KDirect

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ДРУГИЕ ТЕМАТИКИ

Реклама VPS-сервиса в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

5 196
показов в месяц — спрос по семантике плана

45 ₽
цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 9 ₽

576–1 537 ₽
цена обращения (оценка до запуска)

39 646 ₽
бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Кто собрал этот разбор

31 августа 2026

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

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

Как ищут: запросы и ставки

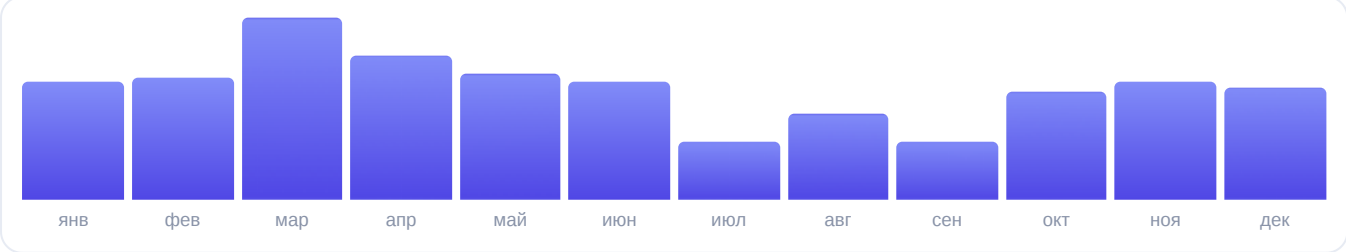
прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
сервер для обхода блокировок	1 892	28–31
vps для впн	865	131–153
впс для впн	807	204–242
vps для телеграм	426	132–135
сервис для обхода блокировок	308	46–49
vps сервер для впн	268	126
vps для ютуба	166	74–84
vps для обхода блокировок	80	96–129
аренда впс для впн	70	333–366
лучший vps для впн	46	47–51
купить vps для впн	40	111–179
дешевый vps для впн	31	94
аренда vps для впн	25	86
vps сервис для впн	19	100
vps сервер для впн купить	19	62–170
купить впс для впн	16	356
впс для обхода блокировок	11	70
анонимный vps сервер	10	53
vps сервис отзывы	10	80
выбрать vps для впн	8	—

Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 5 417, февраль — 5 626, март — 8 387, апрель — 6 668, май — 5 834, июнь — 5 417, июль — 2 709, август — 3 959, сентябрь — 2 709, октябрь — 5 001, ноябрь — 5 417, декабрь — 5 209 показов.

Сколько это стоит

45 ₽
цена клика при полном охвате

922 ₽
цена обращения
оценка до запуска

79 292 ₽
бюджет, на котором ниша раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	6%	9	572
РСЯ	84%	3	702
Ретаргетинг	10%	6	922

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	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
4 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
7 000	8	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	11	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
11 700	13	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 922 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 39 646 ₽/мес.

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	**Поиск, РСЯ и ретаргетинг — одной кампанией**

Что отсекаем минус-словами

бесплатно, бесплатный, скачать, настройка, настроить, установка, инструкция, как, сделать, своими, руками, diy, руководство, обучение, курсы, уроки, вакансия, работа, конфигурация, самостоятельно, схема, пример, реферат, программа, для начинающих, своими руками, wireguard, openvpn, v2ray, shadowsocks

Как продавать VPS-сервис через Яндекс Директ: запросы и объявления

По всей России VPS-сервис ищут 5196 раз в месяц, и 260 из них заканчиваются кликом. Спрос держится на нескольких формулировках:

- «сервер для обхода блокировок» — 1892 показа;
- «vps для впн» — 865;
- «впс для впн» — 807;
- «vps для телеграм» — 426;
- «сервис для обхода блокировок» — 308.

Дальше идут «vps для ютуба» с 166 показами и «аренда впс для впн» с 70. Фразы называют задачу, а не отрасль: человек уже понимает, зачем ему сервер, и ищет работающее решение. Продвижение VPS-сервиса строится на них, а не на общих словах про интернет и безопасность. Сезон неровный. В июле 2026 коэффициент сезонности 0,52 — это 2709 показов, примерно вдвое ниже среднего за год. Пик приходится на март: коэффициент 1,61 и 8387 показов. Апрель даёт 1,28, май — 1,12, февраль — 1,08. Минимумы у июля и сентября, по 0,52. Запуск в низкий сезон дешевле по входу в аукцион, но кликов меньше, поэтому обучение автостратегии планируйте с запасом по календарю, а не по одному удачному месяцу.

