KDirect

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИТ-УСЛУГИ

Реклама платформы ИИ-агентов в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, июль 2026 · Москва

59 713
показов в месяц — спрос по семантике плана

204 ₽
цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 65 ₽

3 386–9 030 ₽
цена обращения (оценка до запуска)

232 974 ₽
бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Кто собрал этот разбор

31 августа 2026

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

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

Как ищут: запросы и ставки

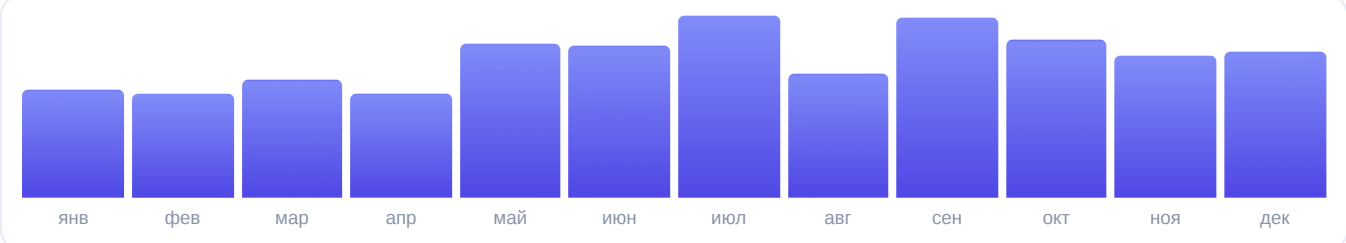
прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
анализ данных	23 822	228–249
бизнес-аналитика	11 655	587–631
аналитика данных	9 238	712–780
ии ассистент	4 078	304–388
ии для бизнеса	1 588	1 375–1 665
ai ассистент	1 004	406–444
автоматизация бизнес-процессов	829	1 051–1 231
виртуальный ассистент	677	139–155
создать ии-агента	649	492–581
настроить автоматизацию	439	77–106
нейросети для бизнеса	412	683–1 080
автоматизация отчетов	369	231–294
аналитика данных москва	316	297
делегировать задачи	300	161
делегирование задач	295	91–154
роботизация процессов	285	235–442
автоматизация отчетности	242	290–417
ии агенты для бизнеса	236	1 787–1 894
автоматизация рутинных задач	194	229–287
платформа ии агентов	184	106–220

Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 46 537, февраль — 44 151, март — 50 117, апрель — 45 344, май — 66 226, июнь — 65 033, июль — 77 562, август — 53 697, сентябрь — 76 966, октябрь — 67 420, ноябрь — 60 857, декабрь — 62 646 показов.

Сколько это стоит

204 ₽
цена клика при полном охвате

5 418 ₽
цена обращения
оценка до запуска

465 948 ₽
бюджет, на котором ниша раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	35%	65	4 741
РСЯ	55%	20	4 257
Ретаргетинг	10%	39	5 418

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
6 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
11 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
22 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
43 000	8	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
83 000	15	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
161 000	30	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
233 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
314 000	58	Кампания наберёт данные	1	4
466 000	86	Рабочая кампания	1	4
609 000	112	Рабочая кампания	1	4

Расчёт по цене обращения 5 418 ₽ (оценка). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 232 974 ₽/мес.

Кто ищет и на какой стадии решения

Коммерческий спрос горячий

Кто: Лица, принимающие решения (CEO, IT-директор, владелец бизнеса), которые уже изучили рынок и ищут конкретную платформу ИИ-агентов с ценой, условиями, отзывами и возможностью купить/заказать.

Что мешает: Нужно быстро внедрить автоматизацию, но сложно выбрать надёжного поставщика; важно сравнить стоимость и функционал, получить демо-доступ.

О чём говорить: Прозрачная цена, быстрый старт, кейсы клиентов, гарантии интеграции, предложение демо-версии или расчёта под задачи бизнеса.

Внедрение ИИ-агентов горячий

Кто: Технические специалисты (IT-директор, DevOps, архитектор) или руководители, ответственные за интеграцию. Ищут готовые решения по внедрению, настройке, подключению к существующей инфраструктуре (CRM

Что мешает: Сложность интеграции, боязнь простоев, нехватка внутренних компетенций для настройки ИИ-агентов.

