

Реклама поверки средств измерений в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

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

24 431

показов в месяц — спрос по семантике плана

48 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 29 ₽

2 289–6 103 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

157 466 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

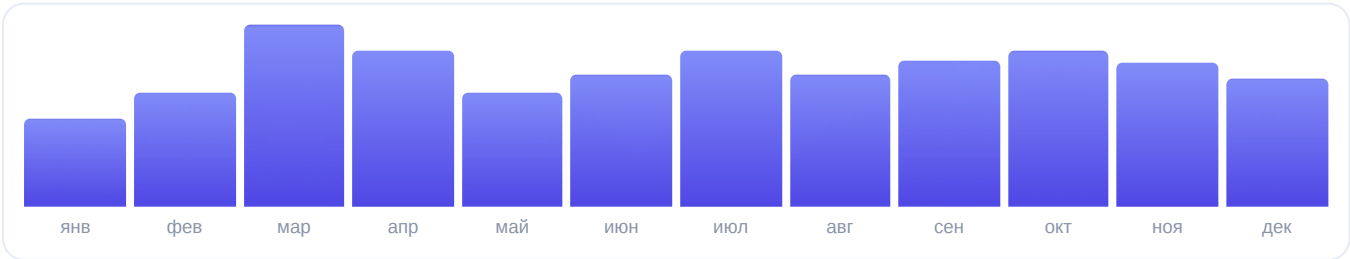
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-poverka-sredstv-izmereniy-moskva
Регион разбора	Москва, Москва и область

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
межповерочный интервал	2 486	53–56
калибровка датчиков	2 338	160–193
реестр средств измерений	1 896	52–66
метрологическое обеспечение	1 718	76–110
госреестр СИ	1 662	55–76
калибровка весов	1 451	122–157
метрологическая экспертиза	1 084	99–172
поверочные схемы	549	19–29
калибровка средств измерений	543	69–229
калибровка Москва	536	351–401
калибровка приборов	487	58–87
метрологическая служба Москва	371	153–168
утверждение типа СИ	275	381
калибровочная лаборатория	264	45–60
метрологический надзор	257	32–35
калибровка цена	184	261
эталоны единиц величин	182	72
испытания в целях утверждения типа	157	79–248
метрологическое обеспечение производства	153	165
метрологические услуги	148	94–138

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 15 880, февраль — 20 278, март — 32 249, апрель — 27 607, май — 20 278, июнь — 23 698, июль — 27 607, август — 23 454, сентябрь — 26 141, октябрь — 27 607, ноябрь — 25 408, декабрь — 22 965 показов.

● Сколько это стоит

48 ₹

цена клика при полном охвате

3 662 ₹

цена обращения
оценка до запуска

314 932 ₹

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₹	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₹
Поиск	85%	29	3 891
РСЯ	15%	9	2 746

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	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
4 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
9 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
13 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
19 000	5	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
28 000	8	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
40 000	11	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
58 656	16	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 3 662 ₹ (оценка). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 157 466 ₹/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Поверка средств измерений горячий

Кто: Главные метрологи, инженеры КИПиА, руководители производств и предприятий, которым нужно поверить конкретные приборы (манометры, весы, счетчики, манометры и т.д.) для соблюдения законодательства

Что мешает: Необходимость своевременной поверки для соответствия закону «Об обеспечении единства измерений», избежание штрафов и остановки производства. Часто требуется срочно, с выездом или с минимальным простоем оборудования.

О чём говорить: Аккредитованная лаборатория, срочная поверка с выездом на предприятие, работаем со всеми типами СИ, гарантируем сокращение времени простоя.

Калибровка средств измерений горячий

Кто: Научно-исследовательские институты, промышленные лаборатории, производители точного оборудования — специалисты, которым нужна высокая точность измерений для калибровки эталонов, датчиков, термометров

Что мешает: Необходимость обеспечения прослеживаемости измерений к государственным эталонам, требование ISO 9001 и других стандартов к точности оборудования. Сложность в поиске лаборатории с нужным диапазоном и погрешностью.

О чём говорить: Калибровка в аккредитованной лаборатории, полный охват диапазонов, выдача сертификата с прослеживаемостью. Возможна выездная калибровка.

Аттестация испытательного оборудования горячий

Кто: Инженеры-испытатели, руководители испытательных лабораторий, специалисты по качеству — те, кому нужно аттестовать стенды, вибростенды, климатические камеры и прочее испытательное оборудование.

Что мешает: Обязательная первичная/периодическая аттестация по ГОСТ и методикам, сложность в подборе компетентной организации, длительные сроки оформления.

О чём говорить: Экспертная аттестация с выездом, проверка по официальным методикам, сокращение сроков за счет собственной лаборатории.

Комплексное метрологическое обслуживание горячий

Кто: Начальники метрологических служб, руководители отделов качества, главные инженеры предприятий — крупные заказчики, желающие передать все метрологические задачи на аутсорсинг.

Что мешает: Отсутствие собственной метрологической службы, необходимость контролировать множество приборов разного типа, планировать поверки и калибровки, отслеживать сроки — высокая операционная нагрузка.

