

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИНЖЕНЕРНЫЕ СИСТЕМЫ

Реклама диагностического оборудования в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, август 2026 · вся Россия

120 659

показов в месяц — ёмкость спроса

65 ₽

цена клика по прогнозу Яндекса

2 031–5 415 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

139 707 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	https://kdirect.ru/reklama/reklama-diagnosticheskoe-oborudovanie
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	ЦЕНА КЛИКА, ₽
неразрушающий контроль	27 361	189–275
экспертиза промышленной безопасности	26 813	166–335
диагностическое оборудование	8 094	95–107
капиллярный контроль	5 119	130–183
тепловизор цена	4 987	65–70
анализаторы металлов	4 244	449–558
анализатор металла	4 244	449–558
проверка промышленной безопасности	3 566	39–55
неразрушающий контроль сварных соединений	2 631	142–161
магнитопорошковый контроль	2 351	134–352
контроль герметичности	2 164	163–275
ультразвуковой контроль сварных соединений	2 042	195–201
проведение неразрушающего контроля	1 526	95–111
рентгенофлуоресцентный анализатор	1 503	439–682
газоанализатор метана	1 486	201–531
спектрометр металлов	1 081	391–427
услуги промышленной безопасности	1 034	165–811
средства технической диагностики	970	144–172
обнаружение утечек газа	960	65–77
неразрушающий контроль оборудование	864	183–297

● Сколько это стоит

65 ₽ цена клика	3 249 ₽ цена обращения оценка до запуска	279 414 ₽ бюджет, на котором ниша раскрывается
--------------------	--	--

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	65	3 326

Цена обращения в строке посчитана по своему каналу — складывать столбец нельзя.

БЮДЖЕТ, ₽/МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
19 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
34 000	10	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
63 000	20	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
116 000	36	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
140 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
213 000	66	Кампания наберёт данные	1	4
279 000	87	Кампания наберёт данные	1	4
392 000	122	Масштаб за пределом поиска	1	4

Расчёт по цене обращения 3 249 ₽ (отраслевой бенчмарк — ориентировочно). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 139 707 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Seviral взрывозащищенная PTZ тепловизионная камера горячий

Кто: Главные инженеры, специалисты по безопасности на взрывоопасных объектах (нефтегаз, химия), ищут конкретную модель камеры для мониторинга

Что мешает: Необходимость обеспечения безопасности во взрывоопасных зонах с помощью надежного оборудования, соответствующего строгим стандартам

О чём говорить: Прямые поставки взрывозащищенных PTZ тепловизоров Seviral с гарантией и быстрым вводом в эксплуатацию

FA-150W система проверки печатных плат горячий

Кто: Инженеры ОТК, специалисты по контролю качества электроники на производстве, ищут оборудование для автоматической проверки плат

Что мешает: Риск пропуска дефектов пайки и коротких замыканий, необходимость точного контроля качества печатных плат без задержек

О чём говорить: Профессиональная система FA-150W для безупречного контроля: раннее обнаружение дефектов и гарантия надежности вашей электроники

HJK-MARCO инфракрасный тепловизионный модуль горячий

Кто: Разработчики систем безопасности, интеграторы, ищущие тепловизионный модуль для встраивания в системы мониторинга

Что мешает: Подбор качественного тепловизионного ядра с высокой чувствительностью для профессиональных решений

О чём говорить: Модуль HJK-MARCO: точное тепловизионное ядро для ваших систем безопасности — поставка напрямую от производителя

Анализаторы металлов РФА горячий

Кто: Специалисты по неразрушающему контролю, лаборатории, ищут портативные РФА-анализаторы для входного контроля металла и сплавов

Что мешает: Необходимость быстрого и точного определения состава металлов без разрушения образцов, риск приемки некачественного металла

О чём говорить: Рентгенофлуоресцентные анализаторы в наличии и под заказ — широкий выбор, гарантия от 12 мес, оперативная поставка для вашего производства

Роботизированные комплексы для диагностики тёплый

Кто: Главные инженеры крупных промышленных объектов, ищут решения для автоматизированного обследования труднодоступных зон (трубопроводы, резервуары)

Что мешает: Высокая стоимость простоя, сложность доступа к оборудованию, необходимость минимизации человеческого участия в опасных зонах

О чём говорить: Роботизированные комплексы для промышленной диагностики: точное обследование без остановки производства

Оборудование для поиска и диагностики подземных коммуникаций тёплый

Кто: Специалисты по эксплуатации сетей, геодезисты, ищут трассоискатели и георадары для обнаружения кабелей и трубопроводов

Что мешает: Повреждение подземных коммуникаций при земляных работах, потеря времени на поиск, риск аварий

О чём говорить: Современное оборудование для точного поиска подземных коммуникаций — прямые поставки,

■ Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Целевая стратегия	Максимум кликов
Когда переключаться	После настройки цели в Метрике и набора ≥ 10 конв/нед → конверсионная стратегия.
Поиск и РСЯ	одной кампанией
Что считаем обращением	Звонок по телефону
Без чего запускать бессмысленно	Рекомендуется установить отдельный отслеживаемый номер телефона и добавить кнопку «Позвонить менеджеру за консультацией» с отслеживанием клика по селектору.call-button или <code>a[href^=' ']</code> — клик будет считаться конверсией.

