

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИТ-УСЛУГИ

Реклама Chrome-расширения для проверки иностранных сотрудников в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

232 748

показов в месяц — ёмкость спроса

27 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном
бюджете — от 9 ₽

220–585 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

15 093 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

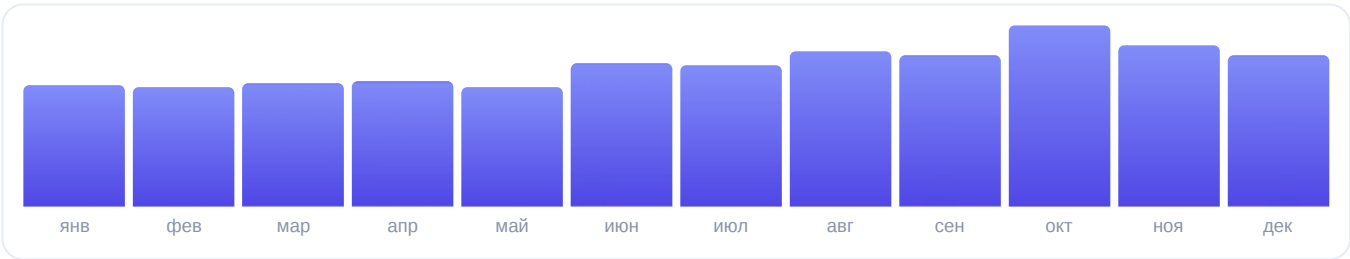
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-chrome-rasshirenie-dlya-proverki-inostrannyh-so
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
реестр контролируемых лиц	66 318	63–64
реестр контролируемых лиц иностранных граждан	26 631	51–53
проверка иностранных граждан	25 719	53–55
проверка иностранного гражданина	25 719	53–55
проверить иностранного гражданина	17 954	49–54
реестр контролируемых лиц мвд	9 157	52–54
реестр мвд контролируемые лица	9 157	52–54
проверка через госуслуги	6 956	146–155
реестр контролируемых лиц проверить	6 156	43–44
ркл мвд	5 601	52
ркл проверка	4 964	39
реестр мвд иностранные граждане	4 270	45–46
проверить иностранца	3 781	67–70
проверить мигрантов	3 107	62–65
проверить мигранта	3 107	62–65
реестр контролируемых лиц проверка	2 513	46–47
проверка реестра контролируемых лиц	2 513	46–47
проверка реестра МВД	2 417	42
проверка мигрантов	2 283	135–137
проверка иностранцев	1 345	53–58

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 200 163, февраль — 195 508, март — 204 818, апрель — 209 473, май — 195 508, июнь — 237 403, июль — 232 748, август — 256 023, сентябрь — 251 368, октябрь — 297 917, ноябрь — 265 333, декабрь — 251 368 показов.

● Сколько это стоит

27 ₽

цена клика при полном охвате

351 ₽

цена обращения
оценка до запуска

30 358 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	9	351

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	14	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	23	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
12 000	34	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
16 000	45	Кампания наберёт данные	1	4
19 000	54	Кампания наберёт данные	1	4
30 000	85	Кампания наберёт данные	1	4
31 000	88	Рабочая кампания	1	4
48 000	136	Рабочая кампания	3	16
76 000	215	Рабочая кампания	3	16
121 000	343	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 353 ₽ (измерено частично, по счётчику Метрики). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 15 179 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Покупка расширения горячий

Кто: HR-директора и собственники бизнеса, которые ищут готовое решение для массовой проверки, сравнивают цены и хотят купить/подключить

Что мешает: Необходимость срочно автоматизировать проверку, сравнить стоимость, найти надёжный инструмент без ЭП и сложной настройки

О чём говорить: Купить Chrome-расширение для массовой проверки мигрантов/мес. Подключение без разработчиков, работа через обычную учётную запись Госуслуг

Избежание штрафов горячий

Кто: HR-специалисты, юристы, бухгалтеры, ответственные за миграционный учёт, которые боятся штрафов за нелегальных сотрудников

Что мешает: Риск крупных штрафов (до руб.) за приём на работу иностранцев без проверки по реестру МВД, страх внеплановых проверок

О чём говорить: Автоматическая проверка каждого иностранца за 12 секунд — защита от штрафов. Данные не покидают браузер, полное соответствие 152-ФЗ

Массовая проверка иностранцев тёплый

Кто: Кадровики и HR-менеджеры, которые ищут способ быстро и без ошибок проверить много иностранных работников по реестру МВД

Что мешает: Ручная проверка занимает часы, высока вероятность ошибок, нет удобного отчёта для отдела кадров

О чём говорить: массовая проверка по Реестру контролируемых лиц. Готовый Excel-отчёт с цветовой маркировкой

Автоматизация через Госуслуги тёплый

Кто: IT-специалисты, продвинутые кадровики, которые ищут способ автоматизировать проверку, пишут скрипты или ищут готовый плагин

Что мешает: Не знают о существовании готового расширения, тратят время на ручной ввод в Госуслугах или разработку собственного решения

О чём говорить: Готовое Chrome-расширение — установите и проверяйте через Госуслуги без ЭП. Не требует программиста, работает с обычной подтверждённой учётной записью

● Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия

Максимум кликов

Когда переключаться

Старт «Максимум кликов» (прогрев) → «Максимум конверсий» при стабильных ≥10 конв/нед.

