

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИТ-УСЛУГИ

Реклама межсетевого экрана в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

53 291

показов в месяц — ёмкость спроса

128 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 57 ₽

2 993–7 982 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

205 927 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

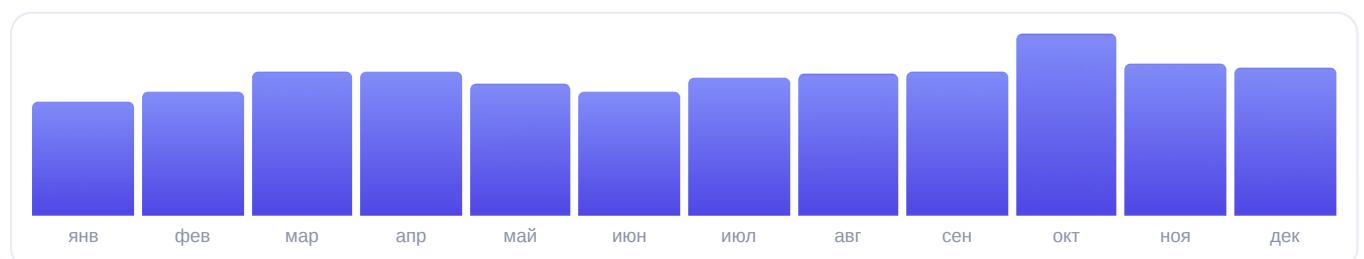
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-mezhsetevoy-ekran
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, Р
межсетевой экран	18 013	245–376
ngfw	11 866	403–533
сетевая защита	9 684	51–56
сетевая безопасность	4 559	187–213
PT NGFW	1 987	386–499
защита от DDoS	1 473	951–1 939
защита от DDoS атак	768	858–1 865
защита корпоративной сети	425	356–723
корпоративная сетевая безопасность	381	499–713
triz	381	77
нужен межсетевой экран	284	179
межсетевой экран купить	268	510–605
Positive Technologies NGFW	265	383–559
защитить корпоративную сеть	250	388
межсетевой экран цена	239	399–553
безопасность сетевой инфраструктуры	208	220–411
межсетевой экран нового поколения	183	40–342
ngfw цена	180	270–333
российский межсетевой экран	160	253
обеспечить сетевую безопасность	150	181–331

■ Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 43 166, февраль — 46 896, март — 54 890, апрель — 54 357, май — 50 094, июнь — 46 896, июль — 52 225, август — 53 291, сентябрь — 54 890, октябрь — 68 745, ноябрь — 57 554, декабрь — 56 488 показов.

● Сколько это стоит

128 ₹

цена клика при полном охвате

4 789 ₹

цена обращения
оценка до запуска

411 854 ₹

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₹	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₹
Поиск	100%	57	4 789

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	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
18 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
32 000	7	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
58 000	12	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
104 000	22	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
189 000	40	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
206 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
341 000	71	Кампания наберёт данные	1	4

Расчёт по цене обращения 4 789 ₹ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 205 927 ₹/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Прямая покупка PT NGFW горячий

Кто: IT-директора, руководители ИБ, закупщики, которые уже знают о PT NGFW или ищут российский NGFW с конкретными характеристиками и готовы купить; запросы: 'межсетевой экран купить', 'PT NGFW цена', 'NGFW

Что мешает: Необходимо срочно закрыть потребность в сетевой защите, есть бюджет и требования, ищут поставщика и прайс

О чём говорить: Лучшее российское решение, наличие сертификатов, цена, возможность поставки и демонстрации

Замена иностранного NGFW горячий

Кто: IT-специалисты компаний, использующих Cisco ASA, Check Point, Palo Alto и ищущих российский аналог; запросы: 'замена Cisco ASA на российский', 'аналог Check Point', 'альтернатива Palo Alto', 'российск

