

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИТ-УСЛУГИ

Реклама транскрибации аудио и видео в текст в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, сентябрь 2026 · вся Россия

184 631

показов в месяц — ёмкость спроса

16 ₹

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 3 ₹

126–337 ₹

цена обращения (оценка до запуска)

8 686 ₹

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-transkribaciya-audio-i-video-v-tekst
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
аудио в текст	57 921	34–50
голос в текст	32 538	35–41
текст из видео	29 412	40–46
текст встречи	22 493	70–72
аудио в текст онлайн	17 958	26–41
текст из аудио	12 992	33–41
расшифровка аудио	10 984	42–56
голосовое в текст	10 761	50–54
видео в текст онлайн	7 821	31–43
транскрибация видео	7 636	38–59
расшифровка аудио в текст	7 086	42–58
транскрибация аудио в текст	6 813	35–63
бесплатная транскрибация	6 608	25–44
перевести аудио в текст	6 498	37–49
перевод аудио в текст	5 832	40–53
расшифровка совещаний	4 369	98–113
голосовое сообщение в текст	4 207	45–47
транскрибация видео в текст	3 991	37–62
транскрибация аудио онлайн	3 980	23–48
субтитры из видео	3 853	114–154

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 145 858, февраль — 179 092, март — 188 324, апрель — 219 711, май — 206 787, июнь — 195 709, июль — 175 399, август — 142 166, сентябрь — 177 246, октябрь — 217 865, ноябрь — 208 633, декабрь — 168 014 показов.

● Сколько это стоит

16 Р

цена клика при полном охвате

202 Р

цена обращения
оценка до запуска

17 372 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	100%	3	202

Цена обращения в строке посчитана по своему каналу — складывать столбец нельзя.

● Сценарии бюджета

что получится при разных суммах

БЮДЖЕТ, Р/МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	15	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
4 000	20	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
7 000	35	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
9 000	45	Кампания наберёт данные	1	4
10 000	49	Кампания наберёт данные	1	4
14 000	69	Кампания наберёт данные	1	4
18 000	89	Рабочая кампания	1	4
21 000	104	Рабочая кампания	1	4
32 000	158	Рабочая кампания	3	16
47 000	233	Рабочая кампания	3	16
69 000	341	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 202 Р (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 8 686 Р/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

API транскрибации горячий

Кто: Разработчики, product-менеджеры, владельцы сервисов, которым нужно встроить распознавание речи в свой продукт

Что мешает: Нужен надёжный API для перевода речи в текст с таймкодами, без сложной интеграции, по низкой цене, с данными

О чём говорить: API по той же цене, что и веб-загрузка, без отдельного баланса; поддержка всех форматов, файлы до 500 МБ, таймкоды, субтитры srt/vtt, русский язык, данные

Расшифровка голосовых сообщений Telegram/WhatsApp горячий

Кто: Пользователи мессенджеров, получающие голосовые сообщения, которым удобнее читать текст, а не слушать

Что мешает: Нет времени или возможности прослушивать голосовые, нужен быстрый текст для чтения, ответа, сохранения

О чём говорить: Мгновенная расшифровка голосовых из Telegram/WhatsApp прямо в браузере, без установки; бесплатный бонус, оплата по факту

Расшифровка созвонов и встреч (Zoom, Meet, планёрки) горячий

Кто: Менеджеры, тимлиды, удалённые команды, которым нужны протоколы и решения после созвонов

Что мешает: После встреч нет текстовой записи, договорённости теряются, нужен транскрипт с таймкодами для навигации и документации

О чём говорить: Автоматическая расшифровка записей созвонов с таймкодами; загрузка пачкой до 12 файлов, русский язык, данные, не нужно держать вкладку открытой

Расшифровка видео в текст (YouTube, mp4, субтитры) тёплый

Кто: Контент-мейкеры, SMM-специалисты, маркетологи, которым нужен текст из видео для субтитров, статей, постов

Что мешает: Нужно быстро получить текст из видео для создания субтитров, перевода контента, написания статей

О чём говорить: Автоматическое извлечение текста из видео (mp4, mov, webm и др.) без конвертации, экспорт в srt/vtt субтитры, таймкоды,/минута речи

Расшифровка диктофонных записей, интервью и подкастов тёплый

Кто: Журналисты, исследователи, студенты, подкастеры, которым нужно перевести аудиозаписи в текст для работы

Что мешает: Ручная расшифровка интервью и записей отнимает часы, нужен точный текст с таймкодами для цитирования, монтажа, анализа

О чём говорить: Точная расшифровка диктофона и подкастов с таймкодами, поддержка mp3/m4a/wav и др., текст готов за минуты, без подписки,/минута речи

