KDirect

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ

Реклама тонировочной пленки в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, июль 2026 · Москва

22 145
показов в месяц — спрос по семантике плана

106 ₽
цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 31 ₽

776–2 070 ₽
цена обращения (оценка до запуска)

53 406 ₽
бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Кто собрал этот разбор

1 сентября 2026

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

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

Как ищут: запросы и ставки

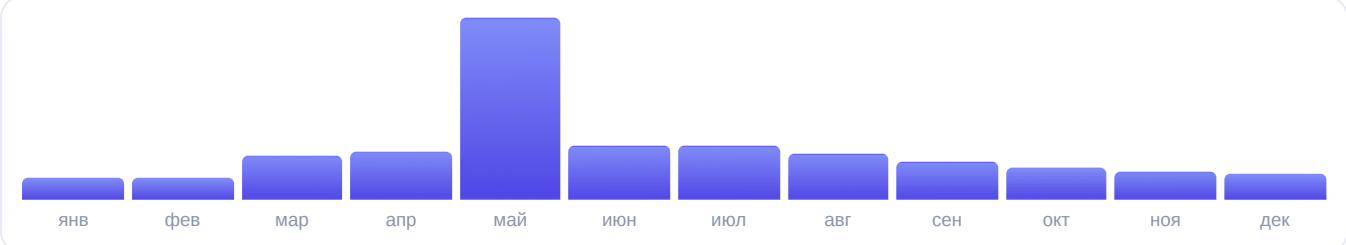
прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
атермальная пленка	10 553	237–244
тонировочная пленка	4 385	176–179
пленка от солнца	2 551	267–270
бронирующая пленка	1 524	298–345
купить тонировочную пленку	617	178
витражная пленка на стекло	260	127
тонировочная пленка отзывы	170	73
жарко в комнате что делать	85	49
пленка для стеклопакетов	84	1 208
металлизированная тонировочная пленка	23	126
виды тонировочных пленок	17	33
сравнение тонировочных пленок	15	173
укрепить стекло пленкой	9	—
как выбрать тонировочную пленку	7	—
ударопрочная пленка для стекла	5	—
защита стекла от разбития	5	—
снизить температуру в комнате летом	4	—
декор стекол пленкой	4	—
что такое тонировочная пленка	3	—
тонировочная пленка дешево	1	—

Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 9 522, февраль — 9 965, март — 19 488, апрель — 21 481, май — 80 608, июнь — 23 917, июль — 24 581, август — 20 595, сентябрь — 17 052, октябрь — 14 173, ноябрь — 13 287, декабрь — 11 072 показов.

Сколько это стоит

106 ₽
цена клика при полном охвате

1 242 ₽
цена обращения
оценка до запуска

106 812 ₽
бюджет, на котором ниша раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	85%	31	1 320
РСЯ	15%	9	932

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	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
12 000	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
19 000	15	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
30 000	24	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
47 000	38	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
54 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
74 000	60	Кампания наберёт данные	1	4
107 000	86	Рабочая кампания	1	4
117 000	94	Рабочая кампания	1	4

Расчёт по цене обращения 1 242 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 53 406 ₽/мес.

Кто ищет и на какой стадии решения

Тонировка авто солнцезащитная горячий

Кто: Владельцы автомобилей, которые ищут услугу тонировки или готовую пленку для защиты салона от солнца и бликов

Что мешает: Летом в машине невыносимо жарко, солнце слепит, обивка выгорает, хочется комфорта и эстетики

О чём говорить: Профессиональный монтаж и продажа пленок официального дистрибьютора – широкий выбор (металлизированные, неметаллизированные), гарантия, акции на уцененную пленку

Зеркальная тонировка авто горячий

Кто: Водители, желающие обеспечить приватность и стильный внешний вид автомобиля с эффектом зеркала

Что мешает: Хочется скрыть салон от посторонних глаз, придать машине агрессивный вид, снизить нагрев

О чём говорить: Зеркальные пленки от официального дистрибьютера – высокая отражающая способность, законность (ГОСТ), монтаж под ключ

Бронирование авто горячий

Кто: Автовладельцы, заботящиеся о защите кузова от сколов, царапин и мелких ДТП

Что мешает: Дорогой автомобиль, частые поездки по трассе, боится царапин, хочет сохранить ЛКП в идеале

О чём говорить: Бронировочные пленки высокой прочности – официальный дистрибьютор, профессиональная установка, гарантия на материал и работу

