

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ДРУГИЕ ТЕМАТИКИ

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

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · Москва

8 541

показов в месяц — ёмкость спроса

49 ₹

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 6 ₹

373–995 ₹

цена обращения (оценка до запуска)

25 671 ₹

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

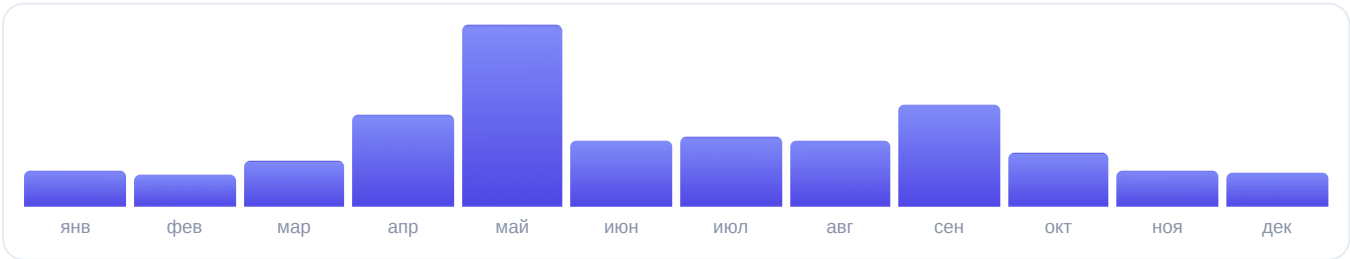
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-motoklub-moskva
Регион разбора	Москва

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
мотоклуб	3 101	121–126
мотофестиваль	2 557	81–84
байкерский клуб	840	60–61
мотопробег	389	46
мотоклуб москва	282	376
встречи мотоциклистов	127	103
мотосообщество	126	72–78
мотопробег москва	97	77
мототусовка	74	78
мотоклуб в москве	66	581–648
байкерский клуб москва	64	78
дальняк на мотоцикле	54	63
hard locals	52	11–30
мотобратство	45	165
клуб байкеров москва	42	52
мотоциклетный клуб	39	38
чат мотоциклистов	38	147
клуб мотоциклистов	29	63
мотосообщество москва	25	71
мототусовка москва	25	71

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 4 527, февраль — 4 100, март — 5 637, апрель — 11 787, май — 22 890, июнь — 8 199, июль — 8 883, август — 8 199, сентябрь — 12 726, октябрь — 6 833, ноябрь — 4 527, декабрь — 4 270 показов.

● Сколько это стоит

49 Р

цена клика при полном охвате

597 Р

цена обращения
оценка до запуска

51 342 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	10%	6	591
РСЯ	80%	2	435
Ретаргетинг	10%	4	597

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	5	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
4 000	7	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	8	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	10	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	13	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	17	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
13 000	22	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
16 000	27	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
20 923	35	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 597 Р (оценка). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 25 671 Р/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Членство в мотоклубе горячий

Кто: Мотоциклисты, которые хотят вступить в мотоклуб, ищут «мотоклуб москва», «вступить в мотоклуб», «членство в мотоклубе цена»

Что мешает: Одиночество в поездках, отсутствие единомышленников, желание стать частью сообщества, получить поддержку и общие выезды

О чём говорить: Стань частью Hard Locals – живого братства мотоциклистов. Регулярные выезды, атмосфера свободы и место силы. Узнай стоимость членства и вступай.

Мотопаломничество горячий

Кто: Мотоциклисты, которые ищут уникальные поездки со смыслом, запросы «мотопаломничество», «паломничество на мотоцикле», «поездка на мотоцикле в Крым»

Что мешает: Желание прожить дорогу глубоко, перезагрузиться, выйти из рутины, найти поездку, которая не просто тур, а путь внутрь себя

О чём говорить: Мотопаломничество Hard Locals – 260 км тишины и свободы. Перезагрузка через дорогу. Билеты и регистрация. Почувствуй жизнь по-настоящему.

Мотопатя (Клубный OpenAir) горячий

Кто: Мотоциклисты и активные горожане, ищущие «мотопатя», «openair мотоциклистов», «клубный openair москва», «вечеринка для байкеров»

Что мешает: Не хватает живого общения, музыки и драйва в мототусовке, хочется атмосферы фестиваля, где люди, а не только мотоциклы

О чём говорить: Hard Locals OpenAir: громкий звук, диджей, байкерский бар и шоу. Приходи на мотопатя – место, где мотоциклисты танцуют. Билеты по ссылке.

