

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ

Реклама аккумуляторных садовых инструментов в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

1 028 279

показов в месяц — ёмкость спроса

75 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 9 ₽

215–572 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

14 749 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

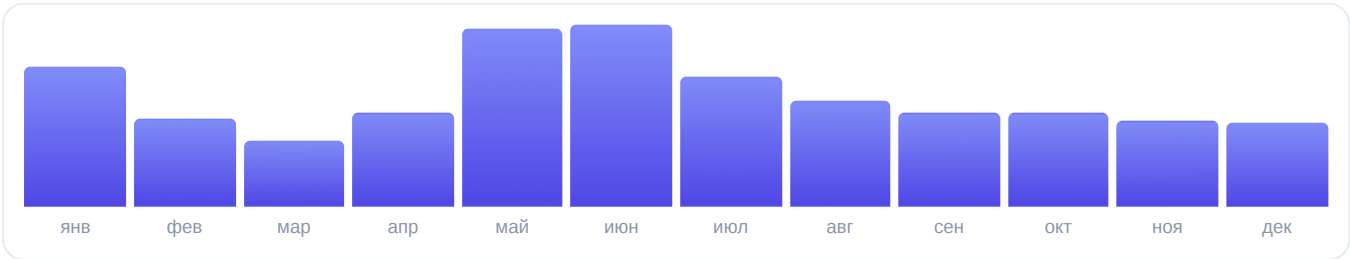
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-akkumulyatornye-sadovye-instrumenty
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
аккумуляторный триммер	556 099	44–46
аккумуляторный шуруповерт	163 119	44–46
аккумуляторная газонокосилка	131 181	76–83
аккумуляторный опрыскиватель	116 767	34–37
аккумуляторная цепная пила	112 602	40–44
аккумуляторный гайковерт	91 053	37–40
аккумуляторный триммер купить	76 085	40–42
аккумуляторная болгарка	74 550	38–39
аккумуляторный кусторез	60 832	49–52
greenworks триммер	58 792	78–85
аккумуляторная дрель	53 793	70–77
аккумуляторный насос	51 764	38–40
купить мойку высокого давления	49 047	51–55
мойка высокого давления купить	49 047	51–55
аккумуляторный фонарь	41 560	36–40
газонокосилка Greenworks	39 477	120–130
аккумуляторный культиватор	39 352	35–38
аккумуляторный шуруповерт купить	38 644	38–39
аккумуляторный перфоратор	34 305	51–57
лучший аккумуляторный триммер	31 721	27–28

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 1 275 066, февраль — 812 340, март — 616 967, апрель — 874 037, май — 1 634 964, июнь — 1 665 812, июль — 1 192 804, август — 976 865, сентябрь — 874 037, октябрь — 863 754, ноябрь — 802 058, декабрь — 760 926 показов.

● Сколько это стоит

75 ₽

цена клика при полном охвате

343 ₽

цена обращения
оценка до запуска

29 498 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	68%	9	375
РСЯ	32%	3	292

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

● Сценарии бюджета

что получится при разных суммах

БЮДЖЕТ, ₽ /МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	15	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	23	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
12 000	35	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
15 000	44	Кампания наберёт данные	1	4
19 000	55	Кампания наберёт данные	1	4
30 000	87	Рабочая кампания	1	4
47 000	137	Рабочая кампания	3	16
75 000	219	Рабочая кампания	3	16
117 992	344	Рабочая кампания	5	135

Расчёт по цене обращения 343 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндексa нужно 10 обращений в неделю на обучение — 14 749 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Снегоуборщики Greenworks 82V горячий

Кто: Владельцы загородных домов и дач, ищущие мощный аккумуляторный снегоуборщик для больших площадей

Что мешает: Нужен надёжный снегоуборщик без бензина и проводов, способный справиться с обильными осадками

О чём говорить: доставкой и консультацией

Воздуходувы Greenworks горячий

Кто: Дачники и садоводы, убирающие листву и мусор на участке

Что мешает: Проводные модели путаются, бензиновые – шумные и тяжёлые; нужен лёгкий мощный аккумуляторный вариант

