

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ДРУГИЕ ТЕМАТИКИ

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

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

11 836 837

показов в месяц — ёмкость спроса

36 ₹

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 20 ₹

1 706 ₹

цена обращения (оценка до запуска)

73 358 ₹

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
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
амортизаторы	1 649 437	69–71
шаровые	1 271 956	82–94
тормозные колодки	974 013	71–74
автозапчасти	908 551	118–124
сайлентблоки	756 734	71–74
сайлентблок	756 734	71–74
амортизаторы задние	436 105	65–67
стойки стабилизатора	405 342	63–64
амортизаторы передние	320 289	70–71
шаровые опоры	311 517	67–70
рулевые наконечники	305 597	67–69
рулевая тяга	273 102	66–69
рулевые тяги	273 100	66–69
сайлентблоки задние	231 847	73–76
подушки двигателя	225 542	69–71
сайлентблоки рычагов	213 784	75–77
тормозные колодки передние	202 992	64–66
сайлентблоки передние	181 036	75–77
опоры двигателя	130 132	77–80
рычаг подвески	127 785	71–73

● Сколько это стоит

36 ₽ цена клика при полном охвате	1 706 ₽ цена обращения оценка до запуска	146 716 ₽ бюджет, на котором ниша раскрывается
---	---	---

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	20	1 706

БЮДЖЕТ, ₽/МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
11 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
22 000	13	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
42 000	25	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
74 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
81 000	47	Кампания наберёт данные	1	4
147 000	86	Рабочая кампания	1	4
157 000	92	Рабочая кампания	1	4
303 000	178	Рабочая кампания	3	16
586 864	344	Рабочая кампания	5	297

Расчёт по цене обращения 1 706 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 73 358 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Шаровая опора горячий

Кто: Автовладельцы и автомастера, ищущие шаровую опору для замены (стук, люфт, износ)

Что мешает: Неисправность шаровой опоры (стук, люфт), необходимость замены для безопасности и управляемости

О чём говорить: Оригинальные шаровые опоры с гарантией качества и долгим сроком службы. Быстрая доставка.

Рычаг подвески горячий

Кто: Автовладельцы и сервисы, ищущие рычаги подвески (передние/задние) для ремонта ходовой

Что мешает: Износ рычагов (люфт, стук), требуется замена для восстановления геометрии подвески

О чём говорить: Оригинальные рычаги подвески от производителя. Повышенная прочность и точность.

Сайлент-блок горячий

Кто: Автовладельцы, самостоятельно ремонтирующие подвеску, или сервисы, ищущие сайлентблоки для замены

Что мешает: Износ сайлентблоков (скрип, стук, увод авто), замена для комфорта и управляемости

О чём говорить: Оригинальные сайлентблоки — надёжность и долговечность. Подбор по VIN.

Стойка стабилизатора горячий

Кто: Автовладельцы с симптомами стука при поворотах, ищущие стойки стабилизатора для замены

Что мешает: Стук в подвеске при поворотах, износ стоек стабилизатора, необходимость замены

О чём говорить: Оригинальные стойки стабилизатора — классические и гибридные. Устойчивость в поворотах.

Рулевой наконечник горячий

Кто: Автовладельцы с люфтом руля или стуком, ищущие рулевые наконечники для замены

Что мешает: Износ рулевых наконечников (люфт, стук), потеря точности управления

О чём говорить: Оригинальные рулевые наконечники для точного управления. Быстрая замена.

Рулевая тяга горячий

Кто: Автовладельцы с неисправностями рулевого управления, ищущие рулевые тяги

Что мешает: Износ рулевых тяг (люфт, неравномерный износ шин), требуется замена

О чём говорить: Оригинальные рулевые тяги — надёжность и точность. Подбор по модели.

● 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	Только Поиск, сети выключены
Что считаем обращением	Заявка на подбор запчастей, Звонок по номеру телефона
Без чего запускать бессмысленно	Отслеживаемый номер телефона с заменой на динамический (например, CallTouch) и кнопка 'Позвонить менеджеру за консультацией' с событием звонка как конверсия.

