

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ПРОИЗВОДСТВО

Реклама комплектных трансформаторных подстанций в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, октябрь 2026 · вся Россия

325 023

показов в месяц — спрос по семантике плана

9 ₽

цена клика при полном охвате

309–830 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

21 414 ₽

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-komplektnye-transformatornye-podstancii
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
кtp 2026 2027	227 415	7–12
кtp онлайн	32 464	9–15
конструктор кtp	25 488	13–19
кtp это	9 825	45–50
конструктор кtp 2026 2027	5 961	6–12
комплектные трансформаторные подстанции	3 738	127–462
комплектное распределительное устройство	2 726	79–155
кtp купить	2 326	207–607
кtp в электрике	1 906	74–82
кtp цена	1 361	195–430
кtp расшифровка в электрике	1 143	51–53
производство кtp	1 106	363–955
вводно-распределительное устройство вру	1 087	111–245
кtp 10 0,4 кв	1 001	155–209
кtp по проекту	855	13–18
трансформаторная подстанция купить	848	198–548
блочная трансформаторная подстанция	610	203–834
кtp по ту	579	21–27
ксо цена	552	55–92
кtp киоскового типа	531	112–799

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 211 265, февраль — 234 017, март — 292 521, апрель — 325 023, май — 273 019, июнь — 273 019, июль — 344 524, август — 383 527, сентябрь — 588 292, октябрь — 380 277, ноябрь — 318 523, декабрь — 276 270 показов.

● Сколько это стоит

9 **₽**
цена клика при полном охвате

498 **₽**
цена обращения
оценка до запуска

42 828 **₽**
бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	60%	12	940
РСЯ	40%	4	706

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	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	10	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	16	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
14 000	28	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
22 000	44	Кампания наберёт данные	1	4
23 000	46	Кампания наберёт данные	1	4
38 000	76	Кампания наберёт данные	1	4
43 000	86	Рабочая кампания	1	4
62 000	125	Рабочая кампания	1	4
103 000	207	Рабочая кампания	3	16
171 000	344	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 498 **₽** (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 21 414 **₽/мес**.

● Кто ищет и на какой стадии решения

КТП от производителя горячий

Кто: Главный энергетик, инженер по электроснабжению, снабженец промышленного или сетевого объекта ищет производителя комплектной трансформаторной подстанции 6/10 кВ (25–2500 кВА, 10/0,4) под свой объект

Что мешает: нужна подстанция с конкретной мощностью и схемой, а посредники дают наценку и «не берутся считать» нетиповые параметры

О чём говорить: завод-изготовитель напрямую: изготовим КТП под ваши нагрузки, комплектация под проект, паспорта и протоколы, –10% от цены конкурента

БКТП (блочная КТП) горячий

Кто: Генподрядчик стройки, энергетик площадки: «бкtp купить», «бкtp 630 ква цена», «блочная комплектная трансформаторная подстанция», «кто производит бкtp»

Что мешает: нужна полностью готовая к установке подстанция и поставка к дате пуска объекта

О чём говорить: полная заводская готовность и усиленная конструкция: минимум работ на площадке, адаптация под климат и нагрузки объекта

КТП по ТЗ/проекту — расчёт стоимости горячий

Кто: Инженер проекта и снабженец с ТУ, опросным листом или однолинейной схемой: «изготовление кtp по ТЗ», «кtp по опросному листу заказать расчёт стоимости», «кtp по проекту»

Что мешает: горят смета и сроки, нужен исполнитель под индивидуальную комплектацию, включая нетиповые мощности «под ТУ 150 кВт»

О чём говорить: пришлите ТЗ — вернём расчёт и КП в срок сметы: изготовим по проекту/ТУ, подберём мощность, схему и комплектацию под ваш объект

КРУ 10 кВ горячий

Кто: Инженер-энергетик промышленного или сетевого объекта: «кру 10 кв купить от производителя», «комплектное распределительное устройство»

Что мешает: нужны ячейки, точно совпадающие со схемой и требованиями сетевой организации

О чём говорить: КРУ по проекту и схеме заказчика от завода: комплектация под согласование, стабильное питание и удобство обслуживания

КСО одностороннего обслуживания горячий

Кто: Энергетик, снабженец объекта с распределительным пунктом: «ксо купить цена», «камеры сборные одностороннего обслуживания»

Что мешает: нужна камера под конкретную схему (ввод, секционирование, отходящие линии) в сжатый срок

О чём говорить: изготовим КСО по индивидуальным схемам и укомплектуем нужным оборудованием, безопасность и бесперебойность работы

КРУН наружной установки горячий

Кто: Энергетик объектов с наружным распределительным устройством (РП, ТП): «крун наружной установки купить», «комплектное распределительное устройство наружной установки»

Что мешает: нужно исполнение под улицу и суровый климат, с обогревом и защитой от среды

