

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · АВТОСЕРВИС

Реклама подписки на автомобиль в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · Москва, Москва и область

48 439

показов в месяц — ёмкость спроса

171 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 31 ₽

965–2 573 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

66 392 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

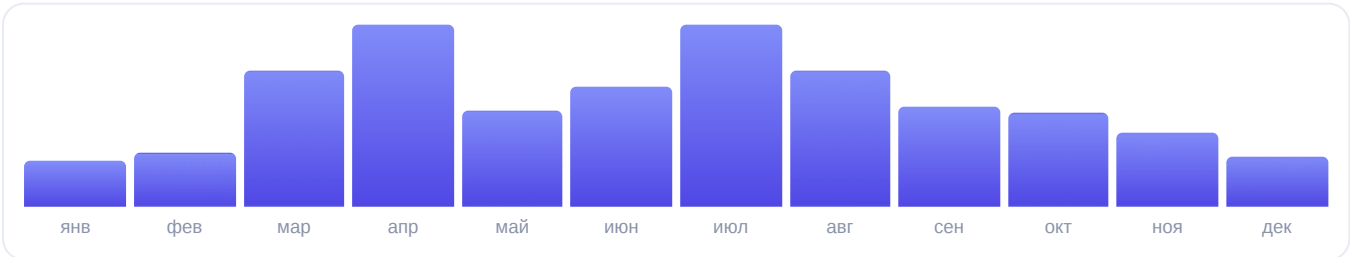
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-podpiska-na-avtomobil-moskva-moskva-i-obl
Регион разбора	Москва, Москва и область

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
аренда автомобиля	26 912	318–333
аренда авто москва	16 803	388–395
автомобиль на дачу	1 977	328–351
подписка на авто	380	1 993
авто по подписке	332	1 438
машина в аренду на месяц москва	303	319
подписка на автомобиль	270	851
машина по подписке	207	1 169
автомобиль по подписке	179	898
машина на время ремонта	148	130–162
подменный автомобиль на время ремонта	147	167
машина на время отпуска	121	91
снять машину на время	87	47
вторая машина на время	64	53
подписка на автомобиль москва	55	662
не хочу покупать машину	53	98
вторая машина в семью	48	72
документы для аренды авто	47	117
взять машину в аренду на месяц москва	41	858
автомобиль для поездок на дачу	38	551

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 20 829, февраль — 24 704, март — 62 486, апрель — 83 315, май — 44 079, июнь — 54 736, июль — 83 315, август — 62 486, сентябрь — 45 533, октябрь — 43 111, ноябрь — 33 907, декабрь — 23 251 показов.

● Сколько это стоит

171 ₹

цена клика при полном охвате

1 544 ₹

цена обращения
оценка до запуска

132 784 ₹

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₹	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₹
Поиск	100%	31	1 544

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	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
19 000	12	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
35 000	23	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
65 000	42	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
67 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
121 000	78	Кампания наберёт данные	1	4
133 000	86	Рабочая кампания	1	4
224 000	145	Рабочая кампания	3	16
414 000	268	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 1 544 ₹ (оценка). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 66 392 ₹/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Прямой спрос на подписку горячий

Кто: Люди, которые целенаправленно ищут «подписка на автомобиль», «авто по подписке», «подписка на авто цена» — уже знают формат и готовы оформить

Что мешает: Хотят быстро получить новую машину без покупки, залогов и скрытых платежей, с полным обслуживанием

О чём говорить: Мгновенная выдача за 2–3 дня, всё включено, никаких доплат — КАСКО, ТО, мойка, помощь на дороге уже в подписке

Долгосрочная аренда авто горячий

Кто: Пользователи, которые ищут «аренда авто на месяц», «долгосрочная аренда автомобиля», «машина в аренду на длительный срок» — рассматривают классическую аренду, но не знают о подписке

Что мешает: Нужна машина на срок от месяца, не хотят покупать, боятся скрытых платежей и сложностей с документами

