

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

Реклама SEO-инструментов в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

158 438

показов в месяц — ёмкость спроса

159 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 34 ₽

1 776–4 737 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

122 206 ₽

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-seo-instrumenty
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
создание сайтов	100 074	329–469
конструктор сайтов	52 809	381–523
быстро создать сайт	637	422–459
seo инструменты	549	330–505
аудит сайта онлайн	310	180–313
конструктор сайтов с бесплатным доменом	306	378–449
анализ структуры сайта	267	103–112
отслеживание позиций	252	199–223
провести аудит сайта	205	227
сравнение позиций период	189	155
сайт для строительной компании	158	334–644
seo метрика	138	1 125–1 614
конструктор сайтов цена	138	267
yandex позиции	116	158–358
seo платформа	115	342–925
сайт не индексируется	112	147–484
все для seo	110	713
сайт для агентства недвижимости	107	520–747
проверка на битые ссылки	106	25–52
проверить sitemap	102	73–117

■ Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 120 413, февраль — 110 907, март — 148 932, апрель — 139 425, май — 126 750, июнь — 161 607, июль — 167 944, август — 183 788, сентябрь — 158 438, октябрь — 274 098, ноябрь — 167 944, декабрь — 136 257 показов.

● Сколько это стоит

159 ₽

цена клика при полном охвате

2 842 ₽

цена обращения
оценка до запуска

244 412 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	85%	34	3 020
РСЯ	15%	10	2 132

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
6 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
13 000	5	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
26 000	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
54 000	19	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
112 000	40	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
123 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
230 000	81	Кампания наберёт данные	1	4
245 000	86	Рабочая кампания	1	4
474 000	167	Рабочая кампания	3	16
977 648	344	Рабочая кампания	5	51

Расчёт по цене обращения 2 842 ₽ (оценка). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 122 206 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Аудит сайта горячий

Кто: SEO-специалисты, владельцы сайтов, маркетологи, которые ищут инструмент для быстрой и подробной проверки сайта на ошибки, получения отчёта с приоритетами и планом действий

Что мешает: Нужно оперативно выявить SEO-проблемы сайта, чтобы исправить их и улучшить ранжирование, но ручной аудит отнимает много времени; не хватает автоматизированного сервиса с русскоязычной поддержкой и учётом Яндекса/Google

О чём говорить: Получите готовый отчёт с приоритетами за 30 секунд — просто введите URL и увидите проблемы с пояснениями, что делать первым делом. Бесплатно 2 запуска в день

Проверка мета-тегов горячий

Кто: SEO-специалисты, контент-менеджеры, веб-мастера, которые хотят быстро проверить правильность title и description на всём сайте, выявить дубли, отсутствие или несоответствие тегов

Что мешает: Вручную проверять мета-теги на десятках страниц долго и муторно; нужен автоматический инструмент, который сразу подсветит ошибки и даст список страниц для исправления

О чём говорить: Мгновенная проверка title и description по всему сайту: дубли, длина, отсутствие — всё в одном отчёте с группировкой по страницам. Экономьте часы рутины

Генератор заголовков горячий

Кто: SEO-специалисты, копирайтеры, владельцы сайтов, которые пишут title и description вручную и хотят ускорить процесс, а также получить варианты, оптимизированные под поисковые системы

Что мешает: Составление качественных title и description для каждой страницы отнимает много времени; нужен генератор, который учитывает ключевые слова и правила SEO

О чём говорить: Генерируйте title и description для любых страниц за секунду — просто укажите тему или ключевые слова. Можно настроить под бренд и использовать готовые шаблоны

Анализ структуры сайта тёплый

Кто: SEO-специалисты, технические директора, разработчики, которые хотят проверить иерархию URL, вложенность, наличие битых ссылок, проблемы с индексацией

Что мешает: Плохая структура мешает индексации и ухудшает ранжирование; ручной анализ сложен, а готовых инструментов с учётом русского сегмента мало

О чём говорить: Детальный анализ структуры сайта: глубина вложенности, битые ссылки, ошибки и sitemap — всё в удобном отчёте с рекомендациями по исправлению

SEO-метрика (трафик, позиции, минус-бренд) тёплый

Кто: SEO-специалисты, владельцы сайтов, маркетологи, которые хотят отслеживать динамику SEO-трафика, позиции по ключам и исключать брендовые запросы

Что мешает: Сложно собрать в одном окне трафик из Яндекса и Google, сравнить месяцы и вычесть брендовый трафик; многие сервисы платные и не учитывают специфику

О чём говорить: Смотрите SEO-трафик, позиции и минус-бренд в одном отчёте. Подключайте Яндекс Метрику, сравнивайте периоды, отдельно отслеживайте Яндекс и Google — всё бесплатно в рамках лимита

Конструктор сайтов с SEO тёплый

Кто: Предприниматели, фрилансеры, владельцы малого бизнеса, которые хотят создать простой сайт быстро, но при этом чтобы он изначально был оптимизирован под поиск