Сколько стоит реклама VPS-сервиса: клик, заявка и бюджет на обучение

Цена клика при полном охвате — 45 ₽. Разница между фразами видна по ставке входа: это сумма, которую запрашивают за участие в показе, а списывается меньше. У «сервер для обхода блокировок» ставка входа 28–31 ₽, у «впс для впн» — 204–242 ₽, у «аренда впс для впн» — 333–366 ₽. Ставка входа не равна цене клика: по ней видно, где аукцион жёстче. Цена обращения — 922 ₽. Число ориентировочное, полученное до запуска; разброс прогноза — от 576 до 1537 ₽. Своя цифра появится только тогда, когда на сайте начнут считаться заявки. Автостратегия учится на конверсиях, порог — 10 конверсий в неделю. Бюджет, при котором порог достижим, — 9220 ₽ в неделю; в месяц это 39 646 ₽. Оба числа уже посчитаны: пересчитывать одно из другого не нужно, берите то, что совпадает с вашим платёжным периодом. Ниже порога заявок мало: 3000 ₽ в месяц дают 3 заявки, 5000 ₽ — 6, 8000 ₽ — 9, 11 700 ₽ — 13. На таких бюджетах кампания набирает статистику, и автоматика ошибается чаще. Полное раскрытие ниши — 79 292 ₽ в месяц.

Как настроить Яндекс Директ для VPS-сервиса: каналы и структура кампаний

Поиск, РСЯ и ретаргетинг в VPS-сервисе идут одной кампанией. РСЯ — рекламная сеть Яндекса, показы на тематических площадках по интересам и похожим аудиториям; ретаргетинг возвращает тех, кто уже заходил на сайт. Доли каналов при полном охвате: сети — 84%, ретаргетинг — 10%, поиск — 6%. Начинать всё равно стоит с поиска: он собирает горячие запросы. Но потолок поискового спроса — 11 700 ₽ в месяц, и расширяться в поиске некуда: это весь словесный спрос тематики. Когда поиск упирается в сумму, рост идёт за счёт охвата: сети и ретаргетинг добавляют показы тем, кто не искал словами, а цена обращения в сетях оценивается в 1199 ₽. Стартовая стратегия — «Максимум кликов»: на первых неделях задача набрать статистику, а не сэкономить. На «Максимум конверсий» переходят, когда кампания две недели подряд держит 10 конверсий в неделю. Автоподбор в поисковой кампании отключить нельзя — Яндекс

теми, что описывают аренду сервера и доступ к заблокированным сервисам, и оставьте только целевые запросы — так автоподбор не приведёт искателей инструкций.

Семантика и минус-слова: какие запросы VPS-сервиса берём, какие отсекаем

Ядро — фразы с намерением арендовать сервер: «сервер для обхода блокировок», «vps для впн», «впс для впн», «vps для телеграм», «vps для ютуба», «аренда впс для впн». Два сегмента — прокси и умная маршрутизация — разносятся по отдельным группам объявлений: у них разные вопросы к сервису, и общий текст снижает отклик у обоих. Минус-слова — список запросов, по которым объявление не показывается. В VPS-сервисе этот список важнее, чем во многих тематиках, потому что рядом с коммерческим спросом живёт учебный. Отсекаются:

- «бесплатно», «бесплатный», «скачать»;
- «настройка», «настроить», «установка», «инструкция», «как», «своими руками», «самостоятельно»;
- «обучение», «курсы», «уроки», «для начинающих»;
- названия протоколов — WireGuard, OpenVPN, V2Ray, Shadowsocks;
- названия сторонних VPN-сервисов;
- «реферат», «курсовая», «диплом», «презентация», «вакансия».

Человек, который ищет «как настроить WireGuard своими руками», покупает инструкцию, а не сервис, и клик по объявлению ему только мешает. Запрос с названием чужого VPN-сервиса означает интерес к конкретному продукту — такой трафик не станет заявкой.

Что писать в объявлениях VPS-сервиса

Объявление адресуется тому, кто печатает запрос, а не абстрактному пользователю интернета. Из болей покупателей видны три угла. Скорость и стабильность. Те, кто пробовал дешёвые варианты, приходят с опытом обрывов и просадок. Им рассказывают про автоматический выбор самого быстрого сервера и работу без лагов — особенно если запрос про YouTube или стриминг. Простота. Запросы «купить vps для впн» и «аренда vps для обхода блокировок» часто идут от тех, кто не хочет разбираться в настройке. Человеку важно услышать «подключился и пользуйся» и узнать, что российские сайты открываются напрямую, а зарубежные — через сервер. Приватность. Шифрование AES-256 называется в объявлении прямо: это то, за что готовы платить те, кто ищет защиту данных. Заголовок называет задачу, а не сервис: «VPS для YouTube без тормозов», «Стабильный доступ к заблокированным сайтам». Первое предложение текста продолжает заголовок конкретикой — что человек получит после подключения. Тарифы в объявлении не называйте: цена — условие конкретной компании, а не отраслевое сообщение, и цифра устаревает быстрее, чем идёт кампания.