О чём говорить: Подписка — это фактически долгосрочная аренда, но с топливом, страховкой и сервисом включёнными, без залога и с возможностью отказаться в любой момент

Лизинг / аренда с выкупом горячий

Кто: Люди, которые ищут «лизинг автомобиля для физических лиц», «аренда авто с выкупом», «автомобиль в аренду с последующим выкупом» — хотят получить машину с опцией выкупа без крупного первоначального взн

Что мешает: Хотят стать собственником авто, но не готовы платить сразу всю сумму или не проходят по обычному кредиту

О чём говорить: Начните с подписки — платите ежемесячно, а в конце срока можете выкупить по остаточной стоимости. При этом обслуживание и страховка уже включены, риски отсутствуют

Проблема владения автомобилем тёплый

Кто: Водители, которые ищут «не хочу покупать машину», «надоело платить за страховку и ТО», «как избавиться от хлопот с авто» — разочарованы владением или только планируют, но боятся затрат

Что мешает: Устали от непредвиденных расходов, постоянных допов в сервисах, бюрократии со страховкой и налогами

О чём говорить: Подписка убирает все эти головные боли: вы платите одну фиксированную сумму и забываете обо всём — страховка, ТО, шиномонтаж, эвакуатор, даже мойка уже включены

Информационный интерес (как работает подписка) холодный

Кто: Потенциальные клиенты, которые ищут «как работает подписка на авто», «что входит в подписку на автомобиль», «отзывы о подписке на авто» — изучают услугу, пока не готовы к оформлению

Что мешает: Хотят понять, что такое автомобильная подписка, выгодно ли это, безопасно, какие условия и подводные камни

О чём говорить: Прозрачные условия без скрытых платежей, реальные отзывы клиентов, калькулятор стоимости и подробное описание всех включённых услуг

Специфические сценарии (вторая машина, сезон, бизнес) тёплый

Кто: Люди, которые ищут «второй автомобиль для семьи», «машина на лето», «авто на дачу», «автомобиль для командировок» — временная или ситуативная потребность, не хотят покупать ради короткого срока

Что мешает: Нужна машина на ограниченный период или как дополнение к основному авто, но покупка нецелесообразна

О чём говорить: Подписка — идеальный вариант: берёте на любой срок, от месяца до года, без покупки и хлопот. Машина свежая, все обслуживание включено, после использования просто возвращаете

■ 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 отсекаем минус-словами

своими

руками

инструкция

бесплатно

скачать

вакансия

работа

курсы

обучение

посуточно

поминутно

каршеринг

лизинг

кредит

ипотека

такси

субаренда

купить

продать

выкуп

подписка

своими руками

ремонт

как сделать

автошкола

экзамен

запчасти

шиномонтаж

диагностика

реферат

Продвижение подписки на автомобиль: спрос и сезонность

Если вы продаёте подписку на автомобиль, начните с оценки спроса. В Москве и области пользователи набирают запросы об аренде машин 48 439 раз в месяц, а кликов получается 2 422. Основной объём приносят «аренда автомобиля» — 26 912 показов и «аренда авто москва» — 16 803. Подписочные фразы «подписка на авто» — 380, «авто по подписке» — 332, «подписка на автомобиль» — 270 — выглядят скромно, но именно они показывают готовность оформить подписку. Сезонность в тематике заметная: максимум показов в апреле и июле — по 31 001, в марте и августе — по 23 251. Зимой спрос падает до 7 750 показов в январе и 8 719 в декабре. Это значит, что бюджет на рекламу подписки на автомобиль нужно увеличивать к лету и к апрелю, а в январе-феврале можно снижать ставки.