Что мешает: Необходимость уйти от иностранного ПО под санкциями, потребность в миграции конфигураций и сохранении функциональности

О чём говорить: PT NGFW – полноценная замена с лучшей производительностью, поддержка миграции правил, российская разработка

Сертифицированный NGFW для КИИ горячий

Кто: Специалисты по ИБ в объектах КИИ, госорганах, обязанные использовать сертифицированные средства; запросы: 'межсетевой экран сертифицированный ФСТЭК', 'NGFW для критической инфраструктуры', 'межсетевой

Что мешает: Требования регуляторов по сертификации, необходимость защиты критической инфраструктуры

О чём говорить: PT NGFW имеет сертификаты ФСТЭК, специально разработан для КИИ, обеспечивает соответствие требованиям

Межсетевой экран для ЦОД тёплый

Кто: Архитекторы ЦОД, DevOps, инженеры, ищущие высокопроизводительное решение для дата-центров и высоконагруженных сетей; запросы: 'межсетевой экран для ЦОД', 'NGFW для дата-центра', 'защита сети ЦОД'

Что мешает: Необходимость обработки большого трафика, низкая задержка, отказоустойчивость, интеграция с SDN

О чём говорить: Самый производительный на рынке, создан для высоких нагрузок, поддерживает виртуализацию и ЦОД

Межсетевой экран для предприятия тёплый

Кто: Сетевые администраторы, IT-менеджеры среднего и крупного бизнеса, ищущие решение для корпоративной сети и филиалов; запросы: 'межсетевой экран для предприятия', 'NGFW для офиса', 'сетевая безопасность

Что мешает: Защита от внешних угроз, управление политиками, импортозамещение, сложность настройки

О чём говорить: Простое управление, максимальная производительность, российское ПО с нуля, подходит для любых масштабов

Импортозамещение в сетевой безопасности тёплый

Кто: IT-директора, госзаказчики, выполняющие план импортозамещения; запросы: 'импортозамещение межсетевых экранов', 'российский NGFW импортозамещение', 'переход на отечественное ПО безопасность'

Что мешает: Необходимость соответствия законодательству, снижение зависимости от иностранных вендоров, поиск качественной альтернативы

О чём говорить: Ведущий российский NGFW, обеспечивает полное импортозамещение без потери

● Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Когда переключаться	После настройки цели в Метрике и набора ≥ 10 конв/нед → конверсионная стратегия.
Каналы	Только Поиск, сети выключены

● Что отсекаем минус-словами

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

Спрос и продвижение межсетевого экрана: сколько ищут и какими словами

В месяц пользователи Яндекса вводят запросы про межсетевой экран 53 291 раз. Из них кликают по рекламным объявлениям 2 665 раз. Самый частотный запрос — «межсетевой экран» (18 013 показов). На втором месте — «ngfw» (11 866 показов): так называют межсетевые экраны нового поколения (next-generation firewall). Дальше идут «сетевая защита» (9 684), «сетевая безопасность» (4 559) и «PT NGFW» (1 987).

Сезонность заметна: в январе показы падают до 32 508, в октябре вырастают до 52 225. Летние месяцы — июнь и июль — около 37–39 тысяч. Пик спроса — осень, когда компании формируют бюджеты на безопасность на следующий год. Запускать рекламные кампании лучше не в январе, а к сентябрю—октябрю.

Межсетевой экран — это сложное B2B-решение, поэтому осознанный спрос идёт через поиск, а не через тематические площадки. В рекламе межсетевого экрана основную роль играет именно поисковая реклама.

Кто ищет межсетевой экран и на какой стадии решения

По характеру запросов о межсетевом экране видно три группы покупателей.

Первая — компании, которые уже решили купить. Их запросы: «межсетевой экран купить» (268 показов), «межсетевой экран цена» (239), «ngfw купить» (146). Здесь заинтересованы IT-директора и руководители информационной безопасности. Они ищут поставщика, готовы к переговорам.

