

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ДРУГИЕ ТЕМАТИКИ

Реклама новых автомобилей в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, сентябрь 2026 · Москва

61 661

показов в месяц — спрос по семантике плана

163 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 52 ₽

1 091–2 910 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

75 078 ₽

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-novye-avtomobili-moskva
Регион разбора	Москва

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
новые машины купить	6 112	295–314
купить новый автомобиль	4 041	350–377
новые авто купить	3 042	345–374
москвич 3 купить	2 978	282–310
новые автомобили цена	2 912	175–212
новые автомобили москва	2 488	441–494
jaesoo j7 купить	1 902	477–565
китайские автомобили купить	1 604	303–331
купить новую машину в москве	1 470	328–343
москвич 3 цена	1 321	174–198
jolion купить	1 248	669–731
chery tiggo купить	1 205	370–410
haval jolion купить	1 198	665–727
китайские машины купить	1 091	352–371
купить новый автомобиль в москве	1 025	450–479
купить hyundai в москве	973	155–187
exeed купить	961	313–384
чери тигго 7 про макс купить	953	200–203
китайские автомобили цены	920	217–224
купить kia в москве	917	215–217

● Сколько это стоит

163 ₽ цена клика при полном охвате 1 746 ₽ цена обращения оценка до запуска 150 156 ₽ бюджет, на котором ниша раскрывается			
ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	52	1 746

БЮДЖЕТ, ₽/МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
11 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
22 000	12	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
42 000	24	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
76 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
82 000	47	Кампания наберёт данные	1	4
151 000	86	Рабочая кампания	1	4
160 000	92	Рабочая кампания	1	4
310 000	178	Рабочая кампания	3	16
600 624	344	Рабочая кампания	5	57

Расчёт по цене обращения 1 746 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 75 078 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Купить новую машину в наличии в Москве горячий

Кто: Житель Москвы и области, хочет купить новый автомобиль и ищет салон, где машина есть в наличии сейчас; марка и модель ещё не финальны.

Что мешает: «Не знаю, где машина реально в наличии, а не под заказ на месяцы»; боится скрытых доплат и беготни по оформлению.

О чём говорить: Большой выбор новых авто в наличии: комплектации под бюджет, оформление под ключ — кредит, учёт, гарантия, всё в одном салоне.

Автокредит на новый автомобиль горячий

Кто: Покупатель новой машины, которому не хватает суммы: ищет, где одобряют кредит — в том числе с минимальным первым взносом и после отказов банков.

Что мешает: «Банк отказал / нет первого взноса / непонятен реальный платёж» — нужна низкая ставка и понятный ежемесячный платёж.

О чём говорить: Автокредит от 4,9%: 16 банков-партнёров, одобрение при плохой кредитной истории, без первого взноса

Trade-in: сдать старую — купить новую горячий

Кто: Владелец старого автомобиля, который хочет обменять его на новый в салоне и уехать на новой машине в тот же день.

Что мешает: «Куда деть старую машину: её надо оценить, оформить и не остаться без колёс»; хочет выгоду от обмена.

О чём говорить: Зачёт стоимости в новое авто, скидка до, принимаем машину любой марки

Госпрограмма и льготный автокредит горячий

Кто: Покупатель, который ищет новую машину по госпрограмме: уточняет условия, список марок и подходит ли он под программу.

Что мешает: «Работает ли госпрограмма, попадаю ли я под условия и сколько реально скинут от цены».

О чём говорить: Льготная ставка, доступные марки и модели, оформление в салоне за один день

Авто под такси горячий

Кто: Действующий или начинающий таксист Москвы и области: нужна новая недорогая машина под такси в кредит, с оклейкой и постановкой на учёт.

Что мешает: «Какая машина подойдёт под такси, где её дадут в кредит и оформят под ключ, чтобы сразу начать работать».

О чём говорить: Авто для такси под ключ: седаны и кроссоверы в наличии, кредит, оклейка, постановка на учёт и документы для таксопарка.

Китайские автомобили тёплый

Кто: Покупатель, который решил брать китайское авто и сравнивает бренды, комплектации и наличие у дилеров Москвы.

Что мешает: «Какой китайский бренд и комплектация стоят своих денег и где всё есть в наличии, а не под заказ».

