 476	154–176
сайт с рекламой	7 446	152–161
нет денег на сайт	2 229	85–87
настройка рекламы Яндекс Директ	1 470	1 560–1 969
цена создания сайта	845	1 335–1 596
сайт долго грузится	842	104–116
сайт под ключ цена	755	702–765
заказать сайт дешево	593	161–166
сайт с CRM	456	331–466
создание сайта искусственным интеллектом	296	160–194
онлайн генератор сайтов	207	47–94
автоматическое создание сайта	186	117–163
оптимизация Яндекс Директа	158	732–871
настройка рекламы под ключ	113	405–854
AI генератор сайтов	103	88–118
генератор сайтов цена	98	83
сервис генерации сайтов	98	218
сайт по текстовому описанию	64	250
купить генератор сайтов	55	85–136
нужна CRM для сайта	37	4 861

● Сколько это стоит

143 Р

цена клика при полном охвате

5 523 Р

цена обращения
оценка до запуска

474 978 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	70%	55	5 506
РСЯ	20%	17	3 994
Ретаргетинг	10%	33	8 653

Цена обращения в строке посчитана по своему каналу — складывать столбец нельзя.

● Сценарии бюджета

что получится при разных суммах

БЮДЖЕТ, Р/МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
7 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
15 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
34 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
75 000	14	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
169 000	31	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
238 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
379 000	69	Кампания наберёт данные	1	4
475 000	86	Рабочая кампания	1	4
848 000	154	Рабочая кампания	3	16
1 899 912	344	Рабочая кампания	5	39

Расчёт по цене обращения 5 523 Р (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 237 489 Р/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Автозапуск рекламы в Яндекс.Директ горячий

Кто: Предприниматели, маркетологи, владельцы бизнеса, которые хотят запустить рекламу, но не разбираются в настройках Яндекс.Директа или тратят на это слишком много времени.

Что мешает: Сложность и непонимание настроек рекламы, боязнь ошибок и слива бюджета, отсутствие экспертизы в оптимизации.

О чём говорить: Автоматический запуск рекламы на основе вашего сайта — нейросеть сама генерирует объявления и оптимизирует ставки. Никаких посредников и ручной настройки.

AI-генератор сайтов горячий

Кто: Владельцы малого бизнеса, фрилансеры, стартапы, которые хотят создать сайт за секунды без кода и шаблонов.

Что мешает: Долгое создание сайта у студий, шаблонные конструкторы, отсутствие навыков программирования.

О чём говорить: Создайте уникальный сайт по текстовому описанию за 30 секунд. ИИ генерирует дизайн и контент специально под ваш бизнес.

Сайт с CRM для лидов горячий

Кто: Владельцы бизнеса, которые хотят автоматически собирать заявки и управлять лидами без сложных интеграций.

Что мешает: Нужно отдельно подключать CRM, теряются лиды, ручная квалификация, нет уведомлений.

О чём говорить: Встроенная CRM с квалификацией по воронке, уведомлениями в Telegram и еженедельными отчётами. Всё в одной платформе.

Комплексное решение сайт+реклама+CRM горячий

Кто: Предприниматели, которые хотят получить готовый инструмент для лидогенерации без связки нескольких сервисов.

Что мешает: Используют разные инструменты (конструктор + CRM + реклама), тратят время на интеграцию, данные разрозненны.

О чём говорить: Одна платформа вместо трёх: создайте сайт, запустите рекламу и управляйте лидами в едином интерфейсе. Экономия времени до 70%.

Дешёвый старт / бесплатный конструктор тёплый

Кто: Предприниматели с ограниченным бюджетом, студенты, тестировщики бизнес-идей, ищущие бесплатное или дешёвое решение.

Что мешает: Высокие цены на конструкторы (Tilda, Wix), дорого заказывать у студий, не хотят платить до получения первых результатов.

О чём говорить: Начните бесплатно — за регистрацию. Получите на баланс и бесплатный поддомен. Платите только когда пойдут лиды.

