

# Реклама внедрения ИИ в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, август 2026 · вся Россия

**60 522**

показов в месяц — ёмкость спроса

**94 ₽**

цена клика по прогнозу Яндекса

**3 906–10 416 ₽**

цена обращения (оценка до запуска)

**268 750 ₽**

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

|                 |                                                                                                               |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Сайт агентства  | kupislova.ru                                                                                                  |
| Телефон         | +7 (495) 988-09-08                                                                                            |
| Статья на сайте | <a href="https://kdirect.ru/reklama/reklama-vnedrenie-ii">https://kdirect.ru/reklama/reklama-vnedrenie-ii</a> |
| Регион разбора  | вся Россия                                                                                                    |

## ● Как ищут: запросы и цена клика

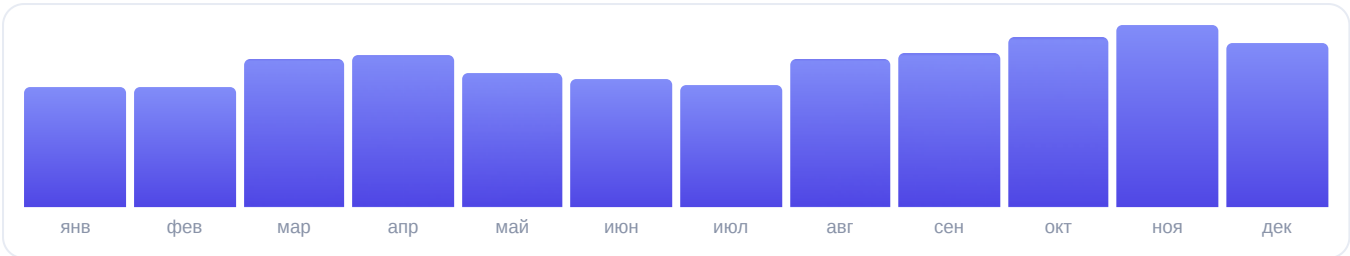
прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

| ЗАПРОС                               | ПОКАЗОВ/МЕС | ЦЕНА КЛИКА, Р |
|--------------------------------------|-------------|---------------|
| ии для юристов                       | 5 232       | 135–213       |
| ai ассистент                         | 4 915       | 332–479       |
| нейросеть юрист                      | 4 771       | 161–202       |
| разработка искусственного интеллекта | 4 515       | 276–307       |
| внедрение искусственного интеллекта  | 3 783       | 451–608       |
| ии в бизнесе                         | 3 429       | 897–1 393     |
| автоматизация бизнес-процессов       | 3 301       | 777–1 121     |
| нейросети для бизнеса                | 1 932       | 817–1 029     |
| речевая аналитика                    | 1 832       | 1 563–3 619   |
| разработка нейросетей                | 1 747       | 218–228       |
| искусственный интеллект в бизнесе    | 1 403       | 696–887       |
| искусственный интеллект в компанию   | 1 338       | 497–579       |
| автоматизация рутинных задач         | 1 145       | 79–86         |
| создать ии ассистента                | 1 121       | 533–1 081     |
| ии юрист онлайн                      | 1 105       | 100–138       |
| нейросеть менеджер                   | 1 095       | 343–368       |
| искусственный интеллект для бизнеса  | 883         | 730–950       |
| автоматизация документооборота       | 850         | 390–968       |
| цифровизация бизнес-процессов        | 684         | 152–251       |
| внедрение ии в бизнес                | 667         | 972–1 538     |

## Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 49 628, февраль — 50 233, март — 61 127, апрель — 63 548, май — 55 680, июнь — 53 259, июль — 50 838, август — 61 732, сентябрь — 64 153, октябрь — 70 811, ноябрь — 75 652, декабрь — 67 785 показов.

## Сколько это стоит

**94 ₽**  
цена клика

**6 250 ₽**  
цена обращения  
оценка до запуска

**537 500 ₽**  
бюджет, на котором ниша  
раскрывается

| ИНСТРУМЕНТ | ДОЛЯ БЮДЖЕТА | ЦЕНА КЛИКА, ₽ | ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽ |
|------------|--------------|---------------|-------------------|
| Поиск      | 100%         | 94            | 6 426             |

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          |
| 5 000         | 1             | Бюджет ниже рабочего порога | 1        | 2          |
| 9 000         | 1             | Бюджет ниже рабочего порога | 1        | 2          |
| 17 000        | 3             | Бюджет ниже рабочего порога | 1        | 2          |
| 29 000        | 5             | Бюджет ниже рабочего порога | 1        | 2          |
| 52 000        | 8             | Бюджет ниже рабочего порога | 1        | 2          |
| 91 000        | 15            | Бюджет ниже рабочего порога | 1        | 2          |
| 161 000       | 26            | Бюджет ниже рабочего порога | 1        | 2          |
| 269 000       | 43            | Кампания наберёт данные     | 1        | 4          |
| 284 000       | 46            | Масштаб за пределом поиска  | 1        | 4          |

Расчёт по цене обращения 6 250 ₽ (отраслевой бенчмарк — ориентировочно). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 268 750 ₽/мес.

