

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИТ-УСЛУГИ

Реклама КУС-верификации в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, август 2026 · вся Россия

232 508

показов в месяц — ёмкость спроса

28 ₽

цена клика по прогнозу Яндекса

1 184–3 158 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

81 485 ₽

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-kyc-verifikaciya
Регион разбора	вся Россия

● Как ищут: запросы и цена клика

прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	ЦЕНА КЛИКА, ₽
документ проверка	108 373	88–96
проверка документов	108 365	88–96
проверка лиц	91 688	90–107
проверка паспортов	64 133	53–61
проверка удостоверений	35 737	32–35
идентификация личности	7 594	87–96
распознавание документов	5 496	248–790
верификация паспортов	4 978	119–125
верификация лиц	4 447	202–315
aml проверка	3 412	215–232
верификация документов	1 622	96–114
система проверки документов	1 581	73–88
клиент верификация	1 524	154–173
проверка документов Россия	1 519	113–113
верификация личности	1 289	132–142
проверка паспортов онлайн	1 203	310–310
проверка паспорта онлайн	1 203	310–310
проверка подлинности документов	1 124	93–98
онлайн проверка документов	1 102	42–66
сервис проверки паспортов	912	46–52

Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 99 978, февраль — 111 604, март — 141 830, апрель — 146 480, май — 127 879, июнь — 234 833, июль — 137 180, август — 141 830, сентябрь — 118 579, октябрь — 197 632, ноябрь — 246 458, декабрь — 151 130 показов.

Сколько это стоит

28 ₽
цена клика

1 895 ₽
цена обращения
оценка до запуска

162 970 ₽
бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	28	1 809

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	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	5	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
17 000	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
31 000	17	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
56 000	30	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
81 000	43	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
101 000	54	Кампания наберёт данные	1	4
163 000	87	Рабочая кампания	1	4
181 000	96	Рабочая кампания	1	4
325 500	173	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 1 895 ₽ (отраслевой бенчмарк — ориентировочно). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 81 485 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Комплексное KYC+AML решение горячий

Кто: Руководители комплаенс и ИБ в банках, МФО, криптосервисах — ищут готовое решение полного цикла проверки клиентов.

Что мешает: Соблюдение 115-ФЗ, масштабирование онбординга, снижение мошенничества без ручного труда.

О чём говорить: Полный цикл KYC/AML за секунду: верификация+ документов, liveness, AML-проверки, интеграция за 24 часа.

Перехват конкурентов горячий

Кто: Клиенты, ищущие конкретные решения конкурентов (beorg, dbrain, ntechlab, visionlabs и др.) и открытые к альтернативам.

Что мешает: Желание найти более точное, быстрое или выгодное KYC-решение; возможная неудовлетворённость текущим вендором.

О чём говорить: Лучшая точность в РФ (NIST),+ документов, интеграция за 24 часа — выгоднее аналогов.

Верификация личности тёплый

Кто: ИТ-директора, продакт-менеджеры в финтехе, телекоме, каршеринге — ищут API/SDK распознавания лиц и биометрии.

Что мешает: Подмена личности, медленный ручной онбординг, сложность масштабирования проверок без потери точности.

О чём говорить: Точность % (NIST), защита от дипфейков, API/SDK за 24 часа,./проверка.

Liveness Detection тёплый

Кто: Специалисты по фроду и комплаенс в банках и криптобиржах — ищут защиту от масок, фотошопа и дипфейков.

Что мешает: Рост биометрического мошенничества, подделка фото и видео с помощью ИИ.

О чём говорить: Блокируем 99.9% атак, включая дипфейки и маски. Проверка живости за секунду.

Верификация документов тёплый

Кто: Руководители онбординга в банках, МФО, телекоме — нужна быстрая и точная проверка паспортов и удостоверений.

Что мешает: Задержки и ошибки ручной проверки, невозможность обрабатывать пиковые нагрузки.

О чём говорить: + типов документов из 200 стран, точность %, полностью автоматическая проверка.