О чём говорить: Простота встраивания без программирования, поддержка на всех этапах, готовые коннекторы, работа с внутренними данными компании.

Автоматизация процессов тёплый

Кто: Руководители отделов, предприниматели, операционные директора, которые в целом ищут способы автоматизировать рутину, снизить нагрузку на сотрудников, ускорить бизнес-процессы без чёткого понимания

Что мешает: Сотрудники тратят много времени на повторяющиеся задачи; компания теряет эффективность; нет ресурсов на расширение штата.

О чём говорить: Универсальная платформа ИИ-агентов для всей компании: автоматизация любых рутинных задач, экономия времени до 50%, быстрый запуск без привлечения программистов.

Обработка документов и отчётности тёплый

Кто: Финансисты, бухгалтеры, HR-специалисты, секретари — сотрудники, чья работа связана с большим объёмом документов (отчёты, резюме, договоры). Ищут инструмент для ускорения обработки и подготовки

Что мешает: Ручная обработка отнимает часы, ошибки и задержки в отчётности, долгий поиск кандидатов.

О чём говорить: ИИ-агент анализирует документы, готовит сводки и рекомендации, сокращает время на подготовку отчётов и поиск кандидатов на 30–70%.

Смежный спрос (GPT / нейросети / RPA) холодный

Кто: Инновационно настроенные руководители и технические специалисты, которые уже используют или изучают GPT, YandexGPT, нейросети или RPA для бизнеса, но ищут готовое решение для автоматизации — не хотят

Что мешает: Есть понимание силы ИИ, но нет готового инструмента, который легко встроить; существующие нейросети требуют доработки; RPA-решения жёсткие и не масштабируются.

О чём говорить: Готовая low-code платформа на основе ИИ: объединяет преимущества GPT и RPA, работает с внутренними данными, не требует программирования. Станьте частью экосистемы ИИ-агентов.

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

вакансии · обучение · курсы · диплом · сотрудник · чат бот · бот для · создание · скачать · бесплатно · вакансия · работа · своими руками · инструкция · как сделать · для windows · приложение · установка · скачать бесплатно · реферат · diy · самостоятельно · своими силами · бесплатный · обучающие видео · сделать самому · hack · взлом · уроки · видеоурок

Слова, которыми кампании разводят между собой

Разновидности товара разносят по отдельным группам, чтобы объявление отвечало запросу точно: в своей группе такое слово — минус, в соседней — главное слово.

конструктор · гра

Спрос и продвижение платформы ИИ-агентов: сколько ищут и какими словами

Запросы про платформу ИИ-агентов дают в Москве 59 713 показов в месяц, и 2 986 из них заканчиваются переходом на сайт. Июль 2026, за который посчитан спрос, — пик сезона: коэффициент 1.3, то есть показов на 30% больше среднегодового уровня, 77 562 в месяц. Второй пик — сентябрь: 1.29 и 76 966 показов. Низкий сезон — февраль: 0.74 и 44 151 показ, рядом январь (0.78) и апрель (0.76). Планировать бюджет стоит от конкретного месяца: 77 562 показа июля и 44 151 февраля требуют разных ставок при одном и том же плане. Что именно спрашивают:

- «анализ данных» — 23 822 показа, ставка входа 228–249 ₽;
- «бизнес-аналитика» — 11 655 показов, ставка входа 587–631 ₽;
- «аналитика данных» — 9 238 показов, ставка входа 712–780 ₽;
- «ии ассистент» — 4 078 показов, ставка входа 304–388 ₽;
- «ии для бизнеса» — 1 588 показов, ставка входа 1 375–1 665 ₽.

Первые три строки — про аналитику вообще, и приходят по ним в том числе студенты и соискатели. Запросы про агентов и автоматизацию дают меньше показов, зато их задают те, кто выбирает платформу: «ai ассистент» — 1 004 показа, «автоматизация бизнес-процессов» — 829, «создать ии-агента» — 649, «нейросети для бизнеса» — 412.