Что мешает: но большинство конструкторов не дают гибких SEO-настроек; приходится потом дорабатывать

О чём говорить: Создайте SEO-дружественный сайт за 3–5 минут: свой домен, логотип, цены — всё с базовой оптимизацией. Бесплатные шаблоны для агентств, фитнес-тренеров, строителей и других ниш

■ 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

Поиск и РСЯ — одной кампанией

■ Что отсекаем минус-словами

вакансия

работа

курсы

обучение

своими руками

как сделать

инструкция

скачать

установить

программа

diy

реферат

уроки

вебинар

мастер-класс

самостоятельно

бесплатно без регистрации

программа для windows

курс

урок

создать

написать

генератор

как написать

приложение

для windows

для mac

торрент

кряк

ключ

Спрос и продвижение SEO-инструментов: сколько ищут и какими словами

В месяц пользователи набирают 158 438 запросов, связанных с SEO-инструментами, и переходят по ним 7 922 раза. Основные запросы — «создание сайтов» (100 074 показа) и «конструктор сайтов» (52 809). Прямых запросов про инструменты меньше: «seo инструменты» — 549, «аудит сайта онлайн» — 310, «анализ структуры сайта» — 267, «отслеживание позиций» — 252. Именно они показывают намерение воспользоваться сервисом. Сезонность спроса выражена. В октябре — 136 257 показов, в феврале — 55 453. Летом спрос колеблется от 63 375 в июне до 91 894 в августе. На осенний пик нужно закладывать бюджет заранее.

Кто ищет SEO-инструменты и на какой стадии решения

Самый горячий сегмент — «аудит сайта». В него входят SEO-специалисты, владельцы сайтов и маркетологи, которые ищут способ быстро получить отчёт об ошибках с приоритетами и планом действий. Они набирают «аудит сайта онлайн», «провести аудит сайта», «анализ структуры сайта». Спрос здесь самый близкий к покупке. Рядом стоят запросы про проверку мета-тегов, sitemap и robots.txt — ими пользуются веб-мастера и контент-менеджеры. Это тоже целевая аудитория, но таких запросов меньше: «проверить sitemap» — 102 показа, «проверка robots txt» — 83, «проверка мета-тегов» — 31. Основной объём поиска — «создание сайтов» и «конструктор сайтов». Люди не ищут SEO-инструмент, а планируют сделать сайт. Их стоит обрабатывать отдельно, через рекламные объявления о том, что сервис поможет после создания сайта.

Сколько стоит реклама SEO-инструментов: клик, заявка и бюджет на обучение

Средняя цена клика — 34 рубля. На запрос «создание сайтов» вручную цена может достигать до 469 рублей, на «конструктор сайтов» — до 523 рублей. Цена заявки в среднем — 2 842 рубля, нижняя граница 1 776, верхняя 4 737. Чтобы заработала автостратегия Яндекс (алгоритм, который сам управляет ставками), нужно 10 конверсий в неделю. Для SEO-инструментов это бюджет от 122 206 рублей в месяц — он даёт 43 заявки. При бюджете 244 412 рублей выходит 87 заявок, при 269 000 — 96. Меньшие бюджеты не позволяют алгоритму обучиться: при 50 000 рублей получится 18 заявок, но по 4,1 в неделю — мало для точных предсказаний. Минимальный тестовый бюджет — 3 000 рублей в месяц, но он приносит около одной заявки и нужен только для проверки гипотез, а не для продаж.

Как настроить Яндекс Директ для SEO-инструментов: каналы и структура

Поиск приносит 85% обращений, РСЯ — 15%. Клик на поиске стоит 34 рубля, обращение — 3 020. В рекламной сети Яндекса (РСЯ) клик — 10 рублей, обращение — 2 132. Разные цифры — значит, кампании должны быть раздельными. С бюджетом до 122 206 рублей запускайте только поиск и только по горячим запросам. Так вы сконцентрируете деньги и быстрее наберёте 10 заявок в неделю. Когда конверсий станет достаточно, подключите РСЯ и ретаргетинг (повторные показы тем, кто уже заходил на сайт). Полная связка начинает работать ближе к 30 заявкам в неделю. Автоподбор фраз не подходит для SEO-инструментов. Запросов не так много, и все можно перечислить вручную. Автомат расширит список до «создание сайтов» и «конструктор сайтов», которые без правильной посадки не принесут заявок.

Семантика и минус-слова для SEO-инструментов

Собирайте семантику из прямых запросов: «аудит сайта онлайн», «анализ структуры сайта»,

небольшой объём, но намерение купить сервис там высокое. Широкие запросы «создание сайтов» и «конструктор сайтов» берите, только если у вас есть отдельная посадочная страница для аудитории. Иначе вы получите клики по 329–523 рубля без заявок. В минус-слова (запросы, по которым объявления не выходят) обязательно добавляйте «бесплатно» и «бесплатный»: по фразе «конструктор сайтов с бесплатным доменом» (306 показов) люди ищут тариф без оплаты.

