

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ОБРАЗОВАНИЕ

Реклама бесплатного опроса в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

171 958

показов в месяц — ёмкость спроса

39 ₹

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

611–1 630 ₹

цена обращения (оценка до запуска)

42 054 ₹

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-besplatnyy-opros
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
тест на профориентацию	37 871	109–117
какую профессию выбрать	15 897	99–101
бесплатный тест профориентации	14 459	96–100
тест на профориентацию бесплатно	10 418	97–102
профориентация онлайн	9 951	107–111
как выбрать профессию	9 683	112–117
тест личности бесплатно	9 221	25–26
план развития на год	7 336	38–48
онлайн тест профориентации	7 230	93–98
онлайн тест личности	5 860	29
индивидуальный план развития	5 290	59–76
тест на самооценку	5 146	31–34
бесплатный психологический тест	4 868	27–28
тест на выбор профессии	4 515	97–99
пройти тест личности	4 045	31–32
пройти тест профориентации	2 717	104–112
тест на профпригодность	1 787	60–64
профориентация для взрослых	1 593	117–118
разработать план развития	1 566	87–93
как найти свой путь	1 235	79–82

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 192 593, февраль — 226 985, март — 196 032, апрель — 154 762, май — 130 688, июнь — 137 566, июль — 125 529, август — 103 175, сентябрь — 182 275, октябрь — 192 593, ноябрь — 233 863, декабрь — 189 154 показов.

● Сколько это стоит

39 ₽

цена клика при полном охвате

978 ₽

цена обращения
оценка до запуска

84 108 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	85%	20	1 039
РСЯ	15%	6	734

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	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	5	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	10	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
18 000	18	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
32 000	33	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
43 000	44	Кампания наберёт данные	1	4
57 000	58	Кампания наберёт данные	1	4
85 000	87	Рабочая кампания	1	4
103 000	105	Рабочая кампания	1	4
186 000	190	Рабочая кампания	3	16
335 000	343	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 978 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 42 054 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Персональный план развития с ИИ горячий

Кто: Люди, которые целенаправленно ищут персональный план развития, индивидуальный план роста или план развития с помощью ИИ. Они уже знают, что хотят получить структурированный документ, и готовы к действию.

Что мешает: Нуждаются в готовом, персонализированном плане развития, но не имеют времени или знаний для его самостоятельной разработки. Хотят быстрый и бесплатный результат.

О чём говорить: Пройдите бесплатный опрос

Бесплатный опросник и самоанализ горячий

Кто: Люди, ищущие бесплатные опросники для самоанализа, тесты личности, опросники навыков или бесплатный коучинг онлайн. Они хотят инструмент, который поможет разобраться в себе.

Что мешает: Не доверяют платным курсам или коучам, ищут бесплатный и объективный способ получить обратную связь о своих сильных сторонах и точках роста.

О чём говорить: Получите бесплатный опрос с ИИ — это как персональный коуч, который анализирует ваши ответы и выдаёт план действий без спама.

Профориентация и выбор профессии тёплый

Кто: Люди, которые вводят запросы «тест на профориентацию», «как узнать, какая профессия подходит», «онлайн тест способностей». Они находятся в поиске своего профессионального направления.

Что мешает: Не могут определиться с профессией или сомневаются в текущем выборе, хотят получить внешнюю, объективную оценку своих склонностей и интересов.

О чём говорить: Узнайте свои сильные стороны и получите рекомендации по карьере с помощью ИИ-опроса — бесплатно и без регистрации на курсы.

Саморазвитие с помощью ИИ тёплый

Кто: Люди, интересующиеся искусственным интеллектом для личного роста: ищут «ИИ помощник для карьеры», «онлайн консультация ИИ», «бесплатный ИИ коуч». Они технологичны и хотят попробовать новое.

Что мешает: Хотят использовать современные технологии (ИИ) для саморазвития, но не знают, какие инструменты реально работают и дают практическую пользу.

О чём говорить: Искусственный интеллект — ваш личный консультант по развитию. Пройдите опрос и получите план, составленный алгоритмом на основе ваших ответов.

Карьерный кризис и неопределённость холодный

Кто: Люди, которые испытывают потерю направления: запросы «не знаю, чем заниматься в жизни», «карьерный кризис что делать», «как найти свой путь». Они находятся в состоянии фрустрации и поиска смысла.

Что мешает: Чувствуют застой, отсутствие целей, не видят перспектив. Им нужен внешний толчок и чёткий ориентир, чтобы выйти из кризиса.

О чём говорить: Чувствуете, что застряли? Пройдите бесплатный опрос — ИИ поможет найти ваш путь и составит пошаговый план действий.

Планирование саморазвития на год тёплый

Кто: Люди, которые ищут методики: «как составить план саморазвития», «план развития на год», «спланировать личный рост». Они хотят упорядочить своё развитие, но не знают, с чего начать.

Что мешает: Осознают необходимость планирования, но не владеют инструментами и боятся упустить важные сферы жизни. Им нужен простой и понятный шаблон.