Кто ищет подписку на автомобиль и когда он готов оформить

В тематике подписки на автомобиль видно два типа аудитории. Первый — люди, которые ищут «подписка на автомобиль», «авто по подписке», «подписка на авто цена». Они уже знают формат и готовы оформить. Их главный страх — скрытые платежи и долгая процедура. В объявлениях для них стоит подчёркивать выдачу за 2–3 дня и включённые услуги: КАСКО, техобслуживание, мойка, помощь на дороге. Второй тип — те, кто пока ищет «машина в аренду на месяц москва» (303 показа) или «взять машину в аренду на месяц москва» (41). Они привыкли к классической аренде и не знают, что подписка на автомобиль решает их задачу удобнее. Поэтому для группы нужны объявления, которые объясняют разницу.

Сколько стоит реклама подписки на автомобиль: цена клика, заявки и бюджет на обучение

Реклама подписки на автомобиль обходится в разные суммы в зависимости от запроса. Средняя цена клика по всем запросам — 31 рубль, но по точным подписочным фразам она достигает 1 993 рублей: «подписка на авто» — 1 993, «авто по подписке» — 1 438, «машина по подписке» — 1 169. Цена обращения — то есть одна заявка или звонок — в среднем 1 544 рубля, нижняя граница 965, верхняя 2 573. Конверсия из клика в заявку — около 2%. Автоматическая стратегия Яндексa учится на конверсиях: ей нужно минимум 10 заявок в неделю. При цене обращения 1 544 рубля это бюджет около 66 392 рублей в месяц. Только после накопления такой статистики система начинает показывать объявления тем, кто действительно готов оформить подписку. Если бюджет меньше, например 3 000 рублей, вы получите 2 заявки в месяц, и точность автостратегии будет низкой. Потолок спроса на поиске — 75 082 рубля в месяц, после него нужно подключать другие каналы.

Как настроить Яндекс Директ для подписки на автомобиль: каналы и структура

Настроить Яндекс Директ для подписки на автомобиль достаточно просто: основной канал — поиск. Люди сами вводят запросы, когда им нужна машина, и на тематических площадках спрос не добирается. Поэтому на старте создаётся одна кампания на поиске. Внутри неё — две группы объявлений: одна для прямого спроса на подписку, вторая для долгосрочной аренды. Когда бюджет достигает 75 082 рублей в месяц, поиск перестаёт давать нужный объём переходов. В этом случае добавляются показы в рекламной сети Яндекса (РСЯ), look-alike — показы людям, похожим на ваших клиентов, — и аудиторные сегменты. Кампания расширяется до четырёх групп. Но до этого уровня лучше не раздувать структуру: с маленьким бюджетом одна поисковая кампания соберёт статистику быстрее.

Как продавать подписку на автомобиль через Яндекс Директ: запросы и объявления

Семантика для подписки на автомобиль делится на два блока. Первый — точные подписочные запросы: «подписка на авто», «авто по подписке», «подписка на автомобиль», «машина по подписке», «автомобиль по подписке», «подписка на авто москва». Второй — долгосрочная аренда: «машина в аренду на месяц москва» (303 показа), «взять машину в аренду на месяц москва» (41), «аренда авто без залога на месяц» (5). Запросы приводят людей, которым нужна машина на срок от месяца, и подписка может стать их решением. Проверяйте каждую фразу на предмет срока. Если человек ищет машину «на время ремонта» (148 показов) или «на время отпуска» (121), он тоже может стать клиентом: ему нужна машина на несколько недель или месяцев. А вот запросы с указанием дня, часа или события — «на свадьбу», «на переезд» — отправляйте в минус-слова. Такие цели не соответствуют подписке на автомобиль и будут сжигать бюджет.

Что писать в объявлениях о подписке на автомобиль

Текст объявления о подписке на автомобиль должен снимать главные страхи покупателя. Людям останавливают скрытые платежи и долгая выдача. В заголовке используйте точную фразу: «Подписка на автомобиль» или «Авто по подписке». В тексте укажите: выдача за 2–3 дня, полное обслуживание включено — КАСКО, техобслуживание, мойка, помощь на дороге. Вместо скажите «без покупки машины» и «все платежи включены». Для аудитории, которая искала обычную аренду, добавьте уточнение «на месяц и дольше» и объясните, чем подписка выгоднее аренды.