## ● Кто ищет и на какой стадии решения

### ИИ-колл-центр / голосовой робот горячий

**Кто:** Руководители отделов продаж и клиентского сервиса, владельцы бизнеса, которые хотят автоматизировать обработку входящих звонков, снизить расходы на колл-центр и контролировать качество работы менеджеров

**Что мешает:** Дорогой ручной колл-центр, пропущенные звонки, невозможность контролировать менеджеров, длительное ожидание клиентов на линии.

**О чём говорить:** Голосовой ИИ-робот на входящей линии за 2 недели, анализ звонков и контроль менеджеров, снижение расходов на 80%.

### ИИ-юрист / автоматизация юридического отдела горячий

**Кто:** Руководители юридических департаментов и юристы, которые хотят автоматизировать подготовку договоров, проверку контрагентов и документооборот.

**Что мешает:** Рутинная работа юристов, медленная проверка договоров, высокая стоимость юридического отдела, человеческие ошибки.

**О чём говорить:** Мультиагентный ИИ-ассистент юриста: скорость проверки договоров  $\times 20$ , автоматизация типовых документов, проверка контрагентов, внедрение за 2 недели.

### Автоматизация бизнес-процессов с ИИ тёплый

**Кто:** Операционные директора и CEO средних компаний, которые хотят убрать ручной труд, ошибки и ускорить процессы во всех отделах.

**Что мешает:** Много ручных операций, сотрудники тратят время на рутину, ошибки человеческого фактора, нет прозрачной аналитики.

**О чём говорить:** Системное внедрение ИИ: сначала проектируем процессы, потом автоматизируем. Результат — ручные операции сокращаются на 80%, измеримый KPI.

### Внедрение ИИ в бизнес холодный

**Кто:** Собственники и руководители, которые хотят использовать ИИ, но не знают с чего начать, ищут подрядчика под ключ.

**Что мешает:** Понимают пользу ИИ, но нет экспертизы и времени на внедрение, боятся рисков.

**О чём говорить:** Внедряем ИИ системно, с пилотом за 2 недели, поддержкой 24/7 и защитой данных. Дорабатываем за свой счёт, если не достигаем KPI.

### ИИ-ассистент для бизнеса тёплый

**Кто:** Владельцы бизнеса и руководители, которые ищут универсального ИИ-помощника для сотрудников (отвечать на вопросы, работать с документами, автоматизировать рутину).

**Что мешает:** Сотрудники перегружены рутинной работой, нет единого инструмента для автоматизации, не понимают, как внедрить ИИ в повседневную работу.

**О чём говорить:** ИИ-ассистент для каждой роли: юрист, менеджер, аналитик. Подключаем к вашим системам, адаптируем под задачи, результат за 2 недели.

### ИИ-аналитика и анализ звонков тёплый

**Кто:** Финансовые директора и руководители отделов продаж, которые хотят видеть объективную картину по звонкам, отчётам и операциям.

**Что мешает:** Нет прозрачной аналитики, отчёты готовятся вручную днями, невозможно оценить эффективность менеджеров.

**О чём говорить:** ИИ-аналитика: автоматические отчёты из звонков и данных, оценка менеджеров, время подготовки отчётов — с дней до минут.

## ■ Как вести кампании в этой тематике

|                                 |                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Стартовая стратегия             | Максимум кликов                                                                                                                                                                                     |
| Целевая стратегия               | Максимум кликов                                                                                                                                                                                     |
| Когда переключаться             | После настройки цели в Метрике и набора $\geq 10$ конв/нед → конверсионная стратегия.                                                                                                               |
| Поиск и РСЯ                     | одной кампанией                                                                                                                                                                                     |
| Что считаем обращением          | Успешная отправка формы заявки, Клик по телефону                                                                                                                                                    |
| Без чего запускать бессмысленно | Рекомендуется подключить колтрекинг на номер.<br>Для минимального варианта: заменить номер на отслеживаемый, добавить кнопку «Позвонить менеджеру» и отслеживать клики по ней как звонок-конверсию. |