Каналы

Только Поиск, сети выключены

■ Что отсекаем минус-словами

обучение

вакансия

своими руками

курсы

инструкция

бесплатно

скачать

торрент

реферат

курсовая

диплом

вакансии

резюме

бу

б у

Спрос на продвижение Chrome-расширения для проверки иностранных сотрудников: сколько ищут и когда растёт

В месяц по теме — 232 748 показов и 11 637 кликов по всей России. Самые частые запросы — «реестр контролируемых лиц» (66 318 показов), «реестр контролируемых лиц иностранных граждан» (26 631) и «проверка иностранных граждан» (25 719). Люди ищут и официальную формулировку «проверить иностранного гражданина», и разговорную «проверить мигранта».

Сезонность заметная: меньше всего показов в феврале и мае — около 97 700 в месяц, больше всего в октябре — почти 149 000. Летом и в начале осени спрос выше среднего, зимой падает. Для расширения это значит: запускаться лучше к сентябрю, а летом удерживать активность через ретаргетинг — догонять тех, кто уже приходил на сайт.

Кто ищет проверку иностранных сотрудников и на каком этапе решения

Основная аудитория — HR-директора и собственники бизнеса, которые нанимают иностранцев. Они не изучают вопрос вообще, а ищут готовое решение для массовой проверки: сравнивают цены, хотят подключить расширение, а не читать инструкции. Поэтому запросы типа «проверить иностранного гражданина» — это почти всегда зрелый спрос: человек либо уже получил предписание, либо проверяет сотрудника перед оформлением.

Второй поток — кадровые специалисты, которым нужно проверить человека по реестру контролируемых лиц МВД (9 157 показов) или по реестру МВД (2 417). Они на стадии выбора инструмента, но могут уйти на бесплатную проверку через Госуслуги. В объявлении важно сразу показывать, что расширение делает проверку быстрее, чем ручной ввод на госуслугах.

Сколько стоит реклама Chrome-расширения для проверки иностранных сотрудников

Средняя цена клика в тематике — 9 ₽. По конкретным запросам она сильно отличается: «проверка через госуслуги» стоит 146–155 ₽ за клик, «проверка мигрантов онлайн» — 312 ₽, а «проверить иностранного работника» — 34–42 ₽. Дешёвые общие запросы дают мало трафика, дорогие — узкий и горячий спрос. Цена обращения — заявки на подключение — 351 ₽, разброс от 220 до 585 ₽. Конверсия из клика в заявку — 2,5%, но это расчётное значение, а не измеренное на реальной рекламе. До запуска нужно измерить свою конверсию.

Для работы автоматической стратегии Яндекс, которая сама управляет ставками, нужно минимум 10 конверсий в неделю. При цене заявки 351 ₽ это бюджет около 15 179 ₽ в месяц. На практике на 15 000 ₽ получается 9,9 заявки в неделю — чуть ниже порога, поэтому рабочий бюджет начинается от 18 000 ₽. Хороший бюджет, при котором кампания не просто учится, а набирает обороты, — 30 358 ₽ в месяц. Целевая доля рекламных расходов — 12%.

Как настроить Яндекс Директ для Chrome-расширения: поиск, сети и ретаргетинг

В тематике прямой спрос живёт на Поиске. Рекламная сеть Яндекса (РСЯ) — показы на сторонних площадках — на старте спрос не добирает, поэтому с небольшим бюджетом её подключать не нужно. Стартовая структура — одна кампания на Поиске, две группы объявлений и два объявления. Бюджет до 18 000 ₽ в месяц работает только так: концентрируем деньги на самых горячих запросах, чтобы кампания быстрее набрала конверсии.

Когда бюджет переходит за 18 000 ₽, добавляется РСЯ. Кампания по-прежнему одна, но групп объявлений становится четыре. С 67 000 ₽ разделяем на отдельные кампании: Поиск, РСЯ и ретаргетинг — показы тем, кто уже заходил на сайт. Здесь можно включать автотаргетинг (автоматический подбор площадок и запросов) и оптимизацию по заявкам. А при бюджете 104 733 ₽ и выше прямого поискового спроса не хватает — дальше растём через похожие аудитории (look-alike) и аудиторные сегменты.

Как продавать Chrome-расширение для проверки иностранных сотрудников через Яндекс Директ: запросы и объявления

Семантика — это список поисковых запросов, по которым показывается реклама. Основу составляют запросы с «реестром контролируемых лиц»: вместе с близкими формулировками они дают больше половины показов. Плюс берём «проверка иностранных граждан», «проверить иностранца», «проверка мигрантов».

