

УДК 339.138

ЯНДЕКС.ВОРДСТАТ КАК ЦИФРОВОЙ ИНСТРУМЕНТ ИЗУЧЕНИЯ ОНЛАЙН-СПРОСА

Сухостав Е.В.

к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга,

Омский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина,

Омск, Россия

Аннотация

В статье рассматривается сервис Яндекс.Вордстат как эффективный цифровой инструмент для изучения онлайн-спроса в различных отраслях экономики. Автор подчеркивает актуальность практического применения сервиса для разных направлений маркетинга, включая SEO, контекстную рекламу, исследование рынка и потребителей, а также контент-маркетинг. В данном контексте отмечается высокое значение инструмента в улучшении рекламных кампаний, повышении эффективности SEO и контент-стратегий, а также в прогнозировании трендов и потребностей покупателей. Подчеркивается, что на сегодняшний день Яндекс.Вордстат является доступным и востребованным инструментом для получения объективных данных о запросах пользователей, что делает его незаменимым в практике маркетинговых исследований.

Ключевые слова: онлайн-исследования, онлайн-спрос, веб-аналитика, Яндекс.Вордстат, поведение потребителей, исследование рынка.

YANDEX.WORDSTAT AS A DIGITAL TOOL FOR ONLINE DEMAND STUDY

Sukhostav E.V.

Candidate of Economics,

Associate Professor of the Department of Management and Marketing,

Omsk State Agrarian University named after P.A. Stolypin,

Omsk, Russia

Abstract

The article discusses the Yandex service.Wordstat as an effective digital tool for studying online demand in various sectors of the economy. The author emphasizes the relevance of the practical application of the service for various areas of marketing, including SEO, contextual advertising, market and consumer research, as well as content marketing. In this context, the high importance of the tool is noted in improving advertising campaigns, improving the effectiveness of SEO and content strategies, as well as in predicting trends and customer needs. It is emphasized that today Yandex.Wordstat is an affordable and in-demand tool for obtaining objective data on user requests, which makes it indispensable in the practice of marketing research.

Key words: online research, online demand, web analytics, Yandex.Wordstat, consumer behavior, market research.

В условиях стремительного распространения цифровых технологий исследование структуры и динамики онлайн-спроса становится ключевым элементом маркетингового планирования. В последние годы развитие цифровых технологий и аналитических методов открыло новые возможности для сбора и анализа данных о поведении потребителя, его потенциальных интересах и предпочтениях. Машинное обучение, большие данные и персонализация дают возможность компаниям отслеживать поведенческие паттерны в режиме реального времени и адаптировать стратегии под потребности различных рыночных сегментов.

Одним из наиболее доступных и востребованных цифровых инструментов в этой области является Яндекс.Вордстат – сервис статистики поисковых запросов, предоставляемый крупнейшей российской поисковой системой Яндекс [8]. Данный инструмент позволяет не только выявлять актуальные интересы интернет-аудитории, но и детализировать особенности спроса по временному периоду, изучать локализацию запросов по территориальному признаку и учитывать категории используемых устройств. Статистические

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

данные Яндекс Вордстат, интегрированные с отраслевым анализом, позволяют объективно оценивать степень интереса аудитории к определенным товарам или услугам [3, 4]. Кроме того, регулярный мониторинг динамики поисковых запросов выявляет не только устойчивые тенденции спроса, но и специфические сезонные изменения, а также резкие всплески интереса, возникающие вследствие появления информационных поводов – новостных событий, трендов, значимых мероприятий в экономическом секторе. Таким образом, использование данных, получаемых с помощью Яндекс.Вордстат, открывает широкие возможности для количественного анализа общественных трендов, прогнозирования потребительского поведения, определения перспективных ниш для бизнеса, корректировки ассортимента в соответствии с актуальными потребностями рынка и формирования эффективных стратегий продвижения товаров и услуг [2].

