

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · РЕМОНТ ТЕХНИКИ

Реклама ремонта вилочных погрузчиков в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, октябрь 2026 · Краснодарский край

1 445

показов в месяц — спрос по семантике плана

114 ₽

цена клика при полном охвате

1 421–3 787 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

97 739 ₽

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-remont-vilochnyh-pogruzchikov-krasnodarskiy
Регион разбора	Краснодарский край

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
ремонт спецтехники	242	313–372
ремонт погрузчиков	234	572–984
запчасти на погрузчик	188	194–233
шины для погрузчиков	103	73–103
ремонт рохли	78	112–128
запчасти для погрузчика	72	77–334
погрузчик не работает	61	146–597
замена масла в погрузчике	45	28–51
погрузчик не заводится	38	733–1 372
ремонт вилочных погрузчиков	37	136–194
ремонт штабелера	36	460–493
диагностика погрузчика	23	153
погрузчик не едет	21	90
ТО вилочных погрузчиков	18	188–562
ремонт электропогрузчиков	18	81
АКБ для погрузчика	18	123–162
ремонт гидравлической тележки	17	12–76
ремонт гидравлических тележек	17	12–76
ремонт гидроцилиндра погрузчика	8	—
ремонт тяговых аккумуляторов	8	—

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 910, февраль — 1 343, март — 1 242, апрель — 967, май — 1 285, июнь — 852, июль — 2 079, август — 1 487, сентябрь — 1 747, октябрь — 2 353, ноябрь — 1 805, декабрь — 1 271 показов.

● Сколько это стоит

114 ₹

цена клика при полном охвате

2 273 ₹

цена обращения
оценка до запуска

195 478 ₹

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₹	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₹
Поиск	100%	114	2 273

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
5 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
7 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
9 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
13 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
17 000	7	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
22 000	10	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
29 526	13	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 2 273 ₹ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 97 739 ₹/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Аварийный выезд — «техника встала» горячий

Кто: Начальник склада или главный механик у сломанной машины: «погрузчик встал», «не поднимает груз», «потекла гидравлика», «не заводится» — ищет с телефона, короткими фразами, часто с гео-ключами

Что мешает: Простой склада и сорванная отгрузка: нужно, чтобы машина поехала сегодня, а не через неделю

О чём говорить: «Приедем на вашу площадку в день обращения»: бригада с инструментом и запчастями, диагностика на месте, отчёт с рекомендациями по ремонту

Ремонт вилочных погрузчиков (родовой спрос) горячий

Кто: Главный механик, начальник склада, ИП с парком 1–20 погрузчиков разномастных марок: ищет «ремонт погрузчиков», «ремонт вилочных погрузчиков», «ремонт и обслуживание погрузчиков» + город

Что мешает: Нужен подрядчик, который возьмёт любую марку и не сорвёт сроки; не хочется гонять технику в чужой сервис и отрывать своих людей

О чём говорить: Ремонтируем погрузчики всех марок и стран: от диагностики до капремонта, гарантия от 6 месяцев, работа с юрлицами и ИП, безнал с НДС и закрывающие документы

Выездной ремонт на территории клиента горячий

Кто: Логист или директор, которому нельзя останавливать склад: «выездной ремонт погрузчиков», «ремонт погрузчиков с выездом», «вызвать механика на склад»

Что мешает: Нельзя везти погрузчик через город и терять день-два простоя; нужен механик на площадке

О чём говорить: Выезд по Краснодару и краю: механик с оборудованием и запчастями у вас на складе, поломка устраняется на месте, без эвакуации техники

Ремонт погрузчиков конкретной марки горячий

Кто: Главный механик парка из Hangcha, HELI, JAC, HC(TFN), Toyota, Doosan, Jungheinrich, Linde: «ремонт погрузчика Hangcha», «ремонт погрузчиков Toyota», «сервис HELI»

Что мешает: На конкретную марку нужны оригинальные запчасти и люди, знающие её конструктив, а не универсалы с «попробуем»

О чём говорить: JAC, HC(TFN) на Юге: оригинальные запчасти со своего склада, гарантия от 6 месяцев, знаем конструктив каждой марки

Плановое ТО по регламенту горячий

Кто: Главный механик и снабженец, планирующие обслуживание: «ТО погрузчика», «ТО-2 погрузчик Toyota», «техническое обслуживание погрузчиков по регламенту»

Что мешает: Нельзя допустить внезапного отказа перед пиковой нагрузкой; расходники нужно купить и провести ТО в срок

