

Реклама автомоек в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

565

показов в месяц — ёмкость спроса

102 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 7 ₽

220–587 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

15 136 ₽

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-avtomoyki
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
leisuwash	234	214
leisuwash 360	54	176
leisuwash 380	31	138
leisuwash sg	27	73
leisuwash 370	26	174
leisuwash 360 оборудование	15	—
leisuwash оборудование	15	—
лейсувош	13	1 553–1 562
leisuwash бесконтактная мойка	8	—
leisuwash dg	7	—
leisuwash автомойка	7	—
leisuwash 360 цена	4	—
цена leisuwash 360	4	—
Leisuwash 370 цена	3	—
leisuwash 380 купить	3	—
купить leisuwash 380	3	—
leisuwash 360 купить	2	—
купить leisuwash 360	2	—
бесконтактная мойка leisuwash 360	2	—
Leisuwash 370 купить	2	—

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: март — 4 853, июль — 1 927, показов.

● Сколько это стоит

102 ₽

цена клика при полном охвате

352 ₽

цена обращения
оценка до запуска

30 272 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	1%	7	—
РСЯ	89%	2	260
Ретаргетинг	10%	4	352

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	13	Масштаб за пределом поиска	1	2
8 000	19	Масштаб за пределом поиска	1	2
12 000	28	Масштаб за пределом поиска	1	2
16 000	37	Масштаб за пределом поиска	1	4
19 000	43	Масштаб за пределом поиска	1	4
30 000	68	Масштаб за пределом поиска	1	4
31 000	70	Масштаб за пределом поиска	1	4
48 000	107	Масштаб за пределом поиска	3	16
76 000	168	Масштаб за пределом поиска	3	16
121 000	267	Масштаб за пределом поиска	3	16

Расчёт по цене обращения 352 ₽ (оценка). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 15 136 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Покупка Leisuwash 360 горячий

Кто: Владелец автомойки, автосервиса, дилерского центра или инвестор, который ищет конкретную компактную бесконтактную роботизированную мойку для легковых авто. Знает модель, хочет цену, условия поставки и

Что мешает: Нужна готовая автоматическая мойка с минимальным участием оператора, высокая конкуренция на рынке, нехватка персонала.

О чём говорить: Предложение по модели Leisuwash 360 с точной ценой под ключ, быстрым монтажом (до 90 дней), официальная гарантия, работа 24/7 без персонала.

Покупка Leisuwash 370 горячий

Кто: Тот же сегмент, что и 360, но рассматривающий более новую или производительную модель для легковых авто. Знает модель, ищет отличия и цену.

Что мешает: Нужна современная модель с улучшенными характеристиками (скорость, сушка, AI-распознавание), ищет конкретику по 370.

О чём говорить: Новинка 2026 с AI-распознаванием контуров, сверхскоростной цикл от 2 минут, сушка 30 кВт — официальный Leisuwash 370 под ключ

Покупка Leisuwash 380 горячий

Кто: Инвестор или владелец крупной автомойки/автосалона, ищущий флагманскую роботизированную мойку для легковых авто. Знает модель, хочет премиум-решение.

Что мешает: Высокая пропускная способность, безошибочная мойка любых кузовов, минимум операции.

О чём говорить: Топ-модель Leisuwash 380: 13 программ, качающаяся мойка давления, контурная сушка. Официальная поставка и монтаж под ключ.

Покупка Leisuwash DG горячий

Кто: Владелец мойки или инвестор, нацеленный на коммерческий транспорт и автопарки (такси, грузоперевозчики). Ищет мойку для фур и микроавтобусов.

Что мешает: Необходимость мойки коммерческого транспорта без участия водителя, высокая проходимость, сложность с персоналом.

О чём говорить: Leisuwash DG для автобусов, грузовиков и микроавтобусов. Мойка от 2 минут, бесконтактная, водитель в салоне. Лизинг и установка.

Покупка Leisuwash SG горячий

Кто: Владелец небольшой/частной мойки или стартап, ищущий универсальную модель для легковых авто с оптимальным соотношением цена/качество.

