

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИТ-УСЛУГИ

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

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · Москва

85 323

показов в месяц — ёмкость спроса

238 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 104 ₽

5 442–14 513 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

374 444 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

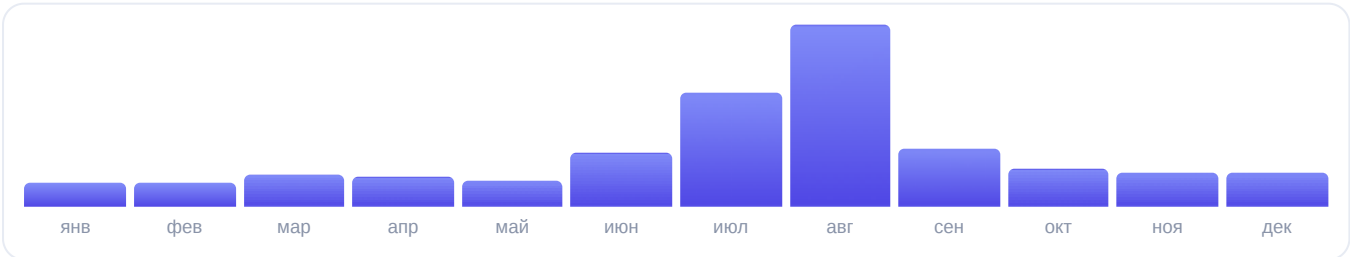
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-razrabotka-saytov-moskva
Регион разбора	Москва

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
сайт не работает	18 881	72–78
сделать сайт	17 291	301–361
создать сайт	12 488	404–502
заказать сайт	11 389	267–355
создание сайта	11 031	528–798
создание сайтов	11 031	528–798
дизайн сайта	8 040	308–362
crm система	6 783	635–877
продвижение сайтов	4 412	1 493–2 659
разработка сайтов	3 508	873–1 342
разработка сайта	3 508	873–1 342
веб-разработка	3 247	617–698
веб-дизайн	3 104	650–761
контекстная реклама	3 066	1 803–2 925
seo продвижение	1 867	1 560–2 804
обновить сайт	1 812	34–48
автоматизация бизнеса	1 551	1 388–2 268
корпоративный сайт	1 534	355–517
аудит сайта	1 506	424–675
мобильная разработка	1 265	894–1 386

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 38 395, февраль — 36 689, март — 51 194, апрель — 49 487, май — 39 249, июнь — 86 176, июль — 180 032, август — 284 979, сентябрь — 91 296, октябрь — 58 873, ноябрь — 53 753, декабрь — 52 900 показов.

● Сколько это стоит

238 ₹

цена клика при полном охвате

8 708 ₹

цена обращения
оценка до запуска

748 888 ₹

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₹	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₹
Поиск	100%	104	8 708

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
13 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
27 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
55 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
114 000	13	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
237 000	27	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
375 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
490 000	56	Кампания наберёт данные	1	4
749 000	86	Рабочая кампания	1	4
1 015 000	117	Рабочая кампания	1	4

Расчёт по цене обращения 8 708 ₹ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 374 444 ₹/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Разработка сайтов **горячий**

Кто: Владельцы бизнеса и маркетологи, ищущие создание или обновление сайта (лендинг, интернет-магазин, корпоративный сайт)

Что мешает: Нет сайта или текущий сайт неэффективен, низкая конверсия, устаревший дизайн

О чём говорить: Создаем сайты под ключ с высокой конверсией, используя современный стек и опыт награжденных проектов

Мобильная разработка **горячий**

Кто: Предприниматели, стартапы, компании, которым нужно мобильное приложение для клиентов или внутреннего использования

Что мешает: Необходимость мобильного присутствия, желание увеличить вовлеченность и лояльность клиентов

О чём говорить: Разрабатываем нативные и кросс-платформенные приложения с публикацией в магазинах и дальнейшей поддержкой

Веб-дизайн **тёплый**

Кто: Компании, которые хотят улучшить дизайн своего сайта или создать новый, но ищут отдельную услугу дизайна

Что мешает: Неудобный интерфейс, низкая конверсия из-за плохого UX, несовременный внешний вид

О чём говорить: Современный UX/UI дизайн с упором на конверсию и адаптивность, прототипирование и тестирование

SEO продвижение **горячий**

Кто: Владельцы сайтов, маркетологи, которые хотят увеличить органический трафик и продажи из поиска

Что мешает: Сайт есть, но не приносит клиентов из-за низких позиций, недостатка трафика

О чём говорить: Комплексное SEO продвижение с проработкой коммерческих факторов и увеличением видимости в поисковых системах