● Что отсекаем минус-словами

своими руками

инструкция

видео

ремонт

замена

сто

автосервис

диагностика

как проверить

как заменить

бесплатно

скачать

б/у

контрактная

разборка

схема

чертеж

работа

вакансия

обучение

своими

руками

как

сделать

бу

контрактный

форум

отзывы

шаровая

стойка стабилизатора

Спрос и продвижение автозапчастей: сколько ищут и какими словами

В Яндексе ищут не «рекламу автозапчастей», а сами детали. За месяц по всей России по тематике набирается 11 836 837 показов. Чаще всего спрашивают конкретные детали подвески и тормозов: «амортизаторы» — 1 649 437 показов, «шаровые» — 1 271 956, «тормозные колодки» — 974 013, «сайлентблоки» — 756 734. Обобщённый запрос «автозапчасти» — 908 551.

За каждой формулировкой стоит поломка или износ: человек пишет «амортизаторы передние», когда машина раскачивается и пробивает подвеску, «шаровые опоры» — когда слышен стук при повороте. Запросы уже содержат готовность купить, поэтому в рекламе их нужно отрабатывать отдельными объявлениями.

Выраженной календарной волны здесь нет: спрос на конкретную деталь возникает в момент поломки и не зависит от времени года. Поэтому рекламу стоит держать включённой круглый год. Среди тех, кто ищет, — и автовладельцы, и автомастера, так что в объявлениях можно отдельно обращаться к сервисам.

Сколько стоит реклама автозапчастей в Директе

Клик по объявлению при полном охвате спроса стоит 36 ₽. Целевое обращение — заявка с сайта — обходится ориентировочно в 1 706 ₽. Это цена рекламного действия, а не цена самой детали.

Автостратегии нужно время на обучение: она должна получать 10 конверсий в неделю, чтобы научиться показывать объявления тем, кто готов купить. Для этого нужен бюджет 17 060 ₽ в неделю, или 73 358 ₽ в месяц. Если бюджет меньше — например, 3 000 ₽ в месяц, реклама принесёт около 2 обращений и не соберёт статистику для точной работы.

Когда видите в прогнозе по запросу «автозапчасти» ставку 118–124 ₽, помните: это ставка входа в аукцион, минимальная плата за участие в показе. Фактический клик по тематике стоит 36 ₽.

Как настроить Яндекс Директ для продажи автозапчастей

Пока бюджет не достиг 74 000 ₽ в месяц, держите одну кампанию на поиске, без сетей. Такой структуры хватает, чтобы собрать нужную статистику, и она не распыляет бюджет по холодной аудитории. В одной кампании достаточно двух сегментов и двух объявлений; каждый сегмент закрывает свою деталь — например, амортизаторы отдельно, тормозные колодки отдельно.

Когда поиск стабильно приносит 10 обращений в неделю, добавляйте рекламную сеть Яндекса (РСЯ) и ретаргетинг. Дальше число кампаний растёт вместе с бюджетом: на бюджете 303 000 ₽ в месяц удобно вести отдельные кампании на поиск, сеть и ретаргетинг.

Автоподбор в поисковой кампании отключить нельзя, поэтому не ищите такой переключатель. Вместо ограничьте категории автоподбора и оставьте только названия деталей, которые есть в вашем каталоге.

Семантика и минус-слова: какие запросы берём

Начинайте с запросов, которые уже показали спрос: амортизаторы, шаровые, тормозные колодки, сайлентблоки, рулевые наконечники, стойки стабилизатора. Детализацию «задние», «передние» используйте как отдельные группы: человек, который ищет «амортизаторы задние», не купит передние.

Если продаёте новые детали, добавьте в минус-слова «б/у», «разборка», «контрактный» — запросы ведут на вторичный рынок. Если ассортимент ограничен ходовой частью, минусуйте названия других систем: двигатель, кузов, электрика.

Люди часто не уточняют марку автомобиля, поэтому в объявлении предложите подбор по VIN. Так вы сразу отделите тех, кто готов к покупке, от тех, кто просто смотрит цены.

