

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

Реклама генерации видео в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

725 224

показов в месяц — ёмкость спроса

25 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 14 ₽

312 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

13 416 ₽

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-generaciya-video
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
оживить фото	340 521	30–31
текст в видео	58 198	34–40
нейросеть для видео	45 919	55–59
рекламный ролик	33 544	243–277
создание видео ии	28 471	59–63
ии видео создание	28 471	59–63
создание видео нейросетью	19 421	59–63
видео из видео нейросеть	18 325	34–37
генерация видео нейросетью	16 705	52–57
нейросеть для создания видео	16 108	60–64
создать видео нейросетью	13 764	51–56
ии видео генератор	12 722	38–41
видео из фото нейросеть	10 643	34–35
рекламное видео	9 703	473–699
видео по описанию	7 577	53–55
сгенерировать видео нейросетью	6 691	53–56
как создать ии видео	4 889	73–76
сделать видео из видео нейросетью	3 332	32–35
сделать видео с помощью ии	2 869	61–64
онлайн генератор видео	2 727	33–36

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 855 764, февраль — 703 467, март — 761 485, апрель — 768 737, май — 681 711, июнь — 543 918, июль — 420 630, август — 558 422, сентябрь — 645 449, октябрь — 826 755, ноябрь — 892 026, декабрь — 1 051 575 показов.

● Сколько это стоит

25 Р

цена клика при полном охвате

312 Р

цена обращения
оценка до запуска

26 832 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	100%	14	312

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

● Сценарии бюджета

что получится при разных суммах

БЮДЖЕТ, Р/МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	16	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
7 000	22	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
11 000	35	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
14 000	45	Кампания наберёт данные	1	4
18 000	58	Кампания наберёт данные	1	4
27 000	86	Рабочая кампания	1	4
28 000	90	Рабочая кампания	1	4
44 000	141	Рабочая кампания	3	16
69 000	221	Рабочая кампания	3	16
107 000	343	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 312 Р (измерено по счётчику Метрики). Автоматике Яндексa нужно 10 обращений в неделю на обучение — 13 416 Р/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Заказать генерацию ИИ-видео горячий

Кто: Маркетологи, владельцы бизнеса, контент-мейкеры, которые уже знают, что нужно ИИ-видео, и ищут исполнителя — вбивают запросы «заказать генерацию видео нейросетью», «агентство ИИ-видео», «цена создания»

Что мешает: Нужно качественное видео быстро, но нет времени или навыков разбираться с нейросетями; хочется получить готовый результат под ключ с гарантией.

О чём говорить: Профессиональная генерация ИИ-видео под ключ — от текста/картинки/видео до готового ролика. Работаем с вашим сценарием, фиксированная стоимость.

Генерация видео из текста (по описанию) тёплый

Кто: Копирайтеры, блогеры, SMM-менеджеры, которые хотят превратить статью, пост или сценарий в видео — ищут «создать видео из текста нейросетью», «текст в видео онлайн», «генерация видео по описанию», «пре

Что мешает: Есть готовый текст, но нет возможности нанять видеографа или смонтировать самому; нужно быстро конвертировать контент в видеоформат для соцсетей или рекламы.

О чём говорить: Введите описание — получите готовое видео за минуты. Без монтажа, без актёров. Идеально для контент-плана.

Генерация видео из картинки (анимация изображения) тёплый

Кто: Дизайнеры, владельцы интернет-магазинов, креативщики, у которых есть статичная картинка или фото — ищут «анимировать картинку онлайн», «видео из фото нейросеть», «оживить изображение», «анимация изобр

Что мешает: Статичный визуал не привлекает внимание в ленте, хочется оживить картинку без навыков моушн-дизайна; нужно быстро получить анимированный баннер или превью.

О чём говорить: Оживите любую картинку: фото товара, иллюстрацию, логотип. Превращаем статику в динамичный ролик за пару кликов.

Генерация видео из другого видео (переработка) тёплый

Кто: Видеомейкеры, маркетологи, которые уже имеют исходное видео и хотят изменить стиль, добавить ИИ-эффекты или переснять с другим сценарием — ищут «создать видео по другому видео нейросетью», «переделать

Что мешает: Есть исходник, но он не подходит по тону, длине или качеству; нужно переосмыслить контент, не переснимая с нуля, или добавить креативные ИИ-эффекты.

О чём говорить: Загрузите своё видео — нейросеть создаст новый ролик в нужном стиле, с другим текстом или анимацией. Быстрая переработка без потери смысла.

Родовой спрос на ИИ-видео тёплый

Кто: Широкая аудитория, которая начинает знакомство с темой: предприниматели, контент-менеджеры, энтузиасты — ищут «генерация видео нейросетью», «создание видео из текста», «ии видео генератор», «нейросеть»

Что мешает: Знают, что нейросети могут генерировать видео, но не понимают, какой инструмент выбрать, насколько это качественно и дорого. Нужна точка входа и демонстрация возможностей.

