

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ

Реклама гитарных педалей в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · Москва

4 159

показов в месяц — ёмкость спроса

34 ₽

цена клика при полном охвате

9 890–26 377 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

680 518 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

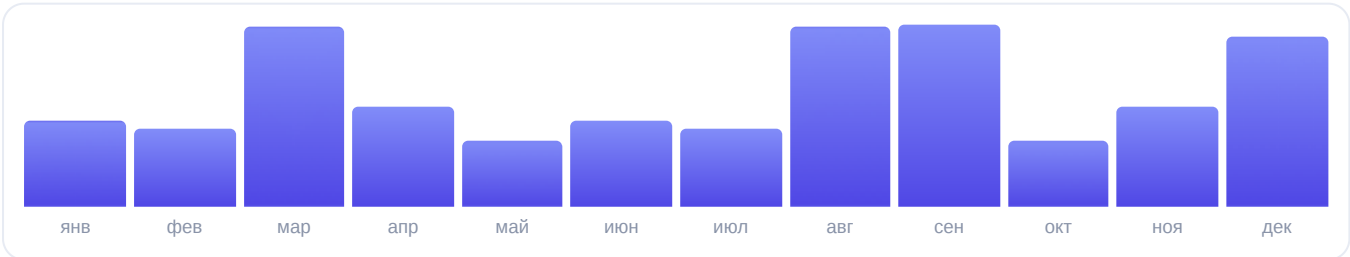
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-gitarnye-pedali-moskva
Регион разбора	Москва

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
гитарные педали	839	71–72
педали эффектов	735	69–83
педаль не работает	418	110
педали для гитары	378	86
педаль для электрогитары	377	46
гитарные эффекты	367	71–72
дисторшн педаль	196	85
эффекты для гитары	165	86
overdrive купить	92	62
гитарные педали эффектов	92	52–79
педаль не включается	88	155–189
гитарные примочки	79	97
педаль овердрайв	78	19–23
педали овердрайв	78	19–23
overdrive педаль	65	63
педали эффектов для гитары	59	107
купить гитарные педали	53	53
купить гитарную педаль	53	53
педаль трещит	49	139
преамп гитарный	45	23

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 3 202, февраль — 2 828, март — 6 530, апрель — 3 618, май — 2 371, июнь — 3 119, июль — 2 870, август — 6 530, сентябрь — 6 613, октябрь — 2 371, ноябрь — 3 660, декабрь — 6 197 показов.

● Сколько это стоит

34 ₽

цена клика при полном охвате

15 826 ₽

цена обращения
оценка до запуска

1 361 036 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
РСЯ	100%	13	15 826

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	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
4 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
7 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 15 826 ₽ (измерено частично, по счётчику Метрики). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 680 518 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Покупка овердрайва/бустера горячий

Кто: Гитарист, ищущий конкретный тип эффекта — овердрайв или бустер — с коммерческим намерением (сравнение цен, покупка). Часто уточняет 'купить', 'цена', 'недорого'.

Что мешает: Нужен качественный овердрайв для своего звука, перегруженный выбор на рынке; хочет получить определённый окрас (Gilmour style, прозрачный, германиевый).

О чём говорить: Собственная линейка овердрайвов: от прозрачного до агрессивного. Транзисторные и германиевые варианты. Подарок — бустер при заказе от 25т.р.

Покупка дилей горячий

Кто: Гитарист, целенаправленно ищущий аналоговый или tape-style дилей. Запросы: 'аналоговый дилей купить', 'tape delay для гитары'.

Что мешает: Нужен тёплый, органичный дилей для записи или живого звука; разочарован цифровыми эмуляциями.

О чём говорить: Аналоговый дилей JAM-POINT ANALOG DELAY 2 — настоящий tape-стиль в компактном корпусе. Уникальная схемотехника.

Покупка модуляции (фейзер/вайбер) горячий

Кто: Гитарист, ищущий эффекты модуляции — фейзер, вайбер, уни-вайб. Запросы: 'фейзер для гитары купить', 'вайбер эффект', 'Gilmour style модуляция'.

Что мешает: Хочет получить классический вращающийся звук (как у Gilmour) или уникальную модуляцию; не устраивают массовые модели.

О чём говорить: JAM-POINT ULTRA-VIBE — гитарный фейзер-вайбер в стиле Gilmour. Собственная разработка, 3 режима управления (PULSAR).

Покупка фузза горячий

Кто: Гитарист, ищущий фузз-педаль для плотного, искажённого звука. Запросы: 'фузз купить', 'fuzz face', 'германиевый фузз'.

Что мешает: Хочет жирный, насыщенный фузз, но не хочет переплачивать за бренд; нужна надёжная педаль.

О чём говорить: JAM-POINT FUZZY DRIVE — гибрид фузза и овердрайва. Германиевые транзисторы, ручная сборка. Подарок — бустер при заказе от 25т.р.

Покупка преампа/кабсима горячий

Кто: Гитарист, записывающийся или играющий без усилителя, ищущий ламповый предусилитель или кабинетный симулятор. Запросы: 'гитарный преамп купить', 'кабсим для гитары', 'Fender style preamp'.