Мерч мотоклуба горячий

Кто: Мотоциклисты и фанаты бренда, ищущие «толстовка мотоклуба», «футболка байкерского клуба», «мерч мотоклуба Hard Locals»

Что мешает: Хочется носить символику близкого по духу сообщества, подчеркнуть принадлежность к мотокультуре, получить стильную и качественную вещь

О чём говорить: Купи мерч Hard Locals – чёрная толстовка с суппортовым принтом. Одежда для тех, кто живёт на дороге. Доставка по Москве и РФ.

Выезды мотоклуба тёплый

Кто: Мотоциклисты, которые ищут компанию для покатушек, запросы «выезды мотоклуба», «дальняк на мотоцикле», «поездка с мотоциклистами», «клубные покатушки»

Что мешает: Одному скучно, хочется компании для совместных маршрутов – от вечерних прохватов до дальних поездок, но нет организованного сообщества

О чём говорить: Присоединяйся к выездам Hard Locals – от 170 км до 700 км. Регулярные маршруты, опытные райдеры и атмосфера братства. Запишись на ближайший выезд.

Поиск мотосообщества холодный

Кто: Мотоциклисты, которые ищут единомышленников, общение, запросы «сообщество мотоциклистов», «мотобратство», «чат мотоциклистов», «встречи байкеров»

Что мешает: Чувство изоляции в мотокультуре, хочется найти людей с похожими ценностями, место, где понимают с полуслова, но не знают, куда обратиться

О чём говорить: Hard Locals – мотоклуб новой формации. Люди разных профессий, близкие по духу. Приходи на открытые встречи, познакомься с нами и почувствуй атмосферу.

■ 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

Поиск и РСЯ — одной кампанией

■ Что отсекаем минус-словами

пробег

фото

для детей

вакансия

работа

курсы

обучение

бесплатно

своими руками

самому

скачать

инструкция

как сделать

diy

реферат

создать

открыть

организовать

схема

чертеж

видео

резюме

история

обои

картинки

сделать самому

руками

провести

мерч

толстовка

Спрос на продвижение мотоклуба: сколько ищут и когда

В Москве пользователи Яндекса вводят запросы про мотоклуб 8 541 раз в месяц, а переходят по рекламе 427 раз. Самый частый запрос — «мотоклуб» (3 101 показ), за ним идут «мотофестиваль» (2 557) и «байкерский клуб» (840). Гео-запросы «мотоклуб москва» и «мотоклуб в москве» набирают 282 и 66 показов, но клик по ним стоит от 376 до 648 рублей. Спрос гуляет по сезонам. В мае показы достигают 8 626 — это пик, в 5,6 раза больше февраля (1 537). Апрель и сентябрь тоже высокие: 4 441 и 4 783 показа. С ноября по март спрос держится на уровне 1 500–2 100 показов. Рекламу мотоклуба выгодно запускать в апреле–мае и в сентябре, а зимой бюджет можно сокращать.

Кто ищет мотоклуб и на какой стадии решения

По формулировкам видно две группы людей. Первая — те, кто уже решил вступить: запросы «вступить в мотоклуб» (16 показов), «как вступить в мотоклуб» (9), «членство в мотоклубе» (6), «стать членом мотоклуба» (2). Люди готовы к действию, и по таким запросам цена клика выше. Вторая группа — те, кто ищет тусовку и события: «мототусовка» (74), «встречи мотоциклистов» (127), «где тусуются байкеры москва» (20), «мотофестиваль» (2 557). Они могут стать участниками, если их позвать на встречу или пробег. Это менее горячий трафик, но именно из него вырастают постоянные члены клуба.

Сколько стоит реклама мотоклуба: клики, заявки и бюджеты

Средняя цена клика по кампании — 6 рублей. Но это среднее: по целевым запросам клик стоит гораздо дороже. «Мотоклуб москва» — 376 рублей, «мотоклуб в москве» — от 581 до 648 рублей. Цена заявки (обращения) — 597 рублей, в диапазоне от 373 до 995 рублей. Для обучения алгоритмов Яндекса нужно набрать не меньше 10 конверсий в неделю. При цене заявки 597 рублей это 5 970 рублей в неделю, или 25 671 рубль в месяц. Такой бюджет позволяет автоматике освоиться. Если выставить меньше, кампания будет работать неточно, а заявки — дороже. Для стабильного результата закладывайте от 51 342 рублей в месяц.