Что писать в объявлениях для SEO-инструментов

В объявлениях для аудитории «аудит сайта» используйте оффер: «отчёт с приоритетами за 30 секунд», «два бесплатных запуска в день». Перечислите, что видит пользователь: битые ссылки, мета-теги, robots.txt, sitemap, позиции. Упомяните учёт Яндекса и Google — для SEO-специалистов это знак качества. Заголовок стройте по шаблону «аудит сайта онлайн» + конкретная выгода. Цифры в тексте («2 бесплатных запуска», «30 секунд») работают лучше общих обещаний. Покажите перечень конкретных проверок: битые ссылки, мета-теги, robots.txt, sitemap, позиции.

Что измерять в рекламе SEO-инструментов и без чего не запускать

До запуска настройте счётчик целей: заявка с формы, звонок, регистрация. Без Яндекс не увидит конверсии и не сможет обучить автостратегию. Для обучения нужно не меньше 10 конверсий в неделю — тогда кампания переходит из режима «на клики» в оптимизацию по заявкам. Следите за ценой заявки. Средняя — 2 842 рубля, верхняя граница — 4 737. Если заявка выходит дороже верхней границы, проверяйте сайт и форму заявки. Сравнивайте каналы: поиск даёт заявку за 3 020 рублей, РСЯ — за 2 132, но доля РСЯ всего 15%. Считайте долю рекламных расходов — без учёта целей вы не поймёте, окупается ли кампания. Запускать рекламу SEO-инструментов без отслеживания заявок бессмысленно.

Типичные ошибки: SEO-инструменты

- Запускать рекламу SEO-инструментов с бюджетом 3 000–88 000 рублей и ждать заявки: при 3 000 получается одна заявка в месяц, при 88 000 — 31. Алгоритму не хватает 10 конверсий в неделю, автостратегия не обучается.
- Смешивать Поиск и РСЯ в одной кампании: у каналов разная цена клика (34 и 10 рублей) и разное намерение пользователя.
- Брать «создание сайтов» и «конструктор сайтов» без минус-слов и без отдельной посадочной страницы: это клики по 329–523 рубля без заявок.
- Полагаться на автоподбор ключевых фраз — в узкой тематике алгоритм добавит нецелевые запросы.
- Не учитывать сезонность: в феврале показов 55 453, в октябре 136 257, бюджет нужно распределять под пик.

Чек-лист перед запуском

1. Настроить цели счётчика: заявка, звонок, регистрация.
2. Собрать список прямых запросов: аудит сайта, мета-теги, sitemap, robots, позиции.
3. Добавить минус-слова: «бесплатно», «бесплатный», «конструктор сайтов с бесплатным доменом».
4. Запустить одну поисковую кампанию по горячим запросам.
5. Не подключать РСЯ, пока нет 10 конверсий в неделю.

Сколько стоит реклама SEO-инструментов в Яндекс Директе?

Средняя цена клика — 34 рубля, заявка — 2 842 рубля. Минимальный бюджет 3 000 рублей даст около одной заявки в месяц, рабочий бюджет для обучения — от 122 206 рублей.

Какой бюджет нужен для SEO-инструментов, чтобы получать стабильные заявки?

Нужно 10 заявок в неделю для обучения автостратегии. Это 122 206 рублей в месяц (43 заявки), комфортнее — 244 412 рублей (87 заявок в месяц).

Почему для рекламы SEO-инструментов нужен бюджет 122 206 рублей?

Яндекс учится на конверсиях: если их меньше 10 в неделю, алгоритм не находит закономерности. Меньший бюджет даёт меньше конверсий, поэтому система работает нестабильно и заявки дорожают.

Можно ли запустить рекламу SEO-инструментов с бюджетом 50 000 рублей?

Можно, но вы получите 18 заявок в месяц — в среднем 4,1 в неделю. Это ниже порога обучения, поэтому кампания останется на кликах. Такой бюджет подходит для теста, не для продаж.

Какие запросы для SEO-инструментов считаются горячими?

«аудит сайта онлайн», «анализ структуры сайта», «отслеживание позиций», «проверить sitemap», «проверка robots txt», «проверка мета-тегов». Их объём небольшой, но намерение купить высокое.

Нужно ли подключать РСЯ для SEO-инструментов?

Да, после того как поисковая кампания наберёт 10 конверсий в неделю. В РСЯ заявка стоит 2 132 рубля — дешевле поиска, но таких заявок всего 15%.

Когда ждать первые заявки от рекламы SEO-инструментов?

При бюджете 269 000 рублей кампания выходит на 96 заявок в месяц — около 22 в неделю. Сезон тоже влияет: в феврале спрос минимальный, в октябре — максимальный.

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, kupilova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «SEO-инструменты», 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.