Контекстная реклама **горячий**

Кто: Бизнесы, которым нужны быстрые лиды и продажи через платную рекламу (Яндекс.Директ, Google Ads)

Что мешает: Нужны клиенты сейчас, нет времени ждать результаты SEO, сложно самостоятельно настроить рекламу

О чём говорить: Профессиональная настройка и ведение контекстной рекламы с оптимизацией бюджета и высокой отдачей

Внедрение Битрикс24 **горячий**

Кто: Руководители отделов продаж, собственники бизнеса, которые хотят автоматизировать продажи и CRM

Что мешает: Хаос в воронке продаж, неэффективное управление клиентами, отсутствие автоматизации

О чём говорить: Полное внедрение Битрикс24 с настройкой бизнес-процессов, интеграциями и обучением сотрудников

● 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 исключены
Что считаем обращением	Заявка с формы, Звонок по клику на телефон
Без чего запускать бессмысленно	Отслеживаемый номер телефона + кнопка 'Позвонить менеджеру за консультацией'. Цель: звонок по клику на номер (JavaScript-событие).

● Что отсекаем минус-словами

что такое	аккаунт	бесплатно	скачать	торрент	реферат	курсовая	диплом	вакансия
вакансии	резюме	своими руками	бу	б у				

Спрос и продвижение разработки сайтов: сколько ищут и какими словами

В Москве за месяц по тематике набирают 85 323 показа и 4 266 кликов. Самые частые формулировки: «сделать сайт» — 17 291 показ, «создать сайт» — 12 488, «заказать сайт» — 11 389, «создание сайта» — 11 031. «сайт не работает» ищут 18 881 раз, но это запрос на починку, а не на разработку — его важно отсекают в рекламе. Сезонность у тематики сильная. В июле спрос в 2,11 раза выше среднего за год. Пик — в августе: 284 126 показов, тогда как в феврале всего 36 689. Это значит, что рекламу разработки сайтов выгоднее запускать к лету и в августе, а в декабре-феврале спрос падает до 0,43–0,62 от среднего.

Кто заказывает разработку сайтов и на какой стадии решения

Аудитория делится на три сегмента. Первый — владельцы бизнеса и маркетологи, которым нужен сайт: лендинг, интернет-магазин или корпоративный сайт. Они уже приняли решение, это горячий спрос, и их заботит, почему текущий сайт не приносит заявки. Второй — стартапы и компании, которым нужно мобильное приложение для клиентов или сотрудников. Третий — компании, которые пока хотят только дизайн сайта; это тёплый спрос, они ещё выбирают подрядчика. Рекламу нужно делить по сегментам, чтобы сообщение совпадало со стадией решения.

Сколько стоит реклама разработки сайтов: бюджет от 10 обращений в неделю

Средняя цена клика в тематике — 104 ₽. Одно обращение (заявка) обходится в 8 708 ₽, в коридоре от 5 442 до 14 513 ₽. Конверсия из клика в обращение — около 1,2%. Яндекс Директ учится на конверсиях: кампании нужно минимум 10 обращений в неделю. Чтобы получить это количество, нужно вложить в рекламу около 374 000 ₽ в месяц. Но стабильно он начинает работать примерно с 443 664 ₽ в месяц, а комфортный бюджет, когда тематика раскрывается полностью, — 748 888 ₽ в месяц. С бюджетами 3 000–36 000 ₽ в месяц заявки будут в единичных числах, и оптимизация не включится.

Как настроить Яндекс Директ для разработки сайтов: только поиск, потом сети

Структура зависит от бюджета. Пока кампания не набрала статистику, нужна одна кампания только на Поиске по самым горячим запросам — «сделать сайт», «создать сайт», «заказать сайт». Так бюджет не распыляется, и система быстрее получает данные. Когда бюджет достигает 443 664 ₽ в месяц, к Поиску подключают РСЯ (рекламную сеть Яндекса — показы на тематических сайтах и в приложениях). РСЯ в тематике работает как ретаргетинг: это показ объявления тем, кто уже заходил на сайт. Она не создаёт новый спрос, а догоняет тёплую аудиторию. Если запустить сети до того, как Поиск собрал конверсии, заявки подорожают.

Как продавать разработку сайтов через Яндекс Директ: запросы и объявления

Семантика — это список запросов, по которым показывается реклама. Основные рабочие запросы: «сделать сайт», «создать сайт», «заказать сайт», «создание сайта», «разработка сайта», «корпоративный сайт», «сайт визитка». Отдельно стоят смежные услуги: «продвижение сайтов» (4 412 показов), «поисковое продвижение SEO» (1 867), «контекстная реклама» (3 066) — если студия предоставляет такие услуги, лучше собрать их в отдельные кампании. Минус-слова обязательны. Запрос «сайт не работает» — это потребность починить уже существующий сайт, а не заказать создание; «обновить сайт» — то же самое. Их надо вывести в минус, чтобы не тратил бюджет на людей, которым нужен почин, а не разработка.