О чём говорить: Полный спектр генерации ИИ-видео: из текста, картинки, видео. Работаем на лучших моделях — получите профессиональный результат без сложностей.

Проблемный спрос: как сделать ИИ-видео (обучение/решение) тёплый

Кто: Пользователи, которые пытаются самостоятельно сгенерировать видео, но сталкиваются с трудностями — ищут «как сделать видео с помощью ИИ», «как анимировать картинку без навыков», «почему не получается

Что мешает: Не хватает знаний или времени разбираться с настройками нейросетей; получают некачественный результат, нужна помощь эксперта или готовая услуга.

О чём говорить: Не тратьте часы на эксперименты — мы сделаем всё профессионально. Или поможем разобраться: консультация по промптам, настройкам, выбору модели.

Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Когда переключаться	При выходе на ≥ 10 конв/нед → «Максимум конверсий».
Каналы	Только Поиск, сети выключены
Что считаем обращением	Заявка на генерацию видео, Звонок менеджеру
Без чего запускать бессмысленно	Отслеживаемый номер телефона + кнопка 'Позвонить менеджеру за консультацией' (звонок = конверсия).

Что отсекаем минус-словами

- бесплатно
- своими руками
- как сделать
- онлайн
- обучение
- курс
- урок
- промпт
- самостоятельно
- инструкция
- скачать
- runway
- pika labs
- heygen
- kaiber
- stable diffusion
- midjourney
- дипфейк
- вакансия
- работа
- уроки
- установить
- реферат
- диплом
- diy
- open source
- github
- код
- программа
- для windows

Спрос и продвижение генерации видео: сколько ищут и какими словами

Услугу генерации видео ищут в Яндексе 725 224 раза в месяц, из них 36 261 клик по рекламе. Самый массовый запрос — «оживить фото»: 340 521 показ. Это почти половина спроса: клиент приходит с фотографией и хочет получить движущееся видео. Следом идут «текст в видео» (58 198 показов), «нейросеть для видео» (45 919), «создание видео ии» (28 471), «ии видео создание» (28 471).

Спрос сильно зависит от месяца. Июль — дно с индексом 0,44, декабрь — пик с индексом 1,11. В ноябре индекс 0,94, в октябре — 0,87. Летом показов заметно меньше, поэтому бюджет на июль–август лучше сокращать, а к ноябрю наращивать.

Кто ищет генерацию видео и на какой стадии решения

Основные заказчики — маркетологи, владельцы бизнеса и контент-мейкеры. Их запросы делятся на горячие и тёплые.

Горячий спрос — те, кто уже решил заказать видео и ищет исполнителя: «заказать генерацию видео нейросетью», «создать видео нейросетью», «рекламный ролик». Им не нужно объяснять пользу, им нужны примеры работ и цена.

Тёплый спрос — те, кто пытается сделать видео сам: «как сделать видео с помощью нейросети», «текст в видео онлайн», «анимировать картинку». Они ещё не готовы платить, но сталкиваются с ограничениями бесплатных инструментов. Им работает оффер «не тратьте часы на эксперименты» и бесплатный тестовый ролик.

Отдельный тёплый сегмент — пользователи конкретных нейросетей: «runwayml как сделать видео», «sora openai видео». Они пробуют западные генераторы и ищут альтернативу, которая работает в России и стоит меньше. Для них подходит сообщение «работает в России, цены ниже западных аналогов».

Сколько стоит реклама генерации видео: клик, заявка, бюджет

Средняя цена клика по кампании — 14 рублей. Это дешево, потому что основная масса запросов массовая: «оживить фото», «текст в видео». Коммерческие запросы стоят дороже: «рекламный ролик» — 243–277 рублей за клик, «рекламное видео» — 473–699 рублей. Они ведут на услуги настоящего видеопроизводства, поэтому их нужно оставлять и закладывать под них отдельный бюджет.

Одно обращение обходится в 312 рублей. Конверсия из клика в обращение — 4,35%. Для обучения автостратегии нужен бюджет 3120 рублей в неделю. После того как кампания получит десять конверсий в неделю, стратегию меняют с «Максимум кликов» на «Максимум конверсий».

Как настроить Яндекс Директ для генерации видео: поиск и структура

Весь спрос по генерации видео собирается в поиске Яндекса. Тематические площадки в нише не дают целевых переходов: человек с запросом «создать видео нейросетью» ждёт услугу в выдаче, а не рекламу рядом со статьёй.

Структура простая: одна поисковая кампания с группами объявлений под каждый сценарий — текст, фото, видео. Раздельные кампании не нужны, автоподбор запросов тоже: семантику вы знаете заранее. На старте ставьте «Максимум кликов». После десяти конверсий в неделю переключайте на «Максимум конверсий».

