

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ДРУГИЕ ТЕМАТИКИ

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

Данные одного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

400 026

показов в месяц — спрос по семантике плана

225 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 58 ₽

3 853–7 866 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

238 779 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

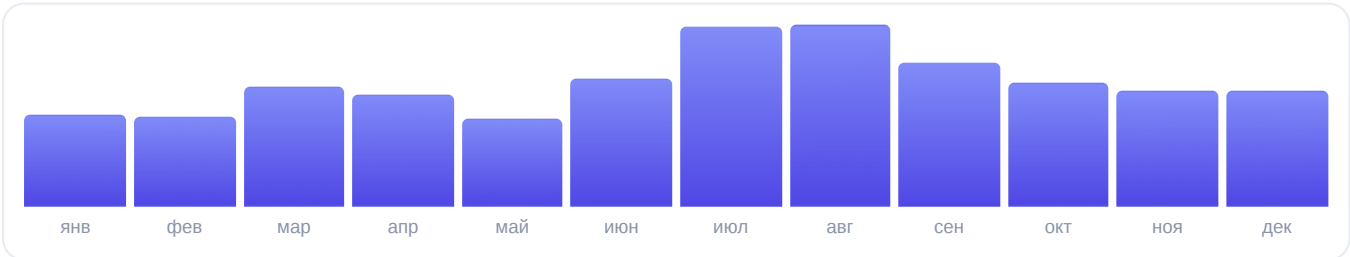
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-sozdanie-i-prodvizhenie-saytov
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
создание сайтов	93 401	349–527
заказать сайт	91 924	198–262
анализ сайта	43 359	119–153
продвижение сайта	34 415	1 631–3 353
разработка сайтов	21 706	648–1 083
веб-разработка	21 183	409–523
seo продвижение	15 990	1 442–2 919
контекстная реклама	13 516	1 407–2 366
реклама в интернете	12 712	571–683
интернет-маркетинг	8 578	800–941
seo продвижение	7 478	2 366–3 806
аудит сайта	7 154	365–632
аналитика сайта	6 967	148–183
раскрутка сайта	5 276	1 228–2 438
настройка яндекс директ	4 543	2 745–7 951
реклама у блогеров	2 574	841–1 058
медийная реклама	2 537	518–805
размещение баннеров	2 479	310–403
сквозная аналитика	2 444	908–1 995
поисковое продвижение сайта	2 199	2 206–5 901

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 296 019, февраль — 292 019, март — 384 025, апрель — 364 024, май — 284 018, июнь — 412 027, июль — 576 037, август — 584 038, сентябрь — 460 030, октябрь — 396 026, ноябрь — 376 024, декабрь — 376 024 показов.

● Сколько это стоит

225 ₹

цена клика при полном охвате

5 553 ₹

цена обращения
оценка до запуска

477 558 ₹

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₹	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₹
Поиск	100%	58	5 553

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
7 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
15 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
34 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
76 000	14	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
170 000	31	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
239 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
380 000	68	Кампания наберёт данные	1	4
478 000	86	Рабочая кампания	1	4
852 000	154	Рабочая кампания	3	16
1 910 000	344	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 5 553 ₹ (измерено частично, по счётчику Метрики). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 238 779 ₹/мес.

■ Кто ищет и на какой стадии решения

Заказать SEO продвижение горячий

Кто: Владельцы бизнеса, маркетологи, которым нужно увеличить видимость в поиске; ищут исполнителя для SEO-услуг, готовы к заказу

Что мешает: Низкие позиции в поиске, мало органического трафика, сайт не приносит клиентов

О чём говорить: Экспертное SEO с гарантией роста позиций и трафика, опыт 20 лет, комплексный подход с ориентацией на бизнес-цели

SEO аудит и аналитика горячий

Кто: Те, у кого уже есть сайт, но не устраивают результаты; хотят выяснить причины и получить план улучшений

Что мешает: Непонимание, почему сайт не ранжируется, подозрения на технические ошибки или санкции, нужна независимая проверка

О чём говорить: Глубокий технический и коммерческий аудит сайта с понятным отчётом и дорожной картой роста

Проблемы с продвижением сайта тёплый

Кто: Бизнесы, которые уже пробовали продвижение или имеют сайт, но не видят отдачи; ищут пути решения

Что мешает: Сайт не приводит клиентов, вложения в SEO или рекламу не окупаются, неясно, что делать дальше

О чём говорить: Бесплатная консультация: проанализируем ваш случай и покажем точки роста без воды и пустых обещаний

■ 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	Оплата услуги, Заявка (любая форма)
Без чего запускать бессмысленно	Установите колтрекинг с динамическим номером телефона и добавьте СТА 'Позвонить менеджеру за консультацией'. Настройте цель 'Звонок' в Метрике через приём звонка (callback) или событие от колтрекинга.

