

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · АРЕНДА

Реклама лизинга в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, сентябрь 2026 · вся Россия

197 249

показов в месяц — спрос по семантике плана

173 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 60 ₽

1 886–5 030 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

129 774 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

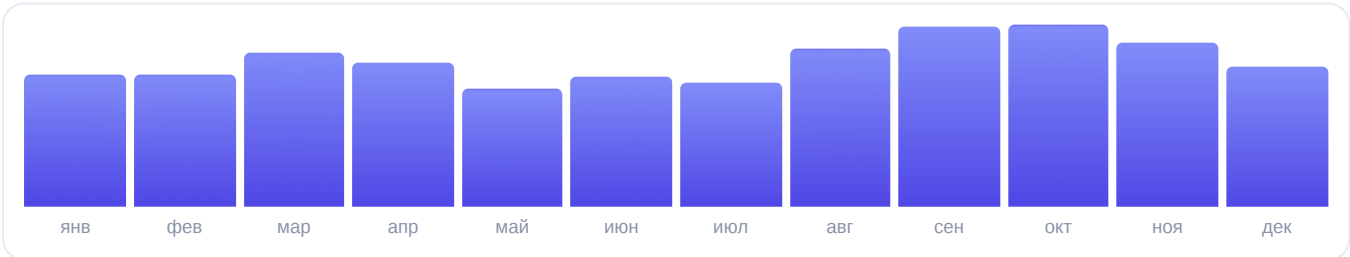
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-lizing
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
лизинг авто	53 017	501–557
договор лизинга	28 848	83–106
авто в лизинг	20 663	466–505
купить в лизинг	17 590	457–530
leasing	8 769	308–354
лизинг авто с пробегом	7 487	415–486
лизинг стоимость	6 840	188–211
финансовый лизинг	5 525	132–173
финансовая аренда лизинг	2 789	86–124
лизинг цена	2 583	394–460
лизинг авто для ИП	2 462	621–648
купить авто в лизинг	2 193	488–540
лизинг бизнесу	2 024	698–1 052
лизинг с выкупом	1 859	341–474
финансовый договор лизинга	1 826	74–103
лизинг авто для юридических	1 820	640–766
лизинг авто для юридических лиц	1 676	636–729
физ лизинг авто	1 587	248–279
взять авто в лизинг	1 465	514–537
авто после лизинга	1 396	187–212

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 177 672, февраль — 177 672, март — 209 258, апрель — 193 465, май — 157 931, июнь — 175 698, июль — 165 827, август — 213 207, сентябрь — 242 819, октябрь — 244 793, ноябрь — 219 129, декабрь — 189 517 показов.

● Сколько это стоит

173 Р

цена клика при полном охвате

3 018 Р

цена обращения
оценка до запуска

259 548 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	100%	60	3 018

Цена обращения в строке посчитана по своему каналу — складывать столбец нельзя.

● Сценарии бюджета

что получится при разных суммах

БЮДЖЕТ, Р/МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
13 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
27 000	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
56 000	18	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
116 000	38	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
130 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
241 000	80	Кампания наберёт данные	1	4
260 000	86	Рабочая кампания	1	4
500 000	166	Рабочая кампания	3	16
1 038 000	344	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 3 018 Р (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 129 774 Р/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Автомобиль в лизинг для бизнеса (родовой) горячий

Кто: ИП/ООО — директор, собственник или финансист, которому нужен автотранспорт для работы; ищет саму схему: «лизинг авто для бизнеса», «лизинг автомобилей для организаций/юрлиц»

Что мешает: Машина нужна для работы, но свободных денег на покупку нет; кредит неудобен или не одобрен; не знает, дадут ли лизинг его ИП/ООО и каким будет платёж

О чём говорить: Авто в лизинг для бизнеса под ключ: аванс от 5%, срок 13–36 мес., КАСКО/ОСАГО и постановка на учёт нашими силами; оформление по большинству регионов, включая Крым. Родовой спрос качаем широко: назначение, регион и ценовой сегмент уходят в заголовки/тексты объявлений и на посадочную, а не в ключи

Лизинг авто для такси горячий

Кто: Руководитель парка такси или ИП-перевозчик: «взять машину в лизинг для такси», «лизинг авто для парка такси», «машина в такси по паспорту»

Что мешает: Есть водители и заказы — нет машин: покупка парка вымывает оборотку, банк отказывает; нужно быстро выдать машины, оформить КАСКО/ОСАГО и учёт, а платёж должен биться с выручкой

О чём говорить: Машина в такси в лизинг: аванс от 5%, понятный платёж в месяц, страховка и регистрация в ГИБДД под ключ; возврат НДС и лизинговые платежи в себестоимость

