KDirect

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · КОНСАЛТИНГ

Реклама сертификации детских товаров в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, ноябрь 2026 · Москва и область

415
показов в месяц — спрос по семантике плана

104 ₽
цена клика при полном охвате

2 977–7 934 ₽
цена обращения (оценка до запуска)

204 723 ₽
бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Кто собрал этот разбор

3 ноября 2026

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

Сайт агентства	**kupislova.ru**
Телефон	**+7 (495) 988-09-08**
Статья на сайте	**kdirect.ru/reklama/reklama-sertifikaciya-detskih-tovarov-moskva**
Регион разбора	**Москва и область**

Как ищут: запросы и ставки

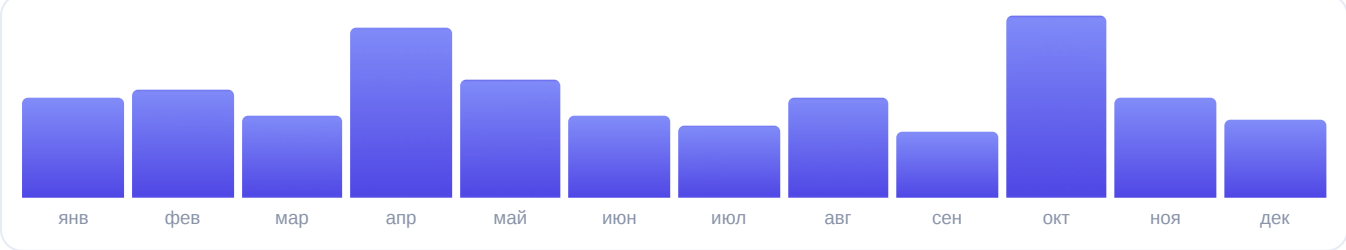
прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
сертификат на постельное белье	67	282
сертификат на корсеты	65	78–90
испытания образцов для сертификации	45	100
протокол испытаний для сертификата	38	222
сертификат на купальники	17	87–116
сертификация постельного белья	16	396–844
сертификат соответствия ТР ТС 017/2011	16	708–716
сертификат на детскую обувь	12	238–247
сертификация детской обуви	11	—
сколько образцов нужно для испытаний	9	—
сертификат на боди	7	—
сертификат соответствия на детскую одежду	7	—
сертификат соответствия на постельное белье	6	—
сертификат соответствия на купальники	5	—
сертификат на чулочно-носочные изделия	5	—
стоимость подготовки документов для сертификации	5	—
получить сертификат на постельное белье	4	—
сертификация импортной одежды	4	—
протокол испытаний на одежду	4	—
сертификация одежды для маркетплейса	4	—

Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 394, февраль — 432, март — 324, апрель — 672, май — 465, июнь — 324, июль — 290, август — 394, сентябрь — 261, октябрь — 718, ноябрь — 394, декабрь — 311 показов.

Сколько это стоит

104 ₽
цена клика при полном охвате

4 761 ₽
цена обращения
оценка до запуска

409 446 ₽
бюджет, на котором ниша раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	143	4 761

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
4 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
7 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
9 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 816	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 4 761 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 204 723 ₽/мес.

Кто ищет и на какой стадии решения

Сертификат на нательное бельё (взрослый ассортимент) горячий

Кто: Производитель, импортёр или поставщик взрослого нательного белья (трусы, майки, боди, комплекты первого слоя). Ищет: «сертификат на нательное бельё», «сертификация нательного белья ТР ТС 017»

Что мешает: Партию нельзя выпустить в продажу и отгрузить в сеть или на маркетплейс без сертификата. Непонятно, какие модели можно объединить в один документ, какие образцы отбирать и сколько будет стоить оформление по линейке

О чём говорить: «Сертификат на нательное бельё по ТР ТС 017/2011 — разберём ассортимент и рассчитаем стоимость оформления»: одна процедура на линейку, программа испытаний и передача образцов под ключ

