KDirect

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

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

Данные одного медиаплана, июль 2026 · Москва

5 006
показов в месяц — спрос по семантике плана

683 ₽
цена клика при полном охвате

—
оценка вышла за правдоподобные пределы

2 722 889 ₽
бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Кто собрал этот разбор

27 августа 2026

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

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

Как ищут: запросы и ставки

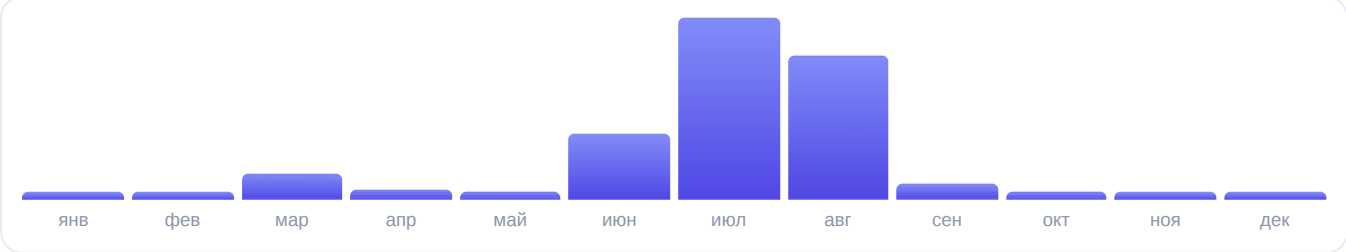
прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
продвижение сайтов	4 750	1 670–2 721
seo продвижение	2 034	1 713–2 751
seo продвижение сайта	833	1 214–2 325
оптимизация сайта	815	733–1 322
seo оптимизация	784	815–1 420
раскрутка сайта	537	1 432–1 811
продвижение сайта москва	482	1 197–2 164
сео продвижение сайта	418	1 795–3 213
поисковое продвижение	412	1 135–2 389
продвижение сайта в яндексе	273	3 434–5 086
продвижение в топ	228	2 154–3 170
SEO для сайта	216	336–406
продвижение сайта цена	172	1 157–2 577
заказать продвижение сайта	153	935–1 711
seo раскрутка	151	1 937
seo продвижение москва	148	1 100–3 977
seo агентство	135	3 115–3 913
продвижение сайта в топ	132	2 293–3 472
продвижение в поисковых системах	132	1 925–4 302
seo услуги	120	663–2 429

Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 651, февраль — 651, март — 3 154, апрель — 1 251, май — 901, июнь — 8 160, июль — 22 677, август — 18 172, сентябрь — 2 103, октябрь — 801, ноябрь — 701, декабрь — 851 показов.

Сколько это стоит

683 ₽	—	5 445 778 ₽
цена клика при полном охвате	**цена обращения** оценка до запуска	**бюджет, на котором ниша раскрывается**

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	35%	760	—
РСЯ	55%	228	—
Ретаргетинг	10%	456	—

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
5 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
14 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
23 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
38 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
62 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
103 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
170 750	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 63 323 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 2 722 889 ₽/мес.

Кто ищет и на какой стадии решения

Продвижение в ТОП горячий

Кто: Владельцы бизнеса, маркетологи, менеджеры по продажам, которые хотят, чтобы их сайт был на первой странице Яндекса/Google по целевым запросам. Ищут конкретную задачу: «вывести в топ», «топ 10»

Что мешает: Сайт есть, но он не виден в поиске — клиенты не находят компанию; конкуренты выше; низкие позиции убивают трафик и продажи.

О чём говорить: Гарантированный вывод в ТОП-10 Яндекса и Google: используем многоступенчатую систему контроля результата, работаем с проектом ведущий SEO-специалист + технолог + аналитик.

