

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИТ-УСЛУГИ

Реклама автоматизации Яндекс Директ в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

9 169

показов в месяц — ёмкость спроса

353 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном
бюджете — от 208 ₽

5 093–13 581 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

350 407 ₽

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-avtomatizaciya-yandexs-direkt
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
настройка яндекс директ	4 543	2 745–7 951
настройка рекламы в яндексе	1 315	2 582–4 798
настройка контекстной рекламы	584	2 423–5 149
ведение яндекс директ	259	2 114–4 813
управление рекламными кампаниями	240	884–1 000
платформа для контекстной рекламы	173	389
настройка кампаний яндекс директ	167	1 614–3 009
управление яндекс директ	150	259–387
яндекс директ под ключ	123	2 854–3 457
настройка рекламной кампании яндекс	116	1 706–3 819
сервис для яндекс директ	101	210–778
ведение контекстной рекламы	98	1 013–2 703
заказать настройку яндекс директ	90	2 033–3 898
автоматический яндекс директ	84	127–3 015
управление контекстной рекламой	68	276–993
контекстная реклама управление	68	276–993
настройка и ведение директ	67	1 164–3 294
настройка и ведение яндекс директ	60	1 223–3 148
настройка яндекс директ цена	49	4 508–5 836
инструмент для яндекс директ	47	342

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 4 676, февраль — 5 226, март — 38 418, апрель — 7 335, май — 6 143, июнь — 6 418, июль — 7 702, август — 8 252, сентябрь — 6 602, октябрь — 6 418, ноябрь — 5 593, декабрь — 7 152 показов.

● Сколько это стоит

353 Р

цена клика при полном охвате

8 149 Р

цена обращения
оценка до запуска

700 814 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	100%	208	8 149

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
5 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
13 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
22 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
36 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
60 000	7	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
98 000	12	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
161 674	20	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 8 149 Р (измерено частично, по счётчику Метрики). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 350 407 Р/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Автоматическое ведение Директа горячий

Кто: Бизнесы, ищущие готовое решение для ведения рекламы без ручного участия

Что мешает: Дорогие агентства или неэффективное ручное управление

О чём говорить: Платформа с комиссией 4% и экспертной проверкой

Делегирование Яндекс Директа горячий

Кто: Кто хочет передать ведение рекламы профессионалам

Что мешает: Нет экспертизы или времени вести самостоятельно

О чём говорить: 20-летний опыт агентства в продукте для малого бизнеса

Бесплатный аудит сайта тёплый

Кто: Рекламодатели, желающие проверить готовность сайта к рекламе

Что мешает: Неуверенность в эффективности сайта для рекламы

О чём говорить: без обязательств и регистрации

Платформа автоматизации Директа тёплый

Кто: Ищущие инструмент для управления рекламными кампаниями

Что мешает: Сложность управления и оптимизации вручную

О чём говорить: Единая платформа с понятным дашбордом и контролем расхода

Оптимизация расходов в Директе тёплый

Кто: Те, кто столкнулись с перерасходом бюджета или дорогими лидами

Что мешает: Слив бюджета, высокая стоимость лида

О чём говорить: Автоматическая оптимизация кампаний и перераспределение бюджета

Автоматизация рутины в Директе тёплый

Кто: Занятые владельцы, уставшие от ручного управления

Что мешает: Нехватка времени, рутинные задачи

О чём говорить: остальное — автоматическое ведение

■ Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум конверсий
Когда переключаться	При выходе на ≥ 10 конв/нед — обучение стабилизируется; далее оплата за конверсии/ДРР по траектории.
Каналы	Только Поиск, сети выключены
Что считаем обращением	Оплата (подтверждено), Заявка (отправка формы)
Без чего запускать бессмысленно	Подключить колтрекинг, настроить отслеживаемый номер телефона (например,) и добавить цель 'Звонок' – тип цели: событие, условие: клик по кнопке звонка или длительность звонка более 30 секунд. Также разместить СТА «Позвоните менеджеру для консультации» на видном месте.