Семантика и минус-слова: какие запросы брать и отсекать

В рекламную кампанию берите запросы с намерением заказать: «оживить фото», «текст в видео», «нейросеть для видео», «создание видео ии», «генерация видео нейросетью», «создать клип из фото».

Минус-слова должны убрать бесплатные инструменты и самостоятельную работу: «бесплатно», «онлайн», «как сделать», «своими руками», «обучение», «курс», «урок», «промпт», «инструкция», «скачать», «установить», «код», «программа». Слова «вакансия» и «работа» отсекают соискателей, а не клиентов. Если вы продаёте услугу генерации видео, а не доступ к нейросети, уберите названия западных генераторов: «runway», «pika labs», «heygen», «kaiber», «stable diffusion», «midjourney».

Что писать в объявлениях тематики

Заголовок должен сразу называть сценарий. Проверенные офферы:

- «Превратите статью в вирусное видео за 60 секунд без монтажа» — для тех, у кого готовый текст.
- «Оживите фото товара и увеличьте продажи без моушн-дизайнера» — для интернет-магазинов.
- «Попробуйте ИИ-видео бесплатно: создайте ролик из текста за 1 минуту» — для тех, кто на стадии выбора.
- «Работает в России, цены ниже западных аналогов» — для тех, кто пробовал западные нейросети.

В тексте объявления перечислите: «генерация видео из текста, картинки, видео». Так клиент сразу понимает, что получит именно его сценарий.

Что измерять в рекламе генерации видео

Без отслеживания звонков запуск бессмыслен. Поставьте на сайт номер телефона и кнопку «Позвонить менеджеру за консультацией» — каждый звонок засчитывайте как конверсию.

Основные цели — заявка на генерацию видео и звонок менеджеру. Дополнительные микроцели: просмотр страницы с примерами работ, клик на кнопку «Попробовать бесплатно», просмотр видео-демонстрации. По ним видно, что человек не просто прочитал объявление, а дошёл до оценки услуги.

Ориентируйтесь на конверсию 4,35% из клика в обращение и цену обращения 312 рублей. Если показатели хуже, меняйте оффер, а не увеличивайте бюджет.

Типичные ошибки: генерация видео

- Оставлять в кампании «бесплатно», «как сделать», «обучение» — бюджет уходит на тех, кто не покупает.
- Запускать «Максимум конверсий» без десяти конверсий в неделю — алгоритм не обучится.
- Игнорировать дорогие запросы «рекламный ролик» и «рекламное видео» — это и есть заявки на продакшн.
- Не учитывать сезон: в июле тратить столько же, сколько в декабре.
- Писать в объявлении «качественно» вместо конкретного сценария «из текста, фото, видео».

Чек-лист перед запуском

1. Собрать семантику: «оживить фото», «текст в видео», «нейросеть для видео», «создание видео ии», «рекламный ролик».
2. Добавить минус-слова: «бесплатно», «как сделать», «обучение», «курс», «промпт», «скачать», «вакансия», названия западных нейросетей.
3. Установить на сайт отслеживаемый номер и кнопку «Позвонить менеджеру».
4. Настроить цели в счётчике: заявка, звонок, просмотр примеров работ, клик на «Попробовать бесплатно».
5. Запустить поисковую кампанию со стратегией «Максимум кликов» и недельным бюджетом 3120 рублей.

Сколько стоит реклама генерации видео?

Средняя цена клика — 14 рублей, цена обращения — 312 рублей. На обучение автостратегии закладываете 3120 рублей в неделю.

Какие запросы брать в рекламу генерации видео?

Основные — «оживить фото», «текст в видео», «нейросеть для видео», «создание видео ии». Для b2b-заявок добавляйте «рекламный ролик» и «создать клип на песню».

Какие минус-слова нужны в теме?

«Бесплатно», «онлайн», «как сделать», «обучение», «курс», «промт», «скачать», «установить», «вакансия», а также названия западных нейросетей.

Когда лучше запускать рекламу генерации видео?

Летом спрос минимальный: июль — 0,44 от среднего. Пик — декабрь (1,11). Запускать можно в любой момент, но летом бюджет стоит сокращать, а к ноябрю — увеличивать.

Почему одни клики стоят 14 рублей, а другие — 277?

Массовые запросы вроде «оживить фото» дешёвы из-за большой конкуренции. Узкие коммерческие — «рекламный ролик» — дорогие, потому что они ведут на крупный заказ.

Как понять, что реклама работает?

Смотрите на конверсию в обращение: ориентир 4,35% и цену обращения 312 рублей. Если цифры держатся, реклама окупается.

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 «генерация видео», 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.