

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · АВТОСЕРВИС

Реклама водородных генераторов на автомобиль в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, август 2026 · Москва и область

10 435

показов в месяц — ёмкость спроса

41 ₽

цена клика по прогнозу Яндекса

512–1 365 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

35 217 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	https://kdirect.ru/reklama/reklama-vodorodnye-generatory-na-avtomobil-moskva-i-oblast
Регион разбора	Москва и область

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	ЦЕНА КЛИКА, Р
водородный генератор	5 029	84–121
генератор водорода	1 580	89–138
водородный генератор для автомобиля	1 035	75–98
экономия бензина	296	45–45
водородный генератор для авто	165	64–93
генератор водорода для автомобиля	155	28–32
установка водородного генератора	141	122–222
повышенный расход топлива причины	130	87–87
купить водородный генератор для автомобиля	129	131–131
уменьшить расход бензина	114	45–48
водородный генератор москва	102	61–61
снижение расхода топлива	100	120–136
водородный генератор в москве	97	62–62
водородный генератор цена	86	51–73
водородный генератор на автомобиль	82	43–45
водородная установка на авто	75	85–85
высокий расход бензина	59	96–96
водородный генератор в москве купить	58	85–85
установка водородного генератора на авто	48	173–173
водородная система для автомобиля	47	33–33

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 5 635, февраль — 8 348, март — 9 809, апрель — 17 531, май — 8 348, июнь — 11 687, июль — 12 105, август — 6 261, сентябрь — 10 226, октябрь — 5 948, ноябрь — 13 879, декабрь — 15 966 показов.

● Сколько это стоит

41 **₽**

цена клика

819 **₽**

цена обращения
оценка до запуска

70 434 **₽**

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	41	775

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	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
4 000	5	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	7	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	10	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	12	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
13 000	16	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
17 000	21	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
21 000	26	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 819 **₽** (отраслевой бенчмарк — ориентировочно). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 35 217 **₽/мес**.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Купить водородный генератор для автомобиля горячий

Кто: Владельцы автомобилей, которые уже ищут конкретное устройство для экономии топлива, готовы рассмотреть покупку

Что мешает: Высокий расход топлива, нужен проверенный способ сэкономить

О чём говорить: Экономия до 40% топлива, установка за 1–2 часа, гарантия 3 года

Установка водородного генератора на автомобиль горячий

Кто: Владельцы авто, которые уже знают о ННО-системах и ищут сервис установки

Что мешает: Нужна быстрая и безопасная установка без вмешательства в электронику

О чём говорить: 17 центров в Москве, установка за 1–2 часа, без вмешательства в ЭБУ, замер до/после

Водородный генератор Н1 Компакт (до 2 л) горячий

Кто: Владельцы малолитражек и компактных авто, ищут генератор для своего двигателя

Что мешает: Высокий расход на небольшом двигателе, нужен компактный и недорогой генератор

О чём говорить: Для двигателей до 2 л, производительность 90 л H₂/час, под ключ

Водородный генератор Н2 Стандарт (2–6,5 л) горячий

Кто: Владельцы легковых авто, кроссоверов, внедорожников, минивэнов

Что мешает: Расход выше среднего, нужен генератор под объём двигателя 2–6,5 л

О чём говорить: Оптimalен для большинства легковых и LCV, 120 л H₂/час, под ключ

Водородный генератор Н3 Грузовой (6,5–12 л) горячий

Кто: Владельцы грузовиков, автобусов, коммерческого транспорта

Что мешает: Большой расход топлива у грузовой техники, нужен мощный генератор

О чём говорить: Для двигателей 6,5–12 л, производительность 240 л H₂/час, под ключ, специальные условия для автопарков

Водородный генератор Н4 Магистраль (12–20 л) горячий

Кто: Владельцы магистральных тягачей, спецтехники, крупной коммерческой техники

Что мешает: Максимальный расход топлива, нужна максимальная экономия на дальних рейсах

О чём говорить: Для двигателей 12–20 л, максимальная производительность, под ключ

■ Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Целевая стратегия	Максимум кликов
Когда переключаться	После настройки цели в Метрике и набора ≥ 10 конв/нед → конверсионная стратегия.
Поиск и РСЯ	одной кампанией
Что считаем обращением	Оплата/сделка (установка или предоплата), Звонок с колтрекингом
Без чего запускать бессмысленно	Рекомендуем установить коллтрекинг-номер и отслеживать звонки как конверсии, добавив на сайт кнопку/СТА «Позвонить менеджеру за консультацией». Это позволит считать звонок конверсией без сложной настройки.

