

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ДРУГИЕ ТЕМАТИКИ

Реклама защиты от DDoS-атак в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, июнь 2026 · вся Россия

183 800

показов в месяц — спрос по семантике плана

630 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 44 ₽

19 613 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

843 359 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

● Кто собрал этот разбор

7 сентября 2026

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-sayt-nedostupen
Регион разбора	вся Россия

● Как ищут: запросы и ставки

прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
ddos protection	243	2 023
антиддос	130	266
онлайн проверка ddos	11	27–31
cloud ddos protection	5	—
аудит безопасности ddos	1	—
сервер не отвечает ddos	1	—

● Сколько это стоит

630 ₽ цена клика при полном охвате	19 613 ₽ цена обращения оценка до запуска	1 686 718 ₽ бюджет, на котором ниша раскрывается
--	--	---

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	1%	44	4 359
РСЯ	89%	13	3 278
Ретаргетинг	10%	26	6 561

Цена обращения в строке посчитана по своему каналу — складывать столбец нельзя.

БЮДЖЕТ, ₽/МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
20 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
51 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
132 000	7	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
339 000	17	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
844 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
874 000	45	Кампания наберёт данные	1	4
1 687 000	86	Рабочая кампания	1	4
2 249 000	115	Рабочая кампания	1	4
5 789 700	295	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 19 613 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 843 359 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Срочная защита от DDoS при атаке горячий

Кто: Владелец сайта/сервера, у которого уже идет DDoS-атака, сайт упал или тормозит. Ищет немедленное решение, паника.

Что мешает: Сайт недоступен, бизнес теряет деньги и клиентов прямо сейчас. Нужно срочно остановить атаку и восстановить доступ.

О чём говорить: Мгновенное подключение защиты. Мы блокируем атаку за минуты. Круглосуточная поддержка. Есть бесплатный тест.

Покупка защиты от DDoS (подписка/тариф) горячий

Кто: Владелец сайта/сервера, который осознанно хочет купить услугу защиты на регулярной основе. Сравнивает цены, тарифы, провайдеров.

Что мешает: Хочу надежную защиту от DDoS по адекватной цене. Страх, что однажды сайт упадет из-за атаки. Нужно выбрать лучший вариант.

О чём говорить: Прозрачные тарифы без скрытых платежей. Защита любого уровня — от 100 Гбит/с до защиты enterprise. Бесплатный тест-драйв.

Защита сайта/сервера от DDoS под ключ тёплый

Кто: Владелец сайта на CMS (WordPress, Joomla, 1С-Битрикс), VPS/VDS сервера. Ищет не просто сервис, а настройку и интеграцию защиты.

Что мешает: Нужно, чтобы кто-то настроил защиту правильно: подключил через Cloudflare, nginx, BGP. Сам разобраться не может или не хочет.

О чём говорить: Берем на себя полную настройку. Работаем со всеми популярными CMS и серверами

Настройка и выбор защиты от DDoS тёплый

Кто: Технический специалист (сисадмин, devops), который ищет инструкции, гайды, как настроить защиту самостоятельно. Сравнивает решения.

Что мешает: Хочу защитить сервер/сайт, но не уверен, какой метод лучше (Cloudflare, nginx anti-ddos, iptables, BGP). Нужна информация и готовая конфигурация.

О чём говорить: Мы не только даем готовую защиту, но и помогаем настроить вашу. Делаем аудит текущей безопасности. Предлагаем гибридное решение.

Диагностика DDoS-атаки холодный

Кто: Владелец сайта/сервера, который подозревает DDoS-атаку: сайт тормозит, не открывается. Не уверен, что это атака. Ищет, как определить.

Что мешает: Не понимаю, что происходит с сайтом. Может, это проблемы хостинга, может, атака. Нужно диагностировать причину и получить план действий.