Что измерять при продвижении VPS-сервиса

Без счётчика и целей запускать бессмысленно: цена обращения 922 ₽ — ориентировочная оценка до запуска, а конверсия для расчёта принята за 1% и тоже не измерена. Пока на сайте не считаются заявки, сравнивать кампанию не с чем. Минимальный набор:

- счётчик на сайте и цели на отправку формы, регистрацию и оплату;
- разбивка по каналам: поиск, сети и ретаргетинг считаются отдельно, иначе не видно, откуда пришла заявка;
- цена обращения по каждой группе объявлений — она покажет, какие фразы ядра работают, а какие тратят бюджет впустую;
- число конверсий в неделю — по нему видно, добралась ли кампания до порога 10 конверсий в неделю и пора ли переходить на «Максимум конверсий».

Через две-три недели после запуска ориентир 922 ₽ заменяется фактической цифрой. Пока идёт обучение, судите кампанию по числу конверсий, а не по цене клика: клик дешевле 45 ₽ может не приносить заявок вовсе.

Типичные ошибки: VPS-сервис

- Запускать кампанию с бюджетом 10 000 ₽ в месяц и ждать обучения автостратегии: такой бюджет даёт 11 заявок, а порог — 10 конверсий в неделю, и стратегия не выходит из режима накопления статистики.
- Уходить сразу в сети, не выбрав поисковый спрос: до потолка 11 700 ₽ в месяц поиск отдаёт самые горячие запросы, а сетям нужен бюджет на обучение 39 646 ₽ в месяц.
- Не минусовать учебный спрос — «как настроить», «бесплатно», «своими руками»: рядом с коммерческими запросами живёт интерес к инструкциям, и клик достаётся тому, кто ничего не купит.
- Считать ставку входа ценой клика: 28–31 ₽ у «сервер для обхода блокировок» — это сумма, которую запрашивают за участие в показе, а цена клика при полном охвате — 45 ₽.
- Принимать 922 ₽ за измеренную цену обращения: это ориентировочная оценка до запуска с вилкой 576–1537 ₽, и своя цифра появится только после счётчика.

Чек-лист перед запуском

1. Поставить счётчик и цели на заявку до включения рекламы — без них цена обращения 922 ₽ останется ориентировочной оценкой.
2. Собрать кампанию на Поиск по фразам ядра: «сервер для обхода блокировок» (1892 показа), «vps для впн» (865), «впс для впн» (807).
3. Загрузить минус-слова: бесплатно, скачать, как настроить, инструкция, установка, названия протоколов и сторонних VPN-сервисов.
4. Ограничить категории автоподбора целевыми запросами — полностью отключить его в поисковой кампании нельзя.
5. Выставить бюджет не ниже 9220 ₽ в неделю и переводить кампанию на «Максимум конверсий» только после 10 конверсий в неделю две недели подряд.

Вопросы владельцев бизнеса

Как продавать VPS-сервис через Яндекс Директ?

Через Поиск по горячим запросам: тематика даёт 5196 показов и 260 кликов в месяц, цена клика при полном охвате — 45 ₽. Ставьте одну кампанию на фразы «сервер для обхода блокировок» и «vps для впн», ограничьте категории автоподбора и считайте заявки: ориентир цены обращения — 922 ₽.

С чего начать продвижение VPS-сервиса?

С Поиска и счётчика на сайте. Самый объёмный запрос — «сервер для обхода блокировок», 1892 показа в месяц, и ставка входа по нему самая низкая в ядре — 28–31 ₽. Бюджет ниже 9220 ₽ в неделю не даёт порога обучения в 10 конверсий, поэтому первые недели работают на статистику, а не на экономию.

Как продвинуть VPS-сервис в интернете за пределами поиска?

Поиск выбирает 260 кликов в месяц при потолке спроса 11 700 ₽ в месяц. Дальше охват растёт сетями и ретаргетингом: при полном охвате на сети приходится 84% показов, на ретаргетинг — 10%, а цена обращения в сетях оценивается в 1199 ₽.

Как рекламировать VPS-сервис при небольшом бюджете?

Одной кампанией на Поиск, сети и ретаргетинг сразу, с ограниченными категориями автоподбора. 5000 ₽ в месяц дают 6 заявок — это ниже порога обучения, поэтому старт на «Максимум кликов», а перевод на «Максимум конверсий» только после 10 конверсий в неделю.

Сколько денег нужно на обучение автостратегии в VPS-сервисе?

9220 ₽ в неделю, или 39 646 ₽ в месяц: порог — 10 конверсий в неделю. При 11 700 ₽ в месяц кампания даёт 13 заявок и обучение затягивается, а полное раскрытие ниши начинается с 79 292 ₽ в месяц.

Когда лучше запускать рекламу VPS-сервиса?

В июле 2026 коэффициент сезонности 0,52 — 2709 показов против 8387 в марте с его 1,61. Зимой и весной спрос выше: февраль 1,08, апрель 1,28, май 1,12. В низкий сезон вход в аукцион дешевле, но кликов меньше, поэтому обучение планируйте длиннее.

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 «VPS-сервис», 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.