KDirect

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · КОНСАЛТИНГ

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

Данные одного медиаплана, август 2026 · вся Россия

204 314
показов в месяц — спрос по семантике плана

210 ₽
цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 24 ₽

498–1 328 ₽
цена обращения (оценка до запуска)

34 271 ₽
бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Кто собрал этот разбор

19 августа 2026

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

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

Как ищут: запросы и ставки

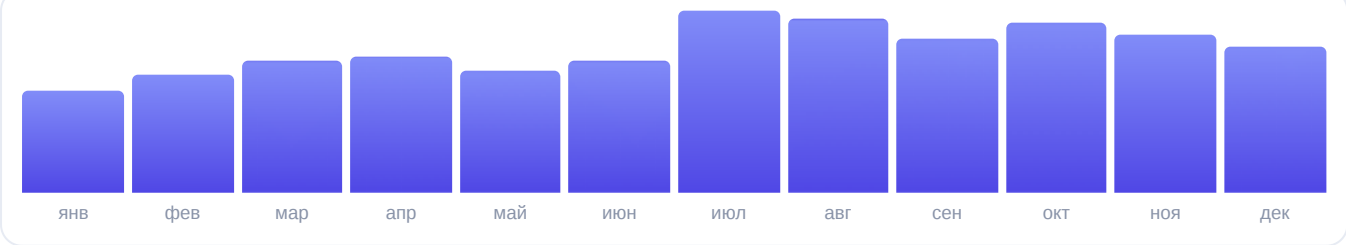
прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
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
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
нотариальный перевод паспорта	3 743	605–620
получить апостиль	2 886	270–297
апостилирование документов	2 296	287–314
апостиль на свидетельство о браке	1 856	244–250
консульская легализация	1 781	239–285

Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 145 063, февраль — 167 537, март — 187 969, апрель — 192 055, май — 173 667, июнь — 187 969, июль — 257 436, август — 247 220, сентябрь — 218 616, октябрь — 241 091, ноябрь — 224 745, декабрь — 208 400 показов.

Сколько это стоит

210 ₽
цена клика при полном охвате

797 ₽
цена обращения
оценка до запуска

68 542 ₽
бюджет, на котором ниша раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	24	797

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	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
9 000	11	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
16 000	20	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
29 000	37	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
35 000	44	Кампания наберёт данные	1	4
50 000	63	Кампания наберёт данные	1	4
69 000	86	Рабочая кампания	1	4
89 000	112	Рабочая кампания	1	4
156 000	196	Рабочая кампания	3	16
274 000	344	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 797 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). 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

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.

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	**Только Поиск, сети выключены**
Что считаем обращением	**Отправка формы заявки, Клик по телефону**
Без чего запускать бессмысленно	**Установите отслеживаемый номер телефона (например, через сервис коллтрекинга) и добавьте CTA «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 легализации документов: спрос, формулировки и сезон

Продвижение легализации документов начинается с того, что ищут на самом деле: 204 314 показов в месяц дают 10 216 переходов на сайты исполнителей. Спрашивают юрлица и частные лица — одни готовят бумаги для сделки с зарубежным партнёром, другие для учёбы, работы или суда за границей. Показы делят между собой несколько групп запросов:

- «выписка из реестра» — 85 224 показа в месяц;
- «нотариальный перевод» — 25 396;
- «апостиль документов» — 22 565;
- «апостиль на документы» — 15 603;
- «поставить апостиль» — 12 178;
- «заверение документов» — 11 404;
- «легализация документов» — 4 727.

Общий запрос «легализация документов» оказался одним из самых малочисленных: человек ищет не отрасль, а конкретную бумагу и конкретное действие. Самые горячие аудитории — те, кому нужен апостиль в сжатые сроки без ошибок, и те, кому нужна консульская легализация для стран вне Гаагской конвенции; их останавливают долгие сроки и риск, что документ не примут. Сезонность заметная: пик — июль и август, 1,26 и 1,21 к среднему уровню, это 257 436 и 247 220 показов. Второй подъём — октябрь: 1,18 к среднему уровню и 241 091 показ. Минимум — январь: 0,71 от среднего уровня и 145 063 показа, февраль чуть выше — 0,82 и 167 537. Бюджет на первый квартал считают по низкому сезону, а не по летнему.