О чём говорить: Все топовые китайские бренды в одном салоне: Geely, Haval, Chery, Changan, OMODA, Jetour, EXEED, JAECOO — наличие, кредит, trade-in.

■ 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 авто / автокредит (отправка формы), Звонок с сайта (клик по телефону или заказ обратного звонка)
Без чего запускать бессмысленно	Бизнес телефонный, поэтому минимум — поставить отслеживаемый подменный номер (коллтрекинг) на все кнопки и в шапку, повесить цель «Клик по телефону» на -ссылку и явный СТА «Позвонить менеджеру за консультацией» вместо/рядом с «Оставить заявку». Звонок = конверсия: если цель по звонку с подменного номера фиксируется, оптимизацию можно вести на звонки даже без доступа к остальным целям Метрики.

■ Что отсекаем минус-словами

б/у	авито	бесплатно	аренда	запчасти	выкуп	ремонт	прокат	вакансии	своими руками
курсы	инструкция	бу	обучение	скачать	торрент	реферат	курсовая	диплом	вакансия
резюме	б у								

Спрос и продвижение новых автомобилей: сколько ищут и какими словами

Реклама новых автомобилей в Москве опирается на устойчивый поток: 61 661 показ и 8 922 клика в месяц. Выкупленный целиком, кликовый спрос стоит 1 454 286 ₽ в месяц — это потолок поиска, выше него спрос добирают охватными форматами. Формулировки покупателя — не «автомобиль» вообще, а конкретное действие:

- «новые машины купить» — 6 112 показов в месяц;
- «купить новый автомобиль» — 4 041;
- «новые авто купить» — 3 042;
- «москвич 3 купить» — 2 978;
- «новые автомобили цена» — 2 912;
- «новые автомобили москва» — 2 488. Общий костяк спроса — четыре фразы про покупку новой машины, на них же приходится основная масса показов. Второй слой — модельные запросы: «jaesoo j7 купить» — 1 902 показа в месяц, «китайские автомобили купить» — 1 604, «купить новую машину в москве» — 1 470, «москвич 3 цена» — 1 321, «jolieon купить» — 1 248, «chery tiggo купить» — 1 205. Здесь покупатель уже выбрал марку и сравнивает наличие, комплектацию и цену под ключ. Сезонных пиков у покупки новых автомобилей нет: спрос ровный в течение года, и в сентябре 2026 он держится на обычном уровне. Планировать кампанию можно без оглядки на волну — важнее то, что модельные запросы дороже общих.

Сколько стоит реклама новых автомобилей: клик, заявка, бюджет на обучение

Цена клика при полном охвате — 163 ₽. Это то, что списывается в среднем за переход, а не ставка, которую назначает рекламодатель: по отдельным фразам аукцион запрашивает ставку входа от 175 ₽ («новые автомобили цена») до 731 ₽ («jolieon купить»), и списывается меньше запрошенного. Цена обращения — 1 746 ₽. Это ориентировочная оценка до запуска, а не замер по счётчику: вилка 1 091–2 910 ₽ показывает, в каких пределах разойдётся стоимость заявки. Расчёт опирается на 3% обращений из кликов — тоже оценку, а не измеренную конверсию сайта. Автостратегия — автоматическое управление ставками — обучается на конверсиях: по правилам Яндекса кампании нужно 10 конверсий в неделю. Это порог, ниже которого автоматика настраивается неточно, а заявки выходят дороже. Бюджет обучения, при котором новые автомобили дают такой объём, — 17 460 ₽ в неделю, или 75 078 ₽ в месяц. Хороший бюджет — 150 156 ₽ в месяц: он даёт запас над порогом, и кампания обучается уверенно, без перезапуска. Минимальные 3 000 ₽ в месяц приносят около 2 заявок — на деньгах кампания не набирает статистику вовсе.