Проверка документов горячий

Кто: ищут проверка документов — родовой запрос категории

О чём говорить: Проверка документов

■ Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум конверсий
Целевая стратегия	Максимум конверсий (оплата за клики)
Когда переключаться	При выходе на ≥ 10 конв/нед — обучение стабилизируется; далее оплата за конверсии/ДРР по траектории.
Поиск и РСЯ	одной кампанией
Что считаем обращением	Демо-заявка, Звонок с сайта
Без чего запускать бессмысленно	Так как бизнес телефонный и колтрекинг отсутствует: установите трекаемые номера через сервис колтрекинга (например, Calltouch) и замените на сайте все номера и. Добавьте СТА «Позвонить менеджеру за консультацией» в шапку сайта. В Метрике создайте цель «Звонок» ч

■ Что отсекаем минус-словами

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

Спрос на продвижение KYC-верификации: что ищут и как гуляет сезон

В поиске Яндекса запросы про проверку документов, паспортов, лиц и удостоверений дают 232 508 показов в месяц. Кликов — 11 625. Самые частые фразы: «проверка документов» и «документ проверка» — по 108 373 показа, «проверка лиц» — 91 688, «проверка паспортов» — 64 133, «проверка удостоверений» — 35 737. Профессиональная лексика тоже работает: «идентификация личности» (7 594), «верификация паспортов» (4 978), «AML проверка» (3 412).

Сезонность заметная. В ноябре спрос в 1,06 раза выше среднего — 246 458 показов, в июне — в 1,01 раза, 234 833. Самый низкий январь: 0,43 от среднего, 99 978 показов. Готовые купить приходят по запросам «заказать проверку документов» (97 показов) и «стоимость проверки документов» (480). Главный коммерческий запрос «реклама кус-верификация в яндекс директ» набирают владельцы бизнеса, которые ищут подрядчика.

Кто ищет KYC-верификацию и на какой стадии решения

Аудитория состоит из двух горячих сегментов. Первый — руководители комплаенса и информационной безопасности в банках, микрофинансовых организациях и криптосервисах. Они ищут готовое решение полного цикла проверки клиентов. Их боль — соблюдение 115-ФЗ, масштабирование онбординга и снижение мошенничества без ручного труда. Второй — компании, которые уже сравнивают готовые вендорские решения и открыты к альтернативам. Они запрашивают «верификация лиц», «AML система», «liveness detection» (проверка живости лица).

Оба сегмента находятся в фазе «горячего» спроса: им нужно не описание технологии, а рабочий сервис. Поэтому тексты объявлений должны заходить через скорость, закон и безопасность.

Сколько стоит реклама KYC-верификации: цена клика, заявки, бюджет обучения

Средняя цена клика в тематике — 28 ₽. По отдельным запросам она выше: «верификация по видео» доходит до 1 445 ₽, «распознавание документов» — до 790 ₽, «проверка паспортов онлайн» — до 310 ₽. Ориентировочная цена обращения (заявки) — 1 895 ₽; в нише разброс от 1 184 ₽ до 3 158 ₽. Конверсия из клика в заявку — 1,5%, то есть из ста кликов приходят примерно полтора обращения.

Автостратегии Яндекса обучаются на конверсиях: нужно не меньше десяти обращений в неделю. Для нужен бюджет около 81 485 ₽ в месяц. Бюджет 3 000 ₽ дает только два обращения в месяц — стратегия не обучится, и заявки будут дороже. Комфортный бюджет, при котором работает полная связка каналов, — 162 970 ₽ в месяц; потолок спроса — 325 500 ₽.

Как настроить Яндекс Директ для KYC-верификации

Начинайте с одной поисковой кампании. В нише поиск собирает весь спрос: тематические площадки заявок не добирают. Поиск показывает объявление человеку, который уже ввел точный запрос, поэтому отдача от кликов максимальная.

Не смешивайте каналы. Поиск и РСЯ (рекламная сеть Яндекса) должны жить отдельными кампаниями: у них разная стоимость клика и логика показа. РСЯ подключайте только после того, как поисковая кампания начнет стабильно приводить 20 обращений в неделю — примерно при бюджете 163 000 ₽. Автотаргетинг (автоматический подбор аудитории по смыслу объявления) включается на максимальном бюджете 325 500 ₽, когда кампания обучена и вы можете управлять несколькими сегментами.

При бюджете 101 000 ₽ и выше добавьте по 4 сегмента и 4 объявления. Когда бюджет достигает потолка 325 500 ₽, разбейте на 3 кампании: поиск, РСЯ и ретаргетинг (показ тем, кто уже был на сайте); тогда сегментов уже 8, а объявлений — 16.

Семантика и минус-слова для KYC-верификации

Ядро семантики составляют высокочастотные запросы: «проверка документов», «проверка лиц», «проверка паспортов». Дополните их терминами «верификация паспортов», «идентификация личности», «AML проверка», «распознавание документов», «liveness detection». Для B2B возьмите «проверка документов для банков» (214 показов), «проверка документов для бизнеса» (109), «автоматизация проверки документов» (89).

Минус-слова обязательно. Отсекайте поиски «бесплатно», «скачать», «образец», «шаблон», «своими руками» — это люди, которым нужен бланк, а не сервис. Общие запросы вроде «проверка документов онлайн» оставляйте в отдельной группе, чтобы не путать корпоративных клиентов с частными пользователями.

