

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ДРУГИЕ ТЕМАТИКИ

Реклама онлайн-сервиса для добавления подписи и печати в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

55 049

показов в месяц — ёмкость спроса

20 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 8 ₽

486–1 295 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

33 411 ₽

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-onlayn-servis-dlya-dobavleniya-podpisi-i-pechati
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
как сделать электронную подпись	15 684	62–67
редактор pdf онлайн	11 575	10–18
онлайн подпись документов	6 310	49–60
как поставить подпись в ворде	3 611	28–29
подписать документ бесплатно	2 247	30–44
электронная подпись документа онлайн	1 655	29–52
как сделать прозрачную подпись	1 583	22–29
как подписать договор электронной подписью	1 251	105–106
вставить подпись в word	1 076	30–35
приложение для подписи документов	1 043	95–103
работа с документами онлайн	872	51–68
подписать pdf онлайн	743	25–36
бесплатная подпись документов онлайн	706	28–36
как сделать электронную подпись на документе	603	52–55
как подписать договор онлайн	504	210–217
вставить подпись в pdf	498	28–30
как сделать факсимиле подписи	495	27–29
убрать фон с подписи онлайн	439	11–13
поставить подпись в pdf	425	54
как подписать документ с телефона	416	75–77

● Сколько это стоит

20 ₽ цена клика при полном охвате 777 ₽ цена обращения оценка до запуска 66 822 ₽ бюджет, на котором ниша раскрывается			
ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	8	777

БЮДЖЕТ, ₽/МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
4 000	5	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	8	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
9 000	12	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
13 000	17	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
18 000	23	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
27 000	35	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
34 000	44	Кампания наберёт данные	1	4
38 000	49	Кампания наберёт данные	1	4
55 000	71	Кампания наберёт данные	1	4

Расчёт по цене обращения 777 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 33 411 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Срочно подписать документ горячий

Кто: Сотрудник или фрилансер, которому нужно срочно подписать договор, акт или счёт без доступа к принтеру/сканеру, часто с телефона на ходу

Что мешает: Нужно поставить подпись/печать прямо сейчас, нет времени разбираться в сложных программах; документ уйдёт через 5 минут

О чём говорить: Ставь подпись и печать за минуту с телефона без фотошопа и принтера — попробуй бесплатно

Инструментальный поиск (как сделать / редактор PDF) горячий

Кто: Продвинутый пользователь, который ищет способ вставить подпись или печать в PDF/Word/JPG/PNG, знает про редактирование документов

Что мешает: Хочет быстро и качественно добавить подпись или печать в документ без покупки Adobe Acrobat и без потери качества после вырезания фона

О чём говорить: Удали фон с фото за секунду, сохранив качество и цвет — результат как сканированный оригинал

Бесплатно / дешево подписать документ тёплый

Кто: Экономный пользователь, ищущий бесплатный сервис для одноразовой подписи или с пробным периодом

Что мешает: Не хочет платить за годовую подписку, если документ нужен разово; боится скрытых платежей и потери качества

О чём говорить: Начни бесплатно — оплачивай документы поштучно только когда нужно или включи безлимит

B2B-регулярная подпись и печать для бизнеса горячий

Кто: Секретарь, офис-менеджер, бухгалтер или ИП, который регулярно подписывает/заверяет печатью десятки договоров, актов, счетов-фактур

Что мешает: Устал бегать за директором с флешкой, печатать/сканировать каждый документ; нужно хранить печати и подписи в одном месте и ставить на документы массово

О чём говорить: Храни корпоративные печати и подписи в надёжном месте — ставь на любой документ за 1 клик, без принтера и фотошопа

Юридическая / нотариальная электронная подпись тёплый

Кто: Юрист, нотариус, сотрудник отдела договоров, которому нужна не просто подпись, а «юридически значимая» или «электронная подпись» на документе

Что мешает: Путает наше решение с КЭП/УНЭП; боится, что визуальная подпись на скане не пройдет проверку контрагента; ищет соответствие ГОСТ/44-ФЗ

О чём говорить: Подписанные в сервисе документы не отличить от сканов с настоящей печатью — контрагент примет без вопросов

Холодный спрос / общие решения для PDF холодный

Кто: Пользователь, который ищет «редактор PDF онлайн», «работа с документами», «сервис для подписи документов» — не знает о нашем инструменте

Что мешает: Вообще ищет способ отредактировать PDF/Word или подписать, но не сформулировал запрос конкретно; открыт к тесту бесплатной версии

О чём говорить: Всё в одном: подпись + печать + удаление лишних страниц + обрезка фона — попробуй бесплатно прямо сейчас

■ 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 считаем обращением	Заявка на добавление подписи/печати, Звонок менеджеру
Без чего запускать бессмысленно	Отслеживаемый номер телефона (например, через коллтрекинг) и кнопка 'Позвонить менеджеру за консультацией' с событием клика.