Проблемы с настройкой рекламы / оптимизация тёплый

Кто: Владельцы сайтов, которые уже запускали рекламу, но получают мало заявок или тратят слишком много из-за сложности оптимизации.

Что мешает: Высокая стоимость клика, низкая конверсия, непонимание как улучшить показатели, потеря времени на ручную оптимизацию.

О чём говорить: Доверьте оптимизацию ИИ: система тестирует объявления, управляет ставками и анализирует конверсию. Получайте максимум лидов при минимальном бюджете.

■ Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Целевая стратегия	Максимум конверсий
Когда переключаться	Когда кампания набирает 10 конверсии в неделю и держит их две недели подряд — алгоритму хватает данных, и стратегию переводят на «Максимум конверсий».
Каналы	Поиск, РСЯ и ретаргетинг — разными кампаниями
Что считаем обращением	Заявка на создание сайта, Звонок с сайта

■ Что отсекаем минус-словами

скачать приложение бесплатно руководство инструкция обучение курс самостоятельно

вручную своими руками ручная tilda wix wordpress вордпресс бесплатный установить

программа софт настроить самому apk урок видео шаблон тильда викс вакансии

работа диплом реферат

■ Слова, которыми кампании разводят между собой

Разновидности товара разносят по отдельным группам, чтобы объявление отвечало запросу точно: в своей группе такое слово — минус, в соседней — главное слово.

создать сайт конструктор лендинг

Спрос и продвижение AI-генератора сайтов с CRM и автоматическим запуском: сколько ищут и какими словами

В июне 2026 года в Яндексе по запросам, связанным с AI-генератором сайтов с CRM и автоматическим запуском, было 613 664 показа и 30 684 клика. Самый заметный пласт спроса — готовность заменить студию и конструктор: «генератор сайтов» набирает 7 476 показов в месяц, «сайт с рекламой» — 7 446, «сайт с CRM» — 456. Плюс отдельная группа ищет технологии: «создание сайта искусственным интеллектом» — 296 показов, «AI генератор сайтов» — 103, «автоматическое создание сайта» — 186. Часть запросов показывает ограниченный бюджет: «нет денег на сайт» — 2 229 показов, «сайт под ключ цена» — 755, «заказать сайт дешево» — 593. Здесь объявление должно отвечать на вопрос цены и давать дешёвую точку входа. Есть и обходной спрос от владельцев готовых, но неудобных сайтов: «сайт долго грузится» — 842 показа. Людям можно показать объявление о создании быстрого сайта за 30 секунд. Наконец, «настройка рекламы Яндекс Директ» — 1 470 показов и «оптимизация Яндекс Директа» — 158: авторы этих запросов уже пробовали рекламу и устали настраивать её вручную.

Сколько стоит реклама AI-генератора сайтов с CRM и автоматическим запуском

При полном охвате цена клика в тематике AI-генератора сайтов с CRM и автоматическим запуском — 143 ₽. Цена обращения (заявки или звонка) — 5 523 ₽. Это оценка по отраслевому бенчмарку. По отдельным запросам ставка входа в аукцион может быть значительно выше: «настройка рекламы Яндекс Директ» — от 1 560 до 1 969 ₽, «цена создания сайта» — от 1 335 до 1 596 ₽. Но списывается не ставка входа, а фактический результат аукциона, поэтому плановая цена клика остаётся 143 ₽. Для работы автостратегии по заявкам нужна статистика: 10 конверсий в неделю. При цене обращения 5 523 ₽ получается недельный бюджет обучения 55 230 ₽, месячный — 237 489 ₽. Это минимальная сумма, при которой кампания может набрать данные. Сервис позволяет выставить и 3 000 ₽ в месяц, но на таком уровне алгоритм не обучится: по прогнозу это меньше одной заявки в неделю, и цена обращения вырастет. С запасом работает бюджет 474 978 ₽ в месяц: он вдвое выше порога обучения и оставляет пространство для РСЯ и ретаргетинга.