Грузовой автомобиль в лизинг (перевозки) горячий

Кто: Грузоперевозчик с 1–3 машинами или расширяющий парк (тягач, фура, самосвал, фургон, ГАЗель): «лизинг грузового автомобиля», «лизинг грузовика с субсидией»

Что мешает: Контракт на перевозки есть — техники нет; нет оборотных средств на покупку, банку нечего дать в залог; критичны аванс и срок

О чём говорить: Грузовик в лизинг: аванс от 5%, срок 13–36 мес., платёж в себестоимость, возврат НДС; субсидия до 12,5% на грузовую и коммерческую технику

Лизинг авто для ИП и микробизнеса (без залога) горячий

Кто: Начинающий ИП, стартап или микробизнес, которому нужна одна машина: «лизинг для ИП без первоначального взноса», «дадут ли лизинг ИП без выписки и залога», «авто в лизинг по паспорту»

Что мешает: Банк отказал в кредите (нет истории, залога, оборотов), а работать надо уже сейчас; боится отказа по лизингу и неподъёмного аванса

О чём говорить: Одобряем лизинг ИП и ООО без залога и поручителей: аванс от 5%, персональный менеджер собирает документы; стартапам, франшизам и малому бизнесу — да

Расчёт платежа по лизингу и заявка горячий

Кто: Предприниматель, который уже выбрал лизинг и хочет цифры: «лизинг авто рассчитать платёж», «калькулятор лизинга», «заявка на лизинг онлайн»

Что мешает: Не понимает итог сделки: платёж в месяц, аванс, срок, удорожание; не хочет долгих переговоров и лишних звонков

О чём говорить: Аванс от 5%, срок 13–36 мес. И график под ваш бюджет — без залога и скрытых доплат

Лизинг авто для автопроката горячий

Кто: Владелец компании автопроката, который формирует или обновляет парк: «лизинг для компаний автопроката», «авто в лизинг под прокат»

Что мешает: Парк нужен под сезон, но замораживать деньги в покупке нельзя; машины быстро дешевеют, а обновлять их нужно регулярно

О чём говорить: Парк для автопроката в лизинг: аванс от 5%, платёж в месяц, КАСКО/ОСАГО и учёт на нас; по окончании срока — обмен на новые авто или выкуп по остаточной стоимости

■ 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	Заявка на лизинг/консультацию (отправка формы), Звонок с сайта / клик по телефону
Без чего запускать бессмысленно	Подключить отдельный трекинг-номер для сайта и СТА «Позвонить менеджеру за консультацией» с номером. Настроить цель на клик по и интеграцию коллтрекинга с Метрикой, чтобы звонок считался конверсией, если онлайн-заявки разметить сложно.

■ Что отсекаем минус-словами

бу	что такое	форум	авито	скачать	б у	бесплатно	торрент	реферат	курсовая
диплом	вакансия	вакансии	резюме	своими руками					

Продвижение лизинга: спрос, формулировки и сезон

В сентябре 2026 года лизинговые запросы по России дают 197 249 показов в месяц и приносят 19 607 кликов. Спрос собран вокруг нескольких центров, и каждый — отдельная группа объявлений. - «лизинг авто» — 53 017 показов;

- «договор лизинга» — 28 848;
- «авто в лизинг» — 20 663;
- «купить в лизинг» — 17 590;
- «leasing» — 8 769;
- «лизинг авто с пробегом» — 7 487. Ниже идут уточнения: «лизинг стоимость» — 6 840 показов, «финансовый лизинг» — 5 525, «лизинг авто для ИП» — 2 462, «лизинг бизнесу» — 2 024. Запросы «лизинг авто для ИП» и «лизинг бизнесу» — прямая речь предпринимателя из такси, автопроката и грузоперевозок, которому машина нужна в работу. Сезонность у лизинга осенняя. Сентябрь идёт с коэффициентом 1,23, октябрь — 1,24, это пик года: в октябре набирается 244 793 показа против 157 931 в мае, когда коэффициент падает до 0,8. Парк обновляют к деловому сезону, поэтому основной бюджет разумно тратить с сентября по ноябрь, а май — месяц минимальных ставок.