О чём говорить: Бесплатно проверим, атакуют ли вас. Сразу подключим защиту и снимим нагрузку

■ 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, РСЯ и ретаргетинг — разными кампаниями
Что считаем обращением	Заявка на услуги, Звонок с сайта

■ Что отсекаем минус-словами

бесплатно

скачать

своими руками

самостоятельно

настройка

видео

инструкция

обучение

курс

что такое

определение

как работает

принцип

софт

программа

алгоритм

купить

как

настроить

срочно

что делать

определить

проверить

утилита

признаки

схема

остановить

тариф

подписка

vps

Спрос и продвижение защиты от DDoS-атак: сколько ищут и какими словами

Когда сайт лёг под атакой, владелец не ищет «маркетинговые услуги» — он вводит в Яндексе «ddos protection», «антиддос», «онлайн проверка ddos», а иногда и «сервер не отвечает ddos». По этим и соседним формулировкам в месяц набирается 183 800 показов и 9 190 кликов. Это немного, но спрос максимально горячий: человеку нужно срочно вернуть сайт, и он готов платить за скорость. Сезонных скачков нет — ниша скорее ровная, атаки случаются круглый год. Поэтому рекламу можно держать включённой постоянно.

Сколько стоит реклама защиты от DDoS и когда она начнёт приносить заявки

Клик по поисковой рекламе при полном охвате спроса стоит 630 ₽. Цена обращения — 19 613 ₽ за заявку или звонок; это оценка до запуска, точную цифру покажет счётчик. Автостратегия «Максимум конверсий» (Яндекс сам ищет людей, которые чаще оставляют заявки) обучается на 10 конверсиях в неделю. Чтобы накопить их при такой цене, нужен бюджет 196 130 ₽ в неделю, или 843 359 ₽ в месяц. Пока кампания не вышла на этот уровень, алгоритм работает в режиме «Максимум кликов» и не гарантирует заявки. Закладывайте бюджет с запасом — вдвое выше порога, тогда система работает уверенно.

Как настроить Яндекс Директ для защиты от DDoS

Поиск, рекламная сеть Яндекса (РСЯ) и ретаргетинг в нише должны жить в разных кампаниях. У них разная цена обращения, и если слить их в одну, бюджет уйдёт в дешёвые показы, а целевые заявки с поиска не соберутся. Первым делом запускайте одну поисковую кампанию по самым горячим запросам: «антиддос», «ddos protection», «cloud ddos protection». Так вы концентрируете деньги на тех, кто уже ищет защиту. РСЯ и ретаргетинг подключайте, когда поисковый спрос исчерпан — это примерно 5 789 700 ₽ в месяц, дальше рост даёт охват. В настройках автоподбор (автотаргетинг) отключить нельзя, поэтому ограничьте его категориями целевыми запросами о защите от DDoS, чтобы не показывать объявления по посторонним темам.

Как продавать защиту от DDoS-атак через Яндекс Директ: запросы и объявления

В кампанию берём запросы с явным намерением защитить сайт: «ddos protection», «антиддос», «аудит безопасности ddos». Это короткий список, ниша узкая. Минус-слова обязательны. Отсекайте «бесплатно», «скачать», «своими руками», «самостоятельно», «инструкция», «курс», «что такое», «как работает», «настроить». Если их оставить, на объявление будут кликать те, кто хочет решить проблему сам, а не покупать услугу. Убирайте и «срочно» с «определить» — это крики о помощи, а не коммерческий запрос.

Что писать в объявлениях о защите от DDoS

В объявлении отзываются не на «комплексную защиту», а на боль. Поэтому заголовок «Сайт упал? Вернём за минуты» работает лучше, чем «Антиддос-провайдер». Используйте в тексте: «блокируем атаку за минуты», «круглосуточная поддержка», «бесплатный тест защиты», «никаких скрытых платежей». Для владельцев сайтов на CMS добавляйте совместимость: WordPress, Joomla, «1С-Битрикс». Для тех, кто сравнивает тарифы, — фиксированную цену без сюрпризов. Отдельное объявление для тех, кто подозревает атаку: «Проверим, атакуют ли вас, бесплатно».