Как настроить Яндекс Директ для AI-генератора сайтов с CRM и автоматическим запуском: структура кампаний

Поиск, РСЯ и ретаргетинг нужно вести разными кампаниями. У поиска и сетей разная цена обращения и разное поведение аудитории: по запросу «генератор сайтов» человек уже готов выбирать, а в РСЯ вы догоняете тех, кто ещё сомневается. Если объединить каналы, алгоритм начнёт экономить на поиске и перелёт бюджет в дешёвые показы. В рабочем плане распределение такое: поиск — 70% бюджета, РСЯ — 20%, ретаргетинг — 10%. Начинать лучше с поиска: он закрывает прямой спрос и даёт первые заявки. Когда бюджет вырос настолько, что поисковый спрос почти выбран (потолок — 4 387 812 ₽ в месяц), добавляйте РСЯ отдельной кампанией для охвата и ретаргетинг для возврата посетителей. Внутри поисковой кампании нельзя отключить автотаргетинг — Яндекс требует активной категории. Поэтому ограничьте категории автотаргетинга темами продукта: создание сайтов, автоматическая реклама, CRM. И обязательно добавьте минус-слова, чтобы автоподбор не уводил на запросы «создать сайт бесплатно», «лендинг конструктор», «wordpress шаблон».

Как продавать AI-генератор сайтов с CRM и автоматическим запуском через Яндекс Директ: запросы и объявления

Основа семантики — прямые запросы на автоматизацию: «генератор сайтов» (7 476 показов), «сайт с рекламой» (7 446), «сайт с CRM» (456), «создание сайта искусственным интеллектом» (296).

объявления и посадочные страницы. Запросы со словом «цена» — «цена создания сайта» (845) и «сайт под ключ цена» (755) — тоже целевые: человек сравнивает ваш сервис со студиями. Но тут важно дать в объявлении конкретику цены или бесплатного старта. Минус-слова делятся на четыре группы:

- бесплатные и DIY-решения: «скачать», «бесплатно», «своими руками», «самостоятельно», «вручную»;
- конструкторы и CMS: «tilda», «wix», «wordpress», «тильда», «викс», «вордпресс», «шаблон»;
- обучение и развлечение: «курс», «обучение», «урок», «видео»;
- непрофильные служебные: «вакансия», «работа», «диплом», «реферат». Отдельно минусуйте общие запросы «создать сайт», «конструктор», «лендинг»: без уточнения про AI и CRM они приведут нецелевой трафик.

Что писать в объявлениях об AI-генераторе сайтов с CRM и автоматическим запуском

Используйте три проверенных угла. Первый — скорость: «Сайт за 30 секунд без студии и кода»; «Не ждите сайт месяц — получите его за минуту». Второй — автоматизация рекламы: «AI сам настроит Яндекс Директ: без фрилансеров и ручной работы»; «Реклама запускается автоматически и ведёт заявки в CRM». Третий — комплексность: «Сайт, CRM и реклама в одном окне — экономьте до 70% времени на интеграциях». Для сегмента с маленьким бюджетом делайте акцент на бесплатном старте: «Начните бесплатно, платите только за заявки». Избегайте пустых обещаний — вместо них конкретная выгода: «AI-генератор делает сайт и рекламу за минуты — вы получаете заявки без ручной настройки».

Что измерять до запуска AI-генератора сайтов с CRM и автоматическим запуском

В счётчике целей должны стоять «Заявка на создание сайта» и «Звонок с сайта». Без них Яндекс не поймёт, какое действие считать целевым, и автостратегия не сможет переключиться с максимума кликов на максимум конверсий. Пока заявок меньше 10 в неделю, алгоритму нужны промежуточные сигналы: клик по кнопке «Заказать», переход на страницу «Цены», скролл до блока с преимуществами. Их тоже отправляйте в счётчик. По предварительной оценке конверсия в нише — около 1%: из ста визитов на сайт одна заявка. Поэтому нельзя судить об эффективности по числу кликов: без целей вы не увидите, какой запрос и объявление приносят именно заявки. Настройка целей — первый шаг, а не пункт «потом».