SEO-продвижение сайта горячий

Кто: Владельцы сайтов (корпоративных, интернет-магазинов, лендингов), которые осознанно ищут комплексную услугу по продвижению в поиске. Вводят чёткие запросы: «seo продвижение сайта», «заказать seo»

Что мешает: Сайт не приносит заявок; трафика мало; не понимают, как работает SEO и где брать результат; боятся нарваться на «серые» методы и санкции.

О чём говорить: Заказать SEO у агентства с системой контроля результата: ежемесячные отчёты с позициями, нишевые системы привлечения клиентов

Комплексное продвижение сайта горячий

Кто: Руководители и маркетологи, которым нужно не одно действие, а полный цикл: аудит, оптимизация, ссылки, аналитика. Ищут «комплексное продвижение сайта», «раскрутка сайта в яндексе», «продвижение

Что мешает: Пробовали отдельные услуги — результат не держится; хотят получить «всё в одном» с гарантией и без головной боли; не хватает ресурсов следить за разными подрядчиками.

О чём говорить: Комплексное продвижение: от технического аудита до ссылочной стратегии. Единая команда, личный контроль гендиректора, нишевые системы привлечения клиентов.

Аудит сайта тёплый

Кто: Владельцы сайтов, которые замечают падение позиций, ошибки индексации, плохую скорость. Ищут: «аудит сайта seo», «технический аудит сайта», «проверить оптимизацию сайта».

Что мешает: Сайт перестал расти или упал в выдаче; не понимают, какие технические ошибки мешают; хотят получить план работ перед заказом продвижения.

О чём говорить: Глубокий SEO-аудит с выявлением ошибок, блокирующих рост. Отчёт с приоритетами: внутренняя оптимизация, юзабилити, технические баги. Далее — рекомендации по исправлению.

Продвижение сайта недорого горячий

Кто: Владельцы малого бизнеса и стартапов с ограниченным бюджетом, которые ищут «seo продвижение цена», «раскрутка сайта недорого», «дешёвое продвижение».

Что мешает: Денег мало, но результат нужен; боятся переплатить «за бренд»; хотят понять, можно ли получить рост за разумные деньги.

О чём говорить: Продвижение сайта по адекватной цене: делаем акцент на эффективности каждого вложенного рубля, используем методологию, которая приносит +25% результата без лишних затрат.

Как продвинуть сайт самостоятельно холодный

Кто: Начинающие предприниматели, маркетологи-фрилансеры, вебмастера, которые ищут инструкции: «как продвинуть сайт в яндексе», «как выйти в топ google», «seo для сайта своими руками».

Что мешает: Хотят разобраться в SEO самостоятельно, экономят на подрядчиках, но получают фрагментарные знания и теряют время; сталкиваются с тем, что результат не приходит.

О чём говорить: Показываем сложность и риски самостоятельного продвижения: перечисляем типичные ошибки (неправильные ссылки, переспам, потеря позиций). Предлагаем бесплатную консультацию вместо экспериментов.

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 — одной кампанией**

Что отсекаем минус-словами

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

Спрос на SEO-продвижение сайтов: сколько ищут и как гуляет сезон

В Москве по запросам про SEO-продвижение сайтов за месяц проходит 5 006 показов и 250 кликов. Спрос держится на нескольких формулировках:

- «продвижение сайтов» — 4 750 показов, ставка входа 1 670–2 721 ₽;
- «seo продвижение» — 2 034 показа, ставка входа 1 713–2 751 ₽;
- «seo продвижение сайта» — 833 показа, ставка входа 1 214–2 325 ₽;
- «оптимизация сайта» — 815 показов, ставка входа 733–1 322 ₽;
- «seo оптимизация» — 784 показа, ставка входа 815–1 420 ₽;
- «раскрутка сайта» — 537 показов, ставка входа 1 432–1 811 ₽;
- «продвижение сайта москва» — 482 показа, ставка входа 1 197–2 164 ₽. Ставка входа — запрошенная цена за вход в аукцион по конкретной фразе, списывается меньше. Разброс между фразами большой: за «продвижение сайта в яндексе» (273 показа) за вход просят 3 434–5 086 ₽, а за «SEO для сайта» (216 показов) — 336–406 ₽. Поисковое продвижение спрашивают 412 раз в месяц. Рядом ищут исполнителя, а не теорию: «заказать продвижение сайта» — 153 показа в месяц, «продвижение сайта цена» — 172 показа. По формулировкам приходит владелец бизнеса, который уже выбрал услугу и сравнивает подрядчиков. Сезон у SEO-продвижения сайтов резкий. Месяц расчёта — июль: 22 677 показов, коэффициент 4,53 к среднему месяцу, то есть годовой пик. Дальше спрос падает: 2 103 показа в сентябре и 801 в октябре. Планировать обучение кампании нужно с запасом по времени: порог в 10 конверсий в неделю стоит 633 230 ₽ в неделю, и на падающем спросе достичь его труднее, чем в июле.

Сколько стоит реклама SEO-продвижения сайтов: клик, заявка, бюджет обучения

Цена клика при полном охвате — 683 ₽. За месяц в Москве это 250 кликов при 5 006 показах. Цена обращения — пока прогнозная оценка, вилку даёт разброс прогноза, а не второй тариф. Обращение по счётчику пока не измерено: до запуска это оценка, после запуска её заменит факт из системы аналитики. Автостратегия обучается, когда кампания набирает 10 конверсий в неделю. При прогнозной оценке обращения это 633 230 ₽ рекламного бюджета в неделю; месячный бюджет обучения — 2 722 889 ₽. Бюджет ниже рабочего порога не даёт ни одной заявки: при 103 000 ₽ в месяц расчёт показывает 2 заявки, при 23 000 ₽ — ни одной. Дальше расчёт упирается в ёмкость. Весь поисковый спрос Москвы по SEO-продвижению сайтов — 170 750 ₽ в месяц, и при этом бюджете расчёт даёт около 3 заявок за месяц. Это меньше, чем нужно для обучения: 10 конверсий в неделю требуют 633 230 ₽ в неделю, то есть больше, чем весь поисковый спрос города. За пределами поиска остаётся охват: в сетях обращение оценивается в 82 320 ₽. Окупаемость в тематике считается от выручки, которую приносит клиент, а не от разового платежа. Расчёт сходится при доле рекламных расходов 10% от выручки с привлечённого клиента; 50% — предел, за которым продвижение работает в убыток.

Как настроить Яндекс Директ под SEO-продвижение сайтов

В медиаплане по SEO-продвижению сайтов три канала идут одной кампанией: Поиск — 35% бюджета, РСЯ (рекламная сеть Яндекса, показы на тематических площадках) — 55%, ретаргетинг — 10%. Порядок работы такой: поиск забирает тех, кто вводит запрос прямо сейчас, ретаргетинг возвращает тех, кто уже был на сайте и не оставил заявку. Автотаргетинг в поисковой кампании работает всегда: у площадки должно быть активно хотя бы одно его направление. Категории автотаргетинга ограничивают — оставляют

«продвижение» держат вне кампании, иначе бюджет уходит в показы по запросам про карту продвижения и программу передач. Стратегия ставится в два шага. Старт — «Максимум кликов»: на этом этапе кампания собирает статистику по кликам, потому что конверсий для автоматики ещё мало. Когда кампания набирает 10 конверсий в неделю и держит их две недели подряд, её переводят на «Максимум конверсий» — алгоритм начинает искать похожих платящих клиентов, а не просто дешёвые клики. Сети — ступень роста, а не второй канал с первого дня. К охвату переходят, когда поисковый спрос исчерпан, а это 170 750 ₽ в месяц: тогда к поисковой кампании добавляют показы по поведению и похожим аудиториям, где обращение оценивается в 82 320 ₽.