Что мешает: Нужен качественный предусилитель для прямого входа в звуковую карту или PA; неудовлетворён программными эмуляциями.

О чём говорить: JAM-POINT CLEAN-F TUBE AMP CABSIM — ламповый предусилитель в стиле Fender со встроенным кабсимом. Компактный, настоящий ламповый звук.

Покупка Kill Switch / эмулятора горячий

Кто: Гитарист, ищущий эффект Kill Switch для ритмических прерываний или эмуляции stutter-эффектов. Запросы: 'kill switch педаль', 'эмулятор kill switch', 'гитарный тремоло-прерыватель'.

Что мешает: Хочет получить контролируемый прерывистый звук без модификации гитары; нужна простая в управлении педаль.

О чём говорить: JAM-POINT PULSAR COMBO/EXP — эмулятор Kill Switch с модуляцией и 3 режимами. Есть версия с педалью экспрессии. Ручная сборка.

■ Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Когда переключаться	При выходе на ≥ 10 конв/нед → «Максимум конверсий».
Каналы	Только РСЯ, поиск выключен

■ Что отсекаем минус-словами

скачать	бесплатно	diy	вакансия	обучение	торрент	реферат	курсовая	диплом
вакансии	резюме	своими руками	бу	б у				

Спрос и продвижение гитарных педалей: сколько ищут и какими словами

В поиске Яндекс по Москве гитарные педали набирают 4 159 показов в месяц по основным формулировкам. С учётом всех близких запросов — названий эффектов, «купить», «москва» — ёмкость спроса доходит до 8 944. Самый частый запрос — «гитарные педали» (839 показов), затем «педали эффектов» (735), «педал не работает» (418), «педали для гитары» (378), «педал для электрогитары» (377).

Люди ищут не только товар: «педал не работает», «педал не включается», «педал трещит» — это ремонтные обращения. Сезонность резкая: в августе, сентябре и марте показы достигают 4 159–4 201 в месяц, а в мае, июне и октябре падают до 1 497–1 539. Запускать кампанию нужно к пиковым месяцам — августу, сентябрю, марту. Летом спрос проседает.

Кто ищет гитарные педали: стадии решения

Запросы делятся на три группы. Опытные гитаристы ищут конкретный эффект: «overdrive купить» (92 показа), «дисторшн педал» (196), «педали овердрайв» (78). Клик по «overdrive купить» — 62 рубля, по «дисторшн педал» — 85. Новички набирают общие слова: «гитарные педали», «гитарные эффекты», «эффекты для гитары»; клики по ним стоят 71–86 рублей, но часть трафика уходит на статьи, а не на покупку.

Третья группа — сломанные педали: «педал не работает» (418 показов), «педал не включается» (88), «педал трещит» (49), «педал гудит» (27). Цена клика здесь самая высокая — 110–189 рублей. Если вы делаете ремонт, запросы выгоднее, чем продажа новых педалей. Отдельно стоят поклонники конкретного звука — например, гитаристы, ищущие педали в стиле Gilmour; для них нужно отдельное объявление.

Сколько стоит реклама гитарных педалей и какой бюджет нужен на обучение

Средняя цена клика по тематике — 43 рубля. Коммерческие запросы стоят дороже: «дисторшн педал» — 85 рублей, «педали для гитары» — 86, «купить гитарную педал» — 53. Ремонтные запросы дороже: «педал не включается» — 155–189 рублей.

Цена одной заявки — 15 826 рублей в среднем, разброс от 9 890 до 26 377. Доля рекламных расходов — 176%, то есть на 100 рублей продаж приходится 176 рублей рекламы; без снижения цены заявки или роста среднего чека кампания убыточна. Чтобы автоматические стратегии Яндекса обучились, нужно примерно 10 заявок в неделю. При цене заявки 15 826 это 158 260 рублей в неделю, или 680 518 в месяц.

Бюджеты 3 000, 5 000, даже 8 944 рубля не достигают порога: кампания остаётся на ручном управлении и по расчётам приносит ноль заявок. Поэтому до запуска определитесь: либо бюджет 680 000 в месяц на обучение, либо ручное управление с продажами по одной заявке в неделю.

Как настроить Яндекс Директ для гитарных педалей

В тематике работает только поиск. Рекламная сеть Яндекса даёт клик за 13 рублей, но заявок не приносит: гитаристы не кликают по баннерам, когда ищут конкретную педал. Товарную кампанию и возврат посетителей подключайте позже, когда наберётся база клиентов.

На старте достаточно одной кампании на поиске с двумя группами объявлений. В настройках укажите Москву, отключите рекламную сеть. Автоподбор фраз отключите — он притянет запросы «как выбрать педал», «схема педали», которые не продают. Стратегию выбирайте по бюджету: если меньше 680 000 в месяц, ставьте ручное управление ставками и концентрируйте бюджет на самых горячих запросах; если больше — можно включить автоматическую стратегию на конверсии, но только после настройки целей.

