

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ДРУГИЕ ТЕМАТИКИ

Реклама автозапчастей для подвески и рулевого управления в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июнь 2026 · вся Россия

53 822

показов в месяц — ёмкость спроса

32 ₹

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 17 ₹

15 773 ₹

цена обращения (оценка до запуска)

678 239 ₹

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-avtozapchasti-dlya-podveski-i-rulevogo-upravleniya
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
хрустит при повороте	8 746	57–58
люфт в рулевом управлении	6 814	77–78
запчасти подвески	6 183	56–59
магазин автозапчастей рядом	3 947	118
вибрация на руле при торможении	1 458	58
детали ходовой части	931	60–66
рулевое управление запчасти	841	51–54
машину уводит в сторону	810	75–79
купить запчасти подвески	685	60
запчасти рулевого управления купить	259	49–50
комплектующие подвески	250	47
подвеска стучит на неровностях	231	68
запчасти ходовой купить	225	35
детали подвески купить	118	82
стучит подвеска на ямах	105	110
автозапчасти для подвески	72	62
подвеска авто запчасти	60	80
магазин запчастей подвески	37	35
руль виляет при торможении	23	26
доставка запчастей подвески	19	59–72

● Сколько это стоит

32 ₽

цена клика при полном охвате

15 773 ₽

цена обращения
оценка до запуска

1 356 478 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	17	15 773

БЮДЖЕТ, ₽/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
7 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
11 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
16 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
24 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
37 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
57 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
86 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 15 773 ₽ (измерено частично, по счётчику Метрики). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 678 239 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Стойка стабилизатора горячий

Кто: Автовладельцы и механики, ищущие стойки стабилизатора для замены при стуке, износе или планирующие ремонт подвески

Что мешает: Стук в подвеске на неровностях, крены кузова, износ стоек стабилизатора

О чём говорить: Оригинальные стойки стабилизатора с точной геометрией и повышенным ресурсом для безопасности и комфорта

Шаровая опора горячий

Кто: Автовладельцы и сервисы, ищущие шаровые опоры при люфте, стуке или износе подвески

Что мешает: Стук при повороте руля, люфт в подвеске, износ шаровой опоры

О чём говорить: Оригинальные шаровые опоры с усиленной конструкцией и защитой пыльников для долгой работы

Рычаг подвески горячий

Кто: Автовладельцы и механики, заменяющие рычаги подвески при износе сайлентблоков или шаровых, а также после ДТП

Что мешает: Стук в подвеске, нарушение углов установки колес, износ сайлентблоков рычага

О чём говорить: Прочные рычаги подвески с заводскими сайлентблоками – точная геометрия и долговечность

Сайлент-блок горячий

Кто: Автовладельцы и мастера, ищущие сайлентблоки для замены при стуке, вибрациях или деформации резинометаллических шарниров

Что мешает: Стук и скрип в подвеске, износ сайлентблоков рычагов или моста

О чём говорить: Оригинальные сайлентблоки с правильной упругостью и усиленной резиновой смесью

Рулевой наконечник горячий

Кто: Автовладельцы и СТО, ищущие рулевые наконечники при люфте руля, стуке или износе

Что мешает: Люфт в рулевом управлении, стук при повороте руля, износ наконечников

О чём говорить: Надежные рулевые наконечники с защитой от грязи и точным зазором для острого управления

Рулевая тяга горячий

Кто: Автовладельцы и механики, заменяющие рулевые тяги при люфте, стуке или нарушении управляемости

Что мешает: Люфт в рулевом управлении, стук со стороны рулевого механизма, износ тяг

О чём говорить: Прочные рулевые тяги с точной резьбой и пыльниками – безопасное рулевое управление

■ 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	Только Поиск, сети выключены
Что считаем обращением	Заявка на подбор запчастей, Звонок по телефону
Без чего запускать бессмысленно	Отслеживаемый номер телефона (например, через коллтрекинг) и кнопка 'Позвонить менеджеру за консультацией' с целью 'Звонок по телефону'.

■ Что отсекаем минус-словами

как заменить видео диагностика схема чертеж бесплатно скачать урок опт b2b
установка проверка стойка стабилизатора тормозные колодки б/у бу как поменять
отзывы форум стойка стабилизатора шаровая опора опоры двигателя тормозные колодки
стабилизатор поменять установить почему сделать

■ 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.

