

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

693 ₽

цена клика при полном охвате

—

оценка вышла за правдоподобные пределы

2 722 889 ₽

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-prodvizhenie-saytov-moskva
Регион разбора	Москва

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
seo 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

693 ₽

цена клика при полном охвате

—

цена обращения
оценка до запуска

5 445 778 ₽

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
63 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
104 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
173 000	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 меняется сезон

Основной спрос на SEO продвижение сайтов в Яндексе собирают несколько фраз: «продвижение сайтов» — 4 750 показов в месяц, «seo продвижение» — 2 034, «seo продвижение сайта» — 833, «оптимизация сайта» — 815. Суммарно по всем ключевым запросам тематика получает около 5 006 показов и 250 кликов в месяц в Москве. Это скромный, но очень целевой спрос: люди вводят в поиск название услуги и сразу переходят к выбору подрядчика. Сезонность в SEO продвижении выражена ярко и противоречит привычному деловому календарю. Пик интереса приходится на июль — коэффициент сезонности 4,53, а в июне — 1,63. То есть летом, когда многие бизнесы замирают, спрос на раскрутку сайтов, наоборот, максимальный: компании готовят проекты к осеннему сезону продаж. С сентября по февраль спрос падает до 0,42 и ниже — владельцы сайтов уже приняли решения о бюджетах и до конца года не возвращаются к поиску подрядчика. Сейчас, в июле 2026, тематика находится на пике: коэффициент сезонности 4,53 означает, что показов в 4,53 раза больше, чем в среднем за год. Это лучшее время для запуска рекламы SEO продвижения — но только при бюджете, достаточном для обучения алгоритма.

Сколько стоит реклама SEO продвижения сайтов: цена клика, заявки и бюджет обучения

Цена клика для SEO продвижения при полном охвате аудитории — 693 ₽. Это именно та сумма, которую в среднем списывается за один переход по объявлению. Цена обращения, то есть заявки или звонка с сайта, — около 63 323 ₽, с вилкой от 39 577 до 105 538 ₽ в зависимости от спроса и конкуренции. Цены ориентировочны: точную цену заявки покажет только счётчик на вашем сайте. Главный бюджетный порог для SEO продвижения — не цена клика, а обучение автостратегии. Яндекс требует, чтобы рекламная кампания получала не меньше 10 конверсий в неделю, иначе алгоритм не понимает, кому показывать объявления, и тратит бюджет впустую. При цене обращения около 63 323 ₽ десять заявок в неделю стоят примерно 633 230 ₽; месячный бюджет обучения — около 2 722 889 ₽. До порога кампания обучается «на клики», то есть просто набирает статистику переходов, и заявки обходятся дороже прогноза. Бюджеты ниже 173 000 ₽ в месяц приносят меньше одной заявки в неделю — реклама работает вхолостую. Только при бюджете порядка 2 722 889 ₽ в месяц алгоритм видит достаточно конверсий и начинает оптимизировать показы под заявки. Если такой бюджет для бизнеса недоступен, стоит либо ограничиться самой горячей фразой «продвижение сайтов», либо рассмотреть SEO как основной канал и использовать платную рекламу точноно.

Как настроить Яндекс Директ для SEO продвижения: поиск, РСЯ и общая структура

Для SEO продвижения сайтов используется одна кампания, которая объединяет Поиск, РСЯ и ретаргетинг. Это означает, что Яндекс сам решает, где показать объявление: человеку, который ищет «продвижение сайтов», или посетителю вашего сайта, который ушёл без заявки. Для B2B-услуги с дорогой заявкой такое объединение работает, пока бюджет не позволяет разделить кампании и собирать статистику по каждому каналу отдельно. Главное правило настройки — ограничить категории автоподбора. Отключить автотаргетинг в поисковой кампании нельзя, но нужно оставить только целевые запросы, чтобы алгоритм не тратил бюджет на случайные показы по отдалённым формулировкам. Поиск — основа кампании: именно здесь приходят люди с готовым спросом, которые вводят «заказать продвижение сайта» или «раскрутка сайта в яндексе». Ретаргетинг — ступень роста: когда поисковый спрос исчерпан, а это потолок около 173 250 ₽ в месяц, расширяться можно только за счёт показа тем, кто уже был на сайте. РСЯ в

тематике работает хуже, потому что пользователи сетей не ищут SEO-услуги словами — их нужно догонять ретаргетингом по уже проявленному интересу.