Сертификат горячий

Кто: Производитель или импортёр взрослого постельного белья (комплекты, простыни, наволочки). Ищет: «сертификат на постельное бельё», «сертификация постельного белья цена», «ТР ТС 017 постельное бельё»

Что мешает: Нужен документ, который примет сеть и маркетплейс, и понятная смета до старта работ. Неясно, какие испытания подходят под конкретные ткани и артикулы

О чём говорить: «Сертификат на постельное бельё по ТР ТС 017/2011 — программа испытаний и стоимость по вашему перечню изделий»: разбор артикулов, согласование образцов, расчёт состава работ

Срочно: блокировка карточки на маркетплейсе / груз на таможне / партия на складе горячий

Кто: Поставщик, у которого отгрузка уже стоит: «заблокировали карточку на вайлдберриз нет сертификата», «срочно сертификат на бельё», «задержали груз на таможне нужен сертификат»

Что мешает: Простой и потери: карточка не работает, партия не отгружается, груз не выпускают. Срок поставки известен и срывать его нельзя, а порядок оформления непонятен

О чём говорить: «Сертификат на бельё и одежду первого слоя по ТР ТС 017/2011 — обсудим порядок работ под ваш срок: разбор ассортимента, образцы, испытания». Без обещаний конкретных сроков и цены — расчёт после разбора перечня

Сертификат на купальники и плавки горячий

Кто: Производитель или импортёр купальников, плавок, купальных костюмов. Ищет: «сертификат на купальники», «сертификация купальных изделий ТР ТС 017», «сертификат на плавки»

Что мешает: Сезонный дедлайн: коллекция должна выйти в продажу к сезону. Неясно, какая форма подтверждения нужна для купальных изделий и как закрыть весь модельный ряд без лишних испытаний

О чём говорить: «Сертификат на купальники и плавки по ТР ТС 017/2011 — успеем к сезону: разберём модели, согласуем испытания и рассчитаем стоимость»

Сертификация белья и одежды первого слоя по ТР ТС 017/2011 (родовой спрос) горячий

Кто: Производитель или импортёр продукции лёгкой промышленности, который ищет процедуру целиком: «сертификация одежды ТР ТС 017», «сертификат соответствия ТР ТС 017/2011», «сертификация белья и одежды»

Что мешает: Не понимает, попадает ли его ассортимент под обязательную сертификацию и что входит в процедуру. Боится оформить не тот документ и переплатить за лишние протоколы

О чём говорить: «Сертификация белья и одежды первого слоя по ТР ТС 017/2011 — проверим ваш ассортимент, согласуем испытания, рассчитаем состав работ»

Сертификат на бюстгальтеры и корсетные изделия горячий

Кто: Производитель или импортёр бюстгальтеров, корсетов, утягивающего и корсетного белья (медицинская компрессия и спецодежда — вне фокуса). Ищет: «сертификат на бюстгальтеры», «сертификация корсетных

Что мешает: Широкий размерный ряд и много моделей: непонятно, как объединить позиции в один сертификат и сколько образцов понадобится на испытания

О чём говорить: «Сертификат на бюстгальтеры и корсетные изделия по ТР ТС 017/2011 — объединим позиции и посчитаем стоимость по вашему ассортименту»

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	**Заявка отправлена (форма консультации / расчёта по ассортименту), Клик по телефону (звонок с сайта)**

Что отсекаем минус-словами

бесплатно, скачать, торрент, реферат, курсовая, диплом, вакансия, вакансии, резюме, своими руками, бу, б у, декларация, СГР, отказное письмо, добровольная сертификация, другие технические регламенты, брендовые запросы, название компании, обучение, курсы, образцы документов, самостоятельное оформление, готовые документы, поддельные документы, без испытаний, таможенного союза, промышленного оборудования, бытовую технику, протокол испытаний косметики