О чём говорить: Полный цикл: от планирования и выезда до оформления документов. Один договор, единая отчетность, экономия времени и ресурсов.

Генератор эталонного магнитного поля горячий

Кто: Разработчики и испытатели магнитных систем, сотрудники НИИ, университетов, лабораторий, проводящих измерения магнитных полей — нуждаются в точном эталонном источнике для поверки/калибровки

Что мешает: Отсутствие или высокая стоимость покупных эталонных генераторов; потребность в точном и стабильном магнитном поле для обеспечения прослеживаемости измерений.

О чём говорить: Генератор собственной разработки, высокостабильное поле, полная документация, возможность интеграции в измерительную систему.

■ 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 и РСЯ — одной кампанией

■ Что отсекаем минус-словами

ремонт

что такое

методика

инструкция

своими руками

как сделать

обучение

курсы

вакансия

работа

бесплатно

скачать

реферат

diy

самостоятельно

своими

руками

самому

руководство

требуется

резюме

продажа

купить

аренда

программа

своими силами

работа метрологом

для дома

бытовой

■ 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.

поверка	аттестация
---------	------------

Спрос и продвижение поверки средств измерений: что показывают цифры

По Москве и области услуги поверки и калибровки средств измерений ищут 24 431 раз в месяц — столько показов собирают ключевые фразы рекламной кампании. Кликов с показов — 1 222. Чаще всего ищут калибровку по типу прибора: «калибровка датчиков» — 2 338 показов, «калибровка весов» — 1 451, «калибровка приборов» — 487, «калибровка средств измерений» — 543. Отдельно идут профессиональные термины: «реестр средств измерений» — 1 896, «метрологическая экспертиза» — 1 084, «метрологическое обеспечение» — 1 718. Сезонность выражена: в январе спрос падает до 0,65 от среднемесячного, в марте поднимается до 1,32. Бюджет на продвижение надёжнее планировать на год: лето и начало осени держатся около нормы, март и частично осень дают пик.

Сколько стоит реклама поверки средств измерений в Яндекс

Директе

Цена клика по тематике — 48 ₽. Это средняя стоимость перехода при полном охвате аудитории Москвы и области. У отдельных фраз ставка входа в аукцион выше. Например, для «калибровки Москва» это 351–401 ₽, для «утверждения типа СИ» — 381 ₽. Ставка входа — не цена клика: система запрашивает её за участие в аукционе, а списание идёт по фактической конкуренции. Средняя цена клика по кампании остаётся на уровне 48 ₽. Прогнозная цена обращения — 3 662 ₽. Прогноз, а не замер со счётчика: кампания в нише ещё не запускалась. Вилка прогноза — от 2 289 до 6 103 ₽ в зависимости от набора фраз. Автоматическая стратегия Яндекса обучается на целевых действиях — заявках, звонках, запросах расчёта. Для обучения нужно 10 таких конверсий в неделю. При цене обращения 3 662 ₽ это бюджет 36 620 ₽ в неделю или 157 466 ₽ в месяц. Если закладывать минимум 3 000 ₽ в месяц, по прогнозу получится около одной заявки — для автоматической стратегии недостаточно.

Как настроить Яндекс Директ для поверки средств измерений: поиск, РСЯ и автоподбор

В тематике Поиск и рекламная сеть Яндекса (РСЯ) работают в одной кампании. По распределению прогноза 85% обращений даёт Поиск, 15% — РСЯ. Сеть подбирает тех, кто уже искал калибровку или поверку, но не успел оставить заявку. Стартовая стратегия — «Максимум кликов». Такая стратегия помогает алгоритму собрать статистику. Когда кампания стабильно держит 10 конверсий в неделю две недели подряд, её переводят на «Максимум конверсий»: алгоритм начинает управлять ставками под целевые действия. Автоподбор в поисковой кампании отключить нельзя, поэтому ограничьте его категории. Оставьте только калибровку и поверку средств измерений и типы приборов, с которыми вы работаете. Тогда автоподбор будет искать близкие B2B-запросы, а не уведёт деньги на ремонт или покупку оборудования.

Как продавать поверку средств измерений через Яндекс Директ: запросы и объявления

Семантика — это список ключевых фраз, по которым Яндекс показывает объявления. В основе рекламы поверки средств измерений лежат коммерческие запросы: «калибровка датчиков», «калибровка весов», «калибровка приборов», «калибровка средств измерений», «метрологическая экспертиза». Минус-слова убирают две группы запросов. Первая — информационные: «что такое», «межповерочный интервал», «методика», «инструкция», «скачать», «бесплатно», «своими руками», «самому». Люди ищут справку, а не услугу. Вторая — смежные намерения: «ремонт», «купить», «продажа», «аренда», «обучение», «курсы»,

закрыть. В автоподборе оставьте те же категории, что и в семантике: калибровку, поверку, метрологическое обслуживание. Тогда система не будет показывать объявления тем, кто пришёл за инструкцией или хочет сделать всё сам.