Как настроить Яндекс Директ для новых автомобилей: структура кампаний

Новые автомобили в плане продаются через один канал — Поиск, рекламные сети выключены. Поиск забирает горячую часть спроса: человек уже написал «купить новый автомобиль в москве» и выбирает, где брать машину. На старте — одна кампания по самому горячему спросу, весь бюджет в неё. Дробление на несколько кампаний маленькими суммами не даёт ни одной набрать статистику. Управление ставками идёт в два шага: начинают с «Максимум кликов», а когда кампания набирает 10 конверсий в неделю и держит их две недели подряд, её переводят на «Максимум конверсий» — алгоритму хватает данных, чтобы искать

одну активную категорию. Вместо отключения ограничьте категории автоподбора и оставьте только целевые запросы про покупку новых автомобилей — тогда автоподбор не приведёт искателей запчастей, ремонта или поддержанных машин. Рост. Поиск не бесконечен: весь спрос на нём — 1 454 286 ₽ в месяц. Когда сумма выбрана, дальше охват растёт рекламными сетями и возвратом тех, кто был на сайте, но не оставил заявку.

Семантика и минус-слова: какие запросы берём, какие отсекаем

Ядро собирают из запросов с глаголом покупки: «купить новый автомобиль», «новые машины купить», «новые авто купить», «купить новую машину в москве». По ним ставка входа ниже, а спрос массовый: у «новых автомобилей цена» вход начинается от 175 ₽, у «новых автомобилей москва» — от 441 ₽. Второй слой — модели в наличии, за них платят больше:

- «москвич 3 купить» — 2 978 показов, ставка входа 282–310 ₽;
- «jaesoo j7 купить» — 1 902 показа, 477–565 ₽;
- «китайские автомобили купить» — 1 604 показа, 303–331 ₽;
- «chery tiggo купить» — 1 205 показов, 370–410 ₽;
- «haval jolion купить» — 1 198 показов, 665–727 ₽. Дороже всего вход по Jolion, и это ожидаемо: за моделью стоит покупатель с готовым решением, которому осталось проверить наличие и комплектацию. Минус-слова отсекают чужой спрос:

- «б/у», «бу», «б у» — те, кто ищет поддержанную машину;
- «авито», «выкуп» — частные объявления и попытки продать авто;
- «аренда», «прокат» — прокат автомобилей;
- «ремонт», «запчасти» — сервис, а не покупка;
- «вакансии», «резюме», «курсы» — работа и учёба. Без списка оплаченные переходы уходят к людям, которые новую машину не покупают, и цена обращения растёт на пустом месте.

Как рекламировать новые автомобили: что писать в объявлениях

Объявление новых автомобилей говорит о том, что беспокоит покупателя, а не о салоне. Два страха звучат чаще всего: нужной комплектации нет в наличии и ждать её месяцами, а к цене из объявления добавляют допы и страховки. Работающие углы:

- наличие сейчас — конкретная комплектация и цвет вместо «автосалон Москвы»;
- сделка в один визит: кредит, постановка на учёт, гарантия в одном месте;
- зачёт старой машины в новую — владельцу старого автомобиля нужно решить, куда его деть, и уехать на новой в тот же день;
- понятный ежемесячный платёж вместо ставки — для покупателя без первого взноса или после отказа банка;
- отдельный текст для тех, кто берёт машину под такси: оклейка, учёт и документы для таксопарка. Заголовок ведут на ту модель, под которую собран запрос: по «москвич 3 купить» — про Москвич 3, по «jolion купить» — про Jolion, по «jaesoo j7 купить» — про JAESOO J7. По запросам без названия модели работает угол наличия и подбора комплектации под бюджет.

Что измерять: без чего запуск рекламы новых автомобилей бессмыслен

Бизнес телефонный, поэтому первое действие — подменный номер (коллтрекинг) на все кнопки на сайте и в шапке: без него часть обращений не считается вообще. Целевые действия делятся на два уровня:

- макро — заявка на авто или автокредит (отправка формы) и звонок с сайта;

- микро — клик «Купить в кредит» или «Рассрочка», клик «Trade-in» или «Оценить авто», открытие чата. Минимум для запуска — цель «Клик по телефону» на подменной ссылке и явный призыв позвонить менеджеру рядом с формой заявки. Звонок считается конверсией, и если цель по звонку фиксируется, оптимизацию можно вести на звонки, не дожидаясь доступа к остальным целям Метрики. Без счётчика кампания не увидит разницы между 10 конверсиями в неделю и их отсутствием, а именно на пороге переключается стратегия с «Максимум кликов» на «Максимум конверсий».