Отсекаем всё, что указывает на бесплатные государственные сервисы, если продукт не закрывает потребность. Запрос «проверка через госуслуги» даёт 6 956 показов, но клик стоит 146–155 ₽. Если на странице нет быстрой проверки через Госуслуги, такой клик уйдёт на официальный портал без заявки. Минусуем «купить реестр контролируемых лиц» — люди ищут готовую базу данных, а не расширение. «Скачать», «бесплатно», «список» тоже уведут от платного продукта.

Что писать в объявлениях о Chrome-расширении для проверки иностранных сотрудников

Человек, который ищет «проверку иностранных граждан», уже знает проблему. В объявлении называйте её точно: «Проверка иностранных сотрудников по реестру контролируемых лиц», «Массовая проверка мигрантов онлайн». Для HR подчеркните скорость: «Проверьте список сотрудников за одну загрузку». Для собственников — снижение рисков: «Не пропустите человека из реестра МВД».

Обязательно слово «расширение» или «в браузере», чтобы человек понимал: устанавливать отдельную программу не нужно. Призывы: «Подключить», «Проверить», «Посмотреть тариф». Сравнивать цены всё равно будут на странице, поэтому в объявлении про цену и «скидки» писать не стоит.

Что измерять в рекламе Chrome-расширения и без чего не запускаться

До запуска настройте Яндекс Метрику и цель «заявка на подключение» (или «оплата»). Конверсия 2,5% и цена заявки 351 ₽ — расчётные значения, реальная статистика их не подтвердила. Пока не измерите свою конверсию, строить прогноз бессмысленно.

Минимальный набор метрик: цена клика, цена заявки, доля рекламных расходов (ориентир — 12%). Следите, сколько заявок приходит по каждому запросу, а не сколько кликов. Без цели в Метрике автоматическая стратегия не сможет оптимизироваться — ей не на чём учиться.

Типичные ошибки: Chrome-расширение для проверки иностранных сотрудников

- Запуск рекламы без настроенной цели в Метрике: автоматическая стратегия не учится, а цена заявки растёт.
- Бюджет 3–5 тыс. ₽ в месяц с ожиданием стабильных заявок: кампания не набирает нужных для обучения конверсий.
- Подключение РСЯ на старте, когда спрос ещё не выбран на Поиске — расходует бюджет без заявок.
- Использование общих фраз в объявлениях без «реестра контролируемых лиц» — теряется релевантность.
- Клик по логотипу запросу «проверка через госуслуги», если на странице нет быстрой проверки через

Чек-лист перед запуском

1. Настроить Яндекс Метрику и цель «заявка»/«оплата» до запуска.
2. Собрать семантику: реестр контролируемых лиц, проверка иностранных граждан, проверить мигранта.
3. Минусовать «купить реестр», «скачать», «бесплатно»; при отсутствии функции — «через госуслуги».
4. Создать одну кампанию на Поиске с двумя группами объявлений.
5. Установить бюджет не ниже 18 000 ₽ в месяц.

● Вопросы владельцев бизнеса

Как продавать Chrome-расширение для проверки иностранных сотрудников через Яндекс Директ?

Сфокусируйтесь на Поиске: запросы про реестр контролируемых лиц и проверку иностранных граждан дают основную массу кликов. Настройте одну кампанию с бюджетом от 18 000 ₽ в месяц, задайте цель в Метрике и следите за ценой заявки около 351 ₽.

Продвижение Chrome-расширение для проверки иностранных сотрудников: с чего начать?

Начать с семантики вокруг «реестра контролируемых лиц» и «проверки иностранцев», поставить Метрику с целью, собрать одну кампанию на Поиске. РСЯ подключать не нужно, пока бюджет меньше 18 000 ₽.

Как продвинуть Chrome-расширение для проверки иностранных сотрудников в интернете?

Кроме контекста, помогает сезонность: спрос пиковый в октябре и в конце лета, зимой ниже.

Ретаргетинг подключайте после накопления конверсий, а при бюджете от 67 000 ₽ — отдельные кампании с автотаргетингом.

Бюджет 5 000 ₽ в месяц — хватит?

Нет. При таком бюджете кампания не наберёт минимум 10 конверсий в неделю, заявки будут дороже. Рабочий минимум — 18 000 ₽ в месяц.

Стоит ли брать запрос «проверка через госуслуги»?

Только если расширение действительно проверяет через Госуслуги. Иначе клик стоит 146–155 ₽ и уходит на госуслуги без заявки. Лучше добавить фразу в минус-слова.

Зачем разделять Поиск и РСЯ в рекламе Chrome-расширения?

У каналов разная цена и поведение людей: на Поиске человек уже ищет проверку, в РСЯ его нужно догонять. Если лить всё вместе, алгоритм хуже обучается и цена заявки растёт.

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 «Chrome-расширение для проверки иностранных сотрудников», 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.