Вторая — компании, которые заменяют импортное ПО. Их запросы: «российский межсетевой экран» (160), «российский ngfw» (130), «импортозамещение сетевого оборудования» (34). У них острая потребность из-за санкций и требований регуляторов.

Третья — организации, которым нужен сертификат ФСТЭК: объекты критической информационной инфраструктуры (КИИ). Запрос «сертифицированный межсетевой экран фстэк» (117) и «сертифицированное средство защиты КИИ» (37). Это самый дорогой сегмент: ставка за клик достигает 1 222 рублей.

Каждая группа идёт по своей стадии воронки. Первая — на стадии сделки, вторая — на стадии выбора решения, третья — только начинает проект. Поэтому рекламные кампании надо строить отдельно по каждой группе, с разными ставками и объявлениями.

Сколько стоит реклама межсетевого экрана: цена клика, заявки и бюджет на обучение

Клик по рекламе межсетевого экрана в Яндекс Директе стоит в среднем 57 рублей. Конкретный запрос может быть дешевле или значительно дороже: «сетевая защита» — 51–56 рублей, «защита от DDoS» — 951–1 939 рублей. Заявка (обращение с сайта) в среднем обходится в 4 789 рублей. Нижняя граница — 2 993 рубля, верхняя — 7 982 рубля.

Автоматические стратегии Яндекса требуют статистики: примерно 10 заявок в неделю. Для межсетевого экрана бюджет на обучение составляет около 205 927 рублей в месяц. Если бюджет меньше, алгоритмы не учатся, заявки дорожают. При бюджете 21 000 рублей в месяц получится около 4 заявок — в неделю меньше одной. Кампания будет работать нестабильно.

При меньшем бюджете запускайте ручное управление ставками и копите данные самостоятельно.

Рекомендуемый бюджет для стабильного потока заявок — от 205 927 рублей в месяц.

Как настроить Яндекс Директ для межсетевого экрана: каналы и структура кампаний

В тематике межсетевого экрана работает только поиск — тематические площадки спрос не добирают. Покупатели не кликают по баннерам, когда читают новости. Поэтому в Яндекс Директе закладывайте кампании с показом по поисковым запросам.

Разделяйте кампании по сегментам. Отдельно — для тех, кто ищет «купить межсетевой экран», отдельно — для импортозамещения, отдельно — для сертифицированных решений. У каждой свои запросы, ставки и тексты объявлений.

На старте используйте стратегию с оплатой за клики, чтобы набрать первую статистику. После накопления конверсий переходите на оптимизацию конверсий. Когда поисковая выдача по ключевым запросам исчерпана, подключайте look-alike — показ рекламы людям, похожим на тех, кто уже обратился. Это позволит масштабироваться без потери качества.

Семантика и минус-слова: какие запросы брать и что отсекать

Основу семантики составляют коммерческие фразы: «межсетевой экран купить», «ngfw цена», «межсетевой экран поставка», «стоимость межсетевого экрана». По ним приходят готовые к сделке покупатели.

Общие запросы «сетевая защита» и «сетевая безопасность» дают дешёвые клики (51–56 рублей), но конверсия по ним низкая: их набирают не только инженеры, но и студенты, журналисты. Включайте их в отдельную кампанию с пониженной ставкой и тщательными минус-словами.

Запросы «документация PT NGFW» (47 показов) и «тестирование NGFW» (44) не ведут к заявкам — человек уже пользуется продуктом и ищет техническую информацию. Их следует исключить, если цель — продажи. Также минусуйте «что такое», «обзор», «скачать» — они показывают стадию изучения, а не покупки.

