

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ДРУГИЕ ТЕМАТИКИ

Реклама УФ-принтеров в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, октябрь 2026 · вся Россия

20 484

показов в месяц — спрос по семантике плана

111 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 53 ₽

1 328–3 540 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

91 332 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

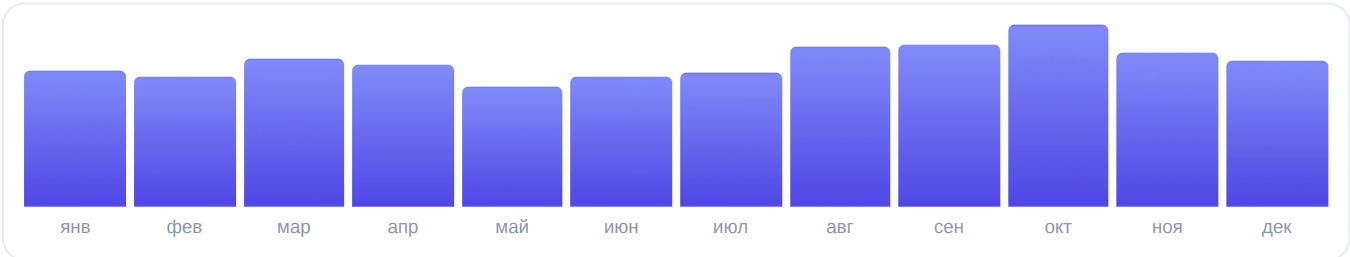
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-uf-printery
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
запуск принтера	4 786	335–532
уф принтер купить	2 606	276–337
термопресс купить	1 288	106–132
ремонт платы цена	884	235–259
ремонт платы стоимость	838	207–290
dtf принтер купить	791	234–264
принтер оптом	765	133–150
дтф принтер купить	736	162–196
уф принтер цена	468	194–213
принтер для наклеек купить	416	126–161
принтер поставщик	369	190–223
маркиратор лазерный купить	287	590–936
принтер для печати на футболках купить	256	69–90
запчасти для принтеров купить	254	52–53
лазерный маркер купить	227	708–864
печатающая головка эпсон купить	225	37
сервисное обслуживание принтеров	209	625–795
uv принтер купить	197	271–288
рулонный уф принтер	196	279–668
уф чернила купить	153	109–124

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 19 223, февраль — 18 405, март — 21 063, апрель — 19 836, май — 16 769, июнь — 18 405, июль — 19 018, август — 22 495, сентябрь — 22 699, октябрь — 25 562, ноябрь — 21 677, декабрь — 20 654 показов.

● Сколько это стоит

111 ₹

цена клика при полном охвате

2 124 ₹

цена обращения
оценка до запуска

182 664 ₹

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₹	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₹
Поиск	100%	53	2 124

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	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
9 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
16 000	8	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
28 000	13	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
49 000	23	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
86 000	40	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
92 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
150 000	71	Кампания наберёт данные	1	4
183 000	86	Рабочая кампания	1	4
261 516	123	Рабочая кампания	1	4

Расчёт по цене обращения 2 124 ₹ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 91 332 ₹/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Аварийный ремонт УФ/DTF-принтеров горячий

Кто: Владелец или оператор типографии/мастерской, у которого встал DTF-, UV DTF- или УФ-принтер; ищет «ремонт dtf принтера москва», «ремонт уф принтеров», «выезд инженера по принтерам»

Что мешает: Простой: каждый день без печати — сорванные заказы и потерянные клиенты; боится, что технику не восстановят, особенно если она куплена у другого поставщика

О чём говорить: Диагностика и восстановление DTF/УФ-принтеров любой сложности, в том числе купленных не у нас; выезд инженера, ремонт электроники Hoson/BYHX/Senyang, запчасти со склада, гарантия результата

Запчасти и узлы для DTF/УФ-принтеров горячий

Кто: Действующий владелец принтера или технолог, которому срочно нужна деталь: «печатающая головка epson i3200 / xp600 / i1600 купить», «плата hoson», «демпферы, капы, помпы»

Что мешает: Принтер встал, нужна точная деталь под конкретную модель и быстрая поставка — ожидание недели из Китая недопустимо

О чём говорить: Склад: головки Epson i3200/XP600/i1600, платы Hoson/BYHX/Senyang, демпферы, капы, помпы; подбор детали по модели принтера, отгрузка в день заказа и СНГ, поможем с заменой

Помощь при сбое: поиск по симптому горячий

Кто: Оператор или владелец, который гуглит симптом, а не услугу: «принтер полосит что делать», «засохла печатающая головка как промыть», «dtf принтер не печатает белым», «ошибка на плате hoson»