О чём говорить: ТО-1, ТО-2, ТО-3 и сезонное обслуживание по регламенту производителя: приезжаем по графику, масла и фильтры со склада, отметка в сервисной книжке

Обслуживание парка по договору (аутсорсинг) тёплый

Кто: Директор или ИП с парком 3–8+ машин: «обслуживание погрузчиков по договору», «аутсорсинг ремонта погрузчиков», «сервисный контракт на складскую технику цена»

Что мешает: Хочет снять с себя головную боль по парку: свой механик дорог, нужен один ответственный подрядчик и предсказуемый бюджет

О чём говорить: Берём парк на обслуживание: график ТО, приоритетный выезд, склад запчастей под ваши

● 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	Отправка заявки (форма «Оставить заявку» + форма «Задать вопрос по ремонту»), Звонок с сайта — клик по номеру
Без чего запускать бессмысленно	Бизнес телефонный (выездная диагностика, ТО, запчасти), поэтому минимум — считать звонок. Поставить на сайт подменный трекинг-номер (коллтрекинг, например на базе) и вывести его как основной кликабельный -номер + СТА «Позвонить менеджеру за консультацией» в шапке и на страницах услуг; каждый звонок передавать в Метрику целью «Звонок с подменного номера» (интеграция коллтрекинга) — звонок = конверсия. Если коллтрекинг пока не готов — временно считать конверсией автоцель «Клик по телефону» по -ссылке.

● Что отсекаем минус-словами

характеристик	бу	авито	бесплатно	скачать	торрент	реферат	курсовая	диплом
вакансия	вакансии	резюме	своими руками	б у				

Спрос и продвижение ремонта вилочных погрузчиков: сколько ищут и какими словами

Ядро запросов по ремонту вилочных погрузчиков в Краснодарском крае даёт 1 445 показов и 259 кликов в месяц. Больше всего ищут родовыми формулировками: «ремонт спецтехники» — 242 показа, «ремонт погрузчиков» — 234, «ремонт вилочных погрузчиков» — 37. Вторая группа — аварийная: «погрузчик не работает» — 61 показ, «погрузчик не заводится» — 38, «погрузчик не едет» — 21. Третья — плановое обслуживание: «замена масла в погрузчике» — 45 показов, «диагностика погрузчика» — 23, «ТО вилочных погрузчиков» — 18. Отдельно живут запчасти и колёса: «запчасти на погрузчик» — 188 показов, «запчасти для погрузчика» — 72, «шины для погрузчиков» — 103, «ремонт рохли» — 78. Группы отличаются не только словами. Главный механик у вставшей машины звонит сразу, с телефона, а снабженец, подбирающий шины или фильтры, сравнивает поставщиков несколько дней. Объявления под аварию и под плановое ТО не могут быть одинаковыми. Коэффициент сезонности по октябрю — 1,63 к среднему году. В ноябре спрос держится на 1,25, в декабре падает до 0,88, минимум приходится на июнь (0,59) и январь (0,63). Ещё один заметный подъём — июль (1,44). Бюджет продвижения ремонта вилочных погрузчиков стоит выравнивать по коэффициентам: в низкий месяц те же деньги приносят меньше обращений, и падение спроса легко принять за плохую кампанию.

Сколько стоит реклама ремонта вилочных погрузчиков: клик, обращение, обучение

Цена клика при ремонте вилочных погрузчиков — 114 ₽ при полном охвате. Цена обращения — 2 273 ₽, вилка прогноза — от 1 421 до 3 787 ₽; обращение оценено до запуска по отраслевому ориентиру, счётчик его пока не подтверждал. В расчёт заложена конверсия сайта, взятая по отраслевому ориентиру: если формы и звонки работают хуже, обращение выйдет дороже верхней границы вилки. Обучение автостратегии: алгоритму нужно 10 конверсий в неделю, чтобы перестать работать вслепую. Десять обращений по 2 273 ₽ — это 22 730 ₽ в неделю, или 97 739 ₽ в месяц. Бюджет с запасом, при котором автостратегия выходит на полную силу, — 195 478 ₽ в месяц. Нижняя граница: при 3 000 ₽ в месяц расчёт даёт одну заявку за месяц: учиться не на чем, автоматика работает неточно, и заявка выходит дороже. Потолок спроса по поиску — 29 526 ₽ в месяц: больше поиск в ремонте вилочных погрузчиков не отдаст, сколько ни добавляй. Все числа выше — из одного медиаплана по ремонту вилочных погрузчиков для Краснодарского края.

