

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ДРУГИЕ ТЕМАТИКИ

Реклама разработки финансовых платформ в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, сентябрь 2026 · вся Россия

12 543

показов в месяц — спрос по семантике плана

57 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 30 ₽

1 248–3 329 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

85 871 ₽

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-razrabotka-finansovyh-platform
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
внедрение комплаенс	359	173–176
цифровая финансовая платформа	356	173
платформа для инвесторов	265	411–459
перенос данных цена	195	57–61
краудфандинговая платформа Россия	173	227–284
платформа финансовых услуг	142	103
система комплаенс контроля	136	52–56
финансовая платформа россия	133	129–132
программа для финансового бизнеса	122	393–440
перенос данных стоимость	120	152–299
внедрить комплаенс	116	148
инвестиционно финансовая платформа	113	105
финансовые онлайн платформы	100	262–295
платформы финансовых продуктов	82	167–200
электронные платформы финансовые	78	148–178
соответствие требованиям цб	76	146
автоматизация финансового бизнеса	74	530
платформа для кредитования	62	208–258
инвестиционная платформа для бизнеса	59	1 796–2 548
платформа для привлечения инвестиций	52	717–851

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 10 787, февраль — 11 790, март — 15 553, апрель — 14 424, май — 12 167, июнь — 9 533, июль — 8 404, август — 9 909, сентябрь — 13 170, октябрь — 13 421, ноябрь — 14 926, декабрь — 16 431 показов.

● Сколько это стоит

57 ₹

цена клика при полном охвате

1 997 ₹

цена обращения
оценка до запуска

171 742 ₹

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₹	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₹
Поиск	100%	30	1 997

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	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	5	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
14 000	7	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
19 000	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
26 000	13	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
35 739	18	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 1 997 ₹ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 85 871 ₹/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Финансовая платформа под ключ под своим брендом горячий

Кто: Руководитель/владелец фонда, МФО, МКК, ломбарда или финансовой группы, которому нужна готовая платформа в собственность, а не долгая разработка с нуля

Что мешает: Разработка с нуля долго и дорого, риск несоответствия требованиям регулятора, зависимость от чужих площадок и их комиссий, разрозненные инструменты вместо одного контура

О чём говорить: Ваша собственная финансовая платформа под вашим брендом: фронт, бэк-офис и отчётность в одном решении, передаётся в собственность, запуск меньше чем за месяц, внедрение и обучение команды включены в тариф

Платформа для выдачи займов (МФО/МКК/ломбард) горячий

Кто: Руководитель МФО/МКК/ломбарда или финансовой компании, который хочет автоматизировать выдачу и сопровождение займов на своём софте

Что мешает: Ручная выдача, оператор в каждом шаге, отсутствие скоринга и единого учёта займов, невозможность быстро масштабировать портфель

О чём говорить: Кредитование, скоринг и сопровождение займов в едином контуре: заявка, скоринг и перевод денег без оператора, повторные займы в один клик, свои лимиты и стоп-факторы

Инвестплатформа для привлечения инвестиций горячий

Кто: Основатель инвестиционного фонда или краудфандинговой/краудлендинговой площадки, который запускает привлечение средств под своим брендом

Что мешает: Нельзя собирать инвестиции в свои проекты через чужую площадку с комиссией; нет витрины проектов, кабинетов инвесторов и прозрачных выплат

О чём говорить: Привлекайте инвесторов напрямую через собственную инвестплатформу: витрина проектов, кабинеты, выплаты, отчётность — без чужих площадок и их комиссий

Тарифы и стоимость платформы горячий

Кто: Руководитель или IT-директор, который уже выбрал формат решения и сравнивает бюджет по тарифам

Что мешает: Непонятен бюджет запуска, боится скрытых доплат за внедрение, доработки и обучение команды

О чём говорить: Три прозрачных тарифа с фиксированной ценой и понятным составом: что входит в Старт, Бизнес и Всё включено, внедрение и обучение — в каждом тарифе

Кабинет инвестора тёплый

Кто: Руководитель фонда/площадки, который ищет, как сделать личный кабинет инвестора, или хочет добавить его в свою платформу

Что мешает: Инвестор не видит свои деньги и статус вложений, путь от регистрации до вложения ведёт менеджер, из-за этого нет доверия и повторных вложений

О чём говорить: Инвестор проходит путь от регистрации до вложения без участия менеджера и видит свои деньги в реальном времени — доверие, которое конвертируется в повторные вложения