Типичные ошибки: новые автомобили

- Вести кампанию по общим словам вроде «автомобили», без глагола покупки: спрос начинается с «купить новый автомобиль» (4 041 показ) и «новые машины купить» (6 112 показов).
- Не минусовать «б/у», «авито», «выкуп», «ремонт», «запчасти» — оплаченные переходы уходят к тем, кто ищет поддержанную машину или сервис.
- Стартовать с 3 000 ₽ в месяц: такой бюджет даёт около 2 заявок, кампания не добирает 10 конверсий в неделю и не обучается.
- Останавливать кампанию раньше, чем она наберёт 10 конверсий в неделю и продержит их две недели подряд — стратегия так и останется на «Максимум кликов».
- Искать в поисковой кампании переключатель автоподбора: отключить его нельзя, можно только ограничить категории и оставить целевые запросы.

Чек-лист перед запуском

1. Поставить коллтрекинг — подменный номер на все кнопки и в шапку — и цель «Клик по телефону»: звонок в тематике и есть конверсия.
2. Выделить бюджет не ниже 17 460 ₽ в неделю (75 078 ₽ в месяц) — это порог, на котором автостратегия набирает 10 конверсий в неделю.
3. Собрать фразы вокруг «купить новый автомобиль» и моделей в наличии — Москвич 3, JAECOO J7, Naval Jolion, Chery Tiggo — и добавить минус-слова «б/у», «авито», «выкуп», «ремонт».
4. Запустить одну поисковую кампанию с ограниченными категориями автоподбора и стратегией «Максимум кликов», весь бюджет в неё.
5. Отметить в календаре момент перевода на «Максимум конверсий» — после 10 конверсий в неделю две недели подряд — и не останавливать кампанию раньше срока.

С чего начать продвижение новых автомобилей?

С одной поисковой кампании по горячему спросу: «купить новый автомобиль», «новые машины купить», модели в наличии. Бюджет — не ниже порога обучения, 17 460 ₽ в неделю (75 078 ₽ в месяц): на нём кампания набирает 10 конверсий в неделю и переключается на «Максимум конверсий». Параллельно ставится коллтрекинг, иначе звонки не считаются.

Сколько стоит реклама новых автомобилей?

Клик при полном охвате — 163 ₽, обращение — ориентировочно 1 746 ₽, вилка 1 091–2 910 ₽. Весь поисковый спрос в Москве — 8 922 клика в месяц, то есть 1 454 286 ₽ рекламных денег.

Сколько заявок даст бюджет 76 000 ₽ в месяц?

Около 43 заявок в месяц. Кампания наберёт данные, но для уверенной работы нужен запас над порогом обучения: 151 000 ₽ в месяц даёт 86 заявок.

Хватит ли 3 000 ₽ в месяц на рекламу новых автомобилей?

Нет. Такой бюджет приносит около 2 заявок в месяц, а для обучения нужно 10 конверсий в неделю, то есть 17 460 ₽ в неделю. При меньших суммах автоматика работает неточно, и заявки выходят дороже расчётной цены 1 746 ₽.

Обязательно ли подключать рекламные сети?

На старте нет: новые автомобили рекламируют только на Поиске, сети выключены. Они нужны как ступень роста — когда поисковый спрос исчерпан, а это 1 454 286 ₽ в месяц, дальше растут охватом и возвратом посетителей сайта.

Какие запросы по новым автомобилям брать в первую очередь?

Горячие общие: «новые машины купить» — 6 112 показов в месяц, «купить новый автомобиль» — 4 041, «новые автомобили москва» — 2 488. Вторым слоем — модели в наличии: «москвич 3 купить» — 2 978 показов, «jaesoo j7 купить» — 1 902, «haval jolion купить» — 1 198.

Что минусовать в рекламе новых автомобилей?

Подержанное и всё, что не покупка: «б/у», «авито», «выкуп», «аренда», «прокат», «ремонт», «запчасти», «вакансии», «курсы». Без минус-слов клик по цене 163 ₽ достаётся тем, кто новую машину не покупает.

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 «новые автомобили», 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.