Как настроить Яндекс Директ для ремонта вилочных погрузчиков: каналы и автоподбор

Работает только Поиск — рекламные сети выключены. Причина в объёме: весь спрос укладывается в 29 526 ₽ в месяц, и добирать его охватом имеет смысл лишь после того, как поиск исчерпан. Тогда следующая ступень — показы по интересам и похожим аудиториям, товарные карточки по фиду, возврат тех, кто уже был на сайте. До момента сети отбирают бюджет у поиска, которому этот бюджет нужен для обучения. Старт — одна кампания на самый горячий спрос: бюджет концентрируется, и статистика набирается быстрее. Стратегия на старте — «Максимум кликов»: она собирает данные о том, по каким запросам приходят обращения. Когда кампания две недели подряд держит 10 конверсий в неделю, её переводят на «Максимум конверсий». Автоподбор в поисковой кампании отключить нельзя: площадка требует хотя бы одну активную категорию. Поэтому категории ограничивают — оставляют целевые запросы про ремонт, обслуживание и запчасти, остальные выключают. Доля автоподбора в плане — 2,63%, всё остальное приходит с точных запросов.

Как рекламировать ремонт вилочных погрузчиков: что писать в объявлениях

Ядро собирается из трёх групп. - Родовой ремонт: «ремонт спецтехники» (242 показа), «ремонт погрузчиков» (234), «ремонт вилочных погрузчиков» (37), «ремонт штабелера» (36), «ремонт электропогрузчиков» (18). - Авария: «погрузчик не работает» (61), «погрузчик не заводится» (38), «погрузчик не едет» (21). - Обслуживание и детали: «замена масла в погрузчике» (45), «диагностика погрузчика» (23), «ТО вилочных погрузчиков» (18), «запчасти на погрузчик» (188), «шины для погрузчиков» (103), «ремонт рохли» (78). Разброс ставки входа показывает, где дороже попасть в аукцион: по запросу «погрузчик не заводится» просят от 733 до 1 372 ₽, по запросу «замена масла в погрузчике» — от 28 до 51 ₽. Ставка входа — не цена клика: столько запрашивают за участие в аукционе, а списывается меньше. Минус-слова отсекают три потока, которые съедают бюджет и не дают заявок. Первый — б/у техника и объявления: «бу», «б у», «авито». Второй — инструкции и учёба: «своими руками», «скачать», «реферат», «курсовая», «диплом», «торрент», «бесплатно», «характеристик». Третий — поиск работы: «вакансия», «вакансии», «резюме». Список пополняют по отчёту поисковых запросов: всё, где человек ищет машину или инструкцию, а не ремонт, уходит в минус.

Что писать в объявлениях про ремонт вилочных погрузчиков

Объявление адресуют конкретной роли: главному механику, начальнику склада или снабженцу. У каждой свой повод искать подрядчика, поэтому и текст разный. - «Техника встала»: «Приедем на вашу площадку в день обращения» — бригада с инструментом и запчастями, диагностика на месте, отчёт с рекомендациями. Аварийный сегмент ищет с телефона короткими фразами, поэтому первый экран — выезд и телефон, а не описание парка. - Родовой ремонт: «Ремонтируем погрузчики всех марок и стран» — от диагностики до капремонта, гарантия от 6 месяцев, работа с юрлицами и ИП, безнал с НДС и закрывающие документы. - Конкретная марка: запросы идут по производителям — Hangcha, HELI, JAC. Такому механику важны оригинальные запчасти со склада и знание конструктива, а не универсальное «попробуем». - Плановое ТО: «ТО-1, ТО-2, ТО-3 по регламенту производителя» — приезд по графику, масла и фильтры со склада, отметка в сервисной книжке. Цены в объявлении не пишут. Обращение стоит 2 273 ₽, а решение о ремонте читатель принимает по сроку выезда и гарантии. Один шаблон на все группы запросов работает хуже: у механика с вставшим погрузчиком и у снабженца с изношенными шинами разные вопросы в первом предложении.

Что измерять в рекламе ремонта вилочных погрузчиков

Ремонт вилочных погрузчиков продаётся по телефону: выездная диагностика, ТО, запчасти — всё начинается со звонка. Значит, главная конверсия — звонок, а не просмотр страницы. - Поставьте подменный номер (коллтрекинг) и сделайте его основным кликабельным номером, добавьте кнопку «Позвонить менеджеру за консультацией» в шапку и на страницах услуг. - Каждый звонок передавайте в Метрику целью «Звонок с подменного номера» — тогда обращение видно в отчёте кампании. - Пока коллтрекинга нет, считайте конверсией автоцель «Клик по телефону»: это грубее, но лучше, чем ничего. - Отправку форм «Оставить заявку» и «Задать вопрос по ремонту» засчитывайте как вторую цель. - Микроконверсии — клик по «Заказать звонок», начало заполнения формы, клик по кнопке «Оставить заявку» — показывают, где человек останавливается, пока макроконверсий мало. Ориентир для сверки — цена обращения 2 273 ₽. Если звонок после запуска стоит заметно дороже верхней границы вилки — 3 787 ₽, причина в сайте или в семантике, а не в размере бюджета. И держите в голове 10 конверсий в неделю: пока их нет, отчёт колеблется так сильно, что по нему нельзя судить о каналах.

