

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ДРУГИЕ ТЕМАТИКИ

Реклама оборудования для автомоек в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

367

показов в месяц — спрос по семантике плана

126 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 7 ₽

220–587 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

15 136 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

■ Кто собрал этот разбор

28 августа 2026

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

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

■ Как ищут: запросы и ставки

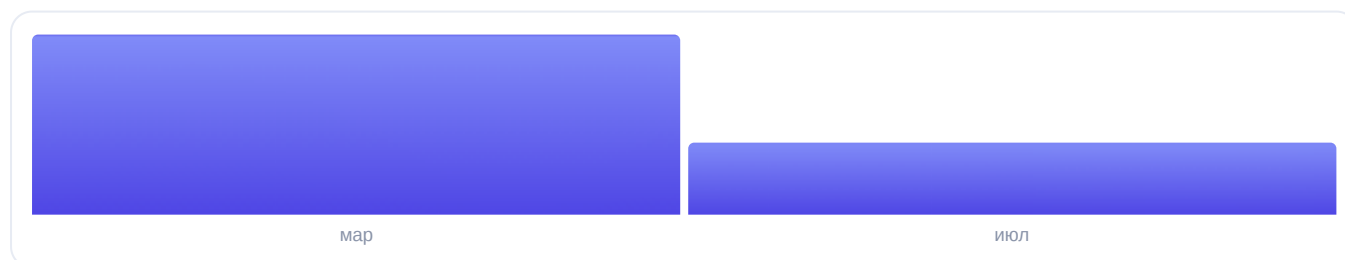
прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
leisuwash	234	214
leisuwash оборудование	15	—
лейсувош	13	1 553–1 562
leisuwash бесконтактная мойка	8	—
leisuwash автомойка	7	—
лейзувош	2	—
бесконтактная автомойка leisuwash	1	—
leisuwash отзывы	1	—

■ Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: март — 525, июль — 209, показов.

● Сколько это стоит

126 ₽

цена клика при полном охвате

352 ₽

цена обращения
оценка до запуска

30 272 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	1%	7	—
РСЯ	89%	2	260
Ретаргетинг	10%	4	352

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	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	13	Масштаб за пределом поиска	1	2
8 000	19	Масштаб за пределом поиска	1	2
12 000	28	Масштаб за пределом поиска	1	2
16 000	37	Масштаб за пределом поиска	1	4
19 000	43	Масштаб за пределом поиска	1	4
30 000	68	Масштаб за пределом поиска	1	4
31 000	70	Масштаб за пределом поиска	1	4
48 000	107	Масштаб за пределом поиска	3	16
76 000	168	Масштаб за пределом поиска	3	16
121 000	267	Масштаб за пределом поиска	3	16

Расчёт по цене обращения 352 ₽ (оценка). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 15 136 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Покупка Leisuwash 360 горячий

Кто: Владелец автомойки, автосервиса, дилерского центра или инвестор, который ищет конкретную компактную бесконтактную роботизированную мойку для легковых авто. Знает модель, хочет цену, условия поставки

Что мешает: Нужна готовая автоматическая мойка с минимальным участием оператора, высокая конкуренция на рынке, нехватка персонала.

О чём говорить: Предложение по модели Leisuwash 360 с точной ценой под ключ, быстрым монтажом (до 90 дней), официальная гарантия, работа 24/7 без персонала.

Покупка Leisuwash 370 горячий

Кто: Тот же сегмент, что и 360, но рассматривающий более новую или производительную модель для легковых авто. Знает модель, ищет отличия и цену.

Что мешает: Нужна современная модель с улучшенными характеристиками (скорость, сушка, AI-распознавание), ищет конкретику по 370.

О чём говорить: Новинка 2026 с AI-распознаванием контуров, сверхскоростной цикл от 2 минут, сушка 30 кВт — официальный Leisuwash 370 под ключ

Покупка Leisuwash 380 горячий

Кто: Инвестор или владелец крупной автомойки/автосалона, ищущий флагманскую роботизированную мойку для легковых авто. Знает модель, хочет премиум-решение.

Что мешает: Высокая пропускная способность, безошибочная мойка любых кузовов, минимум операции.

О чём говорить: Топ-модель Leisuwash 380: 13 программ, качающаяся мойка давления, контурная сушка. Официальная поставка и монтаж под ключ.

Покупка Leisuwash DG горячий

Кто: Владелец мойки или инвестор, нацеленный на коммерческий транспорт и автопарки (такси, грузоперевозчики). Ищет мойку для фур и микроавтобусов.

Что мешает: Необходимость мойки коммерческого транспорта без участия водителя, высокая проходимость, сложность с персоналом.

О чём говорить: Leisuwash DG для автобусов, грузовиков и микроавтобусов. Мойка от 2 минут, бесконтактная, водитель в салоне. Лизинг и установка.