■ Что отсекаем минус-словами

схема

что такое

чертеж

самодельный

вакансия

скачать

обучение

как сделать

курсы

своими руками

бесплатно

торрент

реферат

курсовая

диплом

вакансии

резюме

бу

б у

Продвижение водородных генераторов на автомобиль: спрос и сезонность

Водородные генераторы на автомобиль — ниша с заметным, но неравномерным спросом. В Москве и области за месяц люди ищут водородные генераторы на автомобиль 10 435 раз, а переходов по объявлениям — 522. Самые частотные запросы: «водородный генератор» (5 029 показов), «генератор водорода» (1 580), «водородный генератор для автомобиля» (1 035). Отдельные запросы приходят с уточнением «установка»: «установка водородного генератора» (141), «установка водородного генератора на авто» (48). Это уже готовая покупка, а не просто интерес. Сезонность важно учитывать до запуска. Максимум — в апреле (17 531 показ) и декабре (15 966). Минимум — в январе (5 635) и октябре (5 948). В августе спрос на 40% ниже среднего месяца. Если планируете бюджет без поправки на сезон, весной и в декабре рекламы не хватит, а летом будет перерасход.

Кто ищет водородные генераторы на автомобиль

Водородные генераторы на автомобиль ищут владельцы машин, которые хотят снизить расход топлива. Обговаривают запросы «экономия бензина» (296 показов), «уменьшить расход бензина» (114), «снижение расхода топлива» (100). Человек сначала замечает проблему («повышенный расход топлива причины» — 130 показов), а уже потом ищет решение. Поэтому аудитория делится на две стадии: те, кто узнаёт о технологии, и те, кто готов купить и установить. Прямые коммерческие запросы — «купить водородный генератор для автомобиля» (129), «водородный генератор для автомобиля» (1 035), «водородный генератор для авто» (165). Такие люди ближе к заявке и требуют быстрого ответа. В рекламе лучше разделять кампании или группы объявлений под проблемы и под покупку, чтобы предлагать правильный посыл. Запрос «установить водородный генератор» (39) означает, что человек хочет услугу, а не товар — выделите её в отдельную кампанию.

Сколько стоит реклама водородных генераторов на автомобиль

Средняя цена клика в поиске по теме водородных генераторов на автомобиль — 41 ₽. Цена обращения (то есть заявки или звонка) в среднем 819 ₽, но в зависимости от конкуренции на конкретном запросе может достигать до 1 365 ₽. Например, запрос «установка генератора водорода» в отдельные дни стоит 215–1 028 ₽ за клик, а «снижить расход топлива на автомобиле» — 203 ₽. Поэтому не стройте весь бюджет на узких специфических словах. Главное ограничение — обучение Яндекс Директа. Автоматической стратегии нужно не меньше 10 обращений в неделю, иначе алгоритм не научится. Для требуется бюджет около 35 217 ₽ в месяц. Меньше — кампания останется в красной зоне: заявки будут дорогими. Комфортный бюджет для масштабирования — 70 434 ₽ в месяц. Минимум 3 000 ₽ даст 4 заявки в месяц, но это скорее тест или поддержка, а не работающая реклама. Доля рекламных расходов (отношение бюджета к деньгам от клиента) до 10% считается нормой, 50% — пределом. Реклама водородных генераторов на автомобиль окупается: доля расходов при реальном обращении — 0,6%, то есть значительно ниже нормы.

Как настроить Яндекс Директ для водородных генераторов

Как настроить Яндекс Директ для водородных генераторов: начните с одной поисковой кампании. У водородных генераторов на автомобиль все 100% кликов приносит поиск — люди сами вводят запросы. Реклама в сетях Яндекса (РСЯ) или ретаргетинг пока не дают отдачи, поэтому не распыляйте бюджет, пока поиск не наберёт заявки. Соберите в первую кампанию самые частотные запросы: «водородный генератор», «генератор водорода», «водородный генератор для автомобиля». Такой концентрированный бюджет позволит алгоритму быстрее обучиться. До накопления 10 обращений в неделю используйте стратегию на клики, потом переключайтесь на «Максимум конверсий». Установку водородных генераторов лучше вынести в отдельную кампанию: это услуга, конкуренция по цене клика другая (от 64 до 215 ₽).

Семантика и минус-слова для водородных генераторов

Семантика для рекламы водородных генераторов на автомобиль делится на три смысловые группы. Первая — прямые названия: «водородный генератор», «генератор водорода», «hho генератор» (18 показов). Вторая — запросы с привязкой к машине: «водородный генератор для автомобиля», «водородная установка на авто» (75), «водородные системы для автомобилей» (47). Третья — запросы с выгодой: «экономия бензина» (296), «снижение расхода топлива» (100), «сократить расход топлива» (37). Минус-слова обязательны. Отсекайте информационные запросы: «водородный генератор принцип работы» (30) — человек изучает тему, а не собирается покупать. Также не берите в рекламу запросы с «своими руками» и «бесплатно» — такие люди не принесут заявок. Фильтруйте слова, которые не относятся к автомобильной тематике: например, «для отопления», «для дома».