Что писать в объявлениях о поверке средств измерений

Клиент здесь — инженер, метролог или руководитель производства. В объявлении важны сроки, официальный статус и понятный порядок работы. - «Выездная поверка в день обращения» — снижает страх простоя оборудования. - «Калибровка с прослеживаемостью к государственным эталонам» — закрывает вопрос лабораторий, проходящих аудит ISO 9001. - «Поверка, калибровка и аттестация по одному договору» — подходит предприятию с большим парком приборов. - «Работаем со всеми типами средств измерений» — снимает сомнение, возьмётся ли лаборатория за конкретное устройство. В заголовок выносите цифру или факт: срок, выезд, аккредитацию. Общие слова вроде «качественно» и «надёжно» не сообщают ничего нового и проигрывают конкретике.

Что измерять до запуска рекламы поверки средств измерений

До запуска настройте в счётчике аналитики цель «обращение»: отправку формы, звонок или запрос расчёта. Без цели рекламная система не поймёт, какой клик привёл к продаже, и автостратегия не обучится. Прогнозная цена обращения 3 662 ₽ станет фактом только после запуска. Проверяйте фактическую цену после того, как кампания наберёт 10 конверсий в неделю. Если реальные обращения обходятся дороже верхней границы прогноза 6 103 ₽, пересмотрите список фраз и тексты объявлений. Второй показатель — доля рекламных расходов (ДРР): отношение рекламного бюджета к выручке от рекламы. Для ниши комфортная ДРР — 10%, предельная — 50%. Пока вы внутри коридора, кампанию можно масштабировать; выход за 50% означает, что нужно чинить цепочку от запроса до сайта.

Типичные ошибки: поверка средств измерений

- Запускать автоматическую стратегию на бюджете 3 000 ₽ в месяц: алгоритм не получит 10 конверсий в неделю и не обучится.
- Не исключать информационные запросы: «межповерочный интервал» даёт 2 486 показов, но люди ищут справку, а не услугу.
- Писать в объявлениях «качественно и надёжно» вместо «аккредитованная лаборатория», «выезд в день обращения».
- Ставить стратегию «Максимум конверсий» с первого дня, не накопив 10 конверсий в неделю.
- Считать ценой клика ставку входа по фразе, например 351 ₽ за «калибровку Москва», и завышать бюджет.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать коммерческие фразы: калибровка датчиков, весов, приборов, метрологическая экспертиза.
2. Настроить в счётчике аналитики цель «заявка» или «звонок» до старта.
3. Добавить минус-слова для информационного и смежного спроса: ремонт, купить, обучение, вакансии, своими руками.
4. Заложить бюджет обучения 36 620 ₽ в неделю — или 157 466 ₽ в месяц — и не снижать его до накопления 10 конверсий.
5. Ограничить категории автоподбора тематикой калибровки и поверки, не отключая его полностью.

Продвижение поверки средств измерений: с чего начать?

Начните с поисковых запросов про калибровку: «калибровка датчиков» даёт 2 338 показов, «калибровка весов» — 1 451. Соберите такие фразы, настройте цель «заявка» в счётчике аналитики и запустите одну кампанию на бюджете обучения 36 620 ₽ в неделю. Пока кампания не наберёт 10 конверсий, держите стратегию «Максимум кликов».

Как продавать поверку средств измерений через Яндекс Директ?

При прогнозной цене обращения 3 662 ₽ стабильные продажи начинаются с бюджета обучения: 36 620 ₽ в неделю, чтобы стратегия набрала 10 конверсий. Поиск приносит 85% обращений, поэтому объявления должны отвечать на запросы «калибровка...» и «поверка...», а не на общие слова.

Сколько стоит реклама поверки средств измерений в месяц?

Для обучения автостратегии нужно 157 466 ₽ в месяц. Бюджет 3 000 ₽ в месяц даёт около одной заявки — этого хватит для теста спроса, но не для автоматических стратегий. Полное раскрытие ниши оценивается в 314 932 ₽ в месяц.

Почему для рекламы поверки средств измерений нужен такой большой бюджет на обучение?

Яндекс требует, чтобы кампания получила 10 конверсий в неделю — иначе алгоритм не поймёт, кому показывать объявления. При цене обращения 3 662 ₽ это 36 620 ₽ в неделю. Это правило площадки, а не рекомендация сервиса.

Нужна ли рекламная сеть Яндекса для поверки средств измерений?

В текущей структуре Поиск и рекламная сеть Яндекса (РСЯ) идут в одной кампании, и сеть даёт 15% обращений. Поиск приносит 85% обращений, поэтому РСЯ — вспомогательный канал, но без неё общий охват будет ниже.

Почему клик по «калибровке Москва» не стоит 48 ₽?

48 ₽ — средняя цена клика по тематике при полном охвате. У фразы «калибровка Москва» ставка входа в аукцион 351–401 ₽ — столько система просит за право участвовать в показах по фразе. Фактическое списание обычно ниже, но среднее по кампании не гарантирует цену каждого отдельного клика.

Какие запросы не подходят для рекламы поверки средств измерений?

«Межповерочный интервал» — самый большой информационный запрос в теме: 2 486 показов, но он почти не ведёт к заявке. Не берите также «ремонт», «обучение», «вакансия», «купить»: это люди с другой задачей.

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, kupiloslova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «поверка средств измерений», 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.