

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ДРУГИЕ ТЕМАТИКИ

Реклама видеовстреч и чата по ссылке в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, июнь 2026 · вся Россия

1 516 484

показов в месяц — спрос по семантике плана

70 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 32 ₽

1 077 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

46 311 ₽

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-videovstrechi-i-chat-po-ssylke-2
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
видеочат без регистрации	9 252	17
чат по ссылке	5 962	58–59
платформа для вебинаров	3 714	740–1 158
бесплатные видеовстречи	2 570	76–94
чат без скачивания	1 624	21
сервис видеоконференций	1 383	514–571
создать видеовстречу	1 159	195
создать видеоконференцию	1 135	182–198
провести урок онлайн	894	124
zoom не работает	782	62–77
вебинар по ссылке	740	41–42
видеовстречи по ссылке	639	101
аналог зум	529	112–179
создать вебинар	441	107–135
аналог zoom	430	107–129
skype заблокирован	409	38
создать конференцию онлайн	400	378
видеозвонок без регистрации	399	45
провести встречу онлайн	376	127
создать чат по ссылке	359	54–56

● Сколько это стоит

70 ₽ цена клика при полном охвате	1 077 ₽ цена обращения оценка до запуска	92 622 ₽ бюджет, на котором ниша раскрывается
---	---	--

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	32	1 077

БЮДЖЕТ, ₽/МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	5	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
18 000	17	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
33 000	31	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
47 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
61 000	57	Кампания наберёт данные	1	4
93 000	86	Рабочая кампания	1	4
111 000	103	Рабочая кампания	1	4
203 000	188	Рабочая кампания	3	16
370 000	344	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 1 077 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 46 311 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Срочная видеосвязь без установки **горячий**

Кто: Пользователи, которым нужно быстро провести видеовстречу или чат без скачивания приложений и VPN

Что мешает: Необходимость срочно связаться по видео, но нет времени или возможности устанавливать софт, а привычные сервисы заблокированы

О чём говорить: Мгновенный вход по ссылке, работа без VPN и приложений

Замена заблокированных сервисов **горячий**

Кто: Пользователи, которые ищут альтернативу Zoom, Skype, Google Meet из-за блокировок или ограничений

Что мешает: Привычные сервисы видеосвязи недоступны или работают нестабильно, требуется надёжная замена без VPN

О чём говорить: Полноценная замена зарубежных сервисов, работающая без VPN и приложений

Корпоративные встречи без VPN **тёплый**

Кто: Сотрудники компаний, которым нужно проводить внутренние или внешние видеовстречи, но IT-политика запрещает установку стороннего ПО или использование VPN

Что мешает: Необходимость в корпоративной видеосвязи, которая не требует установки приложений и обходит блокировки без VPN

О чём говорить: Безопасные видеовстречи для бизнеса — всё в браузере, без установок и VPN

Обучение и вебинары онлайн **тёплый**

Кто: Преподаватели, тренеры, организаторы вебинаров, которым нужна простая платформа для групповых видеовстреч без технических сложностей

Что мешает: Сложности с организацией онлайн-обучения из-за блокировок или требований к установке ПО у участников

О чём говорить: Проводите вебинары и уроки по ссылке — участники подключаются без установок и VPN

Техническая поддержка через видеочат **тёплый**

Кто: Специалисты техподдержки, которые хотят показывать экран или общаться с клиентами по видео без лишних шагов

Что мешает: Необходимость быстрого подключения к клиенту через видеочат, но существующие инструменты требуют установки или регистрации

О чём говорить: Подключайтесь к клиентам за секунду — видеочат по ссылке без приложений

Личное общение на расстоянии **холодный**

Кто: Пользователи, которые хотят общаться с родными или друзьями по видео, но сталкиваются с блокировками или не хотят устанавливать приложения

Что мешает: Желание видеть близких, но привычные мессенджеры не работают или требуют VPN

О чём говорить: Общайтесь с близкими без VPN и приложений — просто отправьте ссылку

● 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

Спрос и продвижение видеовстреч и чата по ссылке: что ищут в июне

В июне 2026 года запросы про видеовстречи и чат по ссылке собрали 1 516 484 показа в Яндексе и 75 824 клика — это число переходов, которые реклама может получить при полном охвате. Продвижение видеовстреч и чата по ссылке часто представляют как регистрацию в каталогах или доработку сайта, но в поиске заявку создаёт конкретный запрос: «видеочат без регистрации», «чат по ссылке», «чат без скачивания». Люди пишут слова не ради любопытства — им нужно соединиться по видео прямо сейчас. Вторая группа запросов деловая: «платформа для вебинаров», «сервис видеоконференций», «провести урок онлайн». Третья — замена привычного инструмента: «zoom не работает», «аналог зум». Все три группы говорят одно: соединиться по ссылке, без установки и без виртуальной частной сети (VPN). Слова и есть основа для объявлений.