Кабинет заёмщика тёплый

Кто: Руководитель МФО/МКК/финкомпании, которому нужен личный кабинет заёмщика с онлайн-заявкой и повторными займами

Что мешает: Заёмщик не может оформить и продлить займ самостоятельно, поток уходит на операторов, растёт стоимость выдачи

О чём говорить: Кабинет заёмщика: онлайн-заявка, скоринг, выдача и повторные займы в один клик — без оператора и лишних касаний

■ 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	Только Поиск, сети выключены
Что считаем обращением	Заявка на консультацию (отправка формы), Звонок с сайта (клик по)
Без чего запускать бессмысленно	Бизнес телефонно-консалтинговый, поэтому база обязательна: подключить отдельный трекинг-номер (подменный) на все ссылки и на плавающую кнопку «Позвонить менеджеру за консультацией» с коллтрекингом, звонок длиннее 30 сек = конверсия. Цели: автоцель «Клик по телефону» + передача офлайн-звонков в

■ Что отсекаем минус-словами

скачать

торрент

реферат

курсовая

диплом

вакансия

вакансии

резюме

своими руками

бу

б у

Спрос и продвижение разработки финансовых платформ: сколько ищут и какими словами

В сентябре 2026 года запросы о разработке финансовых платформ собирают 12 543 показа в месяц, из них 627 заканчиваются кликом. Это весь поисковый спрос тематики по России. Верхушка спроса выглядит так:

- «внедрение комплаенс» — 359 показов в месяц;
- «цифровая финансовая платформа» — 356;
- «платформа для инвесторов» — 265;
- «перенос данных цена» — 195;
- «краудфандинговая платформа Россия» — 173;
- «система комплаенс контроля» — 136 показов в месяц. По формулировкам видно, кто спрашивает. «Внедрение комплаенс» и «система комплаенс контроля» — руководители МФО, МКК и фондов, отвечающие за отчётность перед регулятором. «Платформа для инвесторов» и «краудфандинговая платформа Россия» — основатели фондов и краудлендинговых площадок. «Перенос данных цена» — те, кто уже работает на чужой системе и считает бюджет переезда. Сезон у разработки финансовых платформ выражен сильно. Сентябрь идёт с коэффициентом 1,05 к среднегодовому уровню, то есть спрос сейчас в норме. С октября он растёт: 1,07, затем 1,19 в ноябре и 1,31 в декабре — годовой максимум. Второй подъём приходится на март (1,24) и апрель (1,15). Провал — июнь (0,76), июль (0,67) и август (0,79): в июле тематика собирает 8 404 показа против 16 431 в декабре. Годовой бюджет стоит планировать по волне, а не ровными долями.

Сколько стоит реклама разработки финансовых платформ: клик, заявка, бюджет обучения

Клик по объявлению в поиске стоит 57 ₽ при полном охвате. Это цена перехода, а не ставка входа в аукцион по отдельной фразе. Цена обращения — 1 997 ₽. Это оценка до запуска по отраслевому бенчмарку, а не замер по счётчику конкретного сайта. Вилка прогноза — 1 248–3 329 ₽. В основе расчёта лежит конверсия сайта 1,5%, которая в тематике тоже пока не измерена. Чтобы автостратегия обучилась, кампании нужно 10 конверсий в неделю. Бюджет, который даёт такой поток, — 19 970 ₽ в неделю, или 85 871 ₽ в месяц. Что это значит в заявках:

- 3 000 ₽ в месяц — 1 заявка;
- 10 000 ₽ в месяц — 5 заявок;
- 35 739 ₽ в месяц, то есть весь поисковый спрос, — 18 заявок в месяц, около 4,2 в неделю. Даже на полном исчерпании поиска порог в 10 конверсий в неделю не добирается. Поэтому кампанию запускают на стратегии «Максимум кликов»: сначала она собирает данные о том, какие запросы приносят обращения, и только потом её переводят на «Максимум конверсий».

Как настроить Яндекс Директ для разработки финансовых платформ

Каналы здесь ограничены поиском: тематические площадки спрос не добирают, и рекламных сетей в плане нет. Сети — не замена поиску, а следующая ступень. Включать их стоит, когда поисковый спрос исчерпан, а это 35 739 ₽ в месяц; дальше растут охватом, показывая объявления тем, кто подходит по поведению, а не по словам. На старте собирают одну кампанию, два сегмента и два объявления — по

статистику. Автоподбор (автотаргетинг) в поисковой кампании отключить нельзя: Яндекс требует хотя бы одну активную категорию. Его ограничивают — оставляют только целевые категории и следят за отчётом по автоподбору, отсекая лишние показы минус-словами. Стратегия меняется по накоплению данных: «Максимум кликов» на старте, «Максимум конверсий» — когда кампания набирает 10 конверсий в неделю и держит их две недели подряд. Аудитории возврата — те, кто был на сайте и не оставил заявку, и похожие на оставивших заявку — подключаются вместе с сетями, на ступени роста охвата.