Что мешает: Не понимает причину сбоя, боится добить технику самостоятельными действиями, заказы стоят

О чём говорить: Бесплатная удалённая диагностика: подскажем причину и что делать по телефону; если нужно — выезд инженера и восстановление с гарантией результата

Расходные материалы для DTF/УФ-печати горячий

Кто: Действующая мастерская или типография, у которой заканчиваются расходники: «dtf чернила и порошок купить», «pet пленка для dtf купить рулон», «клей пудра для dtf», «чернила для уф печати оптом»

Что мешает: Нельзя встать из-за перебоев с расходниками; нужны стабильное качество, оптовая цена и регулярные поставки

О чём говорить: Склад: DTF-чернила, порошок, PET-плёнка, клеи PU/PA/PES, УФ-чернила; наличие и опт, доставка и СНГ без простоев производства

DTF-принтер под ключ горячий

Кто: Владелец мастерской печати на футболках и мерче (термотрансфер, шелкография), хочет мелкие тиражи и полноцвет: «dtf принтер купить», «dtf принтер под ключ с обучением»

Что мешает: Хочет расширить услуги и снять ограничения по цвету ткани, но боится купить технику без запуска, обучения и сервиса

О чём говорить: DTF-принтер на головках Epson i3200 под ключ: подбор под задачу и бюджет, доставка, запуск, обучение оператора, гарантия 1 год, расходники и запчасти со склада — окупаемость с первых заказов

UV DTF-принтер: стикеры и декор горячий

Кто: Производство сувениров и промо-продукции, которое хочет печатать стикеры и наклейки на кружки, бутылки, упаковку, сувенирку: «uv dtf принтер купить»

Что мешает: Нужен полноцветный декор на любых поверхностях малыми тиражами; хочет занять нишу стикеров без чужих подрядчиков

О чём говорить: UV DTF: наклейки и декор на любые поверхности, в том числе с эффектом золотого тиснения; подбор, запуск с обучением оператора, сервис и расходники

■ 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/обратный звонок (отправка формы), Клик по телефону / звонок
Без чего запускать бессмысленно	Поставить подменный номер (коллтрекинг) на или и показывать его в шапке и на кнопке «Позвонить менеджеру за консультацией»; звонок на подменный номер = конверсия. Если коллтрекинга нет — разметить клик по tel-ссылке как цель «Клик по телефону» и считать его минимальной конверсией.

■ Что отсекаем минус-словами

инструкция

авито

бу

форум

б у

своими руками

характеристик

сравнен

вакансия

бесплатно

скачать

торрент

реферат

курсовая

диплом

вакансии

резюме

Спрос на УФ-принтеры: сколько ищут и как гуляет сезон

Реклама УФ-принтеров опирается на 20 484 показа в месяц и 2 356 кликов — это весь поисковый объём тематики по России. Продавать здесь можно четыре разные вещи, и спрос на них различается в разы:

- «запуск принтера» — 4 786 показов в месяц, ставка входа в аукцион от 335 до 532 ₽;
- «уф принтер купить» — 2 606 показов, ставка входа от 276 до 337 ₽;
- «термопресс купить» — 1 288 показов, ставка входа от 106 до 132 ₽;
- «ремонт платы цена» — 884 показа, ставка входа от 235 до 259 ₽;
- «ремонт платы стоимость» — 838 показов, ставка входа от 207 до 290 ₽;
- «dtf принтер купить» — 791 показ, ставка входа от 234 до 264 ₽. За запросами стоят разные покупатели: одна мастерская ищет третью машину в парк, другая — первый принтер под печать на футболках, третья — плату управления, потому что печать уже встала. Продвижение УФ-принтеров поэтому строится не вокруг одного товара, а вокруг ситуации: покупка оборудования, расходники, запчасти и срочный ремонт. Сезон: в октябре спрос выше среднего — 25 562 показа и коэффициент 1,25. Самый слабый месяц — май с коэффициентом 0,82, а август и сентябрь дают 1,10 и 1,11. Осенью производство закупает технику и расходники перед зимним потоком заказов, к весне интерес падает.