Спрос на продвижение сертификации детских товаров: 415 показов в месяц

Поиск в Москве и области даёт по сертификации детских товаров 415 показов и 104 клика в месяц. Спрос горячий: человек не читает про регламенты, а ищет документ на конкретное изделие. Самые частые формулировки:

- «сертификат на постельное белье» — 67 показов;
- «сертификат на корсеты» — 65 показов;
- «испытания образцов для сертификации» — 45 показов;
- «протокол испытаний для сертификата» — 38 показов;
- «сертификат на купальники» — 17 показов;
- «сертификация постельного белья» — 16 показов;
- «сертификат соответствия ТР ТС 017/2011» — 16 показов;
- «сертификат на детскую обувь» — 12 показов;
- «сертификация детской обуви» — 11 показов. Дальше идут узкие запросы по 5–9 показов: «сколько образцов нужно для испытаний», «сертификат на боди», «сертификат соответствия на детскую одежду», «сертификат на чулочно-носочные изделия». Каждый такой запрос — готовый покупатель, но поодиночке показов даёт мало, поэтому живёт в одной кампании с крупными фразами. Сезон. В ноябре 2026 коэффициент сезонности 0,95 — спрос чуть ниже среднегодового. Пик приходится на октябрь (коэффициент 1,73, 718 показов) и апрель (1,62, 672 показа): бизнес готовит ассортимент к зимним поставкам и к лету. Провал — сентябрь (0,63, 261 показ) и июль (0,70, 290 показов). Кампанию держат включённой круглый год, а бюджет усиливают к октябрю и апрелю.

Сколько стоит реклама сертификации детских товаров: клик 104 ₽, обращение 4 761 ₽

Цена клика при полном охвате — 104 ₽. Цена обращения — 4 761 ₽, вилка прогноза 2 977–7 934 ₽. Это ориентировочная оценка до запуска, посчитанная по отраслевому бенчмарку; замеров по счётчику в тематике пока нет, и после первых недель цифру придётся заменить фактом. Числа посчитаны по одному медиаплану в тематике. Отдельно — ставка входа в аукцион: столько запрашивают за вход, списывается меньше, и ценой клика величину называть нельзя. - «сертификация постельного белья» — ставка входа 396–844 ₽;

- «сертификат соответствия ТР ТС 017/2011» — 708–716 ₽;
- «сертификат на постельное белье» — 282 ₽;
- «сертификат на детскую обувь» — 238–247 ₽;
- «протокол испытаний для сертификата» — 222 ₽;
- «сертификат на корсеты» — 78–90 ₽. Разброс почти в десять раз объясняет, почему дешёвые и дорогие фразы нельзя вести одной ставкой. Обучение автостратегии. Площадке нужно 10 конверсий в неделю, иначе автоматика работает неточно и заявки дорожают. Недельный бюджет обучения — 47 610 ₽, месячный — 204 723 ₽; это суммы, при которых план выходит на порог. Бюджет с запасом, вдвое выше порога, — 409 446 ₽ в месяц. Ниже порога заявок почти нет: при 10 816 ₽ в месяц план рассчитывает 2 заявки.

Как настроить Яндекс Директ для сертификации детских товаров:

В тематике работает только поиск: тематические площадки спрос не добирают, рекламных сетей в плане нет. Весь бюджет идёт на Поиск — одна кампания, два сегмента, два объявления. Концентрация нужна, чтобы кампания быстрее набрала статистику при 415 показах в месяц. Как настроить:

- старт — стратегия «Максимум кликов»;
- переход на «Максимум конверсий» — когда кампания набирает 10 конверсий в неделю и держит их две недели подряд;
- одна кампания, два сегмента, два объявления;
- ограничьте категории автоподбора и оставьте только целевые запросы: доля автоподбора в плане — 3,21%, остальное отдано точным фразам. В поисковой кампании автоподбор отключить нельзя: площадка требует хотя бы одну активную категорию. Задача не выключить его, а сузить до запросов про сертификаты и испытания. Сети — не альтернатива поиску, а следующая ступень. Когда поисковый спрос исчерпан, а это 10 816 ₽ в месяц, дальше растут охватом на тематических площадках.

