

Реклама легализации документов в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, август 2026 · вся Россия

214 018

показов в месяц — ёмкость спроса

24 ₽

цена клика по прогнозу Яндекса

498–1 328 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

34 271 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

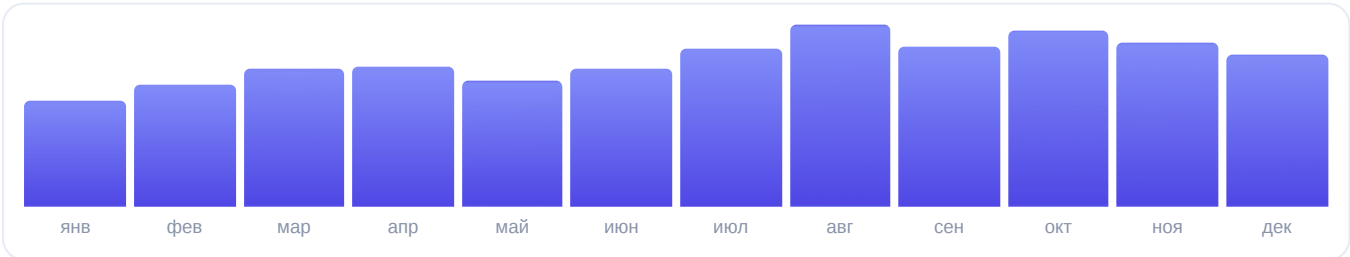
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	https://kdirect.ru/reklama/reklama-legalizaciya-dokumentov
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	ЦЕНА КЛИКА, ₽
выписка из реестра	85 224	57–67
нотариальный перевод	25 396	596–629
апостиль документов	22 565	333–348
апостиль на документы	15 603	264–275
поставить апостиль	12 178	307–321
заверение документов	11 404	521–539
получить выписку из реестра	8 312	73–85
нотариальный перевод документов	8 184	605–638
нотариальный перевод документа	8 184	605–638
апостиль на диплом	8 046	365–387
выписка из реестра недвижимости	7 568	52–63
перевод с нотариальным заверением	6 729	594–614
истребование документов	6 601	63–80
сделать апостиль	6 121	406–425
нотариально заверенный перевод	5 756	503–523
легализация документов	4 727	260–303
апостиль москва	4 106	774–822
нотариальный перевод паспорта	3 743	605–620
апостиль в москве	3 164	772–816
получить апостиль	2 886	270–297

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 149 813, февраль — 171 214, март — 192 616, апрель — 196 897, май — 177 635, июнь — 192 616, июль — 222 579, август — 254 681, сентябрь — 224 719, октябрь — 248 261, ноябрь — 231 139, декабрь — 214 018 показов.

● Сколько это стоит

24 ₽

цена клика

797 ₽

цена обращения
оценка до запуска

68 542 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	24	875

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	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	7	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
9 000	11	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
16 000	20	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
28 000	36	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
34 000	43	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
48 000	61	Кампания наберёт данные	1	4
69 000	87	Рабочая кампания	1	4
84 000	106	Рабочая кампания	1	4
147 000	186	Рабочая кампания	3	16
256 824	325	Масштаб за пределом поиска	3	16

Расчёт по цене обращения 797 ₽ (отраслевой бенчмарк — ориентировочно). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 34 271 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Апостиль горячий

Кто: юридические и физические лица, которым нужен апостиль на документы для использования за границей

Что мешает: необходимо быстро и без ошибок проставить апостиль, чтобы документ имел юридическую силу в стране назначения

О чём говорить: Официальный апостиль на документы. Работаем напрямую с госорганами, фиксированные сроки и цены. Опыт с 2011 года.

Консульская легализация горячий

Кто: те, кому требуется консульская легализация документов для стран, не входящих в Гаагскую конвенцию

Что мешает: сложный процесс легализации через консульства, риск ошибок, долгие сроки

О чём говорить: Консульская легализация под ключ. Прямое взаимодействие с консульствами, персональный менеджер, гарантия прохождения.

Легализация документов тёплый

Кто: физические и юридические лица, которые ищут общую услугу легализации документов и часто не знают точного способа (апостиль или консульская легализация)

Что мешает: непонимание различий между видами легализации, страх ошибок при самостоятельной подаче, потребность в полном сопровождении

О чём говорить: Легализация документов любой сложности. Бесплатная консультация, определим нужный тип, выполним под ключ с гарантией.