Семантика и минус-слова: какие запросы берём в рекламу SEO продвижения

Смысловое ядро для SEO продвижения — 15 фраз, которые делятся на три группы по степени готовности клиента. Первая группа — коммерческие запросы с явным намерением заказать: «продвижение сайтов» (4 750 показов), «seo продвижение» (2 034), «заказать продвижение сайта» (153), «продвижение сайта цена» (172). Это ядро кампании: люди уже знают, что им нужна услуга, и сравнивают подрядчиков. Вторая группа — более конкретные формулировки: «продвижение сайта в яндексе» (273), «раскрутка сайта» (537), «поисковое продвижение» (412), «продвижение в топ» (228). Здесь важна точная настройка: запрос «продвижение в топ» без уточнения ведёт и к услугам по игровым приложениям, и к SEO. Третья группа — запросы со словом «оптимизация»: «оптимизация сайта» (815), «seo оптимизация» (784). Их берут с осторожностью: часть пользователей ищет бесплатные советы, а не услугу. Поэтому обязательны минус-слова: «что такое», «бесплатно», «скачать», «реферат», «курсовая», «диплом», «своими руками». Они отсекают студентов и любителей самообучения, которые не приведут к заявке. Отдельно убирают запросы с «вакансия», «резюме» — по ним приходят соискатели, а не заказчики. и «бу», «б у» — люди ищут подержанные товары, а не услуги продвижения.

Что писать в объявлениях для SEO продвижения: проверенные сообщения

Текст объявления должен отвечать на главный страх покупателя SEO — что он заплатит деньги и не увидит результата. Поэтому в каждом объявлении подчёркивайте контроль и прозрачность. Для аудитории, которая ищет «вывести в топ» или «продвижение сайта в топе», работают сообщения о гарантированном результате: «Выведем в ТОП-10 Яндекса и Google за 3 месяца» — с уточнением, что над проектом работают ведущий SEO-специалист, технолог и аналитик. Это снимает страх «серых» методов и санкций. Для тех, кто ищет «seo продвижение сайта» и «заказать seo», важна комплексность: «Комплексное продвижение сайта с контролем результата: от технического аудита до ссылочной стратегии». Акцент — на единой команде и ежемесячных отчётах с позициями. Для аудитории с ограниченным бюджетом, которая приходит по запросу «раскрутка сайта недорого», ключевое сообщение — эффективность каждого рубля: «Продвижение сайта недорого: системная методология без лишних затрат». Никаких обещаний чуда за копейки: только честная работа с фокусом на окупаемость. В заголовках и текстах избегайте штампов — читатель видит их в ста объявлениях конкурентов. Конкретика всегда сильнее: «+25% к конверсии», «ежемесячные отчёты по позициям и доходам», «лично гендиректор контролирует проект».

Что и как измерять в рекламе SEO продвижения, чтобы не слить бюджет

Без измеримой цели запуск рекламы SEO продвижения бессмысленен: цена обращения высокая, и без счётчика вы не поймёте, окупается ли кампания. До запуска обязательно установите на сайт счётчик цели — заполнение формы заявки, звонок или чат. Приведённая цена обращения — ориентир, а не ваша реальная цифра. Ваша реальная цифра появится только после того, как алгоритм наберёт 10 конверсий в неделю. Ключевой показатель для SEO продвижения — цена обращения и доля рекламных расходов: сколько вы платите за одну заявку относительно среднего чека. Если цена обращения укладывается в экономику проекта — кампанию можно масштабировать. Если нет — сначала ищите проблемы на сайте: скорость загрузки, понятность формы, доверие к офферу. Вторая группа метрик — поведенческая: с каких запросов приходят заявки, какие объявления собирают клики без конверсий, какие минус-слова нужно добавить. Поисковая выдача по SEO-запросам узкая, поэтому каждые 10-20 кликов по фразе уже