Что писать в объявлениях о водородных генераторах

Объявления для водородных генераторов на автомобиль должны повторять язык покупателя. В заголовок выносите главный запрос: «Водородный генератор для автомобиля», «Экономия бензина», «Установка водородного генератора». Уже в тексте уточните, что это для автомобиля, чтобы отсеять случайных людей. В быстрых ссылках дайте «Установка», «Купить», «Как это работает». В кампании с услугой укажите, что работаете в Москве и области. В объявлении не обязательно писать цену установки — на рынке водородных генераторов она варьируется. Лучше показать выгоду: снижение расхода, сохранение мощности. Используйте расширения: номер телефона, уточнение времени работы. Тексты должны быть конкретными: показывайте снижение расхода, сохранение мощности и уточняйте, что генератор для автомобиля.

Что измерять в рекламе водородных генераторов

Запуск рекламы водородных генераторов на автомобиль без измеримых целей — потеря денег. Установите Яндекс.Метрику и настройте цели: заявка, звонок, письмо. Без невозможно узнать, сколько реально стоит обращение и окупается ли реклама. Ключевые метрики: цена обращения (CPA) — средняя 819 ₽, предельная 1 365 ₽. Доля рекламных расходов — процент бюджета от денег, которые приносит клиент; норма 10%, предел 50%. Конверсия из клика в обращение у водородных генераторов на автомобиль — 5% (оценка, её нужно подтвердить в своих целях). Следите за цифрами еженедельно. Если цена обращения перешла 1 365 ₽, ищите проблему в минус-словах или добавляйте отрицательные ключи. Если доля рекламных расходов меньше 10% — наращивайте бюджет и масштабируйте.

Типичные ошибки: водородные генераторы на автомобиль

- Запускать рекламу водородных генераторов на автомобиль с бюджетом 3 000 ₽ и ждать заявок: алгоритм не обучится, заявок будет меньше одной в неделю.
- Не отключать информационные запросы вроде «водородный генератор принцип работы» — они съедают бюджет без обращений.
- Направлять весь бюджет без учёта сезонности: в августе спрос на 40% ниже среднего, нужно снижать ставки или бюджет.
- Запускать ретаргетинг и РСЯ до того, как поисковая кампания наберёт 10 конверсий в неделю — вы не увидите, что на самом деле приносит заявки.
- Не настроить Яндекс.Метрику до запуска — без целей вы не сможете оптимизировать по цене обращения.

Чек-лист перед запуском

1. Сузить гео: Москва и область.
2. Собрать семантику: прямые запросы и запросы с выгодой.
3. Добавить минус-слова: «принцип работы», «обучение».
4. Настроить цели в Яндекс.Метрике: заявка, звонок.
5. Запустить одну поисковую кампанию с бюджетом от 35 217 ₽ в месяц.

7. В объявлениях указать выгоду — экономия бензина, и уточнение «для автомобиля».

8. Следить за ценой обращения: если выше 1 365 ₽ — находить лишние слова и ужесточать минус-слова.

■ Вопросы владельцев бизнеса

Сколько стоит реклама в Яндекс Директе для водородных генераторов?

Для обучения алгоритма нужно минимум 35 217 ₽ в месяц. При бюджете 3 000 ₽ алгоритм не получит достаточно данных, заявки будут дорогими.

Поможет ли реклама автосервиса, который устанавливает водородные генераторы?

Да. Запросы «установка водородного генератора» (141 показ) и «установить водородный генератор» (39) — готовые клиенты. Выделите услугу в отдельную кампанию.

Нужно ли настраивать Яндекс Директ самостоятельно или заказать?

Настройка требует понимания терминов: цена клика, конверсия, доля рекламных расходов. Если нет времени — обратитесь к специалисту. Спрос на услугу «настройка яндекс директа» — 5 010 показов в месяц.

Какое обучение нужно для работы с Яндекс Директом?

Достаточно базового, но сначала разберитесь, как считать окупаемость. Для водородных генераторов на автомобиль нормальная доля рекламных расходов — до 10%.

Почему зимой показов меньше, чем весной?

Сезонность в нише: пик — апрель (17 531 показ), спад — январь (5 635). Планируйте бюджет заранее, в пик он понадобится больше.

Стоит ли использовать автоматические стратегии?

Да, если в кампании уже есть 10+ обращений в неделю. До лучше управлять ставками вручную, чтобы не переплачивать.

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, kupilova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «водородные генераторы на автомобиль», 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.