Сколько стоит реклама платформы ИИ-агентов: клик, обращение и бюджет обучения

Цена клика в рекламе платформы ИИ-агентов — 204 ₽ при полном охвате. Рядом с отдельными запросами стоят другие числа — ставка входа в аукцион, то есть сумма, которую площадка запрашивает за право показа: по виртуальному ассистенту 139–155 ₽, по «ии для бизнеса» 1 375–1 665 ₽. Списывается за переход меньше, поэтому для расчёта бюджета ориентир остаётся один — 204 ₽. Цена обращения — 5 418 ₽. Это оценка до запуска, а не замер по счётчику; вилка 3 386–9 030 ₽ показывает, насколько широк прогноз, пока не набрана статистика. Автостратегия обучается на 10 конверсиях в неделю. Недельный бюджет, при котором платформа ИИ-агентов их набирает, — 54 180 ₽, месячный — 232 974 ₽. Ниже порога автоматика работает на неполных данных. По точкам расчёта это видно: 43 000 ₽ в месяц дают 8 обращений, 83 000 ₽ — 15, 161 000 ₽ — 30, 233 000 ₽ — 43 обращения и обучение. Запас вдвое выше порога — 465 948 ₽ в месяц: тогда алгоритм работает не на грани, а уверенно.

Как настроить Яндекс Директ для платформы ИИ-агентов: каналы и стратегия

Поиск, рекламная сеть Яндекса (РСЯ) и ретаргетинг идут одной кампанией: на поиск приходится 35% бюджета, на сети — 55%, на возврат посетителей — 10%. Стартовая стратегия — «Максимум кликов»: в первые недели задача не экономить, а собрать статистику по запросам и понять, какие из них дают обращения. На «Максимум конверсий» кампанию переводят, когда она набирает 10 конверсий в неделю и держит их две недели подряд. Автоподбор в поисковой кампании полностью не выключается: Яндекс требует хотя бы одну активную категорию. Ограничьте категории автоподбора и оставьте только целевые запросы — остальное режется на уровне категорий, а не переключателем. Сети — ступень роста, а не замена поиску. К охвату переходят, когда поисковый спрос выбран: его потолок для платформы ИИ-агентов — 609 144 ₽ в месяц. До этого бюджет, отданный в сеть, работает на широкую аудиторию без точного попадания в задачу покупателя.

Ядро собирают из фраз, по которым человек выбирает инструмент, а не изучает тему:

- «ии ассистент» — 4 078 показов;
- «ai ассистент» — 1 004 показа;
- «автоматизация бизнес-процессов» — 829 показов;
- «создать ии-агента» — 649 показов;
- «автоматизация отчетов» — 369 показов;
- «делегировать задачи» — 300 показов.

Каждую фразу уточняют по задаче — внедрение, отдел продаж, отчетность, — иначе подтягиваются те, кто ищет инструкцию. Широкая фраза «анализ данных» с 23 822 показами берётся только с уточнениями: сама по себе она приводит студентов, соискателей и тех, кому нужен учебный материал, а не платформа. Минус-слова отсекают три потока: обучение («курс», «обучение», «вебинар», «учебник»), готовый код и самостоятельную сборку («скачать», «open source», «своими руками», а также разводящие «конструктор» и «rpa»), поиск работы («вакансии», «резюме», «зарплата»). Отсечённые показы считаются: минус-слова снимают 1 588 показов в месяц, которые иначе ушли бы не покупателю.

Что писать в объявлениях платформы ИИ-агентов

Объявление пишут под ситуацию, в которой покупатель ищет инструмент, а не под перечень функций.

- IT-директор и архитектор боятся простоя при интеграции — заголовок про готовые коннекторы к системам, где уже лежат клиентские данные, и настройку без программирования.
- Операционный директор и владелец бизнеса хотят снять рутину без расширения штата — заголовок про агента, который работает на внутренних данных компании.
- Финансист и HR-специалист тонут в документах — заголовок про разбор отчётов, договоров и резюме без ручного перечитывания.

В объявлении уместно предложить демо или расчёт под задачу: тот, кто сравнивает платформы, на этом этапе проверяет, а не верит на слово. Одна ситуация в заголовке работает лучше списка из пяти: обещание проверяется на первом же разговоре, и несовпадение стоит дороже, чем 204 ₽ за клик.