О чём говорить: Беспроводные воздуходувы Greenworks: ручные и ранцевые, с быстрой доставкой

Газонокосилки Greenworks горячий

Кто: Владельцы газонов, желающие ухаживать за травой без шума, выхлопа и розетки

Что мешает: Бензиновая косилка тяжела в обслуживании, электрическая ограничена проводом – нужна свобода и лёгкость

О чём говорить: Аккумуляторные газонокосилки Greenworks: тихие, экологичные, готовы к работе – официальная гарантия

Триммеры Greenworks горячий

Кто: Садоводы, подравнивающие траву вдоль заборов и клумб

Что мешает: Проводной триммер мешает манёвру, бензиновый – лишний вес и выхлоп; хочется удобный беспроводной инструмент

О чём говорить: Лёгкие и мощные аккумуляторные триммеры Greenworks: идеальны для женских и пожилых рук, с доставкой

Цепные пилы Greenworks горячий

Кто: Дачники и домашние мастера, заготавливающие дрова или опиливающие деревья

Что мешает: Нужна пила без возни с топливной смесью и свечами, работающая в любой точке участка

О чём говорить: Аккумуляторные цепные пилы Greenworks: всегда готовы к работе, безопасны и просты

Шурупверты Greenworks горячий

Кто: Домашние мастера и строители для сборки мебели, ремонта, крепежа

Что мешает: Нужен надёжный аккумуляторный шуруповёрт с хорошей ёмкостью батареи, чтобы не менять инструмент каждый сезон

О чём говорить: Оригинальные шурупверты Greenworks: мощные, долгая работа без подзарядки, гарантия производителя

● Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Когда переключаться	После настройки цели в Метрике и набора ≥ 10 конв/нед → конверсионная стратегия.
Каналы	Поиск и РСЯ — разными кампаниями
Что считаем обращением	Покупка (завершение заказа), Звонок с сайта
Без чего запускать бессмысленно	Для минимального измерения конверсий используйте отслеживаемый номер телефона (через коллтрекинг Яндекс.Метрики или подмену номера). Добавьте СТА-кнопку 'Позвоните менеджеру для консультации' — клик по ней будет считаться микроцелью, а сам звонок — макроконверсией.

● Что отсекаем минус-словами

бесплатно	обучение	вакансия	курсы	скачать	торрент	реферат	курсовая	диплом
вакансии	резюме	своими руками	бу	б у				

Спрос и продвижение аккумуляторных садовых инструментов: сколько ищут и какими словами

Пользователи Яндекс Директа за месяц набирают около 1 028 279 запросов на аккумуляторные садовые инструменты и кликают по ним 51 414 раз. Самая частая формулировка — «аккумуляторный триммер», её ищут 556 099 раз в месяц. Следом идут «аккумуляторный шуруповёрт» (163 119), «аккумуляторная газонокосилка» (131 181), «аккумуляторный опрыскиватель» (116 767) и «аккумуляторная цепная пила» (112 602). Это коммерчески горячие запросы: человек уже знает, какой инструмент ему нужен. Спрос сильно зависит от сезона. Пик зафиксирован в июне — коэффициент 1,37 от среднего месяца. В мае тоже высокий сезон (1,14), в январе — дополнительный всплеск (0,89). В июле, который сейчас идёт, спрос на уровне 0,83 — примерно на 17% ниже среднего. Самое низкое — в марте (0,43) и декабре (0,53). Планируя рекламу аккумуляторных садовых инструментов, учитывайте, что в июле-сентябре спрос падает, и не рассчитывайте на высокую конверсию без специальных предложений.