Расшифровка лекций, вебинаров, уроков тёплый

Кто: Студенты, слушатели курсов, преподаватели, которым нужны текстовые конспекты лекций и вебинаров

Что мешает: Нужно превратить лекцию или вебинар в текст для конспектов, повторения, подготовки материалов

О чём говорить: Перевод лекций и вебинаров в текст с таймкодами, звук из видео извлекаем сами, высокая скорость, на счёт при регистрации

■ Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум конверсий
Когда переключаться	Старт «Максимум конверсий» → «Максимум конверсий» при стабильных ≥ 10 конв/нед.
Каналы	Только Поиск, сети выключены
Что считаем обращением	Оплата подтверждена (онлайн), Звонок менеджеру (колтрекинг)

■ Что отсекаем минус-словами

ваканс	порно	секс	обучение	курсы	вакансия	скачать	торрент	реферат	курсовая
диплом	вакансии	резюме	своими руками	бу	б у				

Как продавать транскрибацию аудио и видео в текст через Яндекс Директ: запросы и объявления

В месяц пользователи Яндекса набирают запросы про перевод аудио и видео в текст 184 631 раз и кликают по рекламе 9 232 раза. Самый частый запрос — «аудио в текст» — 57 921 показ в месяц. Дальше идут «голос в текст» (32 538), «текст из видео» (29 412) и «текст встречи» (22 493). Люди приходят с готовой задачей: расшифровать запись, получить текст из видео или протокол встречи. Спрос заметно колеблется по сезонам. Пик — апрель: на 19% выше среднего. Почти так же высок октябрь. Спад приходится на август — 0,77 от среднего. При планировании бюджета на лето закладывайте меньше; на весну и начало осени — больше.

Кто ищет транскрибацию аудио и видео в текст

В транскрибации три горячих группы покупателей. Разработчики, product-менеджеры и владельцы сервисов ищут программный интерфейс (API) транскрибации, чтобы встроить распознавание речи в свой продукт. Им нужен устойчивый API с таймкодами, субтитрами srt/vtt и хранением данных в России. Пользователи мессенджеров хотят расшифровать голосовые сообщения Telegram и WhatsApp. Они не готовы слушать длинные аудио, поэтому ищут быстрый текст в браузере, без установки приложения. Менеджеры, тимлиды и удалённые команды набирают «расшифровка совещаний» и «текст встречи». После созвонов теряются договорённости, нужен текстовый протокол. Все три группы уже на стадии решения — задача рекламы показать, что ваша услуга закрывает их конкретную боль.

Сколько стоит реклама транскрибации аудио и видео в текст

Цена клика по популярным запросам — от 22 до 72 рублей. Самая высокая — у «субтитров из видео»: 114–154 рубля за клик. По средневзвешенной модели клик обходится в 3 рубля, а одно обращение — в 202 рубля. Алгоритм автоматической стратегии Яндекса обучается на заявках: по правилам нужно не меньше 10 конверсий в неделю. При ожидаемой цене в 202 рубля это примерно 8 686 рублей в месяц. Бюджеты 3 000–7 000 рублей — красная зона: кампания не набирает статистику, показы дорогие. С 21 000 рублей в месяц кампания выходит в рабочую зону — 24 обращения в неделю. Потолок прямого спроса — 27 696 рублей в месяц, при этом бюджете прогноз 32 обращения в неделю.

Как настроить Яндекс Директ для транскрибации аудио и видео в текст

На старте запускайте одну поисковую кампанию по самым горячим запросам: она быстрее наберёт данные для обучения. С бюджета от 9 000 рублей подключайте Рекламную сеть Яндекса — показы на тематических сайтах добирают аудиторию, которая не формулирует точный запрос. Держите поиск и сеть в отдельных кампаниях: у них разная цена клика и разная логика. С бюджета 17 000 рублей добавляйте ретаргетинг — показы тем, кто уже заходил на сайт, но не оставил заявку. На потолке спроса делите структуру на три кампании: поиск, сеть и ретаргетинг, а также включайте автотаргетинг — автоматический подбор аудитории по смыслу. На этом бюджете алгоритм можно переводить на оптимизацию по заявкам, а не по кликам.

Семантика и минус-слова для транскрибации аудио и видео в текст

Берите точные фразы, которые называют готовое действие: «аудио в текст», «голос в текст», «текст из видео», «расшифровка совещаний», «субтитры из видео». Уточнение «онлайн» не снижает намерения, но дешевле: «аудио в текст онлайн» стоит 26–41 рубль за клик против 34–50 у запроса «аудио в текст».

транскрибация» и «бесплатная расшифровка аудио» — они приведут людей, которые не готовы платить. Обязательно добавьте «корову», «старика», «мужика», «бабу», «мужа» и «Михалкова»: их спрашивают про текст «Как старик корову продавал», а не про вашу услугу. Смежные запросы «рекламные тексты» и «продвижение текстами» тоже не про транскрибацию — их в минус.