Что мешает: Как выйти на рынок автоматических моек без огромных вложений, но с гарантией качества.

О чём говорить: Leisuwash SG — доступная роботизированная мойка для легковых авто. Цена под ключ, обучение, официальная поддержка.

Покупка Leisuwash EG горячий

Кто: Инвестор или владелец автомойки, специализирующийся на мойке коммерческого и нестандартного высокого транспорта (фуры, спецтехника).

Что мешает: Ограничение по высоте на обычных мойках, потеря клиентов с большими авто, низкая пропускная способность.

О чём говорить: Leisuwash EG для авто нестандартной высоты. Бесконтактная мойка, вращающиеся щётки

● 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 — одной кампанией

● Что отсекаем минус-словами

своими руками

сделать

инструкция

чертеж

схема

сборка

как сделать

ремонт

обслуживание

сервис

запчасти

комплектующие

аксессуары

аренда

прокат

б/у

бу

подержанный

вакансия

работа

обучение

курсы

бесплатно

скачать

программа

для windows

эмулятор

игра

самостоятельно

игрушка

Спрос и продвижение автомоек: сколько ищут и какими словами

В месяц по нише автомоек в Яндекс Директе — 565 показов и 28 кликов. Поисковик не переполнен запросами, но все они коммерческие: названия моделей, «цена», «купить», «лизинг», «оборудование». Люди вводят не «мойка вообще», а конкретное оборудование, например leisuwash 360 или leisuwash 380. Сезонность заметная: в марте спрос в два с половиной раза выше, чем в июле. К марту стоит готовить расширенный бюджет и свежие объявления, а летом можно сужать показы и работать с аудиторией, которая уже знает бренд.

Кто ищет автомойки: владельцы бизнеса и стадия решения

Ищут две группы: предприниматели, которые расширяют действующую мойку, и те, кто открывает новую точку. Они уже приняли решение, что нужна автоматическая мойка, и выбирают модель. Запросы «цена», «купить», «лизинг» показывают стадию оформления покупки, запрос «отзывы» — стадию сомнений. Это дорогой товар для бизнеса, поэтому решение принимается не быстро. Реклама должна вести человека на страницу с конкретной моделью, условиями лизинга и понятной ценой, а не на главную страницу.

Сколько стоит реклама автомоек в Яндекс Директе

Средняя цена клика в нише — 7 рублей. Заявка, по оценке, обходится в 352 рубля; вилка от 220 до 587 рублей. Чтобы автоматическая стратегия Яндекса обучилась, нужно от 10 заявок в неделю: это примерно 3 520 рублей в неделю или 15 136 рублей в месяц.

Минимальный бюджет для запуска — 3 000 рублей в месяц, но при нём заявок будет 9, а алгоритм не наберёт нужной статистики. Комфортный бюджет, при котором ниша раскрывается, — 30 272 рубля в месяц. Дальше заявки масштабируются до 108–269 в месяц при бюджетах 48 000–121 000 рублей.

Как настроить Яндекс Директ для автомоек: каналы и бюджеты

Прямой поиск в тематике ограничен: поисковая ёмкость — 196 кликов в месяц, поэтому на бюджете от 5 000 рублей поиск перестает осваивать все деньги. Дальше нужны другие каналы.

- До 3 000 рублей — одна кампания на поиске, только самые горячие запросы.
- На 5 000–15 000 добавляем look-alike — показы людям, похожим на ваших клиентов, и аудиторные сегменты.
- На 19 000–30 000 подключаем рекламную сеть Яндекса (РСЯ): объявления на партнёрских площадках, где человек не вводил запрос.
- На 48 000 и выше — ретаргетинг (возврат посетителей сайта) и автотаргетинг (система сама подбирает аудиторию).

Разделяйте кампании по каналам, иначе вы не поймёте, откуда пришла заявка.

Семантика и минус-слова для рекламы автомоек

Семантическое ядро почти полностью состоит из названий моделей: leisuwash 360, leisuwash 370, leisuwash 380, leisuwash SG. Люди добавляют уточнения «оборудование», «бесконтактная мойка», «цена», «купить», «лизинг».