Выписка из торгового реестра тёплый

Кто: ищут выписка из торгового реестра

О чём говорить: выписка из торгового реестра

Нотариальный перевод тёплый

Кто: ищут нотариальный перевод

О чём говорить: нотариальный перевод

Выписка из реестра недвижимости горячий

Кто: ищут выписка из реестра недвижимости — родовой запрос категории

О чём говорить: Выписка из реестра недвижимости

■ 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	Отправка формы заявки, Клик по телефону
Без чего запускать бессмысленно	Установите отслеживаемый номер телефона (например, через сервис коллтрекинга) и добавьте СТА «Позвонить менеджеру за консультацией» с привязкой к этому номеру. Звонок будет считаться конверсией.

■ Что отсекаем минус-словами

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

Продвижение услуг легализации документов: спрос и сезонность

Спрос на легализацию документов в поиске Яндекса стабилен: в декабре 214 018 показов, а в пиковый август — 254 681. Самый частый запрос — «выписка из реестра» (85 224 показа), за ним идут «нотариальный перевод» (25 396) и «апостиль документов» (22 565). Близкие по смыслу формулировки «апостиль на документы» (15 603) и «поставить апостиль» (12 178) тоже дают объём.

Есть и низкочастотные запросы, например «продвижение выписка» — 12 показов в месяц. Это скорее про продвижение самой выписки как ресурса, а не про легализацию, поэтому целевого спроса она не добавит. Сезонность умеренная: спад в январе (149 813 показов), восстановление к августу (254 681) и октябрю (248 261). Если запускаетесь в феврале–марте, учитывайте, что спрос ещё на 15–25% ниже пикового — это нормально.

Кто ищет услуги легализации документов и на каком этапе решения

За легализацией обращаются и юридические, и физические лица. Компании ищут выписки из торгового реестра (883 показа) и истребование документов (6 601), частные клиенты — нотариальный перевод паспорта (3 743), апостиль на диплом (8 046) и свидетельство о браке (1 856). Это разные сегменты с разными болями, и реклама должна это учитывать.

Почти все запросы содержат глаголы «сделать», «поставить», «получить» — человек уже готов заказать услугу, а не просто изучает тему. Поэтому объявление должно сразу вести на форму заявки или телефон, а не на общий сайт. Намерение короткое и конкретное.

Сколько стоит реклама легализации документов в Яндекс Директе

Средняя цена клика в кампании — 24 рубля, но по конкретным запросам она сильно различается. Клик по «выписке из реестра» стоит 57–67 рублей, по «апостилю документов» — 333–348, по «нотариальному переводу» — 596–629, а по «нотариальному переводу москва» — 909–977 рублей. Цена заявки в среднем 797 рублей, диапазон — от 498 до 1 328.

Чтобы алгоритм Яндекса обучился оптимизировать показы на заявки, ему нужно сначала увидеть 10 конверсий в неделю. При цене заявки 797 рублей это около 7 970 рублей в неделю или 34 271 рубль в месяц. Это нижний рабочий порог. Комфортный бюджет — 68 542 рубля в месяц. Если бюджет меньше, кампания не наберёт статистику, алгоритм будет работать неточно и заявка обойдётся дороже.

Как настроить Яндекс Директ для легализации документов

Начинайте с одной кампании на Поиске — в тематике 100% спроса приходит из поиска, сетевые площадки спрос почти не добирают. Соберите в кампанию самые горячие запросы: «апостиль», «нотариальный перевод», «выписка из реестра». На старте включите стратегию с оплатой за клики — алгоритм ещё не знает, кто становится клиентом. После накопления 10 заявок в неделю переведите кампанию на оптимизацию по заявкам.

Когда бюджет вырастет до 48 000 рублей в месяц, добавьте РСЯ (рекламную сеть Яндекса) и ретаргетинг для посетителей сайта. На бюджете от 147 000 рублей разделите на отдельные кампании: Поиск, РСЯ, ретаргетинг. Смешивать их не стоит — у каждого канала разная задача и цена: в поиске человек уже хочет купить, в сетях — догоняет или узнаёт. Автотаргетинг включает в себя подбор аудитории самой системой; он используется на масштабе, когда прямого поискового спроса уже не хватает.

Семантика и минус-слова для рекламы легализации документов

Соберите запросы с прямым намерением: «поставить апостиль», «сделать нотариальный перевод», «заказать апостиль», «получить выписку из реестра». Формулировки дают заявки. Отсекайте информационные запросы и запросы, связанные с другими услугами. В нише встречаются «маркировки» и «ерир» — это про обязательную маркировку товаров, а не про легализацию. Добавьте их в минус-слова.

Слово «личный» тоже часто стоит исключить: например, «личный кабинет реестра» — это не запрос на услугу. Если вы не работаете с выписками из недвижимости, добавьте минус-слова «недвижимости» к фразе «выписка из реестра», чтобы не платить за нецелевые клики. Следите за ценой клика: по запросам с низкой ценой (выписки) приходит много случайных людей, поэтому лучше отдельно управлять ставками.