■ Что отсекаем минус-словами

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

Продвижение автоматизации Яндекс Директ: спрос и сезонность

Услуги, связанные с автоматизацией и настройкой Яндекс Директа, ищут стабильно: в месяц по всем релевантным запросам — 9169 показов и 458 кликов. Ядро спроса составляют точные формулировки с намерением заказать: «настройка яндекс директ» даёт 4543 показа, «настройка рекламы в яндексе» — 1315, «настройка контекстной рекламы» — 584. Отдельно выделяется автоматизация: «автоматический яндекс директ» (84 показа), «платформа для контекстной рекламы» (173), «программа для яндекс директ» (41).

Спрос сильно сезонный. В марте количество показов взлетает до 19622 — в 4 раза выше среднего. Летом спрос падает до 2384–4218 показов. Сейчас, в июле, сезонность на уровне 0,43 от марта, поэтому лучшее время для подготовки кампаний к мартовскому пику и отработки связей.

Кто ищет услуги автоматизации Яндекс Директа и на какой стадии решения

По структуре аудитории выделяются три группы. Первая — компании, которые хотят автоматизировать ведение Директа и избавиться от ручного управления. Это горячие клиенты: их беспокоят высокие бюджеты агентств и неэффективность ручной работы. Вторая группа — предприниматели, готовые делегировать ведение рекламы подрядчику, потому что у них нет времени и экспертизы. Они тоже находятся на стадии активного поиска.

Третья группа — те, кто сомневается в готовности своего сайта к рекламе. Они ищут бесплатный аудит. Это тёплые лиды, которым нужно предложить быструю проверку и плавно подвести к заказу. Все группы работают в B2B-сегменте со средним чеком, поэтому в рекламе важно говорить о выгоде и снимать возражения о цене.

Сколько стоит реклама автоматизации Яндекс Директа: клики, заявки и бюджет

Средняя цена клика в поиске по тематике — 208 рублей. Но по коммерческим запросам цена клика доходит до 2745–7951 рублей на «настройка яндекс директ» и 2582–4798 рублей на «настройка рекламы в яндексе». Средняя цена обращения (заявки) — 8149 рублей, при разброс от 5093 до 13581 рубля.

Чтобы автоматические стратегии Яндекса начали работать, система требует не менее 10 конверсий в неделю для обучения. При цене обращения 8149 рублей это означает недельный бюджет около 81 490 рублей и месячный — 350 407 рублей. Для большинства малых и средних рекламодателей такие бюджеты неподъёмны, поэтому на старте можно обойтись стратегией «на клики» и ручным управлением ставками. Но тогда заявка будет дороже, и нужно быть готовым к тому, что без обучения алгоритмов эффективность низкая. Бюджеты до 95 000 рублей в месяц дают меньше трёх обращений в неделю — по правилам Яндекса недостаточно для обучения.

Как настроить Яндекс Директ для автоматизации Яндекс Директа: структура кампаний

В тематике работает только поиск: люди вводят нужные слова, а не просматривают баннеры. Рекламная сеть Яндекса и товарные объявления спрос не добирают, поэтому на них не стоит тратить бюджет. Структура кампании должна быть разделена по типу услуги. Например, отдельная кампания для запросов «настройка яндекс директ», отдельная — для «ведение яндекс директ», ещё одна — для «автоматизация яндекс директ». Это позволяет управлять ставками отдельно: на настройку лиды дешевле, на ведение — дороже.

Исходя из этого, подбор ключевых слов не рекомендуется: спрос в нише обращения (всего 95 264

списки фраз и распределить их по группам.

Как рекламировать автоматизацию Яндекс Директ: что писать в объявлениях

Основу семантики составляют фразы с коммерческим намерением: «настройка яндекс директ», «заказать настройку яндекс директ», «настройка и ведение яндекс директ», «яндекс директ под ключ», «ведение контекстной рекламы». Запросы означают готовность платить.

Отсекаем информационные запросы: «как настроить яндекс директ самостоятельно», «инструкция по настройке», «обучение настройке». Лучше также добавить в минус-слова «бесплатно», «самому», «своими руками», «курс», «видео». Отдельно решите про запросы с ценой: «настройка яндекс директ цена» — они привлекают сравнивающих, но если ваш продукт премиальный, такие лиды будут низкого качества.