Сколько стоит реклама видеовстреч и чата по ссылке: клик, заявка, обучение

Цена клика при полном охвате спроса для видеовстреч и чата по ссылке — 70 ₽. Цена обращения — 1 077 ₽; до запуска счётчика это отраслевая оценка, а не факт конкретной кампании. Чтобы алгоритм Яндекса обучился оптимизации на заявки, ему нужно 10 конверсий в неделю. При такой цене обращения для этого достаточно недельного бюджета 10 770 ₽; помесечно это 46 311 ₽. Бюджет 3 000 ₽ в месяц даст около 3 обращений и не пройдёт порог, поэтому запуск с него означает бесконечный сбор статистики. Бюджет 92 622 ₽ в месяц выводит кампанию в рабочую зону с запасом.

Как настроить Яндекс Директ для видеовстреч и чата по ссылке: каналы и автоподбор

Базовая структура — одна кампания на поиске по всей России. Рекламные сети Яндекса, то есть показы на сайтах-партнёрах, на старте для продукта не нужны: человек вводит в строку «чат по ссылке» и уже готов действовать, а внешние площадки такого сигнала не дают. Когда поисковый спрос исчерпан — а для полного охвата нужно 5 307 680 ₽ в месяц — охватные форматы добавляют как следующий шаг. Пока бюджет скромнее, сфокусируйтесь на поиске. В настройках кампании Яндекс предлагает автоподбор: алгоритм сам подбирает запросы. Полностью отключить автоподбор нельзя, поэтому ограничьте его категории и оставьте только целевые запросы. Стратегию на старте выбирайте «Максимум кликов»; после двух недель, когда кампания держит 10 конверсий в неделю, переводите на «Максимум конверсий».

Как продавать видеовстречи и чат по ссылке через Яндекс

Директ: запросы и объявления

На старте берите запросы из двух групп. Срочные подключения: «видеочат без регистрации», «чат по ссылке», «чат без скачивания», «создать видеовстречу». Выбор сервиса: «платформа для вебинаров», «сервис видеоконференций», «аналог зум». В июне чаще всего показывались «видеочат без регистрации» (9 252 показа), «чат по ссылке» (5 962 показа) и «платформа для вебинаров» (3 714 показов). По «платформе для вебинаров» ставка входа доходит до 1 158 ₽ — клик не будет столько стоить, но запрос дорогой. У «видеочата без регистрации» и «чата без скачивания» ставки входа ниже — 17 и 21 ₽, это быстрые решения. Отсекайте всё, что не про встречу: «чат-рулетка», «знакомства», «видеочат для взрослых», «скачать» — такие минус-слова убирают развлекательный трафик и концентрируют бюджет на тех, кому нужны именно видеовстречи и чат по ссылке для дела.

Что писать в объявлениях о видеовстречах и чате по ссылке

В объявлении рекламируйте сценарий, а не просто видеосвязь. Самые сильные заголовки и первые строки берите из болей аудитории:

- «Видеовстреча по ссылке — без VPN и установки»
- «Замена привычного сервиса: полноценные встречи в браузере»
- «Вебинар, урок или созвон: участник подключается по ссылке без регистрации»
- «Техподдержка на видео: показывайте экран клиенту за секунду»

В каждом объявлении подтвердите, что человеку ничего не нужно скачивать и заводить аккаунт. Для корпоративной аудитории добавьте слово «безопасно», для преподавателей — «урок и вебинар», для техподдержки — «экран». Посетитель пришёл из запроса «создать видеовстречу» — он уже знает, чего хочет, и объявление должно подтвердить, что соединение будет мгновенным и без преград.