Что измерять в рекламе подписки на автомобиль

Реклама подписки на автомобиль без измерения заявок — это ставки вслепую. В стартовых условиях конверсия заложена на уровне 2%, но она не подтверждена фактическими замерами. Поэтому до запуска настройте Яндекс.Метрику и цели: заявка на подписку, звонок, заполнение формы. Считайте цену обращения: она должна укладываться в вилку от 965 до 2 573 рублей. Если цена выше — проверяйте, какие запросы приводят нецелевые заявки. Следите за долей рекламных расходов (ДРР) — процентом выручки, который уходит на рекламу. Норма для тематики — 10%, предел — 50%. Пока конверсия не подтверждена, не увеличивайте бюджет выше порога обучения: сначала добейтесь стабильных 10 заявок в неделю.

Типичные ошибки: подписка на автомобиль

- Запускать рекламу подписки на автомобиль с минимальным бюджетом 3 000 рублей и ждать заявок — при таком бюджете будет 2 заявки в месяц, а для обучения автостратегии не хватит 10 конверсий в неделю.
- Делать ставку на дешёвый запрос «аренда автомобиля» как на основной — он даёт 26 912 показов, но не показывает готовность оформить подписку, поэтому цена обращения вырастает.
- Игнорировать сезонность: в январе показы падают до 7 750, в июле — 31 001; без учёта этого бюджет распределяется неэффективно.
- Смешивать точные подписочные запросы и долгосрочную аренду в одной группе объявлений — из-за разной интенции снижается релевантность и растёт цена клика.
- Запускать без настроенных целей в Яндекс.Метрике — без измерения заявок невозможно узнать фактическую цену обращения и долю рекламных расходов.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать семантику: точные подписочные запросы и фразы долгосрочной аренды.
2. Добавить минус-слова для краткосрочной аренды и событийных запросов.
3. Настроить Яндекс.Метрику с целями: заявка, звонок.
4. Создать одну поисковую кампанию и разделить её на две группы объявлений.
5. Задать бюджет на обучение автостратегии: 66 202 рубля в месяц.

Как продавать подписку на автомобиль через Яндекс Директ?

Соберите запросы, где люди сами ищут подписку: «подписка на авто», «авто по подписке», «подписка на автомобиль». Настройте одну поисковую кампанию, разделите объявления под прямой спрос и долгосрочную аренду. Бюджет на обучение — от 66 392 рублей в месяц, чтобы автостратегия набрала статистику.

Сколько стоит реклама подписки на автомобиль?

Средняя цена клика по тематике — 31 рубль, по точным подписочным запросам — до 1 993 рублей. Цена обращения — в среднем 1 544 рубля, от 965 до 2 573. Для работы автостратегии нужно 66 392 рубля в месяц, потолок спроса на поиске — 75 082 рубля.

Как продвинуть подписку на автомобиль в интернете?

Начните с поиска: люди сами ищут аренду на месяц и подписку. Возьмите в рекламу точные подписочные запросы и долгосрочную аренду, например «машина в аренду на месяц москва». В объявлениях подчеркните включённые услуги и быструю выдачу. Когда поиск исчерпается — подключайте РСЯ и look-alike.

Как рекламировать подписку на автомобиль?

Используйте поисковые кампании в Яндекс Директе. Разделите аудиторию: тех, кто знает о подписке, и тех, кто ищет долгосрочную аренду. Показывайте им разные объявления. Следите за сезонностью: в апреле и июле спрос максимальный, в январе — минимальный.

Продвижение подписки на автомобиль: с чего начать?

С определения сегментов: прямой спрос на подписку и долгосрочная аренда. Соберите семантику, настройте цели в Метрике, создайте одну поисковую кампанию. Заложите бюджет на обучение от 66 392 рублей в месяц.

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 «подписка на автомобиль», 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.