Как настроить Яндекс Директ для мотоклуба: каналы и структура

В мотоклубе основа заявок — не только поиск, но и рекламная сеть Яндекса (РСЯ). В рекламе мотоклуба РСЯ даёт 80% обращений, поиск — 10%, ретаргетинг — тоже 10%. Поэтому кампании нужно разделять. При бюджете до 5 тысяч рублей в месяц запускайте только поиск по самым горячим запросам — так вы сконцентрируете деньги и соберёте статистику. Когда поиск исчерпан, подключайте РСЯ и look-alike (похожие аудитории) отдельными кампаниями. Автоподбор ключевых слов в нише опасен: алгоритм может добавить «мотофестиваль», который приведёт массовый трафик без желания вступить в клуб.

Семантика и минус-слова для мотоклуба

Берите в рекламу точные фразы с гео: «мотоклуб москва», «мотоклуб в москве», «байкерский клуб москва». Они дороже, но по ним приходят люди, готовые приехать. Обязательно добавляйте запросы с мотивацией: «вступить в мотоклуб», «членство в мотоклубе», «как вступить в мотоклуб». Минус-словами отсекайте всё, что не относится к клубу. Если вы работаете только в Москве, добавьте в минусы «санкт-петербург», «подмосковье» и другие регионы из запросов. Полезно исключить «прокат», «ремонт», «купить», если клуб не оказывает такие услуги. Общий принцип — не платить за трафик, который не ведёт к вступлению в мотоклуб.

Что писать в объявлениях мотоклуба

Используйте слова, которые уже показали спрос: «вступить», «членство», «встречи», «мотопробег». Объявление может звучать так: «Вступи в мотоклуб в Москве — встречи, мотопробеги и сообщество байкеров. Узнай условия». Для более широкой аудитории — отдельное объявление про событие:

Москву и слово «вступить». Гео-запросы самые дорогие, и объявление должно подтверждать, что вы находитесь именно там. Если у клуба есть особенности — например, направление или формат встреч, — напишите о них.

Что измерять в рекламе мотоклуба и без чего не запускать

До запуска настройте в Яндекс Метрике цели: заявка, звонок, сообщение. Конверсия из клика в обращение — около 1%, то есть на 100 кликов ожидайте одну заявку. Считайте цену заявки, а не клика. Средняя цена клика в 6 рублей ничего не говорит, если заявка стоит 597. Без целей алгоритмы не получают данные о конверсиях и не смогут обучиться. Запуск без настроенной Метрики — это сжигание бюджета. Каждую неделю смотрите на цену обращения по кампаниям и отключайте то, что дороже 995 рублей.

Типичные ошибки: мотоклуб

- Запускать только РСЯ без поиска — поиск даёт целевые запросы «вступить в мотоклуб», без них вы теряете готовых участников.
- Ставить бюджет ниже 25 671 рубля в месяц на старте — алгоритмы не набирают нужное число конверсий, заявки дорожают.
- Смешивать поиск и РСЯ в одной кампании — у них разная механика, и алгоритмы не могут оптимизировать оба канала сразу.
- Не добавлять минус-слова по гео — показы по Санкт-Петербургу не приведут москвича.
- Игнорировать сезонность — запуск в феврале даёт в 5,6 раза меньше спроса, чем в мае.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать семантику: горячие запросы с гео и словами «вступить».
2. Составить минус-слова под другие города и посторонние услуги.
3. Настроить цели в Яндекс Метрике: заявка, звонок, сообщение.
4. Разделить кампании: поиск, РСЯ, ретаргетинг.
5. Выделить бюджет на обучение алгоритмов: от 25 671 рубля в месяц.

Сколько стоит запустить рекламу мото клуба в Яндекс Директе?

Минимальный бюджет — 3 000 рублей в месяц, но он не позволяет обучить алгоритмы. Для стабильных заявок нужно от 25 671 рубля в месяц, хороший результат — от 51 342 рублей.

Какие запросы дают заявки в мото клуб?

Запросы с гео «мото клуб москва» и «вступить в мото клуб» приводят самых готовых клиентов, хотя клик по ним стоит от 376 рублей.

Когда лучше запускать рекламу мото клуба?

В мае спрос в 5,6 раза выше февраля. Апрель и сентябрь тоже подходят. Зимой спрос минимален, поэтому бюджет можно сокращать.

Почему у моего мото клуба мало показов?

Ниша небольшая: всего 8 541 показ в месяц. Для роста охвата подключайте РСЯ и look-alike, но будьте готовы увеличить бюджет.

Что делать, если заявки на вступление в мото клуб дорогие?

Проверьте, не тратите ли бюджет на широкие запросы вроде «мотофестиваль». Добавьте минус-слова, повысьте ставки по гео-запросам и отключайте объявления с ценой заявки выше 995 рублей.

Нужен ли ретаргетинг для мото клуба?

Да, он даёт 10% обращений. Возвращайте тех, кто заходил на сайт, но не оставил заявку.

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 «мото клуб», 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.