Сколько стоит реклама лизинга: клик, заявка и бюджет на обучение

Цена клика в лизинге при полном охвате аукциона — 173 ₽ по всему собранному спросу, а не ставка за отдельную фразу. Цена обращения — заявки или звонка — 3 018 ₽. По счётчику она не измерена: это отраслевой бенчмарк, то есть ориентир до запуска, поэтому вилка прогноза широкая — от 1 886 до 5 030 ₽. Куда внутри вилки попадёт конкретная кампания, показывает только старт на своих заявках. Рядом лежит другая величина — ставка входа в аукцион по фразе. Столько запрашивают за вход, а списывается меньше. «Лизинг авто» — 501–557 ₽, «авто в лизинг» — 466–505 ₽, «лизинг авто для ИП» — 621–648 ₽, «лизинг бизнесу» — 698–1 052 ₽, «договор лизинга» — 83–106 ₽. Ставка входа не равна цене клика и не должна попадать в отчёт как стоимость трафика. Автостратегия учится на конверсиях, порог — 10 конверсий в неделю. Чтобы кампания их набирала, недельный бюджет обучения — 30 180 ₽, то есть 129 774 ₽ в месяц. Уверенная работа начинается с бюджета вдвое выше порога — 259 548 ₽ в месяц. Ниже порога деньги уходят в клики без отдачи: при 3 000 ₽ в месяц лизинговая кампания приносит одну заявку, при 13 000 ₽ — четыре, при 27 000 ₽ — девять, и все три сценария лежат ниже рабочего порога.

Как настроить Яндекс Директ для лизинга: кампании и автоподбор

В лизинге план строится на Поиске — он забирает 100% канала. Рекламные сети на старте выключены: поисковый спрос большой и горячий, добирать его показами на тематических площадках раньше времени не нужно. Сети и ретаргетинг — ступень роста, а не первый шаг: к охвату переходят, когда поиск исчерпан, а это 3 392 011 ₽ в месяц. Первая кампания — одна, на самом горячем спросе, чтобы бюджет концентрировался и статистика набралась быстрее. Стартовая стратегия — максимум кликов: на этом этапе алгоритм учится на переходах. Когда кампания набирает 10 конверсий в неделю и держит их две недели подряд, стратегию переводят на максимум конверсий. Автоподбор в поисковой кампании отключить нельзя — Яндекс требует хотя бы одну активную категорию. Переключателя «выключить» в интерфейсе нет, поэтому ограничьте категории автоподбора: оставьте только целевые запросы, близкие к лизинговой сделке, и уберите широкие категории вроде запросов про продажу личных машин. Ретаргетинг подключают позже, отдельными аудиториями: те, кто был на сайте и не оставил заявку; те, кто смотрел условия, но не дошёл до формы; похожие на тех, кто заявку оставил.

Как продавать лизинг через Яндекс Директ: запросы и объявления

Ядро собирается по четырём группам, и в каждой своя логика объявления. - Родовые запросы: «лизинг авто», «авто в лизинг», «купить в лизинг», «leasing» — сюда идёт основной бюджет, у «лизинга авто» 53 017 показов в месяц. - По применению: такси, автопрокат, грузоперевозки, маршрутные перевозки, микроавтобус. Покупателю-таксисту важно, что платёж бьётся с выручкой, грузоперевозчику — что техника не в залоге. - По субъекту: «лизинг авто для ИП» (2 462 показа) и «лизинг бизнесу» (2 024 показа) — их задают те, кому банк отказал по автокредиту. - Расчётные и документальные: «лизинг стоимость» (6 840), «лизинг цена» (2 583), «договор лизинга» (28 848), «финансовый лизинг» (5 525), «лизинг с выкупом» (1 859). Минус-слова отсекают мусор, который съедает бюджет: «бу» и «б у» (чужие объявления о продаже поддержанных машин), «что такое» и «форум» (изучающие, а не покупающие), «скачать», «бесплатно», «торрент», «реферат», «курсовая», «диплом», «вакансии», «резюме», «своими руками». Если вы лизингуете технику с пробегом, запросы про неё выносятся отдельной группой — там минус «бу» снимается, потому что формулировки вроде «лизинг авто с пробегом» (7 487 показов) описывают ваш товар, а не чужое объявление.

Что писать в объявлениях про лизинг

Объявление в лизинге продаёт не автомобиль, а способ его получить. Для лизинга сформулированы четыре сообщения, каждое закрывает своё возражение. - Машина нужна для работы, свободных денег нет: «авто в лизинг для бизнеса» — аванс от 5%, срок 13–36 месяцев, оформление и постановку на учёт лизингодатель берёт на себя. - Банк отказал по кредиту: для ИП и микробизнеса — без залога и поручителей. - Работа уже есть, техники нет: для такси, грузоперевозок и маршрутных перевозок — платёж разбит по месяцам, идёт в себестоимость, НДС с платежей к зачёту. - Хочется цифр до звонка: расчёт платежа — аванс, срок и график под бюджет. Заголовок держит родовой запрос и условие — аванс от 5% или без залога и поручителей, а не общие слова: предприниматель читает первые три слова и решает, его это случай или нет. В тексте стоит назвать предмет сделки — легковой автомобиль, грузовик, микроавтобус, спецтехника, — потому что по запросам «лизинг авто» и «лизинг грузового автомобиля» приходят разные люди.