Также убирают запросы с «бесплатно» и «своими руками» — по ним приходят не покупатели, а те, кто хочет сделать сайт самостоятельно.

Что писать в объявлениях о разработке сайтов

Объявления строятся вокруг конкретного результата. Для сегмента разработки сайтов — это сайт под ключ, который приводит заявки, с упором на конверсию, современный стек и опыт награждённых проектов. Для мобильной разработки — публикация приложения в магазинах приложений и дальнейшая поддержка. Для запроса на дизайн — UX/UI (дизайн интерфейса), адаптивность, прототипирование и тестирование. Покажите, что пользователь получит: готовый сайт, приложение, которое опубликовано в магазинах, или макет, готовый к вёрстке.

Что измерять, чтобы не слить бюджет

Рекламу нужно измерять по обращениям, а не по кликам. Считайте цену клика, цену обращения и долю рекламных расходов. Конверсия 1,2% — ориентир: если итоговая цена обращения выше 14 513 ₽, значит, связка уходит за верхний коридор. Без счётчика целей цифры не увидеть, поэтому до запуска нужно настроить приём заявок и отслеживание. Также учитывайте сезон. В августе показов 284 126, в феврале 36 689 — разница в разы. Если запустить кампанию зимой, на те же деньги вы получите кратно меньше спроса. Планируйте запуск и увеличение бюджета к пику.

Типичные ошибки: разработка сайтов

- Запускать рекламу разработки сайтов с бюджетом 3 000 ₽: до 10 обращений в неделю кампания не дотянет, автостратегия не обучится, заявки будут дорогими.
- Использовать запрос «сайт не работает» в рекламной кампании по разработке — это запрос на ремонт, он сжигает бюджет.
- Включать РСЯ на старте до накопления 10 обращений в неделю — сеть не даёт прямого спроса и замедляет обучение.
- Писать в объявлениях «сайты любой сложности» вместо конкретного результата: такой текст не отвечает на запрос клиента.
- Не настраивать счётчик обращений: без него невозможно определить цену заявки и долю рекламных расходов.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать кампанию на Поиске по запросам «сделать сайт», «создать сайт», «заказать сайт», «создание сайта».
2. Добавить минус-слова: сайт не работает, обновить сайт, бесплатно, своими руками.
3. Настроить счётчик целей и передавать обращения в рекламный кабинет.
4. Запустить отдельные кампании для корпоративных сайтов, мобильной разработки и дизайна.
5. Убедиться, что на посадочной странице есть форма заявки и телефон.

Продвижение разработки сайтов: с чего начать?

Начните с бюджета и счётчика целей. Нужно минимум 10 обращений в неделю для обучения автостратегии, для этого нужно вложить в рекламу около 374 000–443 664 ₽ в месяц. До запуска подключите счётчик и форму заявки, иначе не будет данных для оптимизации.

Как продавать разработку сайтов через Яндекс Директ?

Запускайте поисковую кампанию по горячим запросам «сделать сайт», «создать сайт», «заказать сайт». В объявлении давайте конкретный результат: сайт под ключ, высокую конверсию, опыт награждённых проектов.

Как продвинуть разработку сайтов в интернете?

В Яндекс Директе основной канал — Поиск, на старте он даёт 100% обращений. РСЯ (тематические площадки) подключают позже, как ретаргетинг на тех, кто уже был на сайте. Сначала концентрируйтесь на поисковых запросах, они ближе к покупке.

Как работает контекстная реклама для разработки сайтов?

Реклама показывается по запросам, где человек уже ищет услугу создания сайта. Система обучается на ваших заявках: чем больше обращений в неделю, тем точнее она находит клиентов. При конверсии 1,2% и цене клика 104 ₽ обращение обходится около 8 708 ₽.

Как рекламировать разработку сайтов?

Используйте отдельные кампании под сегменты: создание сайтов, мобильную разработку, дизайн. Отсекайте запросы на ремонт и самостоятельное создание. Измеряйте цену обращения, а не только клики.

Что даёт реклама разработки сайтов в Яндекс Директе?

Она приводит людей, которые уже готовы заказать сайт. В Москве по теме — 85 323 показа в месяц, это горячий спрос. Реклама позволяет выйти на него по средней цене клика 104 ₽, но только при бюджете, достаточном для обучения кампании.

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 «разработка сайтов», 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.