своими руками инструкция ремонт замена снятие как наконечник амортизатор
сайлентблок рычаг опора амортизатора тяга своими руками замена своими руками причины
рулевой наконечник рулевая тяга менять заменить

Спрос и продвижение автозапчастей для подвески и рулевого управления: сколько ищут и какими словами

В поиске Яндекс по запросам о подвеске и рулевом управлении за месяц набирается 53 822 показа и 2 691 клик — это те, кто уже ищет решение проблемы. Полный потолок спроса по смежным формулировкам — 86 112 показов в месяц, так что охват можно наращивать, подключая новые запросы. Особенность спроса на запчасти подвески — люди описывают симптом, а не название детали. Например, «хрустит при повороте» — 8 746 показов в месяц, «люфт в рулевом управлении» — 6 814, «вибрация на руле при торможении» — 1 458, «машину уводит в сторону» — 810. Это горячие покупатели, которые уже слышат неисправность и ищут, что заменить. Параллельно набирают обороты товарные запросы: «запчасти подвески» — 6 183, «магазин автозапчастей рядом» — 3 947, «детали ходовой части» — 931, «купить запчасти подвески» — 685. Поэтому продвижение должно строиться вокруг двух групп ключевых слов: симптомов («стучит», «люфтит», «хрустит») и точных названий деталей (шаровые опоры, сайлентблоки, рулевые тяги). В объявлениях на симптом откликаются охотнее: человек узнаёт свою проблему.

Сколько стоит реклама автозапчастей для подвески и рулевого управления

Цена клика при полном охвате в рекламе автозапчастей для подвески — 32 рубля. Столько в среднем списывается за один переход по объявлению в поиске. Ставка входа в аукцион по отдельным фразам выше — например, для запроса «магазин автозапчастей рядом» она составляет 118 рублей, для «хрустит при повороте» — 57–58 рублей, но это не цена клика: площадка берёт меньше, чем ставка, если конкуренция позволяет. Цена обращения — заявки или звонка — по расчётам составляет около 15 773 рублей. Это прогнозное значение, до запуска кампании оно может уточниться. Чтобы алгоритм Яндекса обучился и начал оптимизировать показы под конверсии, требуется 10 конверсий в неделю. При такой цене обращения это означает бюджет около 157 730 рублей в неделю или примерно 678 239 рублей в месяц. Меньше суммы кампания останется в режиме «на клики», и заявки будут выходить дороже. Сравните с типичными попытками сэкономить: бюджет в 11 000 рублей в месяц по расчётам даёт одну заявку — стратегия так и не выйдет на нормальную работу. Поэтому на старт закладывайте сумму, достаточную для обучения, иначе деньги уйдут на клики без обращений.

Как настроить Яндекс Директ для автозапчастей подвески: каналы и структура

Люди ищут запчасти подвески словами, поэтому в рекламе автозапчастей работает только поисковая выдача Яндекса. Показы на сайтах-партнёрах (рекламные сети) здесь не используются: человек не кликает баннер с сайлентблоком, пока его машина не застучала, а в этот момент он идёт в поиск. Стартовая структура — одна поисковая кампания со всеми собранными ключевыми фразами. Внутри можно сделать отдельные группы объявлений под симптомы и под конкретные детали: шаровые опоры, рулевые тяги, сайлентблоки. Автоподбор (автотаргетинг) — это инструмент, который расширяет показы на похожие запросы. Полностью отключить его нельзя: Яндекс требует хотя бы одну активную категорию. Поэтому ограничьте категории автоподбора целевыми запросами о подвеске и рулевом управлении, тогда алгоритм не будет тратить бюджет на посторонние темы. На старте включите стратегию «Максимум кликов» — она собирает данные о переходах. Когда кампания наберёт 10 конверсий в неделю и удержит этот уровень две недели, переключите на «Максимум конверсий»: к моменту у алгоритма достаточно статистики для точной оптимизации.

Как рекламировать автозапчасти для подвески и рулевого управления: что писать в объявлениях

Ключевые слова для тематики делятся на две группы. Первая — симптомы неисправности: «хрустит при повороте» (8 746), «люфт в рулевом управлении» (6 814), «вибрация на руле при торможении» (1 458), «машину уводит в сторону» (810), «стучит подвеска на ямах» (105). Их вводят автовладельцы и механики, которые уже локализовали проблему. Вторая группа — название детали или категории: «запчасти подвески» (6 183), «магазин автозапчастей рядом» (3 947), «детали ходовой части» (931), «запчасти рулевого управления купить» (259), «комплектующие подвески» (250). Запросы важны для охвата, но конверсия по ним ниже: человек ещё выбирает. Минус-слова в рекламе автозапчастей критичны. В запросах часто мелькают слова «как заменить», «своими руками», «видео», «урок», «диагностика», «проверка», «бесплатно», «скачать» — люди с такими намерениями не купят деталь, они ищут инструкцию. Их нужно исключить. Также отсекаем запросы о подержанных деталях: «б/у», «бу» — и о смежных товарах, которые не относятся к подвеске и рулевому: «тормозные колодки», «опоры двигателя», «стойка стабилизатора». В каждой кампании соберите свой список, отталкиваясь от ассортимента.