■ Что отсекаем минус-словами

скачать

торрент

реферат

курсовая

диплом

вакансия

вакансии

резюме

своими руками

бу

б у

Спрос на создание и продвижение сайтов: 400 026 показов в месяц

В среднем за месяц пользователи вводят запросы по теме создания и продвижения сайтов 400 026 раз и кликают по рекламным объявлениям 20 001 раз. Если посмотреть на формулировки, видно готовность заказать, а не просто узнать:

- «создание сайтов» — 93 401 показ;
- «заказать сайт» — 91 924 показа;
- «анализ сайта» — 43 359;
- «продвижение сайта» — 34 415;
- «разработка сайтов» — 21 706. Почти каждый такой запрос означает, что у бизнеса есть сайт или он нужен, и владелец ищет подрядчика. Особенно ценны фразы с прямым намерением: «заказать сайт», «заказать продвижение сайта», «цена продвижения». Сезонность в нише заметная: летом спрос на пике — в июле 576 037 показов, в августе 584 038, что примерно в полтора раза выше среднемесячного уровня 400 026. Зимой, с декабря по февраль, показы падают до 292 019–376 024 в месяц. Если запускаете рекламу летом, вы попадаете в горячий сезон, но и конкуренция выше.

Сколько стоит реклама создания и продвижения сайтов: клик, заявка, обучение

Средняя цена клика по кампании — 225 ₽. Это стоимость при полном охвате аудитории: ровно столько в среднем списывается за один переход по объявлению. Цена обращения (то есть заявки или звонка) — 5 553 ₽, прогнозный диапазон — от 3 853 до 7 866 ₽. Оценка сделана на основе данных Метрики, частично — по фактическим замерам; точная цифра определится после запуска. Для перевода кампании на автостратегию «Максимум конверсий» нужно накопить 10 конверсий в неделю. Это требование Яндекса: при меньшем количестве данных алгоритм не может обучиться и заявки обходятся дороже. При текущей экономике порог обучения достигается при бюджете 55 530 ₽ в неделю или 238 779 ₽ в месяц. Это и есть минимальный рабочий бюджет для тематики создания и продвижения сайтов. Когда бюджет позволяет получить вдвое больше конверсий, кампания работает стабильно, без скачков цены заявки.

Как настроить Яндекс Директ для создания и продвижения сайтов: структура кампаний

В тематике рабочий канал — поиск: люди сами ищут услугу. Рекламные сети (РСЯ) сейчас не подключаем: при типовых бюджетах они не добирают целевой спрос, и цена обращения растёт. Поисковый спрос в нише исчерпывается примерно на 4 500 225 ₽ в месяц — только когда кампания упирается в потолок, есть смысл добавлять охватные форматы: сети, ретаргетинг, автотаргетинг. Стартуем с одной поисковой кампанией по самым горячим запросам. Стратегия на старте — «Максимум кликов»: алгоритм собирает статистику, не пытаясь сразу оптимизировать под заявки. Когда кампания набирает 10 конверсий в неделю и держит их две недели, стратегию меняют на «Максимум конверсий». В настройках автоподбора оставьте только целевые категории — запросы, связанные с созданием, разработкой и продвижением сайтов. Полностью отключить автоподбор нельзя, но если его не ограничить, бюджет будет уходить на случайные показы, не имеющие отношения к услуге.

Как продавать создание и продвижение сайтов через Яндекс Директ: запросы и объявления

Основа набора ключевых запросов — фразы, по которым человек уже решил заказать услугу: «создание сайтов», «заказать сайт», «разработка сайтов», «веб-разработка», «продвижение сайта», «seo продвижение», «аудит сайта», «настройка яндекс директ». По ним высокая коммерческая готовность, и такие переходы чаще становятся заявками. Отдельного внимания требуют запросы «анализ сайта» и «аналитика сайта» — 43 359 и 6 967 показов в месяц. Часть таких пользователей хочет не заказать услугу, а бесплатно проверить чужой сайт. Их можно оставить в кампании, но следить за поведением и при необходимости понижать ставки. Обязательно добавляйте минус-слова, отсекающие нецелевой трафик: «скачать», «торрент», «реферат», «курсовая», «диплом», «вакансия», «резюме», «своими руками», «бу», «б/у». По запросам люди ищут бесплатные материалы или работу, а не подрядчика. По конкурентным фразам высокие ставки входа в аукцион: для «продвижение сайта» — до 3 353 ₽, для «настройка яндекс директ» — до 7 951 ₽. Это не цена клика, а сумма, которую запрашивают за вход в аукцион; фактическое списание обычно ниже. Средняя цена клика по кампании — 225 ₽.