Как рекламировать SEO-продвижение сайтов: что писать в объявлениях

Ядро кампании — фразы, которыми заказывают услугу: «продвижение сайтов», «seo продвижение», «seo продвижение сайта», «сео продвижение сайта», «поисковое продвижение», «раскрутка сайта», «продвижение сайта в топ», «продвижение сайта москва», «оптимизация сайта». Отдельная группа — коммерческие хвосты: «заказать продвижение сайта» — 153 показа в месяц, «продвижение сайта цена» — 172 показа, «сколько стоит продвижение сайта». Главная ловушка тематики — омонимия. Слово «продвижение» означает ещё перемещение войск и телевизионную программу: показы дают «продвижение войск», «карта продвижения», «программа передач», «продвижение на сегодня». Клик по такому запросу стоит денег и не может стать заявкой на SEO-продвижение сайтов. Минус-слова, без которых кампания утечёт в информационные запросы: «что такое», «бесплатно», «скачать», «торрент», «реферат», «курсовая», «диплом», «вакансия», «вакансии», «резюме», «своими руками», «бу». Запросы со словом «своими руками» отсекают отдельно: за ними стоит человек, который ищет инструкцию, а не подрядчика. Смысл чистки прямой: при такой цене обращения бюджета на клики, которые не могут стать заявкой, нет. Сузить семантику до коммерческих формулировок выгоднее, чем расширять охват и получать показы по военным и телевизионным смыслам.

Что писать в объявлениях про SEO-продвижение сайтов

Объявление адресуют конкретной задаче покупателя, а не «SEO вообще». Формулировки берут из спроса — «вывести в топ», «заказать продвижение сайта», «сайт не приносит клиентов». - Владельцу сайта, который хочет первую десятку выдачи: вывод в топ Яндекса и Google, с расшифровкой работы — технический аудит, оптимизация, аналитика. - Владельцу корпоративного сайта, который боится санкций за «серые» методы: прозрачные отчёты с позициями, трафиком и заявками по месяцам. - Владельцу интернет-магазина, которому нужны продажи: продвижение по трафику и заявкам, а не по обещаниям. - Компании, которой нужен весь цикл: комплексное продвижение, от аудита до аналитики, одной командой и с одним ответственным. - Тем, кто уже платил подрядчику и не получил заявок: бесплатный аудит текущего продвижения с разбором, что мешает сайту расти. - Малому бизнесу с ограниченным бюджетом: акцент на отдачу каждого рубля. Людям, которые ищут, как продвинуть сайт самостоятельно, обещать услугу бессмысленно: им отвечают предложением разбора ситуации вместо инструкций. И ни в одном объявлении не стоит обещать низкую цену — обращение пока не измерено по счётчику, и обещание дешёвого продвижения собирает обращения от тех, кто не готов платить за SEO-продвижение.

Что измерять в рекламе SEO-продвижения сайтов

Запускать рекламу SEO-продвижения сайтов без счётчика нельзя: цена обращения пока остаётся оценкой до запуска, а не измерением. Пока цели не собирают заявки, кампания не отличает обращение от случайного визита, и автостратегия не получает данных для обучения. - Настроить цели до первого показа: отправленная форма, звонок, заявка в мессенджере. - Проверить, что счётчик фиксирует каждое обращение, а не только визит на сайт. - Держать в отчёте число конверсий в неделю: порог обучения — 10, ниже него стратегия «Максимум конверсий» работает вслепую. - Сравнивать факт с ориентиром: цену

10% — норма, 50% — предел. - Сверить объём с ёмкостью: 170 750 ₽ в месяц — весь поисковый спрос Москвы и около 3 заявок, рост сверх идёт только через сети с обращением около 82 320 ₽. Без шести пунктов запуск превращается в оплату кликов по 683 ₽ без понимания, сколько стоит заявка и окупается ли она.