Типичные ошибки: AI-генератор сайтов с CRM и автоматическим запуском

- Запускать поиск и РСЯ в одной кампании: алгоритм отдаёт бюджет дешёвым показам, и поисковые заявки по «генератору сайтов» дорожают.
- Начинать с бюджета ниже 55 230 ₽ в неделю: кампания не наберёт 10 заявок для обучения, заявки приходят нерегулярно.
- Не ставить цели «Заявка на создание сайта» и «Звонок с сайта» до запуска — без них стратегия не видит результата.
- Не добавлять минус-слова «бесплатно», «tilda», «wix», «курс» — реклама уходит на аудиторию, которая не платит.
- Использовать автотаргетинг без ограничения категорий — алгоритм начинает показывать объявления по «лендингу» и «конструктору».

Чек-лист перед запуском

1. Настроить цели в счётчике: «Заявка на создание сайта», «Звонок с сайта».
2. Создать отдельные кампании: поиск, РСЯ, ретаргетинг.

3. В поисковой кампании ограничить автотаргетинг тематическими категориями и добавить минус-слова из списка.
4. Выставить недельный бюджет не ниже 55 230 ₽, чтобы кампания набрала 10 заявок и обучилась.
5. Подготовить объявления с выгодами «сайт за 30 секунд», «AI настраивает рекламу», «CRM встроена».

● Вопросы владельцев бизнеса

С чего начать продвижение AI-генератора сайтов с CRM и автоматическим запуском в Яндексе?

Настройте цели и запустите поисковую кампанию по запросам «генератор сайтов», «сайт с рекламой», «сайт с CRM». Цена клика при полном охвате 143 ₽, цена обращения 5 523 ₽. Для обучения нужно 10 заявок в неделю, значит бюджет — 55 230 ₽ в неделю.

Сколько стоит реклама AI-генератора сайтов с CRM и автоматическим запуском?

Цена клика при полном охвате — 143 ₽, цена обращения — 5 523 ₽. Чтобы кампания обучилась, требуется 55 230 ₽ в неделю или 237 489 ₽ в месяц.

Как продавать AI-генератор сайтов с CRM и автоматическим запуском через Яндекс Директ при ограниченном бюджете?

С бюджетом 34 000–75 000 ₽ в месяц кампания даст 6–14 заявок, но 10 заявок в неделю не наберёт, поэтому алгоритм будет учиться неточно. Запускайте только поиск по самым горячим запросам, а по мере роста бюджета добавляйте РСЯ и ретаргетинг.

Почему поиск и РСЯ надо разделять в рекламе AI-генератора сайтов с CRM и автоматическим запуском?

У поиска и сетей разная цена обращения. В одной кампании бюджет утекает в дешёвые показы РСЯ. В рабочем плане 70% бюджета идёт на поиск, 20% — на РСЯ, 10% — на ретаргетинг.

Какие запросы брать для объявлений об AI-генераторе сайтов с CRM и автоматическим запуском?

Берите «генератор сайтов» — 7 476 показов, «сайт с рекламой» — 7 446, «цена создания сайта» — 845, «создание сайта искусственным интеллектом» — 296. Минусуйте «бесплатно», «tilda», «wix», «курс».

Без чего запуск рекламы AI-генератора сайтов с CRM и автоматическим запуском бессмыслен?

Без настроенной цели «Заявка на создание сайта» или «Звонок с сайта» алгоритм не поймёт, что считать продажей. Конверсия в нише оценивается в 1%, поэтому без точного счётчика вы не увидите, какие объявления приводят заявки.

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, kupaslova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «AI-генератор сайтов с CRM и автоматическим запуском», 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.