Сколько стоит реклама УФ-принтеров: клик, заявка и бюджет на обучение

Цена клика при полном охвате — 111 ₽. Цена обращения — 2 124 ₽, вилка прогноза 1 328–3 540 ₽. Обе цифры — ориентир до запуска, а не измерение по счётчику: свою цену заявки вы увидите только после старта и пересчитаете по своим данным. Отдельно нужно понимать ставки входа в аукцион по конкретным фразам — это то, сколько запрашивают за вход, а списывается по факту меньше: «запуск принтера» — 335–532 ₽, «маркиратор лазерный купить» — 590–936 ₽, «запчасти для принтеров купить» — 52–53 ₽. Путать ставку входа с ценой клика нельзя: решения по бюджету принимают по 111 ₽, а не по верхней границе аукциона. Автостратегии для обучения нужно 10 конверсий в неделю. Такой поток заявок даёт бюджет 21 240 ₽ в неделю, или 91 332 ₽ в месяц. Ниже этого уровня автоматика работает неточно, и обращение выходит дороже. Ориентиры по бюджету: 3 000 ₽ в месяц — заведомо мало, на 10 конверсий в неделю не хватит; 182 664 ₽ в месяц — бюджет с запасом, при котором кампания не просто обучается, а стабильно оптимизируется; 261 516 ₽ в месяц — весь поисковый спрос тематики, больше в Поиске по УФ-принтерам не забрать.

Как настроить Яндекс Директ для продажи УФ-принтеров: каналы и автоподбор

Канал один — Поиск, и он забирает 100% бюджета. Тематические площадки спрос не добирают: в тематике работает только поиск. Степень роста тоже одна: когда поисковый спрос исчерпан — а это 261 516 ₽ в месяц, — дальше охват увеличивают сетями. Структура на старте — одна кампания, два сегмента и два объявления, чтобы деньги не размазывались по пустым группам; на рабочих бюджетах добавляются ещё два сегмента и два объявления. Стартовая стратегия — «Максимум кликов»: она быстро собирает статистику. Когда кампания набирает 10 конверсий в неделю и держит их две недели подряд, её переводят на «Максимум конверсий» — алгоритм начинает искать заявки, а не визиты. Автоподбор, он же автотаргетинг, в поисковой кампании отключить нельзя: Яндекс требует хотя бы одну активную категорию. Его ограничивают — оставляют только целевые формулировки и вырезают категории, которые приводят учебный и б/у спрос. Автоподбор добирает 1,67% показов: он работает по краям, а основную нагрузку

Как продавать УФ-принтеры через Яндекс Директ: запросы и объявления

В ядро идут запросы, за которыми стоит намерение купить или починить:

- оборудование: «уф принтер купить», «dtf принтер купить», «термопресс купить», «принтер для печати на футболках купить»;
- запчасти и узлы: «запчасти для принтеров купить», «ремонт платы цена», «ремонт платы стоимость»;
- сервис и запуск: «запуск принтера», «принтер поставщик», «принтер оптом». Отсекаем всё, что заявку не приносит: инструкция, инструкц, авито, бу, ваканс, форум, б у, своими руками, характеристик, сравнен, вакансии, бесплатно, скачать, торрент, реферат, курсовая, диплом, вакансии, резюме. За словами стоят те, кто чинит сам, ищет б/у или пишет реферат, — их клики стоят тех же денег, что клики мастерской с готовым заказом, а заявок не дают. Часть запросов выглядит нецелевой, но покупатели за ней есть: «маркиратор лазерный купить» — 287 показов при ставке входа 590–936 ₽, «лазерный маркер купить» — 227 показов при 708–864 ₽. Это дорогие входы, и брать их стоит только если вы действительно поставляете маркираторы; иначе клики уходят впустую.

Что писать в объявлениях про УФ-принтеры

Объявление адресуют тому, кто либо уже сломался, либо уже собрался покупать, и говорят о том, что его беспокоит:

- владельцу вставшей типографии — про выезд инженера: принтер чинят на месте, ремонтируют электронику плат управления и настраивают RIP, запчасти везут с собой, вывоз техники не нужен;
- оператору, который гуглит симптом («принтер полосит», «не печатает белым») — про бесплатную удалённую диагностику: причину сбоя называют по телефону, а выезд нужен, только если без него не обойтись;
- покупателю первой машины — про подбор под задачу и бюджет: привозят, запускают, обучают оператора, дают гарантию год;
- действующей мастерской — про склад: расходники, узлы и запчасти под конкретную модель, отгрузка в день заказа по России и в страны СНГ;
- владельцу парка техники — про сопровождение: плановое обслуживание и техподдержка с 9:00 до 18:00, в том числе для принтеров, купленных у других поставщиков. Общее правило для тематики: в объявлении работает то, что снимает страх простоя. «Подберём и продадим» не запоминается, а «чиним на месте» и «запчасти со склада» — да, потому что мастерская покупает не принтер, а непрерывную печать.