Кто покупает аккумуляторные садовые инструменты: владельцы домов и дач

Среди аудитории аккумуляторных садовых инструментов выделяется сегмент покупателей снегоуборщиков Greenworks 82V — это владельцы загородных домов и дач, которые ищут мощный аккумуляторный снегоуборщик для больших площадей. Их боль — «нужен надёжный снегоуборщик без бензина и проводов, способный справиться с обильными осадками». Они находятся на горячей стадии решения: готовы купить, но им нужен конкретный аргумент, почему стоит заказать именно у вас. Кроме снегоуборщиков, высокий спрос на триммеры, газонокосилки и другой садовый инвентарь означает, что аудитория — люди с участком, которые выбирают аккумуляторные модели ради удобства и экологичности. В поисковых запросах видно разделение на информационные и коммерческие. Например, «лучший аккумуляторный триммер» набирают 31 721 раз, а «аккумуляторный триммер купить» — 76 085. Это разные сегменты: первым нужно показать рейтинги и сравнения, вторым — цену и наличие.

Сколько стоит реклама аккумуляторных садовых инструментов: цена клика, заявки и бюджет

Средняя цена клика в тематике — 9 рублей. Но стоимость варьируется по запросам: за клик по «аккумуляторной газонокосилке» придётся отдать 76–83 рубля, по «аккумуляторному триммеру» — 44–46, а по запросу «аккумуляторная мойка высокого давления» — всего 31–35. Цена обращения (заявки или звонка) в среднем — 343 рубля, при разбросе от 215 до 572 рублей. Цифра ориентировочная, потому что реальная конверсия пока не подтверждена. Чтобы реклама аккумуляторных садовых инструментов работала на полную, алгоритмам Яндекса нужно накопить обучающую статистику — минимум 10 конверсий в неделю. При средней цене обращения 343 рубля такой объём потребует месячного бюджета около 14 749 рублей. Это нижняя граница: кампания начнёт учиться, но автоматические стратегии будут работать неточно. Чтобы получать стабильные результаты и подключить все инструменты, закладывайте минимум 30 000 рублей в месяц. При бюджете 47 000 рублей реклама выходит на полную мощность: за неделю прогнозируется около 32 заявок, и появляется возможность дробления кампаний по направлениям.

Как настроить Яндекс Директ для аккумуляторных садовых инструментов: структура кампаний

В нише аккумуляторных садовых инструментов основную часть трафика приносит поиск — 68% против 32% у РСЯ (рекламной сети Яндекса). Поэтому на старте сосредоточьтесь на поисковых кампаниях по

догоняющий показ и работает дешевле (средний клик 3 рубля против 9 на поиске). При больших бюджетах — от 47 000 рублей — добавляются ретаргетинг (показ тем, кто уже заходил на сайт), товарная кампания, автотаргетинг и аудиторные сегменты. Кампании для поиска и сетей нужно запускать отдельно: у них разные механики и цели. На начальном этапе используйте стратегию с оплатой за клики, так как переход на оптимизацию по конверсиям возможен только после накопления статистики. Разделяйте кампании по типам инструментов: триммеры, газонокосилки, цепные пилы — так вы сможете точнее управлять ставками и сообщениями.

Семантика для аккумуляторных садовых инструментов: горячие запросы и минус-слова

Основу семантики составляют запросы с названием инструмента и словом «аккумуляторный»: триммер, шуруповерт, газонокосилка, опрыскиватель, цепная пила, гайковерт, болгарка, кусторез, дрель, насос, культиватор. Это гарантирует, что клик получит человек, который ищет именно аккумуляторную технику, а не сетевую или бензиновую. Обязательно включите запросы с «купить», так как они показывают готовность к покупке. Брендовые запросы, например «greenworks триммер», выносите в отдельную кампанию — их конверсия выше. Минус-слова отсекают нерелевантные намерения: «ремонт», «схема», «своими руками», «запчасти», «б/у», «отзывы», если вы не работаете с информационным трафиком. Отдельное внимание — запросы на аккумуляторы («аккумулятор Greenworks»): пользователь ищет батарею, а не полный инструмент. Запросы лучше исключить или создать отдельную кампанию для запчастей.

Что писать в объявлениях для аккумуляторных садовых инструментов

Исходя из более аудитории, ключевые преимущества, которые стоит отразить в объявлениях — «без бензина и проводов», «мощность», «справится с обильными осадками». Используйте формулировки в заголовках и текстах. Если вы официальный продавец (как в примере с Greenworks), пишите «официальный магазин» и «оригинал» — это повышает доверие. Укажите конкретную модель и её характеристики, например, «аккумуляторный триммер Greenworks 40V», если такие данные есть. В объявлении должна быть конкретика: какой инструмент, какая мощность, что в комплекте. Избегайте общих фраз: называйте конкретную модель, мощность и комплектацию — лучше точный товар и его выгода.