Цветная пленка для авто горячий

Кто: Автомобилисты, занимающиеся тюнингом и желающие изменить цвет машины без покраски

Что мешает: Надоел заводской цвет, хочется уникального дизайна, но покраска дорогая и необратимая

О чём говорить: Широкий ассортимент цветных и виниловых пленок, возможность заказать любой оттенок, профессиональный монтаж и демонтаж без следов

Солнцезащитная пленка для окон горячий

Кто: Владельцы квартир, частных домов и офисов, страдающие от жары и яркого солнца через окна

Что мешает: Летом в комнате пекло, мебель выгорает, кондиционер не справляется, хочется затемнить без штор

О чём говорить: Солнцезащитные пленки с разной степенью затемнения и теплоотражения – монтаж или самоклейка, снижение температуры до 10°C, защита от УФ

Зеркальная пленка для окон горячий

Кто: Жители первых этажей и владельцы офисов, желающие приватности и односторонней видимости

Что мешает: Посторонние заглядывают в окна, хочется видеть улицу, но оставаться невидимым снаружи

О чём говорить: Зеркальные пленки «день-ночь» – идеальная приватность, энергосбережение, монтаж любой сложности

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 и РСЯ — одной кампанией**

Что отсекаем минус-словами

своими · руками · самому · самостоятельно · diy · инструкция · обучение · курсы · бесплатно · скачать · вакансия · работа · реферат · снять · удалить · снятие · удаление · авто · автомобиль · машина · тонировка авто · бронь · бронирование · декоративная · своими руками · как сделать · демонтаж · инструменты · набор · автосервис

Слова, которыми кампании разводят между собой

Разновидности товара разносят по отдельным группам, чтобы объявление отвечало запросу точно: в своей группе такое слово — минус, в соседней — главное слово.

зеркальная · оптом · цветная · автомобильная · для авто · автомобильные пленки · оконная · солнцезащитная

Спрос и продвижение тонировочной пленки: сколько ищут и какими словами

В Москве спрос на тонировочную пленку — 22 145 показов в месяц, из них 1 107 заканчиваются переходом на сайт. Больше половины показов держится на пяти формулировках:

- атермальная пленка — 10 553 показа;
- тонировочная пленка — 4 385;
- пленка от солнца — 2 551;
- бронирующая пленка — 1 524;
- купить тонировочную пленку — 617. Атермальная пленка одна даёт почти половину спроса. Дальше идут узкие запросы выбора и изучения: витражная пленка на стекло — 260 показов, тонировочная пленка отзывы — 170, металлизированная тонировочная пленка — 23, виды тонировочных пленок — 17, сравнение тонировочных пленок — 15. Их набирают, чтобы понять, какая плёнка бывает, и на продажу они работают слабее. Сезон решает больше, чем формулировка. В июле, месяце расчёта, коэффициент спроса 1,11 — это 24 581 показ, выше среднего по году. Пик — май: 80 608 показов при коэффициенте 3,64. Дальше спрос падает: сентябрь 17 052 показа, октябрь 14 173, ноябрь 13 287, декабрь 11 072, январь 9 522 при коэффициенте 0,43. Весной тематика возвращается: март 19 488, апрель 21 481. Для продвижения это значит: тесты и рост бюджета ставить на апрель — июль, а зимой держать минимальный расход на самых горячих фразах, чтобы не платить за падающий спрос.

Сколько стоит реклама тонировочной пленки: клик, заявка и бюджет обучения

Цена клика при полном охвате — 106 ₽. Цена обращения — 1 242 ₽, это оценка до запуска, а не замер по вашему сайту, поэтому после первых недель её нужно заменить на измеренную. Вилка прогноза — от 776 ₽ до 2 070 ₽. Конверсия сайта в расчёте — 2,5%, она тоже оценочная. Рядом с ценой клика легко перепутать другую величину — ставку входа в аукцион по отдельной фразе. Столько запрашивают за вход, а списывается меньше: атермальная пленка — 237–244 ₽, тонировочная пленка — 176–179 ₽, пленка от солнца — 267–270 ₽, бронирующая пленка — 298–345 ₽, пленка для стеклопакетов — 1 208 ₽. Смету считают от цены клика в 106 ₽, а не от ставки входа. Автоматической стратегии нужны конверсии: порог обучения — 10 конверсий в неделю. При цене обращения 1 242 ₽ это 12 420 ₽ в неделю, или 53 406 ₽ в месяц. Оба числа берутся как есть: месячное не пересчитывают из недельного. Что даёт бюджет ниже порога:

- 3 000 ₽ в месяц — 3 заявки, порог не достигнут;
- 12 000 ₽ в месяц — 9 заявок;
- 30 000 ₽ в месяц — 24 заявки, то есть 5,6 в неделю;
- 47 000 ₽ в месяц — 38 заявок, 8,8 в неделю, всё ещё ниже порога. Уверенная работа начинается с 106 812 ₽ в месяц: на 107 000 ₽ план даёт около 86 заявок за месяц. Потолок спроса в Москве — 117 342 ₽ в месяц, больше по тематике не освоить.