Типичные ошибки: ремонт вилочных погрузчиков

- Планировать от ставки входа: по «погрузчик не заводится» просят 733–1 372 ₽, но это ставка входа в аукцион. а цена клика при ремонте вилочных погрузчиков — 114 ₽.

- Стартовать с 3 000 ₽ в месяц и ждать потока заявок: расчёт даёт одну заявку за месяц при цене обращения 2 273 ₽, то есть кампания не наберёт 10 конверсий в неделю и не обучится.
- Включать рекламные сети раньше, чем выбран поиск: поиск отдаёт до 29 526 ₽ в месяц, и охват, запущенный раньше времени, отбирает у него бюджет.
- Брать только «ремонт вилочных погрузчиков» (37 показов) и терять 242 показа по «ремонт спецтехники» и 234 по «ремонт погрузчиков».
- Не поставить коллтрекинг до запуска: тогда звонки идут, а кампания не видит ни одной конверсии и не добывает 10 в неделю.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать ядро из родовых, аварийных и сервисных запросов — 1 445 показов и 259 кликов в месяц по Краснодарскому краю.
2. Добавить минус-слова: бу, б у, авито, бесплатно, скачать, своими руками, вакансии, резюме, реферат, курсовая, диплом, торрент, характеристик.
3. Ограничить категории автоподбора целевыми запросами — полностью отключить его в поиске нельзя.
4. Запустить одну поисковую кампанию на «Максимум кликов» с бюджетом 22 730 ₽ в неделю (97 739 ₽ в месяц), чтобы набрать 10 конверсий в неделю.
5. Настроить коллтрекинг и цель «Звонок с подменного номера» до запуска, а не после первых отчётов.

■ Вопросы владельцев бизнеса

Как продавать ремонт вилочных погрузчиков через Яндекс Директ?

Через поиск и телефон: 259 кликов в месяц по ядру при цене клика 114 ₽ дают обращения по 2 273 ₽. Продажа начинается со звонка, поэтому сначала ставят коллтрекинг, а кампанию запускают на горячий спрос — «ремонт погрузчиков» и аварийные «не заводится», «не работает».

Продвижение ремонта вилочных погрузчиков: с чего начать?

С ядра и бюджета. Ядро в Краснодарском крае — 1 445 показов в месяц, рабочий бюджет — 22 730 ₽ в неделю (97 739 ₽ в месяц): при нём набирается 10 конверсий в неделю и автостратегия обучается.

Как продвинуть ремонт вилочных погрузчиков в интернете, кроме поиска?

Поиск по ремонту вилочных погрузчиков исчерпывается 29 526 ₽ в месяц — это потолок спроса. Дальше растут охватом: показы по интересам и похожим аудиториям, товарные карточки по фиду, возврат тех, кто уже был на сайте. Порядок именно такой: сперва выбрать поиск, потом добавлять охват.

Как рекламировать ремонт вилочных погрузчиков?

Одной поисковой кампанией на «Максимум кликов», с ограниченными категориями автоподбора, объявлениями под три роли — авария, родовой ремонт, плановое ТО — и минус-словами на б/у технику, инструкции и вакансии. Ориентир по обращению — 2 273 ₽.

Сколько стоит реклама ремонта вилочных погрузчиков?

Клик — 114 ₽, обращение — 2 273 ₽ по ориентиру, вилка прогноза 1 421–3 787 ₽. Обучение автостратегии — 22 730 ₽ в неделю, или 97 739 ₽ в месяц; бюджет с запасом — 195 478 ₽ в месяц.

Хватит ли 3 000 ₽ в месяц на рекламу ремонта вилочных погрузчиков?

Нет. При 3 000 ₽ расчёт даёт одну заявку в месяц при цене обращения 2 273 ₽, а автостратегии нужно 10 конверсий в неделю. Такой бюджет кампанию не обучает, а только расходует деньги.

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, kupaslova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «ремонт вилочных погрузчиков», 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.