Запросы «управление рекламными кампаниями» (СРС 884–1000 рублей) релевантны, если вы предлагаете автоматизацию управления; если нет — лучше их исключить.

Что писать в объявлениях об автоматизации Яндекс Директа

В текстах объявлений используйте конкретные выгоды, которые снимают возражения. Если ваша платформа берёт комиссию 4% — пишите: «Автоматизация Яндекс Директа с комиссией 4% и экспертной проверкой». Это отвечает на страх переплаты.

Если у вас агентство с опытом, укажите: «Передайте ведение Директа команде с 20-летним опытом» — это снимает сомнение в компетентности. Для тёплой аудитории, которая сомневается в готовности сайта, предложите: «Бесплатный аудит сайта за 5 минут, без обязательств и регистрации». Такое объявление привлекает тех, кто ещё не готов заказывать, но уже близок к решению.

Избегайте общих фраз вида «профессиональный подход» — в B2B они не работают, нужны цифры и сроки.

Что и как измерять в рекламе автоматизации Яндекс Директа

До запуска обязательно настройте цели в Яндекс Метрике: заявка с сайта, звонок, письмо. Конверсия в тематике около 2,55%, но данные не подтверждены, поэтому свою нужно измерить. Без целей реклама работать не будет: алгоритмы не получают сигнал о конверсиях, а вы не узнаете цену обращения.

Контролируйте два главных показателя: цену обращения и долю рекламных расходов (ДРР) — отношение затрат на рекламу к выручке от новых клиентов. В нише средний чек позволяет удерживать ДРР на уровне 10%, а предельная планка — 50%. Если цена обращения стабильно превышает 13 581 рубль, кампанию нужно пересобирать.

Типичные ошибки: автоматизация Яндекс Директ

- Запуск с бюджетом, который не обеспечивает десять конверсий в неделю, без понимания, что автостратегиям не хватит данных для обучения.
- Использование РСЯ (рекламной сети Яндекса) — в тематике она не приносит лиды.
- Запуск без настроенных целей в Метрике — невозможно измерить цену обращения.
- Игнорирование сезонности: активный запуск в июле-августе при низком спросе и ставках.
- Сбор семантики без минус-слов, из-за чего приходят люди, ищущие бесплатные инструкции.

Чек-лист перед запуском

1. Настроить цели в Яндекс Метрике: заявка, звонок, письмо.
2. Собрать семантику из коммерческих запросов, добавить минус-слова.
3. Создать отдельные кампании для настройки, ведения и автоматизации.
4. Использовать только поисковую рекламу, отключить РСЯ.
5. Установить ставки и бюджеты, рассчитанные на основе цены обращения 8140 рублей.

Продвижение автоматизации Яндекс Директ: с чего начать?

Начните с настройки целей в Метрике и сбора коммерческих запросов. Определите, что для вас результат: заявка или звонок, и заложите бюджет.

Как продавать автоматизацию Яндекс Директ через Яндекс Директ?

Используйте поисковые кампании с точными запросами, разделите настройку и ведение, пишите конкретные выгоды: комиссия 4%, опыт 20 лет.

Как продвинуть автоматизацию Яндекс Директ в интернете?

Основной канал — Яндекс Директ с фокусом на поиске. Дополнительно можно использовать контентную рекламу, но в данных она неэффективна.

Как рекламировать автоматизацию Яндекс Директ?

Запускайте поисковые кампании, отключите РСЯ, используйте точные фразы и минус-слова. Следите за ценой обращения.

Реклама автоматизации Яндекс Директ в Яндекс Директе: что это даёт?

Даёт заявки от бизнесов, которые ищут настройку и ведение, средняя цена обращения 8149 рублей.

Контекстная реклама автоматизации Яндекс Директ: как работает?

Работает через поисковые запросы: вы показываетесь тем, кто уже ищет услугу, платите за клики. Чтобы автостратегии работали, нужно 10 конверсий в неделю.

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, kupiloslova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «автоматизация Яндекс Директ», 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.