Сколько стоит реклама легализации документов: клик, обращение и бюджет обучения

Цена клика при полном охвате — 210 ₽. Столько стоит переход, когда реклама забирает весь доступный спрос. Цена обращения — 797 ₽, вилка 498–1328 ₽: это оценка до запуска по отраслевому бенчмарку, а не измерение по счётчику — своих замеров до старта кампании быть не может. Не путайте цену клика со ставкой входа по фразе. Аукцион запрашивает от 52 ₽ («выписка из реестра недвижимости») до 638 ₽ («нотариальный перевод документов»), но это ставка входа — списывается меньше. Автостратегия обучается, когда кампания набирает 10 конверсий в неделю. Бюджет обучения — 7 970 ₽ в неделю, 34 271 ₽ в месяц. Что дают разные суммы:

- 3 000 ₽ в месяц — 4 обращения, 0,9 в неделю: автоматика не обучится;
- 29 000 ₽ в месяц — 37 обращений, 8,5 в неделю: до порога не хватает;
- 35 000 ₽ в месяц — 44 обращения, 10,2 в неделю: кампания набирает данные;
- 69 000 ₽ в месяц — 86 обращений, 20,1 в неделю: вдвое выше порога, работа уверенная. Ориентир для старта — не ниже 7 970 ₽ в неделю: при меньшем бюджете обращения есть, но алгоритм ищет их медленнее и дороже, потому что не набрал статистику.

Как настроить Яндекс Директ для легализации документов: каналы и структура

Весь спрос на легализацию документов собирает Поиск: заявку приносит человек, который уже знает, какой документ и для какой страны ему нужен, а тематические площадки такой спрос не добирают.

размазывается по группам, и кампания быстрее проходит обучение. Сети — не второй канал на старте, а ступень роста: к охвату переходят, когда весь поисковый спрос выбран, а это 2 145 360 ₽ в месяц — столько стоят все переходы тематики при цене клика 210 ₽. Автоподбор (автотаргетинг) в поисковой кампании отключить нельзя: Яндекс требует хотя бы одну активную категорию. Категории автоподбора ограничьте, оставив только целевые запросы, а отчёт по поисковым запросам просматривайте раз в неделю и пополняйте минус-слова. Стратегия на старте — «Максимум кликов»: она набирает переходы и данные. Когда кампания даёт 10 конверсий в неделю и держит их две недели подряд, её переводят на «Максимум конверсий» — тогда алгоритм ищет тех, кто оставляет заявку.

Как продавать легализацию документов через Яндекс Директ: запросы и объявления

Ядро собирается вокруг названия услуги и типа документа:

- апостиль: «апостиль документов» — 22 565 показов, «поставить апостиль» — 12 178, «апостиль на диплом» — 8 046;
- нотариальный перевод и заверение: «нотариальный перевод» — 25 396, «заверение документов» — 11 404, «перевод с нотариальным заверением» — 6 729;
- выписки и истребование: «выписка из реестра» — 85 224, «получить выписку из реестра» — 8 312, «выписка из реестра недвижимости» — 7 568, «истребование документов» — 6 601. Ставка входа по группам различается в разы: нотариальный перевод — 596–629 ₽, «нотариальный перевод документов» — 605–638 ₽, «апостиль документов» — 333–348 ₽, а выписка из реестра — 57–67 ₽ и истребование документов — 63–80 ₽. Ставка входа — это сумма, которую запрашивают за участие в аукционе по фразе, а не итоговая цена клика. Самый широкий запрос — «выписка из реестра», 85 224 показа: под ним идут и реестр недвижимости, и торговый реестр зарубежной компании. Без уточнений он приводит нецелевые переходы, поэтому его держат отдельной группой с уточняющими словами. Минус-слова отсекают четыре потока лишних обращений:
- «бесплатно», «скачать», «торрент» — ищут шаблоны и инструкции, а не исполнителя;
- «реферат», «курсовая» — студенческие работы;
- «вакансия», «вакансии», «резюме» — соискатели;
- «своими руками», «бу», «б у» — те, кто планирует оформить документ сам или ищет подержанное. Остальное ядро — точные названия услуг и документов, по ним и строятся группы объявлений и отдельные посадочные.

Что писать в объявлениях про легализацию документов

Объявления делятся по стадии решения. На запрос тех, кому апостиль нужен для документа, который должен иметь силу за границей, отвечает угол «работаем напрямую с госорганами»: он снимает главный страх аудитории — задержку и ошибку при подаче. В тексте — фиксированная цена и срок, персональный менеджер, курьерская доставка, дистанционное оформление, отсутствие предоплаты за консультацию. Консульская легализация — отдельный сегмент: она нужна для стран, не входящих в Гаагскую конвенцию, где процесс идёт через консульства. Здесь в объявлении говорят о сопровождении и о персональном менеджере, а не о скорости. Тёплый сегмент — те, кто набирает общий запрос «легализация документов» (4 727 показов) и не знает, нужен апостиль или консульская легализация. Продавать такому человеку услугу сразу бессмысленно: объявление ведёт на разбор различий и бесплатную консультацию, где определяют тип легализации. Заголовок зеркалит формулировку запроса: «Апостиль на диплом», «Нотариальный перевод документов», «Выписка из реестра». Под каждую группу — своя посадочная страница: у апостиля, перевода и выписок разный повод обращения и разные вопросы покупателя.