О чём говорить: Не знаете, с чего начать? Наш ИИ-опрос создаст для вас пошаговый план саморазвития на год — бесплатно и без обязательств.

■ Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Целевая стратегия	Максимум конверсий (оплата за клики)
Когда переключаться	Старт «Максимум кликов» (прогрев) → «Максимум конверсий» при стабильных ≥ 10 конв/нед.
Каналы	Поиск и РСЯ — одной кампанией
Что считаем обращением	Заявка на персональный план развития, Звонок менеджеру
Без чего запускать бессмысленно	Установите отслеживаемый номер телефона (например, через коллтрекинг) и добавьте на сайт кнопку «Позвонить менеджеру за консультацией». Клик по кнопке будет фиксироваться как конверсия (звонок).

■ Что отсекаем минус-словами

вакансия	работа	обучение	курсы	инструкция	шаблон	пример	своими руками	diy
как сделать	самостоятельно	скачать	программа	приложение	коуч	тьютор	психолог	
репетитор	вуз	университет	диплом	реферат	образец	тренинг	вебинар	книга
статья								
научный	исследование	доклад						

Спрос на продвижение бесплатного опроса: сколько ищут и как меняется сезон

Формулировки вокруг бесплатного опроса набирают 171 958 показов в месяц, из них 8 598 кликов по рекламе. Главный источник спроса — профориентация: «тест на профориентацию» показывают 37 871 раз в месяц, «какую профессию выбрать» — 15 897, «бесплатный тест профориентации» — 14 459, «тест на профориентацию бесплатно» — 10 418. Второй кластер — личный план развития: «план развития на год» (7 336), «индивидуальный план развития» (5 290). Третий — тесты личности: «тест личности бесплатно» — 9 221, «онлайн тест личности» — 5 860.

Сезонность у тематики заметная. Самые высокие коэффициенты — в ноябре (0,86) и феврале (0,84). Летом спрос падает: в августе коэффициент 0,38, то есть примерно вдвое меньше, чем в ноябре. Это важно для планирования: если запускаетесь летом, не ждите таких же объёмов, как осенью.

Кто ищет бесплатный опрос: горячие, тёплые и холодные запросы

В запросах видно три уровня готовности. Горячая аудитория ищет «персональный план развития», «индивидуальный план роста», «нужен план развития» — она уже знает, что хочет, и ей нужен быстрый бесплатный результат. Тёплая аудитория вводит «тест на профориентацию», «какую профессию выбрать», «как выбрать профессию» — она выбирает направление и пока не готова к покупке. Холодная — запросы «не знаю, какую профессию выбрать» (262 показа), «не знаю, чем заниматься в жизни» (223) — люди в карьерном кризисе, им нужен поддерживающий текст и понятный первый шаг.

Профориентация для взрослых — отдельная, но небольшая тема: 1 593 показа в месяц. Запросы с «Москва» дороже: клик на «профориентация Москва» стоит 183–186 ₽, тогда как средний клик по тематике 20 ₽. Это сигнал: гео-уточнения в ключах сильно влияют на цену.

Сколько стоит реклама бесплатного опроса: цена клика, заявки и бюджет на обучение

Средняя цена клика в тематике — 20 ₽. Заявка (конверсия) в среднем обходится в 978 ₽, диапазон — от 611 до 1 630 ₽. В поиске цена заявки 1 039 ₽, в рекламной сети Яндекса (РСЯ) — 734 ₽.

Для обучения автоматической стратегии Яндексу нужно накопить примерно 10 заявок в неделю. При цене заявки 978 ₽ это 9 780 ₽, которые стоит заложить на старт. До момента кампания работает на «Максимум кликов», после — переключается на «Максимум конверсий».

Как настроить Яндекс Директ на бесплатный опрос: каналы и структура

В тематике 85% показов даёт поиск, 15% — РСЯ. РСЯ дешевле по цене заявки, но объёмы небольшие, поэтому основную ставку делаем на поисковые кампании, а РСЯ подключаем как добор. Раздельные кампании для поиска и РСЯ не нужны: одна кампания с обеими площадками соберёт ту же статистику, а настройка будет проще.

На старте включается стратегия «Максимум кликов»: алгоритм собирает данные о кликах. Как только в неделю набирается 10 и более заявок, стратегию меняем на «Максимум конверсий» — она оптимизирует показы под людей, которые скорее оставят заявку. Раньше срока переключать не стоит: без накопленной статистики алгоритм будет принимать случайные решения.

Семантика и минус-слова для бесплатного опроса: что оставить и что отсечь

Семантику для бесплатного опроса собираем из трёх кластеров: профориентация, план развития, тесты

профориентации», «профориентация онлайн», «план развития на год», «индивидуальный план развития», «план саморазвития». Тесты личности («тест личности бесплатно», «онлайн тест личности») дают трафик с ценой клика 25–29 ₽, но по тестам личности конверсия в заявку ниже, чем по профориентационным запросам: часть людей проходит их для развлечения. Их можно оставить для объёма, но не делать основой.