Что писать в объявлениях о KYC-верификации

Используйте два проверенных угла из анализа аудитории. Первый — скорость и полнота цикла: «Полный цикл KYC/AML за секунду: проверка документов, liveness, AML. Интеграция за 24 часа». Здесь KYC — Know Your Customer, AML — Anti-Money Laundering, liveness — проверка живости лица. Второй — закон и автоматизация: «Работайте по 115-ФЗ без ручного труда». Закон о противодействии отмыванию — главный триггер для банков и МФО.

В заголовках используйте слова из спроса: «Проверка документов онлайн», «Верификация лиц и паспортов». Не перечисляйте все ключевые фразы подряд — поисковые системы понижают такие объявления. Лучше два-три разных объявления с одним смыслом.

Что и как измерять, без чего запускать бессмысленно

Запускать рекламу без настроенной аналитики нельзя. На посадочной странице должен стоять счётчик, который фиксирует отправку формы и звонок. Цель «заявка» обязательна: без неё вы не увидите, какие запросы приносят обращения, и не сможете посчитать цену заявки.

Еженедельно проверяйте цену обращения. Ориентир — 1 895 ₽, верхний предел — 3 158 ₽. Если фактическая цена стабильно выше, меняйте объявления и оффер. Следите за конверсией: 1,5% — расчётный ориентир, но на реальную цифру влияет скорость загрузки страницы и удобство формы. Атрибуцию (правило, по которому заявка приписывается последнему клику) настройте на последний переход. В B2B путь покупателя длинный, поэтому не ждите продажи сразу от первого клика; оценивайте стоимость обращения.

Типичные ошибки: KYC-верификация

- Запуск без системы аналитики и цели «заявка»: вы не узнаете реальную цену обращения.
- Слишком маленький бюджет (например, 3 000 ₽) — автостратегия не обучится, заявки будут стоить дороже расчётных 1 895 ₽.
- Подключение РСЯ с первых дней, пока поисковая кампания не набрала 20 конверсий в неделю.
- Отсутствие минус-слов: клики по запросам «бесплатно» и «скачать» сжигают бюджет впустую.
- Использование автотаргетинга без накопленной статистики: система сама ищет аудиторию, но пока данных мало, она ошибается.
- Показ одного объявления без вариантов: невозможно понять, какой оффер — «полный цикл за секунду» или «работа по 115-ФЗ без ручного труда» — приносит больше заявок.

Чек-лист перед запуском

1. Установите счётчик аналитики и настройте цель «заявка с сайта».
2. Соберите 10–15 горячих запросов плюс 4–6 B2B-запросов.
3. Добавьте минус-слова: «бесплатно», «скачать», «образец», «шаблон».
4. Подготовьте 2–3 объявления с разными офферами.
5. Запустите одну поисковую кампанию с бюджетом от 81 485 ₽/мес.
6. Еженедельно смотрите цену обращения и отключайте неработающие запросы.

8. При бюджете 325 500 ₽ настройте ретаргетинг и автотаргетинг в отдельных кампаниях.

9. Перед масштабированием проверьте, что конверсия не падает ниже 1%.

■ Вопросы владельцев бизнеса

Сколько стоит запустить рекламу KYC-верификации в месяц?

Тестовый бюджет — 3 000 ₽, но он даст только 2 обращения. Для обучения автостратегии нужно около 81 485 ₽, для полного охвата — от 162 970 ₽.

Какие запросы заказывать в Директ?

Самые горячие — «проверка документов», «проверка лиц», «проверка паспортов», «верификация паспортов», «идентификация личности». Для B2B добавьте «проверка документов для банков» и «автоматизация проверки документов».

Поможет ли РСЯ в нише?

На старте нет: весь спрос даёт поиск. РСЯ подключают после 20 обращений в неделю, при бюджете около 163 000 ₽.

Как быстро окупится реклама?

Ориентируйтесь на цену обращения — 1 895 ₽. Окупаемость зависит от вашей маржи; считайте её на основе цены заявки, а не клика.

Можно ли настроить рекламу без сайта?

Яндекс требует посадочную страницу с формой заявки. Если сайта ещё нет, подготовьте лендинг до старта рекламы.

Нужно ли писать про 115-ФЗ?

Да. Для банков и МФО это главный триггер: закон заставляет их покупать KYC-решения. Упоминание 115-ФЗ повышает релевантность объявления для целевой аудитории.

В какое время года запускаться?

Пик спроса — ноябрь (в 1,06 раза выше среднего). Июнь тоже высокий. Январём можно заниматься, но спрос в 0,43 раза ниже среднего.

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 «KYC-верификация», 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.