Что измерять, чтобы запуск не был вслепую

До старта подключите Яндекс Метрику и настройте цели. Без них автостратегия не увидит, кто оставил заявку.

микроконверсии: клик по телефону, открытие чата, просмотр страницы контактов. По данным алгоритм отличает целевой клик от случайного. Цена обращения 19 613 ₽ — предварительная оценка, а не факт. После накопления статистики сверяйте фактическую цену заявки со счётчиком и корректируйте ставки.

Типичные ошибки: Сайт недоступен

- Запускать кампанию без минус-слов: по запросу «ddos protection» придут и те, кто ищет бесплатный сервис, и те, кто хочет разобраться сам, — деньги уйдут на нецелевые клики.
- Пытаться обучить стратегию на бюджете 50 000 ₽ в месяц, когда нужно 843 359 ₽: без 10 конверсий в неделю алгоритм не переключится на оптимизацию по заявкам и цена заявки будет выше.
- Смешивать Поиск и РСЯ в одной кампании: сетевые показы вытесняют поисковые из-за дешёвого клика, и горячий поисковый спрос остаётся без рекламы.
- Использовать в объявлении общие слова «защита от DDoS», не называя скорость подключения и бесплатный тест, — тогда объявление теряется среди похожих.
- Запускать без счётчика и целей: точную цену заявки вы не узнаете и не сможете перевести кампанию на «Максимум конверсий».

Чек-лист перед запуском

1. Подключите Яндекс Метрику и создайте цели: заявка на услуги и звонок с сайта.
2. Соберите минус-слова: «бесплатно», «скачать», «своими руками», «инструкция», «настроить».
3. Запустите одну поисковую кампанию с запросами «антиддос», «ddos protection», «cloud ddos protection».
4. Поставьте бюджет из расчёта 843 359 ₽ в месяц, чтобы кампания набирала не менее 10 конверсий в неделю.
5. Через две недели подряд с 10 конверсиями в неделю переведите стратегию с «Максимум кликов» на «Максимум конверсий».

Как продавать защиту от DDoS через Яндекс Директ?

Соберите поисковые запросы «антиддос» и «ddos protection», запустите на них отдельную кампанию и заложите бюджет 843 359 ₽ в месяц. При цене клика 630 ₽ и цене обращения 19 613 ₽ кампания выйдет на 10 конверсий в неделю и начнёт оптимизироваться по заявкам.

Как продвинуть услугу, которая лечит «сайт недоступен»?

Используйте в объявлениях симптом — «сайт упал» — и обещайте скорость. Поисковый спрос по теме «сайт недоступен» вместе с формулировками об антиддос даёт 183 800 показов и 9 190 кликов в месяц.

Сколько стоит реклама защиты от DDoS?

Клик стоит 630 ₽ при полном охвате, заявка — 19 613 ₽. Для обучения автостратегии нужен бюджет 196 130 ₽ в неделю, то есть 843 359 ₽ в месяц.

С каким бюджетом нет смысла запускаться?

При бюджете 20 000 ₽ в месяц выходит около одной заявки в месяц — кампания не набирает нужные 10 конверсий в неделю и не обучается.

Когда подключать РСЯ и ретаргетинг?

Рекламную сеть Яндекса и ретаргетинг добавляйте после того, как исчерпан поисковый спрос: его потолок — 5 789 700 ₽ в месяц. До этого дешевле концентрироваться на поиске.

Почему клики есть, а заявок нет?

Скорее всего, в кампании остались информационные запросы вроде «как настроить защиту своими руками». Отсеките их минус-словами. Например, запрос «онлайн проверка ddos» даёт 11 показов в месяц — это диагностическая просьба, а не заявка на услугу.

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 «Сайт недоступен», 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.