Что измерить до и во время рекламы видеовстреч и чата по ссылке

Без счётчика Яндекс Метрики и настроенной цели «Заявка» запуск бессмыслен: вы не увидите цену обращения и не дадите алгоритму сигнал, что считать конверсией. Цель должна стоять на том действии, ради которого человек пришёл: отправка формы, регистрация на демо, клик по телефону. Подключите счётчик к кампании до старта, а не после. В первые недели следите за двумя числами: количеством конверсий в неделю и ценой обращения. Пока конверсий меньше 10 в неделю, менять ставки рано — кампания ещё не набрала данных для «Максимума конверсий». Если после 10 конверсий цена обращения выше ориентира 1 077 ₽, проверяйте не аукцион, а страницу: для видеовстреч и чата по ссылке продаёт отсутствие регистрации и установки, и каждая лишняя форма на сайте снижает конверсию.

Типичные ошибки: Видеовстречи и чат по ссылке

- Запускать рекламу без Яндекс Метрики и цели «Заявка» — тогда непонятно, окупается ли кампания.
- Пытаться полностью отключить автоподбор в поисковой кампании: вместо ограничьте категории и оставьте целевые запросы.
- Ждать обучения при бюджете 3 000 ₽ в месяц: такой бюджет даёт около 3 обращений в месяц, а алгоритму нужны 10 конверсий в неделю.
- Ставить в объявлениях «видеоконференция» без слов «по ссылке» — теряется главное преимущество сервиса.
- Считать цену обращения 1 077 ₽ гарантированной: до запуска счётчика это отраслевой ориентир.

Чек-лист перед запуском

1. Установите Яндекс Метрику и настройте цель «Заявка» на странице.
2. Соберите стартовый список запросов: «чат по ссылке», «видеочат без регистрации», «платформа для вебинаров», «аналог зум».
3. Создайте одну поисковую кампанию с гео «Вся Россия» и недельным бюджетом от 10 770 ₽.
4. Ограничьте категории автоподбора, оставив только целевые запросы.
5. Через две недели стабильных 10 конверсий в неделю переведите стратегию на «Максимум конверсий».

Как продавать видеовстречи и чат по ссылке через Яндекс Директ?

Показывайте объявления по запросам, где человек сам говорит, что хочет провести видеовстречу. В июне таких кликов в поиске 75 824, а запрос «видеочат без регистрации» даёт 9 252 показа — спроса хватает, чтобы начать без сетей. Ведите на страницу с короткой формой заявки: цена клика 70 ₽, ориентир заявки 1 077 ₽.

Сколько стоит продвижение видеовстреч и чата по ссылке с нуля?

Для обучения алгоритма нужен бюджет около 10 770 ₽ в неделю, то есть 46 311 ₽ в месяц. Если поставить 5 000 ₽ в месяц, кампания принесёт примерно 5 обращений и не выйдет из режима сбора статистики.

Почему нельзя запустить с 3 000 ₽ в месяц?

3 000 ₽ в месяц — это около 3 обращений по цене 1 077 ₽. Алгоритму нужны 10 конверсий в неделю; при таком бюджете кампания останется в красной зоне и не сможет обучиться.

Нужно ли запускать рекламные сети вместе с поиском?

В базовом сценарии для видеовстреч и чата по ссылке работает только поиск. Рекламные сети стоит подключать как ступень роста, когда поисковый спрос исчерпан — а это около 5 307 680 ₽ в месяц.

Как быстро начнут приходить заявки?

Сначала кампания должна набрать 10 конверсий в неделю и поддержать их две недели — только потом стратегию переводят на «Максимум конверсий». При бюджете 47 000 ₽ в месяц это 43 обращения в месяц, при 93 000 ₽ — около 86 обращений.

Какие запросы дешевле для запуска видеовстреч по ссылке?

Разговорные запросы «видеочат без регистрации» и «чат без скачивания» имеют ставку входа 17 и 21 ₽ соответственно, и их вводят люди, которые хотят подключиться без установки. Средняя цена клика по всей рекламе видеовстреч и чата по ссылке — 70 ₽.

Что делать, если цена заявки оказалась не 1 077 ₽?

1 077 ₽ — это отраслевой ориентир до запуска; реальную цену покажет Метрика. Если фактическая заявка дороже, проверьте посадочную страницу: для видеовстреч по ссылке важнее всего отсутствие установки и регистрации, а не ставки.

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, kupaslova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «Видеовстречи и чат по ссылке», 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.