О чём говорить: КРУН наружной установки: адаптация под любые климатические условия, полная заводская готовность, длительная эксплуатация

● Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Целевая стратегия	Максимум конверсий
Когда переключаться	Когда кампания набирает 10 конверсии в неделю и держит их две недели подряд — алгоритму хватает данных, и стратегию переводят на «Максимум конверсий».
Каналы	Поиск и РСЯ — разными кампаниями
Что считаем обращением	Заявка / Заказать звонок (отправка формы), Звонок с сайта (клик по телефону)
Без чего запускать бессмысленно	Бизнес телефонный и длинноцикловый, поэтому обязательно: (1) подключить трекинг-номер (подменный) на и номер менеджера — учитывать входящие звонки как конверсию, включая звонки без клика по сайту; (2) разместить на страницах КТП/ БКТП/КСО/КРУН заметный СТА «Позвонить менеджеру за консультацией» с tel-ссылкой на трекинг-номер и JS-целью на клик. Связка «трекинг-звонок + клик по кнопке звонка» = минимально рабочий контур измерения конверсии, даже если формы и онлайн-заявки почти не используются.

● Что отсекаем минус-словами

авито	бесплатно	что такое	бу	скачать	аренда	как сделать	инструкция	обучение
ремонт	курсы	б/у	частный дом	реферат	для дома	своими руками	торрент	курсовая
диплом	вакансия	вакансии	резюме	б у				

Продвижение комплектных трансформаторных подстанций: сколько спроса и как он гуляет по сезонам

В октябре 2026 года по всей России комплектные трансформаторные подстанции дают 325 023 показа в месяц — это 26 424 перехода на сайты. Коэффициент сезонности октября — 1,17: спрос выше среднегодового. Основную массу показов приносят информационные формулировки: «ктп 2026 2027» — 227 415 показов, «ктп онлайн» — 32 464, «конструктор ктп» — 25 488, «ктп это» — 9 825. Ставка входа по ним низкая: 7–12 ₽ у первой фразы, 9–15 ₽ у второй, 45–50 ₽ у «ктп это». Закупочный спрос узкий и заметно дороже:

- «комплектные трансформаторные подстанции» — 3 738 показов, ставка входа 127–462 ₽;
- «комплектное распределительное устройство» — 2 726 показов, 79–155 ₽;
- «ктп купить» — 2 326 показов, 207–607 ₽;
- «ктп цена» — 1 361 показ, 195–430 ₽;
- «производство ктп» — 1 106 показов, 363–955 ₽;
- «ктп 10 0,4 кв» — 1 001 показ, 155–209 ₽;
- «ктп по проекту» — 855 показов, 13–18 ₽. Чем выше ставка входа, тем конкретнее человек за фразой: это главный энергетик или снабженец с проектом, ТУ или опросным листом, а не тот, кто пришёл узнать, как расшифровывается аббревиатура. Сезон гуляет сильно. Пик — сентябрь: коэффициент 1,81 и 588 292 показа. К ноябрю спрос опускается до 0,98, в декабре — до 0,85, минимум приходится на январь: 0,65 и 211 265 показов. Подъём начинается с июля (1,06) и продолжается в августе (1,18). Кампанию по продвижению комплектных трансформаторных подстанций выгоднее заводить на подъёме, чтобы кампания прошла обучение к сентябрю.

Сколько стоит реклама комплектных трансформаторных подстанций: клик, заявка, обучение

Цена клика при полном охвате — 9 ₽. Ставка входа — другая величина: в аукцион по «ктп купить» заходят со ставкой 207–607 ₽, по «производство ктп» — 363–955 ₽, но списывается меньше, и средняя цена перехода по всему спросу остаётся на уровне 9 ₽. Цена обращения — 498 ₽, и это ориентировочная оценка по отраслевому бенчмарку до запуска, а не измерение по счётчику. Вилка — от 309 до 830 ₽ за заявку. Измеренной цена обращения станет после того, как на сайте заработает учёт звонков и форм. Автостратегия обучается на 10 конверсиях в неделю. При цене обращения 498 ₽ под это нужен недельный бюджет 4 980 ₽ — 21 414 ₽ в месяц. Порог держат две недели подряд, после чего стратегию переводят с «Максимума кликов» на «Максимум конверсий». Как выглядят бюджеты:

- 3 000 ₽ в месяц — 6 заявок за месяц, меньше одной в неделю: автоматика работает неточно, заявки выходят дороже;
- 22 000 ₽ в месяц — 44 заявки, около 10 в неделю: кампания набирает данные;
- 43 000 ₽ в месяц — 86 заявок, больше 20 конверсий в неделю: рабочая кампания;
- 62 000 ₽ в месяц — 125 заявок и 29 конверсий в неделю, вдвое выше порога обучения. Полный потолок поискового спроса по комплектным трансформаторным подстанциям — 237 816 ₽ в месяц; за границей рост идёт охватом, а не ставками.