— 633 230 ₽: при таком чеке цена заявки 63 323 ₽ составляет 10% от выручки с одного клиента. Предельный чек, при котором реклама ещё имеет смысл, — 126 646 ₽, тогда доля рекламных расходов достигает 50%, и это уже граница рентабельности. Считайте цифры на своих условиях до запуска, а не после того, как бюджет потрачен.

Типичные ошибки: SEO продвижение сайтов

- Запускать рекламу SEO продвижения с бюджетом меньше 633 230 ₽ в неделю в расчёте на быстрые заявки — алгоритм не наберёт 10 конверсий и будет показывать объявления не тем людям.
- Оставлять в кампании автотаргетинг с безграничными категориями — алгоритм начнёт показывать объявления по запросам вроде «что такое seo», которые не приводят к заказам.
- Не добавлять минус-слова «бесплатно», «своими руками», «реферат» — бюджет сольётся на студентов и любителей самообучения.
- Писать в объявлениях пустые штампы без конкретики — такие тексты не отличают вас от сотен конкурентов и не снимают страх неполучения результата.
- Запускать рекламу без счётчика целей и не знать свою реальную цену обращения — при прогнозе 63 323 ₽ за заявку без аналитики легко потратить месячный бюджет впустую.

Чек-лист перед запуском

1. Установите счётчик Яндекс Метрики и настройте цель «заявка» или «звонок» на сайте.
2. Соберите семантику из коммерческих запросов: «продвижение сайтов», «seo продвижение сайта», «заказать продвижение сайта».
3. Добавьте минус-слова: «что такое», «бесплатно», «скачать», «своими руками», «вакансия», «бу».
4. Ограничьте категории автоподбора только целевыми запросами, чтобы алгоритм не тратил бюджет на мусор.
5. Заложите бюджет на обучение: около 633 230 ₽ в неделю, чтобы кампания получила 10 конверсий и перешла на стратегию «Максимум конверсий».

Сколько стоит клик в рекламе SEO продвижения сайтов?

Цена клика при полном охвате аудитории — 693 ₽. Это средняя стоимость перехода по объявлению в Москве для тематики SEO продвижения.

Какой бюджет нужен для рекламы SEO продвижения, чтобы она приносила заявки?

Чтобы алгоритм Яндекса обучился и начал приводить заявки, нужно 10 конверсий в неделю. При цене обращения около 63 323 ₽ это бюджет примерно 633 230 ₽ в неделю, или около 2 722 889 ₽ в месяц.

Почему реклама SEO продвижения такая дорогая?

Заявка на SEO продвижение стоит около 63 323 ₽, потому что это B2B-услуга с высоким чеком: клиент платит за продвижение от 126 646 ₽, и реклама окупается даже при 50% доле расходов. Поисковый спрос при невелик — около 250 кликов в месяц, поэтому каждый клик обходится дорого.

Что такое «обучение автостратегии» и зачем нужен такой большой бюджет?

Яндекс учится на конверсиях: алгоритму нужно видеть не меньше 10 заявок в неделю, чтобы понимать, каким людям показывать объявления. Для SEO продвижения это budget около 633 230 ₽ в неделю; без кампания работает вслепую и заявки обходятся дороже.

Стоит ли запускать РСЯ для SEO продвижения вместе с поиском?

В медиаплане для SEO продвижения РСЯ и ретаргетинг включены одной кампанией с поиском, но основной спрос собирает именно поиск. РСЯ подключайте как ступень роста, когда поисковый бюджет достигнет 173 250 ₽ в месяц — тогда можно расширяться на тематические площадки и показы по интересам.

Какие запросы самые выгодные для рекламы SEO продвижения?

Самые

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.