Что писать в объявлениях о транскрибации аудио и видео в текст

Объявления пишите под каждую группу. Не пытайтесь создать один рекламный текст для всех.

Разработчикам — «программный интерфейс (API) транскрибации на русском», «таймкоды и субтитры srt/vtt», «файлы до 500 МБ», «данные в России». Пользователям мессенджеров — «расшифровка голосовых из Telegram и WhatsApp», «прямо в браузере, без установки», «бесплатный бонус, оплата по факту». Менеджерам — «текст встречи после созвона», «протокол совещания», «не теряйте договорённости». В каждом объявлении повторяйте формулировку запроса: если человек искал «субтитры из видео», он должен увидеть слова «субтитры из видео».

Что измерять в рекламе транскрибации аудио и видео в текст

Без настроенной цели «заявка» реклама транскрибации не имеет смысла: вы не узнаете цену обращения. При запуске проверяйте две цифры — цену обращения и конверсию. Средняя цена обращения по тематике — 202 рубля, разброс от 126 до 337. Если выходит выше — пересматривайте объявления и минус-слова. Конверсия из клика в заявку — около 1,5%. Это ориентир, а не гарантия: у каждого сервиса своя страница и своя форма. Регулярно считайте, сколько вы платите за одно обращение. Показатель показывает, выходите вы в плюс или нет. Запуск без аналитики почти всегда приводит к слитому бюджету.

Типичные ошибки: транскрибация аудио и видео в текст

- Запускать рекламу транскрибации с бюджетом 3 000–7 000 рублей в месяц: кампания не наберёт 10 конверсий в неделю и будет переплачивать за клики.
- Не добавлять в минус-слова запросы «бесплатная транскрибация» и «бесплатная расшифровка аудио» — на них приходят пользователи, не готовые платить.
- Показываться по запросам «как старик корову продавал» и другим литературным текстам — это трафик не про услугу.
- Смешивать поиск и Рекламную сеть Яндекса в одной кампании — разная цена и поведение аудитории.
- Использовать общие заголовки «качественно и быстро» вместо конкретики «таймкоды, субтитры srt/vtt, данные в России».

Чек-лист перед запуском

1. Настроить счётчик цели «заявка» на кнопку формы или страницу спасибо.
2. Собрать точные фразы: «аудио в текст», «голос в текст», «текст из видео», «текст встречи», «субтитры из видео».
3. Добавить минус-слова: «бесплатно», «корову», «старика», «мужика», «бабу», «мужа», «михалков».
4. Создать одну поисковую кампанию с бюджетом от 8 686 рублей.
5. Разделить кампании: поиск и Рекламную сеть Яндекса отдельно.

Как продавать транскрибацию аудио и видео в текст через Яндекс Директ?

Соберите поисковые запросы с готовой задачей — «аудио в текст», «текст встречи», «расшифровка совещаний», — ведите их на страницу с формой заявки и настройте счётчик целей. Бюджет от 21 000 рублей в месяц даёт около 24 обращений в неделю.

Сколько стоит реклама транскрибации аудио и видео в текст?

В среднем клик — 3 рубля, обращение — 202 рубля. Минимальный бюджет для обучения алгоритма — 8 686 рублей в месяц, комфортный — 17 372 рубля.

Как продвинуть транскрибацию аудио и видео в текст в интернете?

Начните с поиска по горячим запросам, затем добавьте Рекламную сеть Яндекса отдельной кампанией, потом ретаргетинг. На бюджете от 27 696 рублей включите автотаргетинг и оптимизацию по заявкам.

Какие запросы использовать для рекламы транскрибации аудио и видео в текст?

Берите «аудио в текст», «голос в текст», «текст из видео», «текст встречи», «субтитры из видео». Отсекайте «бесплатную транскрибацию», если не готовы давать бесплатный тариф.

Сколько заявок принесёт реклама транскрибации аудио и видео в текст?

При бюджете 3 000 рублей — около 15 обращений в месяц, но кампания не обучится. При рабочем бюджете 21 000 рублей — около 24 заявок в неделю, а при потолке 27 696 — около 32.

Почему реклама транскрибации дорогая?

Из-за конкуренции за «субтитры из видео»: клик достигает 154 рублей. Запросы «аудио в текст» дешевле — от 34 рублей. Снижайте цену узкими минус-словами и понятной страницей.

Как проверить, окупится ли реклама транскрибации?

Посчитайте максимальную цену заявки, которую выдерживает ваш бизнес: разделите средний чек на 2. Если она ниже средней по тематике (202 рубля), реклама, скорее всего, убыточна. Точный расчёт требует данных по вашей марже.

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 «транскрибация аудио и видео в текст», 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.