Что писать в объявлениях для создания и продвижения сайтов

Клиент в нише напуган опытом: не хочет отчётов с показателями, ему нужны продажи. Объявления должны отвечать на его страх. Работающие темы:

- «Рост продаж, а не просто трафика» — для тех, кто уже обжёгся на SEO-подрядчиках. - «Покажем, почему сайт не приносит клиентов, и дадим план» — для владельцев существующих сайтов. - «Создание сайта под ключ с учётом SEO и аналитики» — для тех, кто только планирует заказать сайт. - «Бесплатная консультация: разберём ваш случай» — для сомневающихся. Разделяйте объявления по стадии решения. У кого сайт уже есть — предлагайте аудит и анализ; у кого сайта нет — создание. В текстах используйте слова, которыми пользователь называет проблему: «сайт не продаёт», «низкие позиции», «мало заявок». Это повышает релевантность объявления запросу.

Что измерять при рекламе создания и продвижения сайтов

Без измеримых целей кампания превращается в чёрный ящик: неизвестно, сколько стоит заявка и откуда она пришла. Перед запуском настройте в Метрике макро-цели — оплату услуги и заявку (любую форму). Микро-цели — клик по номеру телефона, просмотр страницы с ценами и услугами, глубокий скролл 50% страницы — нужны, чтобы понимать, какие запросы ведут к заявке. Обязательно установите колтрекинг с динамическим номером телефона и добавьте на сайт кнопку «Позвонить менеджеру за консультацией». В Метрике настройте цель «Звонок» через приём звонка или событие от колтрекинга. Без часть заявок окажется неучтённой, и решения по оптимизации будут строиться на неполных данных. Помните: цена обращения 5 553 ₽ — это оценка, частично опирающаяся на данные счётчика. Фактическую стоимость заявки вы увидите после запуска, когда накопится статистика. Сравнивайте её с прогнозом и корректируйте ставки и набор запросов.

Типичные ошибки: создание и продвижение сайтов

- Запускать кампанию с бюджетом 15 000 ₽ в месяц и ждать заявок — для обучения нужно 10 конверсий в неделю, а это около 55 530 ₽.
- Пренебрегать минус-словами, из-за чего показы уходят на «скачать сайт», «курсовая» и другие нецелевые запросы.
- Считать ставку входа по отдельной фразе (например, 7 951 ₽ за «настройку яндекс директ») ценой клика и отказываться от рекламы — средняя цена клика 225 ₽.
- Пытаться отключить автоподбор полностью: это невозможно, лучше ограничить категории целевыми запросами.
- Сразу включать «Максимум конверсий» без накопленной статистики — сначала нужен «Максимум кликов» до 10 конверсий в неделю.

1. Установите колтрекинг и настройте цели в Метрике: заявка, звонок, просмотр цен.
2. Соберите ключевые запросы («создание сайта», «заказать сайт», «продвижение сайта», «seo продвижение») и добавьте минус-слова.
3. Запустите одну поисковую кампанию со стратегией «Максимум кликов».
4. Заложите бюджет на обучение: 55 530 ₽ в неделю или 238 779 ₽ в месяц.
5. После двух недель стабильных 10 конверсий в неделю переведите кампанию на «Максимум конверсий».

● Вопросы владельцев бизнеса

Создание и продвижение сайтов: с чего начать?

Начните с настройки целей в Метрике и бюджета. Для обучения автостратегии нужно 10 конверсий в неделю, что в нише соответствует бюджету 55 530 ₽ в неделю или 238 779 ₽ в месяц.

Как продавать создание и продвижение сайтов через Яндекс Директ?

Запускайте поисковую кампанию по горячим запросам — «заказать сайт» даёт 91 924 показа в месяц. Средняя цена обращения — 5 553 ₽, вилка от 3 853 до 7 866 ₽.

Как продвинуть создание и продвижение сайтов в интернете?

Это B2B-услуга с выраженной сезонностью: летом, в июле-августе, показы достигают 576 000–584 000 в месяц. Выходите на рынок до пика, чтобы успеть накопить статистику и получать заявки по цене около 5 553 ₽.

Как рекламировать создание и продвижение сайтов?

Рекламируйте через поиск Яндекса. Кампания с бюджетом 238 779 ₽ в месяц набирает необходимое для обучения количество конверсий и выходит на стабильную цену обращения.

Контекстная реклама создания и продвижения сайтов: как работает?

Объявления показываются тем, кто уже ищет услугу: например, по «созданию сайтов» — 93 401 показ в месяц. Средняя цена клика — 225 ₽, а целевое действие — заявка или звонок — стоит около 5 553 ₽.

Реклама создания и продвижения сайтов в Яндекс Директе: что это даёт?

Даёт заявки от бизнесов, которые уже готовы заказать разработку или продвижение. При бюджете 477 558 ₽ в месяц кампания приносит около 20 заявок в неделю — вдвое выше порога обучения, и цена заявки стабильна.

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 «создание и 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.