Как продавать сертификацию детских товаров через Яндекс Директ: запросы и объявления

Ядро — фразы с названием изделия, по которому нужен документ. Детский ассортимент даёт немного, но точно: «сертификат на детскую обувь» — 12 показов, «сертификация детской обуви» — 11, «сертификат соответствия на детскую одежду» — 7, «сертификат на боди» — 7, «сертификат на чулочно-носочные изделия» — 5. Крупные фразы по соседней продукции первого слоя — «сертификат на постельное белье» (67 показов) и «сертификат на корсеты» (65) — дают объём, без которого кампания не наберёт статистику. Вторая группа — процедурные запросы: «испытания образцов для сертификации» (45 показов), «протокол испытаний для сертификата» (38), «сколько образцов нужно для испытаний» (9). Их берут обязательно: человек уже решил оформлять и ищет, где провести испытания. Минус-слова:

- «бесплатно», «скачать», «реферат», «курсовая», «диплом» — студенты;
- «вакансии», «резюме», «обучение», «курсы» — те, кто ищет работу или учится;
- «декларация», «отказное письмо», «СГР», «добровольная сертификация», «другие технические регламенты» — другие процедуры и другая продукция;
- «готовые документы», «поддельные документы», «без испытаний», «самостоятельное оформление» — те, кто ищет обход процедуры, а не подрядчика;
- «своими руками», «б у», «образцы документов» — нецелевой спрос. При 415 показах в месяц каждый лишний клик по 104 ₽ уходит из бюджета впустую, поэтому список минус-слов собирают до запуска, а не после первых списаний.

Что писать в объявлениях про сертификацию детских товаров

Объявление отвечает на возражение конкретного сегмента, а не рассказывает про орган по сертификации вообще. - «Сертификат на детскую одежду и обувь — разберём ассортимент и рассчитаем стоимость по вашему перечню изделий»: одна процедура на линейку, программа испытаний и передача образцов под ключ. - «Карточка на маркетплейсе заблокирована, груз на таможне — по перечню изделий назовём форму подтверждения и состав работ»: без обещаний конкретных сроков и цены до разбора перечня. - «Купальники и плавки к сезону: модели разбираем до оплаты, образцы и испытания согласуем заранее». - «Образцы забирает курьер из вашего региона — приезжать в Москву не нужно». - «Испытания в собственной аккредитованной лаборатории — 1500 видов анализов». - «Разберём ассортимент до старта: где нужен обязательный сертификат, какие документы и образцы понадобятся». Чего не писать: «сертификат без испытаний», «готовые документы», «за один день». Такой оффер притянет тех, кто ищет обход процедуры, а платить за клик 104 ₽ будете вы, и цена обращения 4 761 ₽ достанется нецелевому визиту.

Без настроенных целей запускать бессмысленно: 104 клика в месяц можно получить и при нуле заявок. Целевые действия в тематике — отправленная заявка на форму консультации или расчёта по ассортименту и клик по телефону. Промежуточные, по которым видно, что человек дошёл до расчёта, — клик по кнопке «Рассчитать стоимость по ассортименту», открытие виджета чата, сообщение в чат. В плане заложена конверсия сайта в заявку 3% — это оценка, а не замер. Цена обращения 4 761 ₽ тоже ориентировочная: до запуска она посчитана по отраслевому бенчмарку. После того как кампания наберёт 10 конверсий в неделю, обе цифры заменяются фактом по счётчику, и дальше бюджет режут или растят по измеренной цене заявки. Пока счётчика нет, единственные проверяемые ориентиры — цена клика 104 ₽ и 415 показов в месяц. Если клики есть, а заявок нет, дело не в ставке, а в объявлении и в разборе ассортимента на сайте.