Семантика и минус-слова для разработки финансовых платформ

Ядро собирают по тому, как заказчик называет задачу, а не по тому, как её называет разработчик. - Комплаенс: «внедрение комплаенс» — 359 показов, «система комплаенс контроля» — 136, «внедрить комплаенс» — 116. - Платформа как продукт: «цифровая финансовая платформа» — 356, «платформа финансовых услуг» — 142, «финансовая платформа россия» — 133, «финансовые онлайн платформы» — 100. - Инвестиции: «платформа для инвесторов» — 265, «краудфандинговая платформа Россия» — 173, «инвестиционно финансовая платформа» — 113. - Переезд с чужой системы: «перенос данных цена» — 195, «перенос данных стоимость» — 120. Разброс ставок входа внутри ядра большой: по «платформе для инвесторов» за вход в аукцион запрашивают 411–459 ₽, по «программе для финансового бизнеса» — 393–440 ₽, а по «системе комплаенс контроля» — 52–56 ₽. Ставка входа — это запрос за участие в аукционе, списывается меньше. Отсекают четыре потока людей, которым платформа не нужна: студентов («скачать», «торрент», «реферат», «курсовая», «диплом»), соискателей («вакансия», «вакансии», «резюме»), тех, кто хочет собрать сам («своими руками»), и охотников за готовым дешёвым решением («бу», «б у»). Запросы дают клики, но не заявки от платёжеспособного заказчика.

Что писать в объявлениях о разработке финансовых платформ

Объявление адресуют конкретному человеку, поэтому под каждый пласт спроса нужен свой заголовок. - Комплаенс-контур: отчётность перед ЦБ формируется автоматически, требования регулятора и 152-ФЗ закрыты внутри платформы. Это ответ руководителю МФО, который собирает отчётность вручную. - Платформа в собственность: фронт, бэк-офис и отчётность в одном решении, передаётся в собственность, под вашим брендом. Это ответ тому, кто боится долгой разработки с нуля. - Скоринг и антифрод: заявка, решение и перевод денег без оператора, лимиты и стоп-факторы задаёт сам заказчик. - Кабинеты участников: руководитель, андеррайтер, администратор и партнёр получают рабочие места внутри одной платформы, с ролями и правами. - Инвестплатформа: витрина проектов, кабинеты инвесторов и выплаты без чужих площадок и их комиссий. - Переезд: перенос займов и инвесторов на новую платформу без потери базы и без простоя. - IT-директору: демонстрация живого продукта вместо слайдов, состав работ и сроки запуска. Продукт описывают как разработку и внедрение софта для финансовой организации — подробнее в последнем разделе. Собственной выдачи займов и собственного привлечения средств в текстах объявлений быть не должно.

Что измерять в рекламе разработки финансовых платформ

Без измерения запускать кампанию бессмысленно: автостратегия учится на конверсиях, и мусорные цели учат её мусору. Макроцели — те, что считаются заявкой:

- отправка формы «Заявка на консультацию»;
- звонок с сайта. Микроцели, по которым видно интерес, но которые заявкой не являются:
- просмотр раздела «Тарифы»;
- клик по кнопке «Получить консультацию»;
- первое сообщение в чате. Бизнес здесь телефонно-консалтинговый, поэтому коллтрекинг обязателен: отдельный подменный номер ставят на все ссылки и на плавающую кнопку «Позвонить менеджеру за консультацией», а конверсией считают звонок длиннее 30 секунд. Без коллтрекинга часть заявок останется невидимой, и порог в 10 конверсий в неделю кампания не наберёт — не потому, что заявок

Что потребует Яндекс перед запуском рекламы разработки финансовых платформ

Тематика относится к ограниченным, поэтому объявления проходят модерацию с дополнительными требованиями. Рекламирывать её нужно как B2B-услугу по разработке ПО и IT-платформы для финансовых организаций: продукт — софт и внедрение, а не выдача займов и не привлечение инвестиций. Из объявлений и с посадочной страницы убирают акцент на собственной выдаче займов и собственном привлечении средств. К проверке готовят документы, подтверждающие, что деятельность ведёт лицензированный клиент. Самая чувствительная группа запросов — комплаенс: «внедрение комплаенс» (359 показов), «система комплаенс контроля» (136) и «внедрить комплаенс» (116) — именно формулировки чаще всего вызывают вопросы модерации. Рекламирывать их можно, если в объявлении речь идёт о софте и внедрении, а не о финансовых операциях.