Как настроить Яндекс Директ для комплектных трансформаторных подстанций: структура кампаний

Поиск и сети ведут раздельными кампаниями. Причина не в удобстве отчётности: у поиска и рекламных сетей разная цена обращения и разное поведение покупателя, а в одной кампании бюджет утекает в дешёвые показы на тематических площадках, не принося заявок. Доли каналов — поиск 60%, сети 40%. Первая стратегия — «Максимум кликов»: на старте важно быстро собрать переходы и понять, какие запросы дают заявки. Когда кампания набирает 10 конверсий в неделю и держит их две недели подряд, алгоритму хватает данных, и стратегию переводят на «Максимум конверсий». Автоподбор в поисковой кампании отключить нельзя — Яндекс требует хотя бы одну активную категорию. Его ограничивают: оставляют только целевые категории и запросы, по которым приходит инженер или снабженец с проектом, а не студент с рефератом. Сети — ступень роста, а не первый шаг. Пока поисковый спрос не выбран, охватные кампании дают дешёвые показы без заявок. Когда поиск исчерпан — а это 237 816 ₽ в месяц — дальше рост идёт охватом: сети и возврат тех, кто уже был на сайте и не оставил заявку. Ретаргетинг ведут по трём аудиториям: были на сайте без заявки, смотрели оборудование и не дошли до формы, похожие на тех, кто заявку оставил.

Семантика и минус-слова для рекламы комплектных трансформаторных подстанций

Ядро поисковой кампании — запросы с признаком закупки: «кtp купить», «кtp цена», «производство кtp», «кtp 10 0,4 кв», «кtp по проекту», «комплектные трансформаторные подстанции», «комплектное распределительное устройство», «вводно-распределительное устройство вру». За ними стоит инженер-энергетик или снабженец промышленного, сетевого либо инфраструктурного объекта с ТУ, опросным листом или однолинейной схемой. Информационный пласт — «кtp это», «кtp расшифровка в электрике», «кtp в электрике», «кtp онлайн», «конструктор кtp» — в поиске не нужен. Объём он даёт большой, заявок не даёт: у «кtp 2026 2027» 227 415 показов и ставка входа 7–12 ₽, и платить за такой трафик по цене закупочного запроса нечем. Минус-слова отсекают тех, кто ищет информацию или чужой товар:

- «бесплатно», «скачать», «торрент»;
- «б/у», «бу», «б у», «аренда», «ремонт»;
- «реферат», «курсовая», «диплом», «обучение», «курсы»;
- «своими руками», «как сделать», «инструкция», «что такое»;
- «для дома», «частный дом»;
- «вакансии», «резюме», «авито». Каждое из слов уводит бюджет к тем, кто никогда не пришлёт ТЗ на расчёт. Список пополняют по отчёту поисковых запросов: раз в неделю смотрят переходы без заявок и добавляют в минус всё, что к закупке не относится.

Что писать в объявлениях про комплектные трансформаторные подстанции

Объявление адресовано человеку с проектом: главному энергетiku, инженеру по электроснабжению или снабженцу. Первый экран отвечает не на «почему мы», а на «что вы изготовите под мой объект».

Работающие углы:

- изготовление под нагрузки и схему: мощность, схема подключения и комплектация — по ТЗ, опросному листу или однолинейной схеме;
- расчёт стоимости и коммерческое предложение в срок сметы: пришлите ТЗ — вернём расчёт;
- исполнение под задачу: киосковая или блочная подстанция, распределительное устройство, ячейки наружной установки, низковольтные щиты 0,4 кв — одним комплектом от изготовителя;
- поставка к дате пуска: полная заводская готовность и минимум работ на площадке;
- замена изношенной подстанции аналогом по мощности и схеме, с паспортами и протоколами;

- готовность к приёме сетевой организацией и к повторяемым поставкам для объектов с типовыми решениями. Отдельная группа — снабженцы, которые обходят производителей со списком позиций: подстанция, ячейки, щиты. Для них угол — одно предложение на всю спецификацию, без посреднических наценок. В объявлении работают конкретные параметры: класс напряжения 6/10 кВ, мощность в кВА, тип исполнения. «Качественно» и «в срок» не отличают одно объявление от другого, поэтому их место занимают числа из проекта.