Что писать в объявлениях для автозапчастей подвески

Объявление работает, когда повторяет запрос человека. Если он ввёл «люфт в рулевом управлении», в заголовке пишите «Устраните люфт руля» или «Рулевые тяги и наконечники в наличии». Если запрос «хрустит при повороте» — «Хрустит при повороте? Заменяем шаровые». В аналитике спроса есть готовые смыслы. Тем, кто жалуется на качку и пробои, подойдёт заголовок «Избавьтесь от качки и пробоев подвески», а для общей аудитории — «Надёжная подвеска и рулевое управление». Люди ищут оригинальные запчасти с точной геометрией, усиленные сайлентблоки, пыльники, защищающие от грязи. Укажите это в тексте: «оригинальные запчасти с точной геометрией» или «усиленная конструкция и защита пыльников» — такие формулировки соответствуют ожиданиям покупателей. Не пишите абстрактное «большой выбор автозапчастей». Лучше перечислите конкретные детали: шаровые опоры, рулевые тяги, сайлентблоки. Тогда объявление будет точнее совпадать с запросом и получит выше кликабельность.

Что измерять в рекламе автозапчастей подвески, чтобы запуск не был вслепую

Главная цель при рекламе автозапчастей — заявка на подбор запчасти или звонок. Без их отслеживания вы не узнаете, сколько обращений приносит Директ, а алгоритм Яндекса не сможет обучаться. Поэтому до запуска настройте в Метрике цели «Заявка на подбор запчастей» и «Звонок по телефону». Для звонков используйте коллтрекинг — подменный номер, который записывает все входящие. Минимальный набор — кнопка «Позвонить» с отслеживаемым номером и форма заявки. Желательно добавить микроконверсии: просмотр контактов, клик по товару, скролл до каталога, — они помогают алгоритму находить более тёплую аудиторию. Следите за недельным количеством конверсий: для выхода из обучения нужно 10. Если их меньше, стратегия продолжит работать в режиме «на клики» и цена заявки будет неоправданно высокой. Когда конверсий стабильно 10 и больше в течение двух недель, можно переводить кампанию на «Максимум конверсий» и постепенно увеличивать бюджет.

Типичные ошибки: автозапчасти для подвески и рулевого управления

- Запускать рекламу без коллтрекинга: половина звонков остаётся неучтённой, алгоритм не видит конверсии и не может обучиться.
- Экономить бюджет в месяц до уровня, при котором невозможно набрать 10 конверсий в неделю, и ждать заявок — при цене обращения 15 773 Р алгоритм не обучится и заявок не будет.

- Использовать в объявлениях общие фразы «автозапчасти в продаже» вместо симптомов — объявление не цепляет человека, который ищет решение своей проблемы.
- Переключать стратегию на «Максимум конверсий» раньше времени — без накопленных 10 конверсий в неделю алгоритму не хватает данных для оптимизации.

Чек-лист перед запуском

1. Настроены цели в Метрике: заявка на подбор запчастей и звонок по телефону, подключён коллтрекинг.
2. Собраны ключевые фразы по симптомам и деталям, минус-слова добавлены в кампанию.
3. Бюджет на месяц не ниже 678 239 ₽ — это порог для 10 конверсий в неделю.
4. Запущена одна поисковая кампания со стратегией «Максимум кликов», автоподбор ограничен целевыми запросами.
5. Через две недели стабильных 10 конверсий в неделю кампания переведена на «Максимум конверсий».

● Вопросы владельцев бизнеса

Как продавать автозапчасти для подвески и рулевого управления через Яндекс Директ?

Запускайте поисковую кампанию с запросами-симптомами («хрустит при повороте», «люфт в рулевом управлении») и товарными названиями («запчасти подвески», «шаровые опоры»). При цене клика 32 ₽ и прогнозной цене обращения 15 773 ₽ нужно заложить бюджет на обучение: около 678 239 ₽ в месяц, чтобы набрать 10 конверсий в неделю.

Сколько стоит реклама автозапчастей для подвески и рулевого управления?

Клик при полном охвате стоит 32 рубля, цена обращения (заявка или звонок) прогнозируется на уровне 15 773 рублей. Для обучения стратегии требуется бюджет около 157 730 рублей в неделю или 678 239 рублей в месяц.

Сколько нужно денег на старт рекламной кампании?

На старт закладывайте 678 239 рублей в месяц — это сумма, при которой достигается порог в 10 конверсий в неделю, достаточный для обучения алгоритма Яндекса. Меньший бюджет оставит кампанию в режиме «на клики» без заявок.

Почему в рекламе автозапчастей не используют рекламные сети?

Спрос на запчасти рождается из поломки — человек ищет «хрустит при повороте» или «люфт в рулевом управлении» в поиске, а не на баннере. Поэтому в нише поисковая выдача приносит 53 822 показа в месяц, а сети не дают целевых обращений.

Как быстро кампания начнёт приносить заявки?

Чтобы выйти из обучения, нужно набрать 10 конверсий в неделю. При бюджете 678 239 ₽ в месяц это достижимо в первую же неделю, после чего стратегию можно перевести на «Максимум конверсий» и через две недели стабильных конверсий начать масштабирование.

Какие запросы приносят больше всего заявок?

Симптомные запросы — самые горячие: «хрустит при повороте» даёт 8 746 показов, «люфт в рулевом управлении» — 6 814. Люди по ним уже знают проблему и готовы заказывать деталь.

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 «автозапчасти для подвески и рулевого управления», 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.