Что писать в объявлениях о межсетевом экране

Из запросов видно, что покупателя межсетевого экрана интересуют три вещи: российское происхождение («российский межсетевой экран» — 160 показов), сертификация ФСТЭК («сертифицированный межсетевой экран фстэк» — 117) и возможность поставки или демонстрации («межсетевой экран поставка» — 39). Для сегмента замены импортного ПО сделайте объявления с упоминанием «Замена Cisco ASA, Check Point, Palo Alto», «Миграция правил на российский NGFW». Для КИИ — «Сертифицированный ФСТЭК межсетевой экран». Для тех, кто ищет цену, — «Рассчитайте стоимость внедрения NGFW». Не забывайте включать в текст ключевые слова из запросов: «межсетевой экран нового поколения» (183 показа в месяц), «защита от DDoS» (1 473 показа).

Что измерять в рекламе межсетевого экрана и почему без аналитики запуск бессмыслен

В B2B-продаже межсетевых экранов без настроенной аналитики вы не узнаете, какие запросы приносят заявки и сколько они стоят. Типичная конверсия из клика в заявку для межсетевых экранов — около 1,2%, но ориентироваться на неё можно только после того, как соберёте свою статистику.

Настройте цели в Яндекс Метрике: «заявка», «звонок», «письмо». Каждую неделю смотрите цену заявки. Если она выходит за пределы 2 993–7 982 рублей, ищите причину: нерелевантные запросы, слабые объявления, неработающая страница. Без такого контроля кампания быстро станет убыточной.

Типичные ошибки: межсетевой экран

- Запуск с бюджетом меньше 205 927 рублей в месяц и ожидание стабильных заявок — автоматические стратегии не обучаются.
- Показ рекламы в сетях Яндекса в надежде на охват — спрос на межсетевой экран через них не формируется.
- Смешивание сегментов «купить», «замена импортного» и «КИИ» в одной кампании — разная цена клика

- Отсутствие в объявлении слов «российский» и «сертифицированный» — главных триггеров для аудитории.
- Запуск в январе-июне без учёта сезонности — спрос на 20–30% ниже осеннего.

Чек-лист перед запуском

1. Настроить цели в Яндекс Метрике: заявка, звонок, письмо.
2. Собрать семантику из коммерческих запросов: «купить», «цена», «стоимость», «поставка».
3. Разделить кампании по сегментам: прямой спрос, импортозамещение, КИИ.
4. Добавить минус-слова: «что такое», «обзор», «скачать», «документация», «тестирование».
5. В объявлениях указать российское происхождение, сертификат ФСТЭК, возможность демонстрации.

● Вопросы владельцев бизнеса

Сколько стоит реклама межсетевого экрана в Яндекс Директе?

Клик в среднем 57 рублей, заявка около 4 789 рублей. Для стабильной работы нужно от 205 927 рублей в месяц.

Какой бюджет нужен, чтобы реклама межсетевого экрана приносила заявки?

Для обучения автоматической стратегии — от 205 927 рублей в месяц. При меньшем бюджете кампания не наберёт 10 конверсий в неделю, и заявки будут дороже.

Почему для межсетевого экрана не работает реклама в сетях?

Покупатели не ищут сложное оборудование в сетях Яндекса. Спрос формируется через поисковые запросы, поэтому поисковая реклама — единственный эффективный канал.

Какие запросы включать в рекламу межсетевого экрана?

Берите коммерческие: «межсетевой экран купить», «ngfw цена», «поставка межсетевого экрана». Общие запросы «сетевая защита» и «сетевая безопасность» — отдельно с низкой ставкой и минус-словами.

Что писать в объявлении для межсетевого экрана, чтобы привлечь B2B-клиентов?

Указывайте российское происхождение, сертификат ФСТЭК, возможность поставки и демонстрации. Для импортозамещения упоминайте замену Cisco ASA, Check Point, Palo Alto.

Как понять, что реклама межсетевого экрана окупается?

Сравнивайте цену заявки (в среднем 4 789 рублей) с маржой по сделке. Если заявка дешевле маржи, реклама окупается. Точную окупаемость видно только при настроенной аналитике.

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 «межсетевой экран», 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.