Типичные ошибки: разработка финансовых платформ

- Ставить в план рекламные сети, когда в тематике работает только Поиск: тематические площадки спрос не добирают, а бюджет утекает в дешёвые показы.
- Пытаться обучить «Максимум конверсий» на бюджете 3 000 ₽ в месяц: при нём выходит 1 заявка в месяц против порога в 10 конверсий в неделю.
- Обещать в объявлении собственную выдачу займов и собственное привлечение инвестиций: тематика ограничена, рекламировать её можно только как разработку и внедрение софта для лицензированной организации.
- Пускать на поиск запросы «скачать», «реферат», «вакансия», «бу»: они забирают показы и не дают заявок от платёжеспособного заказчика.
- Искать переключатель, отключающий автоподбор в поиске: его отключить нельзя, можно только ограничить категории автоподбора целевыми.

Чек-лист перед запуском

1. Подключить коллтрекинг с подменным номером на всех ссылках и на кнопке «Позвонить менеджеру за консультацией», считать конверсией звонок длиннее 30 секунд.
2. Настроить цели: макро — отправка формы заявки на консультацию и звонок с сайта, микро — просмотр «Тарифов», клик по кнопке «Получить консультацию», первое сообщение в чате.
3. Собрать одну поисковую кампанию на два сегмента и два объявления — по комплаенсу и по платформе для инвесторов.
4. Ограничить категории автоподбора целевыми и добавить минус-слова «скачать», «торрент», «реферат», «вакансия», «резюме», «своими руками», «бу».
5. Сверить бюджет с порогом обучения: 19 970 ₽ в неделю (85 871 ₽ в месяц) и учесть, что весь поисковый спрос — 35 739 ₽ в месяц, это 18 заявок.

Что потребует Яндекс перед запуском

Рекламируйте это как B2B-услугу по разработке ПО/IT-платформы для финансовых организаций (продукт — софт и внедрение, а не выдача займов или привлечение инвестиций). Уберите акцент на собственной выдаче займов и привлечении средств и подготовьте документы, подтверждающие, что деятельность ведёт лицензированный клиент.

Сколько денег в месяц нужно, чтобы реклама разработки финансовых платформ начала работать?

Порог обучения автостратегии — 10 конверсий в неделю, это 19 970 ₽ в неделю, или 85 871 ₽ в месяц. Бюджет 3 000 ₽ в месяц даёт 1 заявку — это ниже рабочего порога, кампания не обучится.

Хватит ли поискового спроса, чтобы обучить кампанию по разработке финансовых платформ?

Нет. Весь поисковый спрос тематики — 35 739 ₽ в месяц, и это 18 заявок в месяц, около 4,2 в неделю. Порог в 10 конверсий в неделю поиск не добирает, поэтому дальше растут охватом — показом в сетях.

Когда спрос на разработку финансовых платформ выше — есть ли сезон?

Максимум — декабрь, коэффициент 1,31 к среднегодовому уровню, ноябрь — 1,19, март — 1,24. Минимум — июль, 0,67: 8 404 показа против 16 431 в декабре. Сентябрь идёт на 1,05, то есть спрос сейчас в норме.

Сколько заявок даст бюджет 35 739 ₽ в месяц?

18 заявок в месяц при цене обращения 1 997 ₽. Вилка прогноза — 1 248–3 329 ₽, и она показывает, насколько оценка может сдвинуться; точнее скажет счётчик после запуска.

Какие запросы в разработке финансовых платформ дают больше всего показов?

«Внедрение комплаенс» — 359 показов в месяц и «цифровая финансовая платформа» — 356. Дальше «платформа для инвесторов» (265) и «перенос данных цена» (195). Всего тематика собирает 12 543 показа в месяц.

Можно ли рекламировать разработку финансовых платформ в сетях Яндекса?

В текущем плане сети выключены — работает только Поиск. Сети подключают как ступень роста, когда поисковый спрос исчерпан, а это 35 739 ₽ в месяц: там по

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 «разработка финансовых платформ», 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.