Как настроить Яндекс Директ для тонировочной пленки: каналы и автоподбор

План собран одной кампанией: Поиск даёт 85% отдачи, РСЯ (рекламная сеть Яндекса — показы на тематических площадках) — 15%. Сети идут как охватная ступень: расширяться имеет смысл, когда

кликов»: на первых неделях она набирает статистику по фразам. Целевая — «Максимум конверсий»: на неё переходят, когда кампания даёт 10 конверсий в неделю и держит их две недели подряд. Автоподбор в поисковой кампании отключить нельзя — Яндекс требует хотя бы одну активную категорию. Его ограничивают: оставляют только целевые запросы про пленку и убирают категории, которые тянут «тонировку своими руками» и «как наклеить». Без ограничений автоподбор добирает показы по информационным запросам, где рулон не покупают, а ищут инструкцию.

Как продавать тонировочную пленку через Яндекс Директ: запросы и объявления

В работу берут пять фраз, по которым видно намерение купить: атермальная пленка (10 553 показа), тонировочная пленка (4 385), пленка от солнца (2 551), бронирующая пленка (1 524), купить тонировочную пленку (617). Они формируют ядро кампании. Отсекают всё, что означает «сделаю сам» и «не покупка»: своими руками, самостоятельно, инструкция, обучение, курсы, как наклеить, снять, удалить, демонтаж, инструменты, вакансия, работа, скачать, аренда, б/у. Каждое такое слово — показ человеку, который ищет знание или услугу, а не плёнку. Отдельно выносят разводящие слова: зеркальная, цветная, оптом, автомобильная, для авто, оконная, солнцезащитная. По ним делают отдельные группы объявлений, чтобы текст отвечал на конкретный запрос, а не на «плёнку вообще». Узкие и дорогие фразы держат под контролем ставки: «пленка для стеклопакетов» — всего 84 показа в месяц, зато ставка входа 1 208 ₽; «жарко в комнате что делать» — 85 показов и ставка входа 49 ₽, но это информационный запрос, а не покупка. Такие фразы не должны забирать бюджет у ядра.

Что писать в объявлениях тонировочной пленки

Объявление под атермальную пленку говорит про нагрев и блики: салон не выгорает, солнце не слепит, летом в машине прохладнее. На фразу приходится 10 553 показа в месяц — почти половина спроса, и обещание должно совпадать с запросом дословно. Под зеркальную тонировку пишут про приватность и законность: салон не видно снаружи, оттенок допущен к эксплуатации. Под бронирование — про защиту кузова от сколов и царапин на трассе и гарантию на материал и работу: здесь платят за сохранность машины, а не за оттенок. Для оконных плёнок угол другой: снижение нагрева в комнате, защита мебели от выгорания, монтаж или самоклеящийся слой. Для опта — склад и объём: рулоны шириной 1,52 м и 1,82 м, скидки от партии, отгрузка со склада. Мастерам и автосервисам важно видеть наличие, а не обещание «под заказ». Один текст на все случаи не работает: под «купить тонировочную пленку» с 617 показами нужно объявление про цену и наличие, под «бронирующая пленка» с 1 524 показами — про прочность и гарантию, иначе покупатель не находит свой случай и уходит к конкуренту.

Что измерять: без чего запуск бессмыслен

Первое — счётчик и цель. Пока на сайте не стоит цель «заявка» (звонок, форма, корзина), цена обращения 1 242 ₽ остаётся ориентиром из расчёта, а не вашей цифрой. Первая измеренная цена обращения сравнивается с вилкой 776–2 070 ₽, и только после этого можно говорить, дорого это или дёшево. Второе — заявки в неделю против порога. Кампания обучается на 10 конверсиях в неделю; при 24 заявках в месяц (бюджет 30 000 ₽) выходит 5,6 — это красная зона, и рост цены обращения здесь ожидаем. Третье — расход по каналам. В плане Поиск забирает 85%, РСЯ — 15%; если сети начинают съедать больше, значит поисковый спрос выбран или фразы отсечены слишком жёстко. Четвёртое — конверсия сайта. В расчёте она 2,5% и не измерена; фактическая цифра сдвинет и цену обращения. Считать её нужно по заявкам, а не по кликам: клики в тематике есть всегда (1 107 в месяц), а покупают далеко не все.