Что писать в объявлениях об автозапчастях

В тексте объявления отразите боль, с которой человек пришёл в поиск. Для амортизаторов подойдёт: «Оригинальные амортизаторы — комфорт и безопасность. Подбор по VIN». Для сайлентблоков: «Оригинальные сайлентблоки — надёжность и долговечность, убирают стук и скрип подвески». Для шаровых опор: «Оригинальные шаровые опоры с гарантией качества и долгим сроком службы. Быстрая доставка».

Не пишите просто «автозапчасти в наличии»: в поиске уже есть запрос и боль, а текст должен закрыть сомнение. Люди выбирают между оригиналом и аналогом, между новой деталью и ремонтом. Поэтому добавляйте слова «оригинальные», «гарантия», «срок службы», «подбор по VIN», «доставка» — они снимают главные страхи перед покупкой автозапчасти в интернете.

Что измерять, чтобы не слить бюджет на автозапчасти

Главная метрика — не цена клика, а цена обращения. Ориентир по тематике — 1 706 ₽ за заявку; если итог выше, ищите причину в объявлениях или списке запросов.

Следите, чтобы кампания получала 10 конверсий в неделю: это порог, после которого автостратегия начинает работать предсказуемо. Ниже порога алгоритм ещё учится, и заявки обходятся дороже.

Записывайте ежемесячно: сколько обращений пришло, сколько стоило каждое и как меняется их количество при росте бюджета. Три цифры заменяют любые общие прогнозы.

Типичные ошибки: автозапчасти

- Запускать одну кампанию на общий запрос «автозапчасти» без разделения по деталям: горячий спрос сидит в конкретных названиях, а общий запрос хуже предсказывает покупку.
- Ставить бюджет 3 000 ₽ и ждать стабильных заявок: при таком бюджете выходит около 2 обращений в месяц, а обучению нужно 10 конверсий в неделю.
- Принимать ставку входа в аукцион за цену клика: по запросу «автозапчасти» она доходит до 124 ₽, а фактический клик стоит 36 ₽.
- Подключать РСЯ, пока поиск не набрал статистику: на небольших бюджетах кампании состоят только из поиска.
- Пытаться отключить автоподбор в поисковой кампании — его нельзя отключить, можно только ограничить категории.

Чек-лист перед запуском

1. Соберите частотные запросы по деталям: амортизаторы, шаровые, тормозные колодки, сайлентблоки.
2. Настройте цель «обращение» в Метрике и проверьте, что заявки доезжают до CRM.
3. Запустите одну кампанию на поиске с бюджетом не ниже 17 060 ₽ в неделю.
4. Ограничьте автоподбор целевыми категориями деталей.
5. Каждую неделю проверяйте число конверсий: нужно 10; если меньше — поднимайте бюджет или сужайте запросы.

Сколько стоит реклама автозапчастей в Яндекс Директе?

Клик при полном охвате спроса стоит 36 ₽, обращение — ориентировочно 1 706 ₽.

Какой бюджет нужен, чтобы Директ приносил заявки по автозапчастям?

Для обучения автостратегии нужно 17 060 ₽ в неделю, или 73 358 ₽ в месяц. При бюджете 3 000 ₽ в месяц получится около 2 обращений, и кампания не выйдет из режима обучения.

Почему по слову «автозапчасти» прогноз показывает 118–124 ₽?

Это ставка входа в аукцион, а не цена клика: чтобы показываться по запросу, нужно подать ставку в диапазоне, а фактический клик стоит 36 ₽.

Что запускать первым: поиск или РСЯ?

Сначала поиск: до 74 000 ₽ в месяц кампания состоит только из поиска. Рекламную сеть Яндекса (РСЯ) подключают позже, когда поиск стабильно приносит 10 обращений в неделю.

Какие автозапчасти рекламировать в первую очередь?

Те, по которым уже есть спрос: амортизаторы — 1 649 437 показов в месяц, шаровые — 1 271 956, тормозные колодки — 974 013.

Сколько нужно конверсий, чтобы кампания по автозапчастям обучилась?

10 конверсий в неделю, а бюджет для этого — 17 060 ₽ 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, kupislova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «автозапчасти», 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.