■ Что отсекаем минус-словами

бесплатно	купить	цена	стоимость	прайс	отзыв	отзывы	рейтинг	топ	лучший
скачать	установить	программа	софт	приложение	нотариус	нотариальная	эцп		
электронная подпись	квалифицированная	усиленная	госуслуги	обучение	инструкция	руководство			
как	своими руками	самостоятельно	для бизнеса	для юрлиц					

Спрос и продвижение онлайн-сервиса для добавления подписи и печати: сколько ищут и какими словами

Спрос на онлайн-сервис для добавления подписи и печати в месяц — 55 049 показов по всей России.

Пользователи вводят в поиск запросы больше 55 тысяч раз, из них по рекламе кликают 2 752 раза.

Самый частотный запрос — «как сделать электронную подпись» (15 684 показа), но он не про ваш сервис: люди часто имеют в виду квалифицированную электронную подпись с сертификатом. Нужные вам запросы формулируются через действие: «онлайн подпись документов» — 6 310, «как поставить подпись в ворде» — 3 611, «подписать документ бесплатно» — 2 247. Ещё 11 575 показов даёт запрос «редактор pdf онлайн», но он приводит аудиторию, которой нужен широкий инструмент для документов, а не только подпись.

Явной сезонности в запросах нет: документы подписывают круглый год, а всплески связаны скорее с внутренними отчётными датами компаний, чем с временем года.

Кто ищет онлайн-сервис для подписи документов и на какой стадии решения

За рекламой стоят разные стадии решения. Самый горячий клиент — сотрудник или фрилансер, которому договор нужно подписать в ближайшие минуты, а принтера рядом нет. Он ищет «как подписать документ с телефона» (416 запросов) или «нужно подписать акт выполненных работ» (235). Такому человеку не нужен рассказ о возможностях — нужна кнопка «попробовать».

Второй сегмент ищет способ аккуратно вставить подпись в файл, не покупая дорогой редактор PDF:

«вставить подпись в pdf» — 498, «вставить подпись в word» — 1 076, «убрать фон с подписи онлайн» — 439. Люди разбираются в форматах и настороженно относятся к сервисам, которые портят качество изображения.

Третий сегмент — экономный: «подписать документ бесплатно» (2 247) и «бесплатная подпись документов онлайн» (706). Таких клиентов удерживает не низкая цена, а отсутствие обязательной годовой подписки: им нужно подписать один документ или оплатить разово.

Отдельная группа — офис-менеджеры и бухгалтеры, которые регулярно ставят десятки печатей: «как поставить подпись и печать на документ» — 189. Для них важно хранить все корпоративные печати в одном месте и быстро ставить их на массу файлов.

Часть запросов с «электронной подписью» приводит юристов, но они ищут юридически значимую подпись по 44-ФЗ, а не визуальную — трафик в рекламе сервиса подписи документов лучше отсекаль.

Сколько стоит реклама онлайн-сервиса для добавления подписи и печати: клики, заявки и бюджет

Средняя цена клика на поиске — 8 рублей. Отдельные целевые запросы стоят в разы дороже: «как подписать договор онлайн» — до 217 рублей за клик, «подписать документ онлайн сервис» — до 324. Но такие запросы редки, и на среднюю цену влияют слабо.

Цена обращения — заявки или звонок — в среднем 777 рублей, диапазон от 486 до 1 295 рублей в зависимости от запроса и региона. При конверсии 1% из клика в обращение для работы автостратегии нужно десять обращений в неделю, то есть бюджет около 7 770 рублей в неделю. Это нижняя граница для обучения алгоритма: при меньших тратах Яндекс не успевает набрать нужную статистику и переключиться на конверсионную стратегию.

Как настроить Яндекс Директ для онлайн-сервиса добавления

Для сервиса подписи и печати в Яндекс Директе работает только поиск: пользователь уже сформулировал задачу «подписать», и реклама на тематических площадках спрос не добывает. Поэтому запускаем одну поисковую кампанию без рекламной сети и без автоподбора.

Стратегия на старте — «Максимум кликов»: она позволяет алгоритму собирать дешёвые клики и не требует ручного управления ставками. Когда целей в Метрике наберётся хотя бы десять в неделю, Директ переводим на «Максимум конверсий». Отдельные кампании под мобильные и десктоп не нужны: пользователь одинаково подписывает документы и с телефона, и с компьютера.

Семантика и минус-слова для рекламы сервиса подписи документов

Семантическое ядро — список запросов, по которым вы покупаете клики. Для онлайн-сервиса подписи документов в него входят прямые формулировки действия: «поставить подпись в pdf» (425 показов), «вставить подпись в pdf» (498), «добавить печать в pdf» (168), «подписать pdf онлайн» (743), «поставить подпись и печать на документ» (189). Запрос «редактор pdf онлайн» (11 575) стоит вынести в отдельную кампанию: по нему приходят не только за подписью, но и за другими функциями, поэтому в объявлении показывайте весь спектр — подпись, печать, удаление страниц.