Что писать в объявлениях для легализации документов

В тексте объявления повторяйте точную формулировку запроса. Если человек ищет «апостиль на диплом», напишите в заголовке «Апостиль на диплом». Это повышает релевантность и снижает цену клика. Разделите услуги по группам и создайте для каждой отдельное объявление: «Апостиль документов», «Нотариальный перевод», «Выписки из реестров».

В тексте укажите, что вы берёте на себя подготовку и подачу документов — это снимает главный страх клиента. Добавьте призыв к действию: «Оставьте заявку» или «Получите консультацию». Не указывайте цены на сами услуги — они зависят от типа документа и страны, поэтому лучше выводить клиента на консультацию.

Что измерять в рекламе легализации документов

Без настроенных целей Яндекс Директ не сможет оптимизировать кампанию на заявки. Установите Яндекс.Метрику и настройте цели «Заявка» (отправка формы) и «Звонок» (клик по номеру телефона). Отслеживайте цену заявки — стоимость целевого действия — и долю рекламных расходов (ДРР — отношение рекламного бюджета к выручке).

При конверсии 3% (данные ниши) цена клика в 24 рубля даёт заявку около 800 рублей — это ориентир. Каждую неделю смотрите на цену заявки: если она выше 1 328 рублей, снижайте ставки по неэффективным фразам или меняйте объявления. Без измерения показателей запуск превращается в лотерею.

Типичные ошибки: легализация документов

- Запускать рекламу с бюджетом меньше 34 271 рубля в месяц — кампания не наберёт 10 конверсий в неделю, алгоритм не обучится и заявки будут дороже.
- Сразу включать РСЯ и автотаргетинг — в легализации документов спрос на 100% сосредоточен в поиске, сети нужны только для масштабирования.
- Не добавлять минус-слова «маркировки» и «ерир» — запросы не относятся к легализации, но съедают бюджет.
- Писать одинаковые объявления для разных услуг — апостиль и нотариальный перевод ищут разными формулировками, и релевантность влияет на цену клика.
- Не настроить счётчик целей — без него Яндекс не сможет перевести кампанию на оптимизацию по заявкам.
- Оставлять одну кампанию на стратегии «оплата за клики» дольше, чем нужно — после накопления 10 конверсий нужно переключаться на оптимизацию по заявкам.

Чек-лист перед запуском

1. Соберите семантику по группам: апостиль, нотариальный перевод, выписки.
2. Настройте Яндекс.Метрику с целями «заявка» и «звонок».
3. Определите бюджет: минимум 34 271 рубль в месяц, оптимум — от 68 542 рублей.
4. Создайте одну поисковую кампанию с самыми частотными запросами.
5. Добавьте минус-слова: «маркировки», «ерир», «личный», «официальный».
6. Запустите со стратегией «оплата за клики» и следите за ценой клика.
7. После 10 заявок в неделю переключите на оптимизацию по заявкам.
8. Еженедельно анализируйте цену заявки: если выше 797 рублей — снижайте ставки.

Сколько стоит реклама легализации документов в Яндексе?

Клик стоит от 24 до 977 рублей в зависимости от запроса, заявка — в среднем 797 рублей. Минимальный рабочий бюджет для обучения автостратегии — 34 271 рубль в месяц.

Зачем нужен апостиль документов?

Апостиль — это штамп, который подтверждает подлинность документа для другой страны. Без него документ не примут за границей. По запросу «апостиль документов» — 22 565 показов в месяц.

Какой запрос самый популярный?

«Выписка из реестра» — 85 224 показа в месяц. Но цена клика по нему низкая (57–67 рублей), и не все клики целевые.

Можно ли запустить рекламу с бюджетом 20 000 рублей?

Можно, но кампания не наберёт нужное количество конверсий, чтобы обучить алгоритм. Вы будете платить за клики без умной оптимизации, и заявка получится дороже средней.

Рекламировать ли отдельно нотариальные переводы?

Да, нотариальный перевод — это отдельная услуга с ценой клика 596–629 рублей. Если смешать с апостилем, вы не поймёте, какая реклама приносит заявки.

Надо ли сузить регион до Москвы?

Если вы работаете по всей России, можно оставить как есть. Но в Москве конкуренция выше: клик по запросу «нотариальный перевод москва» стоит 833–881 рубль. Для локального бизнеса лучше сузить регионы.

Как понять, что реклама окупается?

Сравнивайте долю рекламных расходов (ДРР) с вашей маржинальностью. В данных по нише ДРР составляет 531%, но это зависит от вашего среднего чека. Если ДРР выше 50% — реклама, скорее всего, убыточна.

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 «легализация документов», 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.