Типичные ошибки: тонировочная пленка

- Запуск с бюджетом 3 000–12 000 ₽ в месяц: план даёт 3–9 заявок за месяц, а автостратегии нужно 10 конверсий в неделю, и кампания просто не обучится.
- Ожидание, что при 30 000 ₽ в месяц заявки пойдут по 1 242 ₽: 24 заявки в месяц — это 5,6 в неделю

- Путать ставку входа по фразам (237–345 ₽) с ценой клика 106 ₽ и считать смету по ставке — бюджет вырастет в два-три раза без причины.
- Забыть минус-слова: в тематике снимается 37 480 показов в месяц по запросам «своими руками», «инструкция», «снять» — без них деньги уходят на тех, кто не покупает.
- Судить о результате по кликам: 1 107 кликов в месяц — ещё не заявки, без цели на сайте цена обращения так и останется оценкой 1 242 ₽.

Чек-лист перед запуском

1. Поставить счётчик и цель «заявка» до запуска — иначе 1 242 ₽ за обращение останутся оценкой.
2. Собрать ядро из пяти фраз: атермальная пленка (10 553 показа), тонировочная пленка (4 385), пленка от солнца (2 551), бронирующая пленка (1 524), купить тонировочную пленку (617).
3. Добавить минус-слова: своими руками, инструкция, обучение, снять, демонтаж, инструменты, вакансия, скачать.
4. Заложить 12 420 ₽ в неделю, или 53 406 ₽ в месяц: на этом бюджете кампания набирает 10 конверсий в неделю.
5. Ограничить категории автоподбора и оставить целевые запросы про пленку — отключить автоподбор в поиске нельзя, Яндекс требует хотя бы одну активную категорию.

Вопросы владельцев бизнеса

С чего начать продвижение тонировочной пленки?

С одной поисковой кампании по пяти горячим фразам — от атермальной пленки с 10 553 показами в месяц до «купить тонировочную пленку» с 617 — и с бюджета 53 406 ₽ в месяц: это сумма, на которой автостратегия набирает порог в 10 конверсий в неделю.

Как продавать тонировочную пленку через Яндекс Директ?

Считать от цены обращения: 1 242 ₽ за заявку при цене клика 106 ₽ и оценочной конверсии сайта 2,5%. Запуск на 107 000 ₽ в месяц приносит около 86 заявок, а 30 000 ₽ в месяц — около 24, то есть вдвое меньше порога обучения в неделю.

Как продвинуть тонировочную пленку в интернете?

Основной канал — Поиск: он даёт 85% отдачи плана, РСЯ добавляет 15%. Сети работают только как охватная ступень, когда поисковый спрос выбран, а он в Москве упирается в 117 342 ₽ в месяц.

Сколько стоит реклама тонировочной пленки?

Клик — 106 ₽, обращение — 1 242 ₽ по оценке до запуска, вилка 776–2 070 ₽. Рабочий бюджет — 106 812 ₽ в месяц, потолок спроса в Москве — 117 342 ₽ в месяц.

Хватит ли 30 000 ₽ в месяц на рекламу тонировочной пленки?

30 000 ₽ дают около 24 заявок в месяц, это 5,6 в неделю — почти вдвое ниже порога обучения в 10 конверсий. Кампания будет показываться, но обучится хуже, и заявки выйдут дороже расчётных 1 242 ₽.

Когда лучше запускать рекламу тонировочной пленки?

Июль — месяц расчёта — даёт 24 581 показ при коэффициенте 1,11, спрос выше среднего. Пик в мае — 80 608 показов, минимум в январе — 9 522, поэтому зимний бюджет стоит урезать до самых горячих фраз.

Нужны ли рекламные сети при продвижении тонировочной пленки?

Сети занимают 15% отдачи плана и подключаются как охватная ступень после того, как выбран поиск: весь спрос по тематике в Москве — 117 342 ₽ в месяц, и до потолка расширяться есть куда в самом поиске.

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 «тонировочная пленка», 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.