Что измерять в рекламе легализации документов

Без учёта обращений кампания обучается вслепую: цена обращения 797 ₽ — оценка, и подтвердить или опровергнуть её можно только по фактическим заявкам. Основные конверсии, по которым считается заявка, — отправка формы и клик по телефону. Микроконверсии нужны для обучения на раннем этапе: открытие чата, клик по кнопке «Связаться с нами», просмотр 75% страницы. Звонки считаются только через отслеживаемый номер — его подменяет сервис коллтрекинга. Кнопка «Позвонить менеджеру за консультацией» с привязкой к номеру превращает звонок в конверсию. Без коллтрекинга недельный отчёт по конверсиям будет занижен, а переход на «Максимум конверсий» случится позже порога в 10 конверсий в неделю.

Типичные ошибки: легализация документов

- Считать ставку входа ценой клика: 52–67 ₽ по выпискам — это сумма, которую запрашивают за вход в аукцион, а цена клика при полном охвате — 210 ₽.
- Запускать кампанию на 3 000 ₽ в месяц: расчёт даёт 4 обращения в месяц, 0,9 в неделю, при пороге обучения 10 конверсий в неделю.
- Искать переключатель автоподбора в поисковой кампании: его нет, Яндекс требует хотя бы одну активную категорию — категории именно ограничивают.
- Настраивать цели только на форму заявки без коллтрекинга: клик по телефону — вторая основная конверсия легализации документов, без неё обучение идёт по неполным данным.
- Брать единственным ключом общий запрос «легализация документов» с 4 727 показами и не трогать «выписку из реестра» с 85 224 показами.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать одну поисковую кампанию на горячих группах: апостиль, нотариальный перевод, выписки и истребование документов.
2. Вывести бюджет на 7 970 ₽ в неделю (34 271 ₽ в месяц) — порог обучения автостратегии в 10 конверсий в неделю.
3. Настроить коллтрекинг с подменным номером, кнопку «Позвонить менеджеру» и цель на отправку формы заявки.
4. Ограничить категории автоподбора, оставив только целевые запросы, и завести отчёт по поисковым запросам.
5. Добавить минус-слова: бесплатно, скачать, торрент, реферат, курсовая, вакансия, резюме, своими руками, бу.

Вопросы владельцев бизнеса

Как продавать легализацию документов через Яндекс Директ?

Весь спрос — 204 314 показов и 10 216 переходов в месяц — собирает Поиск. Начинать с горячих групп: «апостиль документов» (22 565 показов), «нотариальный перевод» (25 396), «выписка из реестра» (85 224). Цена клика при полном охвате — 210 ₽, цена обращения — 797 ₽.

Продвижение легализации документов: с чего начать?

С одной поисковой кампании на самом горячем спросе и бюджета не ниже 7 970 ₽ в неделю (34 271 ₽ в месяц): это порог обучения автостратегии в 10 конверсий в неделю. На 3 000 ₽ в месяц расчёт даёт 4 обращения, 0,9 в неделю — автоматика не обучится.

Как продвинуть легализацию документов в интернете?

Ставку делают на Поиск: сети — ступень роста, к ним переходят, когда весь поисковый спрос выбран, а это 2 145 360 ₽ в месяц при цене клика 210 ₽. Пока бюджет меньше, охватные площадки размывают данные, на которых учится кампания.

Сколько обращений принесёт реклама легализации документов при бюджете 69 000 ₽ в месяц?

Расчёт для легализации документов даёт 86 обращений в месяц — 20,1 в неделю, вдвое выше порога обучения. Такой кампании хватает данных, чтобы перейти на оптимизацию по заявкам.

Какие запросы в легализации документов самые дорогие и самые дешёвые?

Дороже всего ставка входа у нотариального перевода — 596–629 ₽ по фразе «нотариальный перевод» и 605–638 ₽ по «нотариальный перевод документов». Дешевле всего выписки: 52–63 ₽ по «выписка из реестра недвижимости» и 57–67 ₽ по «выписка из реестра».

Нужен ли коллтрекинг, если заявки идут через форму?

Нужен: клик по телефону — одна из двух основных конверсий наравне с отправкой формы. Без подменного номера звонки не попадут в статистику, кампания будет набирать 10 конверсий в неделю медленнее, а цена обращения 797 ₽ так и останется оценкой.

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.