## ■ Что отсекаем минус-словами

|           |        |               |           |         |         |          |        |          |
|-----------|--------|---------------|-----------|---------|---------|----------|--------|----------|
| что такое | ваканс | скачать       | бесплатно | торрент | реферат | курсовая | диплом | вакансия |
| вакансии  | резюме | своими руками | бу        | б у     |         |          |        |          |

## Спрос на продвижение внедрения ИИ: 60 522 показа в месяц и сезонный пик осенью

Тема внедрения ИИ — не широкий спрос, а точечные запросы от бизнеса. Каждый месяц пользователи ищут рекламные запросы, связанные с ИИ, 60 522 раза и переходят по объявлениям 3026 раз. Самые частые формулировки — «и для юристов» (5232 показа), «ai ассистент» (4915), «нейросеть юрист» (4771), «разработка искусственного интеллекта» (4515). На четыре запроса приходится почти треть всего спроса. Сезонность умеренная, но ощутимая. Пик — ноябрь: коэффициент 1,25 и 75 652 показа в месяц. Спад — январь: коэффициент 0,82, 49 628 показов. Октябрь (1,17) и декабрь (1,12) тоже высокие. Если цель — быстрые заявки, закладывайте основной бюджет на осень; лето и начало зимы подойдут для тестов и добора охвата.

## Кто ищет внедрение ИИ: две горячие аудитории

Спрос формируют две горячие аудитории. Первая — руководители отделов продаж и клиентского сервиса, владельцы бизнеса. Их боль: дорогой ручной колл-центр, пропущенные звонки, невозможность контролировать менеджеров, долгое ожидание клиентов. Они ищут «внедрение искусственного интеллекта», «робот менеджер», «речевая аналитика» и хотят получить голосового ИИ-робота на входящей линии за 2 недели, анализ звонков и контроль менеджеров. Вторая — руководители юридических департаментов и юристы. Им нужно автоматизировать подготовку договоров, проверку контрагентов и документооборот. Они ищут «нейросеть юрист», «и для юристов», «автоматизация документооборота» и ждут мультиагентного ИИ-ассистента, который проверяет договоры в 20 раз быстрее. Обе группы находятся на горячей стадии: проблема есть, бюджет выделен, решение ищут. В рекламе сразу показывайте, какую конкретную задачу решаете.

## Сколько стоит реклама внедрения ИИ: клик, заявка и бюджет на обучение

Средняя цена клика в тематике — 94 рубля. Но по горячим запросам она заметно выше: «и для юристов» — 135–213 рублей, «внедрение искусственного интеллекта» — 451–608 рублей, «и в бизнесе» — 897–1393 рубля. Дорогие клики означают, что конкуренты готовы платить за тёплых клиентов. Цена заявки — 6250 рублей в среднем, диапазон 3906–10416 рублей. Это отраслевой ориентир, а не ваша гарантия: конверсия в заявку на конкретном сайте может отличаться от средних 1,5%. Для работы автостратегии нужны данные. Яндекс обучает алгоритм на конверсиях, и рекламной кампании требуется минимум 10 конверсий в неделю. При цене заявки 6250 рублей получается 268 750 рублей в месяц на этап обучения. Если бюджет меньше, кампания не выходит из красной зоны: клики есть, а стабильных заявок нет. Полная связка поиска, сетей и ретаргетинга требует примерно 537 500 рублей в месяц.

## Как настроить Яндекс Директ для внедрения ИИ

Структура кампаний — раздельная, по каналам. На старте достаточно одной поисковой кампании с двумя рекламными группами и двумя объявлениями. Такой минимум концентрирует бюджет и ускоряет обучение. Рекламную сеть Яндекса (РСЯ) подключайте не раньше, чем поиск наберёт статистику. На старте сети дают широкий охват, но мало заявок: в тематике основной спрос приходит именно с поисковых запросов. После обучения добавляйте РСЯ, look-alike (показы людям, похожим на ваших клиентов) и аудиторные сегменты. Автоподбор ключевых слов отключайте. Он расширяет показы на шумные запросы без намерения купить, и алгоритм начнёт учиться на них. Семантику контролируйте вручную до тех пор, пока кампания не наберёт 30 конверсий в неделю.

## Семантика и минус-слова: что берём и что отсекаем

Берём запросы, которые прямо обозначают услугу: «внедрение искусственного интеллекта», «разработка

фразам приходят владельцы бизнеса с готовым бюджетом. Отдельный кластер — юридическая автоматизация: «ии для юристов», «нейросеть юрист», «ai юрист», «автоматизация документооборота». Это самый массовый спрос, и если ваш продукт имеет отношение к юридическим задачам, обязательно включайте его. В минус-слова уходите запросы со словами «скачать», «бесплатно», «курс», «обучение», «книга», «статья». Они привлекают студентов и энтузиастов, а не покупателей. «Ии юрист онлайн» с 1105 показами тоже отсекайте, если не даёте бесплатный онлайн-сервис. На этапе обучения не используйте широкое соответствие. Только точные и фразовые вхождения, чтобы алгоритм видел целевую семантику.