Типичные ошибки: SEO продвижение сайтов

- Считать ставку входа ценой клика: по фразе «продвижение сайта в яндексе» за вход просят 3 434–5 086 ₽, а цена клика при полном охвате — 683 ₽.
- Запускать 3 000–8 000 ₽ в месяц и ждать заявок: при прогнозной цене обращения такой бюджет не даёт ни одного обращения, а обучение требует 10 конверсий в неделю.
- Не чистить омонимы слова «продвижение»: показы по запросам про карту продвижения, войска и программу передач съедают бюджет и не дают заявок на SEO-продвижение сайтов.
- Обещать в объявлении низкую цену: обращение пока не измерено по счётчику, и обещание дешёвого продвижения приводит нецелевые обращения.
- Оценивать результат по позициям, а не по цене обращения: без целей в счётчике цена обращения остаётся оценкой, и кампания не выходит из обучения.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать ядро из коммерческих запросов: «продвижение сайтов», «seo продвижение», «seo продвижение сайта», «заказать продвижение сайта», «раскрутка сайта».
2. Добавить минус-слова: «что такое», «бесплатно», «скачать», «вакансии», «своими руками», «бу», а также омонимы слова «продвижение» из военной и телевизионной тематики.
3. Поставить счётчик и цели до первого показа: иначе цена обращения так и останется ориентиром.
4. Запустить одну кампанию на Поиске по самым горячим запросам на стратегии «Максимум кликов» и перевести её на «Максимум конверсий» после 10 конверсий в неделю две недели подряд.
5. Спланировать бюджет и сроки с учётом ёмкости: поисковый спрос Москвы — 170 750 ₽ в месяц и около 3 заявок, а обучение требует 633 230 ₽ в неделю.

Вопросы владельцев бизнеса

Продвижение SEO продвижение сайтов — с чего начать?

С расчёта: клик стоит 683 ₽, обращение пока не измерено по счётчику, а обучение автостратегии требует 10 конверсий в неделю, то есть 633 230 ₽ в неделю. Пока такого бюджета нет, начинают с одной кампании на Поиске по самым горячим запросам на стратегии «Максимум кликов» и собирают статистику по кликам.

Как продвигать услуги SEO-продвижения сайтов в интернете?

Через запросы, которые вводят прямо сейчас: в Москве это 5 006 показов и 250 кликов в месяц, весь поисковый спрос исчерпывается на 170 750 ₽ в месяц. За пределами поиска остаётся охват: сети, где обращение оценивается в 82 320 ₽, добирают тех, кто не ищет словами.

Как продавать SEO-продвижение сайтов через Яндекс Директ?

Объявлением под конкретную задачу — вывод в топ, бесплатный аудит текущего продвижения, комплексное продвижение для корпоративного сайта. Обращение пока не измерено по счётчику, поэтому объявление о дешёвом продвижении приведёт не тех клиентов, которым нужна услуга.

Контекстная реклама для SEO-продвижения сайтов — как работает?

Это показы и клики по запросам, которые вводят сейчас: 5 006 показов и 250 кликов в месяц, цена клика 683 ₽. Кампания собирает заявки только там, где ищут услугу, поэтому омонимы слова «продвижение» — про карту продвижения и программу передач — отсекают минус-словами.

Как рекламировать SEO-продвижение сайтов?

Одной кампанией: в медиаплане Поиск — 35% бюджета, РСЯ — 55%, ретаргетинг — 10%, а сети подключают ступенью роста после исчерпания поиска на 170 750 ₽ в месяц. Старт — «Максимум кликов», переход на «Максимум конверсий» — при 10 конверсиях в неделю две недели подряд.

Что даёт реклама SEO-продвижения сайтов в Яндекс Директе?

Заявки по прогнозной цене обращения при вилке прогноза и понятную ёмкость: 170 750 ₽ в месяц — весь поисковый спрос Москвы, около 3 заявок. При бюджете ниже 633 230 ₽ в неделю автостратегия остаётся на обучении и работает по кликам, а не по конверсиям.

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 «SEO продвижение 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.