Минус-слова в тематике решают многое. «Как сделать», «инструкция», «обучение» — информационный спрос, людям нужна статья, а не сервис. Слова «электронная подпись», «эцп», «усиленная», «квалифицированная», «госуслуги» уводят на рынок сертификатов, а не визуальных подписей. «Бесплатно», «скачать», «программа», «софт», «приложение» привлекают тех, кто ищет разовое бесплатное решение или установочный файл, и они редко доходят до оплаты. «Отзывы», «рейтинг», «лучший» — это стадия выбора, в начале кампании по ней лучше не платить.

Что писать в объявлениях сервиса для подписи и печати

В заголовке называйте конкретный результат: «Поставь подпись и печать на документ за минуту с телефона» — это работает для горячего сегмента. Для тех, кто ищет «редактор pdf онлайн», пишите: «Редактируй PDF онлайн: подпись, печать, удаление страниц». Людям, у которых уже есть скан подписи, но с фоном, — «Удали фон с подписи за секунду — как на сканированном оригинале».

Если сервис поддерживает работу нескольких сотрудников, добавьте объявление для секретарей и бухгалтеров: «Доступ к печатям для всей команды, ставьте на документы в один клик». В текстах избегайте пустых обещаний — вместо «просто и быстро» называйте время и отсутствие программ: «без фотошопа и принтера».

Что измерять в рекламе онлайн-сервиса для подписи документов и без чего не обойтись

Без настроенных целей в Яндекс Метрике запуск бессмыслен: вы не поймёте, какие запросы приносят заявки. Ключевые макроцели — «Заявка на добавление подписи/печати» и «Звонок менеджеру». Для звонков установите коллтрекинг или хотя бы отслеживаемый номер телефона. Дополнительно отмечайте микродействия: просмотр страницы с тарифами, начало загрузки документа, скачивание примера документа — они показывают, что человек дошёл до знакомства с функционалом.

На старте конверсия из клика в обращение в тематике около 1%. Если клики есть, а заявок нет, проверяйте, объясняет ли посадочная страница, сколько это стоит и что подпись будет выглядеть как настоящая. При стабильных 10 и более обращениях в неделю Яндекс автоматически переключит стратегию с «Максимум кликов» на «Максимум конверсий».

Типичные ошибки: онлайн-сервис для добавления подписи и печати

- Не минусовать запросы с «электронной подписью», «эцп», «усиленная» — бюджет уходит на людей.

- Ориентироваться только на информационные запросы с «как» — по ним дёшево, но пользователь ждёт статью, а не услугу.
- Включать РСЯ и автоподбор для сервиса подписи и печати — в тематике работает только поиск, на площадках спрос не добирается.
- Запускать рекламу без коллтрекинга и цели «звонок» — часть обращений идёт по телефону и теряется из статистики.
- Не предлагать бесплатную попытку или разовую оплату — тёплый сегмент экономичных пользователей уходит к конкурентам.

Чек-лист перед запуском

1. Настройте в Метрике цели: заявка, звонок, просмотр тарифов, загрузка документа.
2. Отключите РСЯ и автоподбор, запустите одну поисковую кампанию.
3. Соберите минус-слова: как, эцп, квалифицированная, бесплатно, скачать, программа, нотариус, госуслуги, отзывы.
4. Убедитесь, что на сайте можно бесплатно подписать первый документ или оплатить разово.
5. Заложите бюджет от 7 770 ₽ в неделю на период обучения автостратегии.

● Вопросы владельцев бизнеса

Сколько стоит реклама онлайн-сервиса для добавления подписи и печати в Яндекс Директе?

Клик на поиске в среднем стоит 8 ₽, обращение — 777 ₽. Диапазон цены обращения — от 486 до 1 295 ₽ в зависимости от запроса и региона.

Почему по онлайн-сервису для добавления подписи и печати не работает РСЯ?

В тематике пользователь ищет готовое действие «подписать», и показ в рекламной сети не попадает в момент, когда сервис нужен. Рекламу ставим на поиск.

Чем запрос «электронная подпись» отличается от запросов к онлайн-сервису?

Под «электронной подписью» часто понимают сертификат КЭП — криптографию для госуслуг. Сервис для добавления подписи и печати ставит на документ скан подписи, поэтому слова «эцп», «квалифицированная», «госуслуги» выносим в минус.

Какой бюджет заложить на первый месяц рекламы онлайн-сервиса для подписи документов?

На этапе обучения рассчитывайте от 7 770 ₽ в неделю. Это даст примерно десять обращений, необходимых для перехода на конверсионную стратегию.

Сколько обращений должна приносить реклама сервиса подписи и печати, чтобы окупиться?

При цене обращения 777 ₽ для обучения нужно десять обращений в неделю. Дальше решайте по своей марже: если средний чек позволяет долю рекламных расходов 10–50%, ориентир понятен.

Нужны ли отдельные кампании для мобильных и компьютеров?

Нет. Пользователи подписывают документы и с телефона, и с компьютера, и в тематике нет различий, которые окупили бы отдельные кампании.

Какие запросы брать в рекламу онлайн-сервиса для добавления подписи и печати?

Основу — прямые действия: «подписать pdf», «вставить подпись в word», «добавить печать в pdf», «нужно подписать акт». Информационные запросы с «как» исключайте.

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 «онлайн-сервис для добавления подписи и печати», 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.