Типичные ошибки: сертификация детских товаров

- Ждать заявок при бюджете 10 816 ₽ в месяц: план рассчитывает на сумму 2 заявки, а до порога обучения в 10 конверсий в неделю кампания не доходит.
- Вести одной ставкой фразы с разной ставкой входа: по «сертификации постельного белья» это 396–844 ₽, по «сертификату на корсеты» — 78–90 ₽, и дешёвые запросы съедают показы дорогих.
- Не минусовать «декларацию», «отказное письмо» и «без испытаний»: приходит аудитория с другой процедурой или с поиском обходного пути, а клик стоит 104 ₽.
- Обещать в объявлении срок и цену до разбора перечня изделий: цена обращения 4 761 ₽ — оценка, состав работ зависит от ассортимента.
- Считать клики результатом: 104 клика в месяц при конверсии 3% — это ещё не заявки, и без цели «форма расчёта по ассортименту» кампания выглядит успешной при пустом почтовом ящике.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать одну кампанию на Поиске по горячим фразам: «сертификат на постельное белье» (67 показов), «сертификат на корсеты» (65), «сертификат на детскую обувь» (12).
2. Загрузить минус-слова до запуска: бесплатно, скачать, реферат, вакансии, декларация, отказное письмо, без испытаний, готовые документы.
3. Ограничить категории автоподбора, оставив целевые запросы, — доля автоподбора в плане 3,21%.
4. Настроить цели: отправленная заявка на расчёт по ассортименту и клик по телефону.
5. Заложить бюджет от 47 610 ₽ в неделю (204 723 ₽ в месяц), иначе 10 конверсий в неделю не набрать.

Вопросы владельцев бизнеса

Как продавать сертификацию детских товаров через Яндекс Директ?
Одной поисковой кампанией на горячих запросах: 415 показов в месяц дают 104 клика при цене клика 104 ₽. Обращение при этом стоит 4 761 ₽ — это оценка до запуска, вилка 2 977–7 934 ₽. Бюджет обучения — 47 610 ₽ в неделю, ниже него заявок почти нет.

С чего начать продвижение сертификации детских товаров?
С фраз с наибольшим числом показов — «сертификат на постельное белье» (67) и «сертификат на корсеты» (65) — и с минус-слов «декларация», «отказное письмо», «без испытаний». Бюджет первого месяца — 204 723 ₽: на сумме кампания подходит к порогу 10 конверсий в неделю.

Как рекламировать сертификацию детских товаров, если спрос небольшой?
Выжимать всё из 104 кликов: точные фразы, минус-слова, отдельное объявление на сегмент. Потолок поискового спроса — 10 816 ₽ в месяц; пока он не выбран, расширяться некуда, и охват на сетях подключают только после этого.

Как продвинуть сертификацию детских товаров в интернете дешевле?
Экономия не в снижении бюджета, а в отсечении нецелевых запросов: цена клика при полном охвате — 104 ₽, а ставка входа по «сертификату на корсеты» — 78–90 ₽ против 396–844 ₽ по «сертификации постельного белья». Ниже 47 610 ₽ в неделю автостратегия не обучается.

Сколько заявок даст реклама сертификации детских товаров?
При 10 816 ₽ в месяц план рассчитывает 2 заявки. При бюджете обучения 204 723 ₽ в месяц заявок хватает, чтобы набрать 10 конверсий в неделю, и каждая оценивается в 4 761 ₽ — это оценка до запуска, а не замер по счётчику.

Нужны ли сети Яндекса для сертификации детских товаров?
В плане их нет: работает только Поиск, и это верно, пока поиск не исчерпан — его потолок 10 816 ₽ в месяц. Дальше рост идёт охватом, но начинать с сетей при 415 показах в месяц не стоит.

Когда переводить кампанию по сертификации детских товаров на «Максимум конверсий»?
Когда она набирает 10 конверсий в неделю и держит их две недели подряд. До этого работает «Максимум кликов»: при бюджете 47 610 ₽ в неделю данных автоматике хватает, чтобы пройти порог.

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 «сертификация детских товаров», 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.