Покупка Leisuwash SG горячий

Кто: Владелец небольшой/частной мойки или стартап, ищущий универсальную модель для легковых авто с оптимальным соотношением цена/качество.

Что мешает: Как выйти на рынок автоматических моек без огромных вложений, но с гарантией качества.

О чём говорить: Leisuwash SG — доступная роботизированная мойка для легковых авто. Цена под ключ, обучение, официальная поддержка.

Покупка Leisuwash EG горячий

Кто: Инвестор или владелец автомойки, специализирующийся на мойке коммерческого и нестандартного высокого транспорта (фуры, спецтехника).

Что мешает: Ограничение по высоте на обычных мойках, потеря клиентов с большими авто, низкая пропускная способность.

О чём говорить: Leisuwash EG для авто нестандартной высоты. Бесконтактная мойка, вращающиеся щётки

■ 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	Поиск, РСЯ и ретаргетинг — одной кампанией

■ Что отсекаем минус-словами

своими руками

сделать

инструкция

чертеж

схема

сборка

как сделать

ремонт

обслуживание

сервис

запчасти

комплектующие

аксессуары

аренда

прокат

б/у

бу

подержанный

вакансия

работа

обучение

курсы

бесплатно

скачать

программа

для windows

эмулятор

игра

самостоятельно

игрушка

Продвижение оборудования для автомоек: спрос и сезонность

Прямой спрос на оборудование для автомоек в Яндексе — 367 показов и 18 кликов в месяц. Почти каждый запрос содержит название модели: leisuwash (234 показа), leisuwash оборудование (15), лейсувош (13), leisuwash бесконтактная мойка (8), leisuwash автомойка (7). Если пересчитать клики при цене клика 126 ₽, весь поисковый спрос уместится в 2 268 ₽ в месяц. Сезонной волны, которая спасла бы кампанию, нет: коэффициент сезонности в июле 3,41, в марте 8,59, что в показах соответствует 209 и 525. Спрос надо не ловить, а догонять охватными инструментами.

Сколько стоит реклама оборудования для автомоек: клик, заявка и обучение автостратегии

Цена клика в тематике при полном охвате — 126 ₽. Цена обращения — 352 ₽: это оценка по медиаплану до запуска, не факт со счётчика; разброс прогноза — 220–587 ₽. Для обучения автостратегии кампании нужны 10 конверсий в неделю. При цене обращения 352 ₽ это 3 520 ₽ в неделю, или 15 136 ₽ в месяц. До набора порога стратегия работает на «Максимум кликов», и автоматика только копит данные. Минимальный бюджет входа — 3 000 ₽ в месяц, но при нём кампания не проходит обучение; заявки обходятся дороже прогнозных. Чтобы раскрыть нишу целиком, расчёт показывает бюджет 30 272 ₽ в месяц.

Как настроить Яндекс Директ для оборудования для автомоек: одна кампания вместо отдельных

В медиаплане для ниши кампания одна: в ней одновременно работают Поиск, РСЯ (рекламная сеть Яндекса) и позднее ретаргетинг. Разделять поиск и сети на разные кампании не нужно — отдельному поиску не хватит конверсий для обучения, а общая кампания подбирает их из сети. Стартовая стратегия — «Максимум кликов». После того как кампания держит 10 конверсий в неделю две недели подряд, её переключают на «Максимум конверсий». Автоподбор Яндекс не разрешает отключать, поэтому ограничьте его категориями: оставьте только целевые запросы по оборудованию для автомоек, иначе бюджет уйдёт на «чертёж», «сделать» и «своими руками». По мере роста бюджета состав расширяется: при 5 000 ₽ добавляются аудиторные сегменты и похожие пользователи, при 16 000 ₽ — РСЯ, при 48 000 ₽ — ретаргетинг и автотаргетинг.

Семантика и минус-слова для оборудования для автомоек

В плюс берём брендовые запросы и их транслитерацию: leisuwash, leisuwash оборудование, leisuwash автомойка, leisuwash бесконтактная мойка, лейсувош, лейзувош. Родовых запросов в собранном списке почти нет, поэтому кампания заточена под тех, кто уже знает продукт. Минус-слова отсекают тех, кто не готов покупать. В список входят: своими руками, сделать, чертёж, схема, сборка, инструкция, ремонт, сервис, запчасти, комплектующие, аксессуар, аренда, прокат, б/у, подержанный, вакансия, работа, обучение, курсы, бесплатно, скачать, программа, для windows, эмулятор, игра, игрушка. Итог: рекламу видят только те, кто выбирает готовое промышленное оборудование, а не самоделщики, покупатели б/у и соискатели.