Список минус-слов обрезает нецелевые поиски: «вакансия», «работа», «обучение», «курсы», «инструкция», «шаблон», «пример», «своими руками», «как сделать», «самостоятельно», «скачать», «программа», «приложение», «коуч», «тьютор», «психолог», «репетитор», «вуз», «университет», «диплом», «реферат», «образец», «тренинг», «вебинар», «книга», «статья», «научный», «исследование», «доклад». Это исключает людей, которым нужен бесплатный файл, справочный материал или индивидуальная работа со специалистом.

Что писать в объявлениях о бесплатном опросе

В объявлении сразу называйте результат и слово «бесплатно». В тематике работают четыре сообщения: бесплатный персональный план развития от искусственного интеллекта (ИИ) за 3 минуты; бесплатный ИИ-опрос, показывающий сильные стороны и точки роста; бесплатный тест на профориентацию; бесплатный готовый план саморазвития на год. Примеры заголовков: «Бесплатный тест на профориентацию: узнайте свою профессию за 3 минуты», «Получите план развития на год от ИИ бесплатно».

Уберите страх «развода»: напишите, что оплата, регистрация на курсы и спам не нужны. Для эконом-сегмента это решающий аргумент. Если на посадочной странице сразу просят карту, человек закрывает вкладку.

Что измерять в рекламе бесплатного опроса и почему без не запускать

Без измерений реклама бесплатного опроса не имеет смысла. Минимальный набор целей: заявка на персональный план развития и звонок менеджеру. Для звонков подключите отслеживаемый номер телефона и добавьте на сайт кнопку «Позвонить менеджеру за консультацией» — клик по кнопке фиксируется как конверсия. Промежуточные цели: клик на кнопку «Пройти опрос», просмотр страницы с тарифами, скролл до блока с преимуществами. По ним видно, где люди теряются.

На старте хватит одной кампании, счётчика целей и 9 780 ₽ на обучение алгоритма. Дальше следите за ценой заявки каждую неделю и отключайте фразы, где она уходит выше 1 630 ₽.

Типичные ошибки: бесплатный опрос

- Запускать кампанию без счётчика заявок и звонков — тогда невозможно понять, что окупается.
- Включать «Максимум конверсий» сразу, не набрав 10 заявок в неделю, — алгоритм будет оптимизироваться по случайным сигналам.
- Использовать широкие запросы «тест личности» без добавления «план развития» или «профориентация» — клик дешёвый, а заявки на услугу нет.
- Не добавлять минус-слова «курсы», «обучение», «вакансия» — бюджет уходит на людей, которые ищут другое.
- Запускать в августе без поправки на сезон и с малым бюджетом — спрос вдвое ниже ноябрьского.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать список ключевых фраз: профориентация, план развития, тесты личности.
2. Добавить минус-слова: курсы, обучение, вакансия, шаблон, скачать, коуч, тьютор и другие.
3. Подготовить посадочную страницу с опросом и кнопкой «Пройти опрос».
4. Установить цели: заявка, звонок, клик по СТА.

Сколько стоит реклама бесплатного опроса в Яндекс Директе?

Клик в поиске стоит в среднем 20 ₽, цена заявки — 978 ₽, разброс от 611 до 1 630 ₽. Чтобы обучить алгоритм, нужно заложить около 9 780 ₽.

Когда запускать рекламу бесплатного опроса, чтобы получить больше заявок?

Самый высокий спрос в ноябре и феврале, летом он падает в два раза. Начинайте в сентябре-октябре, чтобы к пику у алгоритма уже была статистика.

Почему реклама бесплатного опроса не даёт заявок?

Проверьте минус-слова и цели. Частая причина: запрос «бесплатный тест личности» даёт клики по 25 ₽, но люди не готовы оставлять контакты. Сузьте семантику до «тест на профориентацию» и «план развития».

Нужна ли рекламная сеть Яндекса для бесплатного опроса?

Она даёт около 15% трафика, но цена заявки ниже: 734 ₽ против 1 039 ₽ на поиске. Подключайте как добор, но основная ставка на поиск.

Что делать, если заявок меньше 10 в неделю?

Не переключайтесь на «Максимум конверсий». Работайте в режиме «Максимум кликов», расширяйте список фраз и проверяйте, не отсекают ли минус-слова нужный трафик.

Какие запросы отсекают при настройке рекламы бесплатного опроса?

Отсекайте «вакансия», «работа», «обучение», «курсы», «коуч», «тьютор», «психолог», «вуз», «скачать», «шаблон», «инструкция». Это люди, которым нужен не сервис, а справочный материал или другая услуга.

Сколько нужно бюджет на первый месяц рекламы бесплатного опроса?

Точной суммы назвать нельзя: она зависит от числа заявок, которые вы хотите получать. Но на обучение алгоритма потребуется около 9 780 ₽.

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 «бесплатный опрос», 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.