■ Что отсекаем минус-словами

курсы

работа

самодельный

скачать

как сделать

своими руками

обучение

бесплатно

торрент

реферат

курсовая

диплом

вакансия

вакансии

резюме

бу

б у

Спрос и продвижение диагностического оборудования: сколько ищут и какими словами

По запросам о диагностическом оборудовании в Яндексе — более 120 000 показов объявлений в месяц, пользователи кликают 6 033 раза. Спрос не огромный, но очень целевой: люди ищут не абстрактный «прибор», а точные формулировки методов контроля.

Самый частый запрос — «неразрушающий контроль» (27 361 показ), за ним — «экспертиза промышленной безопасности» (26 813). Это запросы инженеров и специалистов по безопасности. Дальше идут «диагностическое оборудование» (8 094), «капиллярный контроль» (5 119), «тепловизор цена» (4 987). Отдельно выделяются коммерческие запросы с явным намерением купить: «диагностическое оборудование купить» (592), «анализатор металлов цена» (650), «купить анализатор металлов» (495), «рентгенофлуоресцентный анализатор» (1 503).

Сезонность в теме не выражена: оборудование и услуги контроля заказывают круглый год, поэтому бюджет можно планировать равномерно.

Кто ищет диагностическое оборудование: инженеры и специалисты по безопасности

За запросами стоят инженеры и руководители технических служб. В нефтегазовой и химической отраслях это главные инженеры и специалисты по промышленной безопасности. Они ищут взрывозащищённые тепловизионные камеры для мониторинга. Это горячий спрос: клиент уже знает, что ему нужно, и выбирает поставщика. Его боль — безопасность во взрывоопасных зонах и строгие стандарты. Решает прямое предложение с гарантией и быстрым вводом в эксплуатацию.

Второй сегмент — инженеры отдела технического контроля на производстве электроники. Они ищут системы проверки печатных плат. Для них важна точность и встраивание контроля в производственный процесс. Это корпоративные клиенты с проектной моделью покупки: решение принимается не одним человеком и не за один день.

Сколько стоит реклама диагностического оборудования: клик, заявка и бюджет обучения

Средняя цена клика в теме диагностического оборудования — 65 рублей. Рекомендованный уровень ставки выше — 182 рубля: при минимальной ставке показов будет мало, объявления уйдут в низ выдачи. Целевое обращение — заявка или звонок — обходится около 3 249 рублей, в диапазоне 2 031–5 415 рублей. Это ориентир для проверки эффективности.

Чтобы автоматическая стратегия Яндекса обучилась, нужно не меньше 10 конверсий в неделю, то есть целевых действий. В нише это соответствует бюджету примерно 139 700 рублей в месяц. Комфортный бюджет с запасом на данные — около 279 000 рублей. Если бюджет меньше 140 000 рублей, кампания остаётся в красной зоне: автоматика не может собрать статистику, и цена обращения растёт.

Когда поисковый спрос исчерпан, масштабирование возможно примерно до 392 000 рублей в месяц — дальше нужны другие каналы.

Как настроить Яндекс Директ для диагностического оборудования: каналы и структура

На старте используйте только Поиск. Люди приходят с конкретным запросом — «анализатор металлов», «контроль герметичности», «диагностика трубопроводов» — и готовы рассматривать предложение. Тематические площадки в нише спрос не собирают, поэтому рекламная сеть Яндекса подключается позже. При бюджете до 140 000 рублей оптимальна одна поисковая кампания по самым горячим коммерческим запросам. Если разбить бюджет на несколько кампаний, каждая не получит достаточно данных. Когда

бюджет превышает 140 000 рублей, добавляйте рекламную сеть Яндекса с аудиторными сегментами. При бюджете от 392 000 рублей — look-alike, показы людям, похожим на ваших клиентов.

Автоматический подбор фраз в теме не рекомендую: он размывает таргетинг по информационным запросам. Список ключевых фраз лучше задать вручную.

Семантика и минус-слова для диагностического оборудования

Семантика строится на двух группах запросов. Первая — товарные: «диагностическое оборудование купить», «купить анализатор металлов», «анализатор металлов цена», «рентгенофлуоресцентный анализатор», «спектрометр металлов». Вторая — сервисные, если вы оказываете услуги: «проведение неразрушающего контроля», «услуги промышленной безопасности», «экспертиза промышленной безопасности».

Если вы продаёте только оборудование, сервисные запросы отправляйте в минус-слова — фразы, при которых объявление не показывается. Иначе платите за людей, которым нужен подрядчик, а не прибор. «Неразрушающий контроль сварных соединений», «магнитопорошковый контроль», «капиллярный контроль» — универсальные фразы. Они могут вести и к услуге, и к оборудованию. Решение зависит от посадочной страницы: если на ней и услуга, и каталог приборов — оставляйте, если нет — отсекайте. В минус-слова добавляйте слова «реферат», «курсовая», «скачать», «вакансия», если они встречаются в статистике.