Что писать в объявлениях об оборудовании для автомоек

Тексты в объявлениях должны сразу называть модель и решать боль владельца мойки: некому мыть, очереди, риск испортить кузов щётками. Подходящие формулы заголовков:

- Leisuwash 360: автомойка 24/7 без персонала
- Leisuwash 370: бесконтактная мойка с AI

- Leisuwash SG: вход в автоматический сегмент без переплат
- Leisuwash DG для фур: водитель не покидает кабину

В дополнение к модели указывайте конкретику: монтаж под ключ до 90 дней, официальная гарантия, лизинг от банков-партнёров, калькулятор окупаемости в подарок. Такие уточнения важнее слов «качество» и «надёжность» — они дают покупателю основания для решения.

Что измерять в рекламе оборудования для автомоек

Запуск рекламы оборудования для автомоек имеет смысл только при настроенной цели «заявка» в счётчике. Без неё Яндекс не видит конверсии, не сможет перейти на «Максимум конверсий», и кампания останется в режиме набора кликов. После запуска контролируйте цену обращения: прогноз — 352 ₽, разброс 220–587 ₽. Смотрите статистику накопленно за неделю, а не за день: в b2b между кликом и решением может проходить несколько дней. Если цена обращения стабильно выше 587 ₽, проверьте минус-слова и площадки. Если кампания две недели подряд даёт 10 конверсий в неделю — можно переводить стратегию на «Максимум конверсий».

Типичные ошибки: оборудование для автомоек

- Включать стратегию «Максимум конверсий» с первого дня: алгоритму не хватает 10 конверсий в неделю, и оптимизация работает хуже ручного режима.
- Надеяться только на поисковую выдачу: её потолок — 18 кликов, или 2 268 ₽ в месяц; выше бюджет должен уходить в охват.
- Оставлять автоподбор без ограничений: Яндекс не даёт его отключить, но без списка целевых категорий кампания уходит на запросы «своими руками», «чертёж», «сделать».
- Писать объявления без названия модели: спрос в нише брендовый, и «оборудование для автомоек вообще» не продаёт.
- Судить о заявках по одному дню: в b2b решение принимается дольше, смотрите полные недельные срезы.

Чек-лист перед запуском

1. В счётчике настроена цель «заявка» и привязана к кампании.
2. Добавлены минус-слова: своими руками, чертёж, схема, ремонт, запчасти, комплектующие, аренда, б/у, вакансии, обучение, бесплатно, скачать, игра.
3. Кампания собрана одной группой: Поиск плюс рекламная сеть Яндекса и ретаргетинг — без разбиения на отдельные кампании.
4. Стратегия стартует с «Максимум кликов», переход на «Максимум конверсий» запланирован через две недели с 10 и более заявками в неделю.
5. Бюджет на первый месяц проверен: не ниже 15 136 ₽, иначе кампания не наберёт порог обучения.

Сколько стоит реклама оборудования для автомоек в Яндекс Директе?

Клик при полном охвате стоит 126 ₽, цена обращения — 352 ₽ по оценке медиаплана. Для обучения автостратегии нужно 3 520 ₽ в неделю, или 15 136 ₽ в месяц.

Поисковых запросов мало. Хватит ли их, чтобы получать заявки?

Весь поиск по теме даёт 18 кликов в месяц — это 2 268 ₽ при цене клика 126 ₽. Выше суммы запросы собираются охватными инструментами: аудиторные сегменты, похожие пользователи и рекламная сеть Яндекса.

Можно ли запустить только поиск и при получить 10 конверсий в неделю?

Нет: поиск в нише — 18 кликов в месяц, а для перехода на «Максимум конверсий» нужно 10 заявок в неделю. Даже при цене заявки 352 ₽ не хватит объёма, поэтому в одной кампании включают и охватные инструменты.

Какой бюджет на первый месяц порекомендуете?

Минимальный для обучения — 15 136 ₽ в месяц. Вход с 3 000 ₽ возможен, но кампания останется без 10 конверсий в неделю и будет платить за заявку дороже 352 ₽; бюджет 30 272 ₽ в месяц раскрывает нишу целиком.

Когда кампания начнёт сама оптимизироваться по заявкам?

Стратегию «Максимум конверсий» включают после того, как кампания две недели подряд держит 10 конверсий в неделю. До момента Директ работает в режиме «Максимум кликов».

Стоит ли с самого начала настраивать ретаргетинг?

В медиаплане ретаргетинг добавляется только на бюджете от 48 000 ₽ в месяц. На меньших бюджетах его запуск не обязателен: поиск и сетевые аудитории уже дают достаточно трафика для обучения.

Почему вилка цены обращения такая широкая?

Цена заявки 352 ₽ — прогноз до запуска, разброс 220–587 ₽ показывает диапазон возможных результатов. Точное число появится только после накопления конверсий в кампании.

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 «оборудование для автомоек», 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.