Что измерять в рекламе платформы ИИ-агентов

Без цели по обращению кампания не обучается: автостратегия опирается на конверсии, а не на переходы. Цена обращения 5 418 ₽ останется оценкой до запуска, пока на форме заявки и на запросе демо не стоит счётчик; после первых недель её сравнивают с вилкой 3 386–9 030 ₽ и смотрят, в какую сторону ушло. Что смотрят в отчётах:

- дошло ли число обращений до порога 10 в неделю — ниже него «Максимум конверсий» включать рано;
- какие фразы дают обращения, а какие только переходы;
- ушла ли фактическая цена обращения от оценки 5 418 ₽ и куда именно;
- растёт ли доля снятых минус-словами показов — рост означает, что в ядро попали нецелевые фразы.

Кампания на 161 000 ₽ в месяц даёт 30 обращений, на 233 000 ₽ — 43. Если обращений меньше плана, причина обычно в цели и ядре, а не в размере ставки.

Типичные ошибки: платформа ИИ-агентов

- Считать ставку входа ценой клика: по «ии для бизнеса» в расчёте стоит 1 375–1 665 ₽ за вход в аукцион, а клик в среднем стоит 204 ₽
- Брать «анализ данных» с её 23 822 показами без уточнений — по фразе приходят студенты и соискатели, а не компании, которым нужна платформа
- Не минусовать «конструктор» и «rpa»: по словам ищут тех, кто собирает решение сам, а не покупает готовое

- Ждать обучения на бюджете ниже порога: 83 000 ₽ в месяц дают 15 обращений, а порог — 10 конверсий в неделю
- Включать «Максимум конверсий» раньше, чем кампания набрала 10 конверсий в неделю и продержала их две недели подряд

Чек-лист перед запуском

1. Собрать ядро из запросов про ИИ-агентов, автоматизацию и делегирование задач; «анализ данных» брать только с уточнениями
2. Добавить минус-слова: курсы, обучение, вакансии, бесплатно, скачать, open source, конструктор, rpa
3. Поставить цель «обращение» и счётчик на форму и запрос демо — без цена обращения 5 418 ₽ останется оценкой
4. Ограничить категории автоподбора и оставить только целевые запросы
5. Запустить на «Максимум кликов» с бюджетом 54 180 ₽ в неделю, а после 10 конверсий в неделю две недели подряд перевести на «Максимум конверсий»

Вопросы владельцев бизнеса

Сколько денег нужно, чтобы реклама платформы ИИ-агентов обучилась?
54 180 ₽ в неделю или 232 974 ₽ в месяц: при таком бюджете кампания набирает порог 10 конверсий в неделю. Точка 233 000 ₽ в месяц даёт 43 обращения.

Почему по «ии для бизнеса» ставка 1 375–1 665 ₽, а клик стоит 204 ₽?
1 375–1 665 ₽ — это ставка входа в аукцион по фразе, столько запрашивают за право показа; за переход списывается меньше, и цена клика по кампании — 204 ₽ при полном охвате.

По каким запросам про ИИ-агентов вход в аукцион самый дешёвый?
«настроить автоматизацию» — 77–106 ₽, «виртуальный ассистент» — 139–155 ₽. Самые дорогие — «ии для бизнеса» (1 375–1 665 ₽) и «автоматизация бизнес-процессов» (1 051–1 231 ₽).

Когда платформе ИИ-агентов подключать рекламную сеть Яндекса?
Когда выбран поисковый спрос — его потолок 609 144 ₽ в месяц. В расчёте на сети приходится 55% бюджета, на поиск 35%, на ретаргетинг 10%.

Сколько заявок даст 43 000 ₽ в месяц на рекламу платформы ИИ-агентов?
8 обращений за месяц. Порог обучения — 10 конверсий в неделю, до него такой бюджет не добирает, поэтому рабочим он не становится.

Нужны ли минус-слова в рекламе платформы ИИ-агентов?
Да: они снимают 1 588 показов в месяц, которые уходят на «скачать», «бесплатно», «курсы» и «open source».

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 «платформа ИИ-агентов», 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.