Что измерять: заявки, звонки и промежуточные цели

Без настроенных целей лизинговая кампания не обучится: автостратегия не увидит конверсий, останется на максимуме кликов и не дойдёт до порога 10 конверсий в неделю. Основные цели, по которым считается цена обращения:

- отправка формы «Заявка на лизинг» или «Консультация»;
- звонок с сайта и клик по телефону. Промежуточные действия показывают, где теряются люди:
- клик по кнопке «Оставить заявку»;
- старт заполнения формы;
- открытие чата на сайте. Минимум, без которого запускать бессмысленно: отдельный трекинг-номер для сайта и кнопки «Позвонить менеджеру» плюс связка коллтрекинга с Яндекс Метрикой. Тогда звонок засчитывается конверсией так же, как онлайн-заявка. Лизинговая сделка часто начинается со звонка финансисту, и без коллтрекинга такие обращения не попадут в отчёт.

Что Яндекс потребует перед запуском

Лизинг — финансовая услуга, поэтому реклама идёт с ограничениями: Яндекс попросит подтвердить лицензии и документы на финансовые и страховые услуги. То же касается страхования, если в объявлениях упоминаются КАСКО и ОСАГО. Модерация читает формулировки буквально. Если среди услуг есть лизинг стоматологического оборудования, упоминание медицины относится только к

проверяющего не возникло вопросов о медицинской лицензии. Порядок такой: сначала подтверждаете документы, потом запускаете кампанию. До проверки документов объявления отклоняют, и неделя на сборку ядра уходит впустую.

Типичные ошибки: лизинг

- Считать ставку входа ценой клика: 173 ₹ — цена клика при полном охвате, а 501–557 ₹ по фразе «лизинг авто» — только запрос за вход в аукцион.
- Запускать лизинг на 3 000 ₹ в месяц: это одна заявка против порога 10 конверсий в неделю, автоматика работает неточно и заявки дороже.
- Искать переключатель «отключить автоподбор»: в поисковой кампании его нет, категории автоподбора только ограничивают.
- Ждать рекламные сети в первой кампании: в плане работает только Поиск, к охвату переходят, когда поиск исчерпан — а это 3 392 011 ₹ в месяц.
- Считать 3 018 ₹ за обращение измеренной ценой: это ориентир до запуска с вилкой 1 886–5 030 ₹.

Чек-лист перед запуском

1. Настроить цели «Заявка на лизинг» и «Звонок с сайта» и проверить тестовым обращением, что оно доходит до отчёта.
2. Заложить на обучение 30 180 ₹ в неделю (129 774 ₹ в месяц), для уверенной работы — 259 548 ₹ в месяц.
3. Собрать ядро по родовым, отраслевым, субъектным и расчётным запросам и загрузить минус-слова до старта показов.
4. Ограничить категории автоподбора, оставив только целевые запросы про лизинг.
5. Подключить отдельный трекинг-номер и связать коллтрекинг с Метрикой, чтобы звонок считался конверсией.

Что потребует Яндекс перед запуском

Рекламировать можно при подтверждении лицензий/документов на финансовые и страховые услуги (лизинг, страхование). Слово «медицина» в тексте относится лишь к лизингу стоматологического оборудования и само по себе медицинской услуги не продаёт.

Как продавать лизинг через Яндекс Директ?

Одной поисковой кампанией на горячем спросе: «лизинг авто» даёт 53 017 показов в месяц. Стартовая стратегия — максимум кликов, на обучение закладывается 30 180 ₽ в неделю, цена обращения — 3 018 ₽.

Продвижение лизинга: с чего начать?

С целей на заявку и звонок и с ядра по родовым запросам, где «лизинг авто» — 53 017 показов в месяц. Минус-слова «бу», «что такое», «форум» загружаются сразу, а не после недели потраченных показов.

Как продвинуть лизинг в интернете?

Поиск по России за месяц даёт 197 249 показов и 19 607 кликов — это основной канал. Когда поиск исчерпан, а это 3 392 011 ₽ в месяц, спрос добирают охватными форматами.

Как рекламировать лизинг?

Объявлением про способ получить машину: аванс от 5% и срок 13–36 месяцев для бизнеса, без залога и поручителей для ИП. Самая конкурентная формулировка — «лизинг бизнесу» со ставкой входа 698–1 052 ₽.

Сколько стоит реклама лизинга?

173 ₽ за клик при полном охвате аукциона и 3 018 ₽ за обращение по отраслевому ориентиру, вилка прогноза — 1 886–5 030 ₽. Уверенная работа кампании начинается с 259 548 ₽ в месяц.

Какой бюджет нужен, чтобы кампания обучилась?

30 180 ₽ в неделю, то есть 129 774 ₽ в месяц, — этого хватает на порог 10 конверсий в неделю. При 13 000 ₽ в месяц кампания приносит 4 заявки и остаётся необученной.

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 «лизинг», 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.