Что и как измерять, без чего запускать рекламу комплектных трансформаторных подстанций бессмысленно

Тематика телефонная и длинноцикловая: заявка чаще приходит звонком, чем через форму. Минимальный контур измерения такой:

- подменный трекинг-номер на сайте и у менеджера: входящие звонки считаются конверсией, включая звонки без визита на сайт;
- кнопка «Позвонить менеджеру за консультацией» с tel-ссылкой на трекинг-номер и отдельной целью на клик — на страницах подстанций, распределительных устройств и ячеек;
- макроконверсии: отправка формы «Заявка / Заказать звонок» и звонок с сайта — по ним кампания обучается;
- микроконверсии: клик «Написать в телеграм», открытие виджета чата или первое сообщение в чате, переход к условиям заказа, подписка на новости и акции. Без учёта звонков цена обращения 498 ₽ останется ориентировочной оценкой, а «Максимум конверсий» будет учиться на одних формах — то есть на меньшей части заявок. Подключённый трекинг даёт измеренную цифру, от которой считают бюджет следующего месяца.

Типичные ошибки: комплектные трансформаторные подстанции

- Гнаться за объёмом фразы «кtp 2026 2027»: 227 415 показов при ставке входа 7–12 ₽ — это информационный трафик, который не превращается в ТЗ на расчёт.
- Судить о цене перехода по ставке входа: в аукцион по «кtp купить» заходят со ставкой 207–607 ₽, тогда как цена клика при полном охвате — 9 ₽.
- Ставить 3 000 ₽ в месяц и ждать заявок каждую неделю: при таком бюджете выходит 6 заявок за месяц, а автостратегии нужно 10 конверсий в неделю.
- Сводить поиск и сети в одну кампанию: у них разная цена обращения, и бюджет уходит в дешёвые показы на тематических площадках.
- Запускать без учёта звонков: тогда 498 ₽ за заявку так и останутся ориентировочной оценкой, а не измеренной ценой обращения.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать ядро из закупочных запросов («кtp купить», «кtp цена», «производство кtp», «кtp 10 0,4 кв», «кtp по проекту») и добавить минус-слова: б/у, аренда, ремонт, реферат, курсовая, вакансии, своими руками.
2. Развести Поиск и РСЯ в две отдельные кампании.
3. Запустить на «Максимуме кликов», ограничив автоподбор целевыми категориями; перевести на «Максимум конверсий», когда наберётся 10 конверсий в неделю и продержится две недели подряд.
4. Заложить не меньше 4 980 ₽ в неделю (21 414 ₽ в месяц): при меньшем бюджете 10 конверсий в неделю не набрать.
5. Подключить подменный трекинг-номер и цель на клик по кнопке звонка, чтобы конверсией считались и звонки без захода на сайт

С чего начать продвижение комплектных трансформаторных подстанций?

С одной поисковой кампании по закупочным запросам и с трекинг-номера для звонков. Всего спроса — 325 023 показа в месяц, но закупочных формулировок в нём мало: «ктп купить» — 2 326 показов, «ктп 10 0,4 кв» — 1 001, «ктп по проекту» — 855. С них и начинают, а информационные фразы отсекают минус-словами.

Как продвинуть комплектные трансформаторные подстанции, если бюджет небольшой?

На 3 000 ₽ в месяц выходит 6 заявок за месяц — меньше одной в неделю, и автостратегия не обучается. Рабочий минимум — 4 980 ₽ в неделю, то есть 21 414 ₽ в месяц под 10 конверсий в неделю.

Сколько стоит реклама комплектных трансформаторных подстанций?

Цена клика при полном охвате — 9 ₽, цена обращения — 498 ₽, вилка 309–830 ₽ за заявку. Число ориентировочное: это оценка по отраслевому бенчмарку до запуска, а точную цену обращения даёт счётчик после подключения учёта звонков.

Хватит ли 22 000 ₽ в месяц, чтобы реклама комплектных трансформаторных подстанций работала?

Такого бюджета хватает на 44 заявки, это около 10 в неделю: кампания наберёт данные, но уверенной работы ещё нет. Уверенный режим начинается с 43 000 ₽ в месяц — 86 заявок и больше 20 конверсий в неделю.

Когда подключать рекламные сети вместе с поиском?

Когда поисковый спрос выбран — а это 237 816 ₽ в месяц. Раньше сети дают дешёвые показы без заявок. Вести их нужно отдельной кампанией: у поиска и сетей разная цена обращения и разное поведение покупателя.

Почему заявка на подстанцию такая дорогая?

Закупочных запросов мало, и за них конкурируют: ставка входа по «производство ктп» — 363–955 ₽, по «ктп цена» — 195–430 ₽. Цена клика при полном охвате при держится на 9 ₽, а цена обращения — на 498 ₽, потому что основную массу показов дают дешёвые информационные фразы.

Когда лучше запускать рекламу комплектных трансформаторных подстанций?

На подъёме спроса: в июле коэффициент сезонности 1,06, в августе 1,18, в сентябре пик — 1,81 и 588 292 показа. Минимум приходится на январь: 0,65 и 211 265 показов. Запуск в августе даёт кампании время пройти обучение к сентябрю.

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, kupiloslova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «комплектные трансформаторные подстанции», 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.