Как продавать гитарные педали через Яндекс Директ: запросы и объявления

Собирайте коммерческие запросы: «купить гитарную педаль», «педали для гитары купить», «overdrive купить», «дисторшн педаль», «дилей купить», «фузз педаль», «компрессор гитарный», «бустер гитарный». Если вы ремонтируете педали, добавляйте отдельной группой «педаль не работает», «педаль не включается», «педаль трещит», «педаль гудит» — по запросам 418 и 88 показов в месяц с ценой клика 77–189 рублей.

Минус-слова нужны для информационных запросов: «как сделать», «своими руками», «схема», «бесплатно». Люди, которые ищут «гитарные педали» без уточнения, часто ещё не решили, что купить, и тратят клики впустую; по таким запросам ставки ставьте ниже или отключайте вовсе.

Что писать в объявлениях о гитарных педалях

Для каждой аудитории — своё объявление. Для покупки эффектов: «Собственная линейка овердрайвов: от прозрачного до агрессивного. Транзисторные и германиевые варианты». Для поклонников Gilmour: «Педали в стиле Gilmour — современная альтернатива винтажу». Для ремонта: «Ремонт любых гитарных педалей, знаем схемотехнику. Диагностика бесплатно при ремонте». Для кастомизации: «Разработаем педаль под ваш звук — от дизайна до схемы».

В каждом объявлении называйте конкретный эффект: овердрайв, дилей, фузз, хорус. Не пишите «широкий выбор» — вместо перечислите, что есть: «овердрайвы, дилеи, фуззы, бустеры». Подарок — бустер при заказе — можно упомянуть отдельным преимуществом.

Что и как измерять, без чего запускать бессмысленно

Сначала настройте цели в Яндекс.Метрике: «заявка», «звонок», «оплата». Без них вы не поймёте, какие запросы приносят деньги. Конверсия из клика в заявку — 0,27%, то есть одна заявка примерно на 370 кликов. При средней цене клика 43 рубля получите цену заявки 15 826 рублей.

Доля рекламных расходов 176% показывает, что реклама пока стоит больше, чем приносит продаж. Следите за еженедельным отчётом по фразам, отключайте те, что потратили деньги без заявки. Если используете автоматическую стратегию, проверяйте количество конверсий: без 10 заявок в неделю алгоритм не обучится.

Типичные ошибки: гитарные педали

- Запускать рекламу с бюджетом 3 000–8 000 рублей и ждать заявок: кампания не набирает необходимые 10 конверсий в неделю и приносит ноль заявок.
- Лить на общие запросы «гитарные педали» и «педали эффектов» без разделения на продажу и ремонт: это разные аудитории с разной ценой клика.
- Включать рекламную сеть Яндекса ради кликов по 13 рублей: заявок они не приносят.
- Игнорировать сезонность и запускать в мае–июне, когда показы падают до 1 500 в месяц.
- Не настраивать цели в Метрике и оценивать кампанию по кликам: цена заявки 15 826 рублей, без аналитики вы не поймёте, что окупается.

Чек-лист перед запуском

1. Настроить в Яндекс.Метрике цели: «заявка», «звонок», «оплата».
2. Создать одну поисковую кампанию в Москве, отключить рекламную сеть.
3. Собрать ключевые фразы со словом «купить» и названиями эффектов: овердрайв, дисторшн, дилей, фузз.
4. Добавить минус-слова: «как сделать», «своими руками», «схема», «бесплатно».
5. Если делаете ремонт — создать отдельную группу объявлений с запросами «педаль не работает»

Как продавать гитарные педали через Яндекс Директ?

Соберите коммерческие запросы, запустите одну поисковую кампанию и настройте цели в Метрике. При бюджете меньше 680 000 рублей в месяц используйте ручные ставки и концентрируйтесь на словах с «купить»; автоматика начинает окупаться только после накопления статистики.

Сколько стоит реклама гитарных педалей?

Клик — 43 рубля в среднем, заявка — 15 826 рублей, разброс от 9 890 до 26 377. На обучение алгоритма нужно около 680 000 рублей в месяц, иначе кампания работает вручную.

Когда запускать рекламу гитарных педалей?

В пиковые месяцы — август, сентябрь, март. В мае–июне показы падают до 1 500, поэтому бюджет уходит впустую.

Какие запросы дают заявки на гитарные педали?

Самые горячие — «overdrive купить», «дисторшн педаль», «купить гитарную педаль». Они показывают коммерческое намерение, цена клика 53–85 рублей.

Нужно ли заниматься ремонтом, чтобы реклама работала?

Если вы умеете чинить, добавьте запросы «педаль не работает», «педаль не включается». Это 418 и 88 показов в месяц, клик до 189 рублей; конкуренция ниже, а спрос срочный.

Можно ли запустить рекламу гитарных педалей с бюджетом 10 000 рублей?

Можно, но по расчётам заявок не будет — кампания не наберёт данные для обучения. Такой бюджет нужен только для теста кликов и сбора статистики по цене заявки.

Почему реклама в сети Яндекса не подходит для гитарных педалей?

Клик в рекламной сети стоит 13 рублей, но заявок не приносит: гитаристы ищут по словам, а не кликают по баннерам.

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, kupilova.ru.

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