Что писать в объявлениях о диагностическом оборудовании

В объявлении называйте конкретный тип оборудования и результат.

Для взрывозащищённых тепловизионных камер — «Взрывозащищённые тепловизоры для нефтегаза», «Прямые поставки, гарантия, быстрый ввод в эксплуатацию». Для систем проверки печатных плат — «Контроль качества электроники», «Системы проверки плат для отдела технического контроля». Используйте в заголовке формулировку из запроса: если человек ищет «анализатор металлов цена», пишите «Анализатор металлов — цены по запросу» или «Купить анализатор металлов с гарантией». Не пишите «диагностическое оборудование» без уточнения — такое объявление проиграет соседям с конкретикой.

Что и как измерять в рекламе диагностического оборудования

Настройте в Яндекс.Метрике цели: заявка, звонок, сообщение. Без Яндекс не сможет обучить стратегию на ваши конверсии, а вы не узнаете цену обращения. Считайте цену обращения и сравнивайте с ориентиром 3 249 рублей.

Считайте долю рекламных расходов — отношение затрат на рекламу к выручке с заказов. Для ниши предельная доля — 50%, комфортная — 10%. Нужна атрибуция — понимание того, какой запрос или канал привёл к сделке. Без сквозной аналитики вы не увидите, что, например, «экспертиза промышленной безопасности» приводит к дорогим контрактам, а «тепловизор цена» — только к мелким заказам.

Запуск без целей и аналитики бессмыслен: вы платите за клики, но не можете вовремя перераспределить бюджет.

Типичные ошибки: диагностическое оборудование

- Запуск с бюджетом меньше 140 000 рублей: кампания не набирает 10 конверсий в неделю, автостратегия не обучается, цена заявки растёт.
- Ставка 65 рублей при рекомендованных 182 рублях за клик: объявления получают мало показов и теряются среди конкурентов.
- Смешение товарных и сервисных запросов в одной кампании: если компания продаёт оборудование, запрос «услуги промышленной безопасности» приведёт нецелевые клики.
- Отказ от минус-слов: показы по информационным запросам и запросам «реферат», «скачать» съедают бюджет без заявок.
- Подключение рекламной сети Яндекса с первых дней: в нише сеть не даёт дешёвых обращений, пока не

- Запуск без целей в Метрике и сквозной аналитики — невозможно понять, какие запросы приводят к деньгам.

Чек-лист перед запуском

1. Настроить цели в Яндекс.Метрике: заявка, звонок, сообщение.
2. Собрать семантику из коммерческих запросов: «купить», «цена», «заказать».
3. Выбрать одну поисковую кампанию для старта, а не несколько маленьких.
4. Установить ставки на уровне рекомендованных 182 рублей за клик.
5. Добавить минус-слова для сервисных и информационных запросов, если продаёте только оборудование.
6. Включить автостратегию на конверсии после накопления статистики.
7. Подключить сквозную аналитику, чтобы видеть цену обращения и долю рекламных расходов.
8. При бюджете от 140 000 рублей добавить рекламную сеть Яндекса и аудиторные сегменты.
9. Еженедельно проверять цену обращения и перераспределять бюджет.

● Вопросы владельцев бизнеса

Сколько нужно денег на рекламу диагностического оборудования?

Для обучения автостратегии нужно минимум 139 700 рублей в месяц. Меньший бюджет не даст 10 конверсий в неделю, поэтому заявки будут дороже.

Можно ли продвигать диагностическое оборудование на всю Россию?

Спрос есть по всей стране, но при ограниченном бюджете лучше сконцентрироваться на регионах с промышленными предприятиями, чтобы не размывать статистику.

Как быстро пойдут заявки?

Первые клики появятся сразу, но прогнозируемые обращения — после того как кампания наберёт 10 конверсий в неделю. При достаточном бюджете это занимает несколько недель.

Что делать, если бюджет меньше 140 000 рублей?

Можно запуститься на клики с минимальным набором запросов, но это скорее исследование спроса, чем система. Для стабильных заявок лучше копить бюджет до порога обучения.

Нужна ли рекламная сеть Яндекса?

На старте нет. Поиск даёт первых клиентов, а сеть подключайте после 140 000 рублей бюджета в месяц, когда нужно расширять охват.

Как понять, что реклама окупается?

Сравнивайте цену обращения с маржинальной прибылью от клиента. Доля рекламных расходов до 50% — предел, 10% — комфортный ориентир.

Что делать, если заявки недорогие, но не становятся сделками?

Проверьте посадочную страницу и квалификацию лидов. Возможно, вы приводите людей, которым нужна разовая услуга, а не оборудование, или на странице нет нужной информации.

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 «диагностическое оборудование», 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.