Какие метрики считать в рекламе аккумуляторных садовых инструментов

Без настройки отслеживания заявок запуск рекламы бессмысленен: алгоритмы Яндекса не смогут оптимизироваться, а вы — понять, окупается ли канал. Минимум, что нужно настроить — цели в Метрике: заявки, звонки, добавления в корзину. Основные метрики: цена обращения (CPL), доля рекламных расходов (ДРР) и средний чек. Ориентировочная конверсия по тематике — 2,5%, но она не подтверждена, поэтому ваша реальная цифра может отличаться. Чтобы оценить, при каком бюджете кампания выгодна, ориентируйтесь на комфортный чек 3 430 рублей и норму ДРР 10%: тогда допустимая цена обращения — около 343 рубля. Если цена обращения выше, ищите причины: слабые объявления, нерелевантные запросы или неоптимизированную страницу товара.

Типичные ошибки: аккумуляторные садовые инструменты

- Запускать рекламу с бюджетом 3 000–12 000 рублей в месяц: кампания не получит достаточного количества конверсий (2–8 заявок в неделю) для обучения алгоритмов, и цена заявки будет выше средней.
- Использовать одни и те же объявления для разных типов инструментов (триммер и газонокосилка) — у товаров разная аудитория и разная цена клика.

- Игнорировать сезонность: рекламировать снегоуборщики летом по высоким ставкам, когда спрос на них почти нулевой, вместо того чтобы переносить бюджет на триммеры и газонокосилки.
- Не исключать из кампании запросы на аккумуляторы и запасные части: они приведут нецелевые клики.
- Запускать сразу РСЯ без поиска — теряете 68% горячего поискового трафика.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать семантику по всем типам аккумуляторных садовых инструментов, обязательное слово «аккумуляторный».
2. Выделить коммерческие запросы с «купить» в отдельную группу для повышения конверсии.
3. Настроить цели Яндекс.Метрики (заявка, звонок, корзина).
4. Подготовить объявления с конкретным названием товара и преимуществами «без бензина и проводов».
5. Установить месячный бюджет минимум 14 749 рублей для обучения, для стабильной работы — от 30 000.

■ Вопросы владельцев бизнеса

Сколько стоит реклама аккумуляторных садовых инструментов в Яндекс Директе?

Средняя цена клика по тематике — 9 рублей, цена обращения — 343 рубля. Для обучения алгоритмов нужно минимум 14 749 рублей в месяц, а для стабильной работы — от 30 000 рублей.

Какие запросы чаще всего задают покупатели аккумуляторных садовых инструментов?

Самые частые запросы: «аккумуляторный триммер» (556 099 показов), «аккумуляторный шуруповёрт» (163 119), «аккумуляторная газонокосилка» (131 181).

Когда лучше запускать рекламу аккумуляторных садовых инструментов?

Пик спроса — июнь (коэффициент 1,37), в мае и январе тоже высокие значения. В июле спрос ниже среднего, поэтому в это время ставки нужно снижать и предлагать акции.

Как настроить Яндекс Директ для аккумуляторных садовых инструментов?

Начните с поисковых кампаний по горячим запросам, разделяя по типам инструментов. При бюджете от 15 000 рублей добавьте РСЯ, от 47 000 — ретаргетинг и товарные кампании.

Какие минус-слова использовать для аккумуляторных садовых инструментов?

Минусуйте «ремонт», «своими руками», «запчасти», «б/у», «отзывы», «аккумулятор для» — если вы продаёте готовые инструменты, запросы не принесут заявок.

Почему реклама аккумуляторных садовых инструментов может не приносить заявок?

Скорее всего, бюджет ниже порога обучения (14 749 рублей в месяц) или не настроены цели. Проверьте также минус-слова и релевантность объявлений.

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, kupislova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «аккумуляторные садовые инструменты», 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.