Что и как измерять при продвижении УФ-принтеров

Запускать без счётчика целей бессмысленно: 2 124 ₽ за обращение — ориентир, свою цену вы узнаете только по своим заявкам. Основные цели — заявка или обратный звонок при отправке формы и клик по телефону. Дополнительные: клик по кнопке «Заказать звонок», клик по чату или мессенджеру, просмотр ключевых страниц оборудования. Минимум, который делают до старта: ставят подменный номер, он же коллтрекинг, и показывают его в шапке сайта и на кнопке «Позвонить менеджеру за консультацией» — звонок на подменный номер считается конверсией. Если коллтрекинга нет, размечают клик по телефонной ссылке отдельной целью «Клик по телефону». Без него кампания не наберёт 10 конверсий в неделю, не перейдёт на «Максимум конверсий» и останется на дорогих кликах. В тематике УФ-принтеров телефонные цели важнее форм: вставшую технику чинят по звонку, а не через корзину.

Типичные ошибки: УФ-принтеры

- Принимать ставку входа за цену клика: по «запуску принтера» за вход в аукцион просят 335–532 ₽, тогда

- Стартовать с 3 000 ₽ в месяц и ждать заявок: этого бюджета не хватает на 10 конверсий в неделю, без которых автостратегия не обучается.
- Считать ориентир 2 124 ₽ за обращение измеренной ценой заявки — это оценка до запуска с вилкой 1 328–3 540 ₽, её нужно перепроверить по счётчику.
- Запускать без коллтрекинга: тогда звонки не попадают в конверсии и кампания не переходит на оптимизацию по заявкам.
- Отсекать запросы про ремонт и запчасти как нецелевые — на «ремонт платы цена» приходится 884 показа в месяц, на «запчасти для принтеров купить» — 254.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать кампанию только на Поиске: в тематике он забирает 100% бюджета, сети не подключают.
2. Добавить минус-слова: инструкция, авито, бу, ваканс, форум, своими руками, скачать, торрент.
3. Поставить коллтрекинг с подменным номером или разметить клик по телефону отдельной целью.
4. Ограничить категории автоподбора целевыми запросами, не пытаясь его отключить.
5. Вывести бюджет на 21 240 ₽ в неделю на период обучения, чтобы набрать 10 конверсий в неделю.

Как продавать УФ-принтеры через Яндекс Директ?

Вести кампанию только по Поиску и на горячие запросы: «запуск принтера» даёт 4 786 показов в месяц, «уф принтер купить» — 2 606. Клик при полном охвате стоит 111 ₽, обращение — 2 124 ₽, а бюджет обучения — 21 240 ₽ в неделю.

С чего начать продвижение УФ-принтеров?

С минус-слов и коллтрекинга: без них звонки не считаются конверсиями. Затем собрать кампанию на Поиске и вывести бюджет на 21 240 ₽ в неделю, чтобы набрать 10 конверсий в неделю и включить оптимизацию по заявкам.

Как продвинуть УФ-принтеры в интернете?

В тематике реклама идёт только через Поиск: тематические площадки спрос не добирают. Потолок поискового спроса — 261 516 ₽ в месяц, и до него хватает одного канала. Осенью спрос выше среднего: в октябре коэффициент сезонности 1,25, в мае — 0,82.

Как рекламировать УФ-принтеры, чтобы заявки были дешевле?

Отсекать учебный и б/у спрос минус-словами: инструкция, авито, бу, своими руками, вакансии. Смотреть на ставку входа: по «запчасти для принтеров купить» это 52–53 ₽, по «принтер для печати на футболках купить» — 69–90 ₽, а по «маркиратор лазерный купить» — 590–936 ₽.

Сколько денег в месяц нужно на рекламу УФ-принтеров?

Порог обучения — 21 240 ₽ в неделю, то есть 91 332 ₽ в месяц. Рабочий бюджет с запасом — 182 664 ₽ в месяц, а весь поисковый спрос тематики — 261 516 ₽ в месяц. При 3 000 ₽ в месяц кампания 10 конверсий в неделю не наберёт.

Когда подключать рекламные сети к кампании по УФ-принтерам?

Когда поисковый спрос выбран, а это 261 516 ₽ в месяц: до сетей в кампании нет, и рост идёт только за счёт Поиска. Дальше охват увеличивают тематическими площадками, а не перераспределением того же бюджета.

Нужны ли отдельные кампании для поиска и сетей по УФ-принтерам?

Сейчас разводить нечего: кампания одна и работает только по Поиску — он забирает 100% бюджета. Разделение понадобится на ступени роста, когда поисковый спрос исчерпан на 261 516 ₽ в месяц и к кампании добавят сети.

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 «УФ-принтеры», 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.