## Что писать в объявлениях о внедрении ИИ

Объявление — это обещание закрыть конкретную боль. Для клиентов с колл-центром работают формулировки: «Голосовой ИИ-робот на входящей линии за 2 недели», «Анализ звонков и контроль менеджеров», «Снижение расходов на 80%». Три коротких сообщения покрывают все три страха: дорогой колл-центр, пропущенные звонки, отсутствие контроля. Для юристов — «Мультиагентный ИИ-ассистент юриста», «Скорость проверки договоров ×20». Если сказать просто «внедряем ИИ», читатель не поймёт, зачем это ему. Пишите числа и сроки. Без них объявление превращается в простое «внедряем ИИ», по которому не кликают.

## Что и как измерять, без чего запуск бессмыслен

Бессмысленно запускать рекламу без измерения. Настройте счётчик аналитики и цель «заявка»: заполнение формы, звонок, обратный звонок. Если Директ не видит конверсий, автостратегия не сможет обучаться. Главная метрика — цена заявки. Ориентир по тематике 6250 рублей. Смотрите на динамику: при росте бюджета цена заявки должна падать. Вторая метрика — доля рекламных расходов (ДРР): сколько процентов от стоимости проекта вы платите за рекламу. Свою планку определите до запуска. Для недорогих услуг предел обычно 50%, для крупных внедрений ИИ комфортна доля 10% — это ориентиры, а не правила. Без аналитики вы не увидите, какой канал принёс заявку, и не сможете перераспределить бюджет. Тогда 268 750 рублей на обучение превратятся в расход без результата.

## Типичные ошибки: внедрение ИИ

- Запуск с бюджетом 3000 – 90000 рублей и ожидание заявок
- Смешение поиска и РСЯ в одной кампании
- Автоподбор включён без минус-слов
- Не настроена цель «заявка»
- Выбор запросов «скачать» и «бесплатно»
- Запуск в январе с расчётом на мгновенный спрос

## Чек-лист перед запуском

1. Настроить счётчик аналитики и цель «заявка»
2. Определить максимальную цену заявки
3. Собрать семантику из списка запросов
4. Добавить минус-слова
5. Создать одну поисковую кампанию с двумя группами и двумя объявлениями
6. Отключить автоподбор
7. Заложить бюджет обучения от 268 750 ₽ в месяц
8. Дождаться 10 конверсий в неделю
9. После обучения добавить РСЯ и look-alike

### Сколько нужно денег, чтобы попробовать Яндекс Директ для внедрения ИИ?

Минимальный бюджет, на котором можно тестировать запросы, — 3000 рублей в месяц. Но при таком бюджете алгоритм не обучится: заявок будет ноль, потому что нужно минимум 10 конверсий в неделю. Для реальных заявок закладывайте от 268 750 рублей в месяц.

### Почему нельзя начать с 10 000 рублей и подождать?

При бюджете до 91 000 рублей в месяц кампания в красной зоне: число конверсий в неделю меньше 10, и алгоритм не может отличить целевую заявку от случайного клика. Он будет показываться по широким запросам и жечь бюджет.

### Можно ли запускать только сети РСЯ?

Нет. В тематике 100% спроса приходится на поисковые запросы. Сети могут добавить охват, но сначала должен поработать поиск и накопить конверсии.

### Какие запросы принесут первые заявки?

Самые горячие — «внедрение искусственного интеллекта», «внедрение ии в бизнес», «создать ии ассистента», «внедрение ии в компанию». По ним цена клика 451–1538 рублей, намерение купить проект выше.

### Как понять, что кампания обучается?

Смотрите на число конверсий в неделю в счётчике. Если их 10 и больше — алгоритм набирает данные. Если меньше трёх — поднимайте бюджет или сужайте семантику.

### Что делать, если алгоритм провисел два месяца без заявок?

Скорее всего, не хватает бюджета или конверсия не передаётся в Директ. Проверьте, что цель «заявка» считается в счётчике и регистрируется для каждого обращения. Затем поднимите бюджет до уровня обучения.

### 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](https://kdirect.ru/start)

Вопросы — +7 (495) 988-09-08, [kupilova.ru](https://kupilova.ru).

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «внедрение ИИ», 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.