Статистика показывает, что общих запросов вроде «купить автомойку» нет — на них не нужно тратить бюджет. Цена клика по разным формулировкам — от 6 до 325 рублей; например, «leisuwash 380 купить» стоит 12 рублей за клик, а «лейсувош» — от 1 553 до 1 562 рублей. Из минус-слов обязательно отсекайте «отзывы»: по запросу человек ещё только изучает покупку, и конверсия в заявку будет низкой.

Что писать в объявлениях для автомоек

В объявлении обязательно указывайте название модели, которую человек ищет: если пришёл по запросу

сигнал, что предложение для предпринимателя.

В тексте уточните, что это автоматическая бесконтактная мойка для бизнеса. Использование слова «отзывы» в объявлении не нужно — оно снижает клик к покупке. Если есть расчёт лизинга, напишите «лизинг»: запрос уже есть в статистике.

Что измерять в рекламе автомоек и зачем нужна аналитика

До запуска подключите счётчик и настройте цели: отправка формы, звонок. Без реклама автомоек — игра вслепую. Конверсия визита в заявку в среднем 2%, но это оценка, а не измеренная цифра.

После запуска следите не за кликами, а за фактической ценой обращения. Средняя цена заявки 352 рубля, верхняя граница 587; если ваша цифра заметно выше, проверяйте объявление и посадочную страницу. Сравнивайте цену заявки с прибылью с покупателя — это и есть доля рекламных расходов, которая решает, окупается ли кампания.

Типичные ошибки: автомойки

- Запускать рекламу автомоек на общих запросах «купить автомойку» — таких запросов нет, бюджет уйдёт впустую.
- Использовать один бюджет на поиске и в сетях без разделения — невозможно понять, откуда заявка.
- Начинать с бюджета меньше 3 000 ₽ и ждать результата: алгоритм не обучится, заявок будет 9.
- Игнорировать сезонность: к марту нужно наращивать бюджет, а летом сокращать.
- Не ставить аналитику и оптимизировать по кликам, а не по заявкам.

Чек-лист перед запуском

1. Соберите семантику: названия моделей leisuwash 360/370/380/SG + слова «купить», «цена», «лизинг».
2. Добавьте минус-слова: «отзывы».
3. Разделите кампании: поиск отдельно, сети отдельно.
4. Задайте бюджет на обучение: не меньше 15 136 ₽ в месяц.
5. Подключите счётчик и цели до старта.

Сколько стоит реклама автомойки в Яндекс Директе?

Клик в среднем 7 рублей, заявка 352 рубля. Чтобы система обучилась, нужно от 15 136 ₽ в месяц; при бюджете 3 000 ₽ заявок будет 9, но они дороже.

Как настроить рекламу автомойки с нуля?

Соберите запросы с моделями, запустите поиск, добавьте минус «отзывы», поставьте счётчик. Если бюджет выше 5 000 ₽ — добавляйте look-alike, выше 19 000 — РСЯ, выше 48 000 — ретаргетинг.

Какие запросы дают заявки для автомойки?

Те, где есть название модели и «купить»: «leisuwash 380 купить», «leisuwash 360 цена». Запрос «отзывы» лучше исключить.

Почему реклама автомойки не приносит заявок?

Причин обычно две: бюджет меньше 3 000 ₽ — алгоритм не обучился, или собраны только общие запросы, по которым никто не ищет.

Когда лучше рекламировать автомойку?

В марте спрос в 2,5 раза выше, чем в июле. Планируйте основной бюджет на март, летом поддерживайте узнаваемость.

Нужна ли аналитика для рекламы автомойки?

Без неё нельзя: подключите счётчик, цель на звонок и форму. Средняя цена заявки 352 рубля — это ваша отправная точка, чтобы решать, работать дальше или менять.

Нужен ли ретаргетинг для автомойки?

На бюджете от 48 000 ₽ — да. Ретаргетинг возвращает посетителей и даёт заявки по средней цене 352 рубля.

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 «автомойки», 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.