Изначально сервис был создан в экосистеме Яндекс для специалистов по контекстной рекламе, работающих в Яндекс.Директ с целью формирования представления о том сколько показов объявлений можно получить, выбрав тот или иной запрос в качестве ключевого слова. Постепенно сервис стал использоваться и для решения других задач, и сегодня основные области применения сервиса Яндекс.Вордстат в практике маркетинга целесообразно представить в виде следующих направлений:

1. SEO-продвижение
2. Контекстная реклама
3. Исследование аудитории и трендов
4. Контент-маркетинг

Рассмотрим представленные направления более детально. Так, в рамках работы с сайтами немаловажным является SEO-продвижение. Яндекс.Вордстат помогает собрать семантическое ядро сайта – список ключевых слов, которые реально ищут пользователи. Это позволяет оптимизировать контент под популярные запросы, повышать позиции сайта в поисковой выдаче и

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

увеличивать органический трафик [2]. Анализ кластеров запросов, то есть групп схожих фраз и их сезонности помогает выявлять актуальные темы и корректировать контент-стратегию под меняющийся спрос [9].

Что касается контекстной рекламы, то сервис незаменим для подбора ключевых слов при запуске рекламных кампаний в Яндекс.Директ. Это дает возможность оценить частотность запросов, спрогнозировать ожидаемый объем трафика и, исходя из этого, распределить рекламный бюджет наиболее эффективно, избегая нецелевых расходов [7]. Также сервис позволяет анализировать географию и сезонность спроса, что важно при запуске региональных или сезонных кампаний [1].

Отдельный интерес представляет применение Яндекс.Вордстат с целью исследования потребителей и трендов. Сервис предоставляет возможности для изучения интересов и поведения целевой аудитории: какие товары, услуги или темы сейчас наиболее востребованы, как меняются предпочтения пользователей, какие новые ниши появляются. Эти данные помогают не только в продвижении, но и при разработке новых продуктов, формировании ассортимента и выборе названий для товаров и услуг. Кроме того, использование сервиса помогает сопоставить динамику запросов с количеством лидов по различным каналам, с текущим объемом продаж компании [5, 6, 9].

В рамках контент-маркетинга Яндекс.Вордстат может выступать в качестве источника идей для создания полезного и релевантного контента. Зная популярные запросы, можно планировать публикации в блогах, соцсетях, создавать инфографику и обучающие материалы, которые будут востребованы среди целевой аудитории. Кроме того, сервис помогает оценивать эффективность уже запущенных кампаний и оперативно вносить корректировки в маркетинговые стратегии [9].

Яндекс.Вордстат как инструмент измерения онлайн-спроса сочетает доступность данных, глубину детализации и устойчивую методологическую основу, что делает его ценным для исследователей цифровых рынков, Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

маркетологов и продуктовых команд. В основе сервиса лежит агрегированная статистика поисковых запросов пользователей экосистемы Яндекса, представленная в форме показателя «показы» за период и дополняемая срезами по регионам и историческими графиками динамики. Таким образом, Вордстат предоставляет наблюдаемые переменные для интереса аудитории к товарам, услугам, темам и событиям, позволяя реконструировать структуру и динамику онлайн-спроса [7].

Ключевая особенность работы с Яндекс.Вордстатом – точное определение смысла изучаемых формулировок и границ измерения. Сводная статистика объединяет близкие варианты поисковых фраз с выбранными словами, что удобно для оценки общего интереса, но может вносить лишние включения при анализе узкой темы. Для повышения точности используют настройки запроса, которые сужают поле наблюдения: можно учитывать только точную фразу без дополнительных слов, фиксировать порядок слов, удерживать нужную грамматическую форму, исключать неподходящие добавки и при необходимости включать предлоги и частицы. Выбор этих настроек — методологическое решение: широкие допуски полезны на этапе разведки поля запросов, тогда как строгие настройки необходимы для получения узких временных рядов и сопоставимых региональных карт интереса [2, 9].

На этапе планирования исследования следует учитывать качество и ограничения данных рассматриваемой онлайн-платформы. На обобщенные показатели влияют то, как устроен поиск и какие подсказки видит пользователь, актуальные информационные события, доля обращений с телефонов и степень популярности Яндекса в выбранном регионе. Платформа удаляет искусственные и повторные запросы, однако некоторая погрешность остается. Важно разделять запросы «узнать» и «купить», отмечать всплески интереса на фоне новостей и рекламы и проверять устойчивость результатов на других запросах [9].

В целом цифровой сервис Яндекс.Вордстат является зрелым инструментом измерения онлайн-спроса, который при соблюдении методологических

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

принципов превращается из вспомогательной SEO-статистики в надежную основу для исследований и прикладной аналитики. Грамотная работа с операторами, нормализация временных рядов, учет региональных и лингвистических факторов позволяют получать интерпретируемые оценки интереса аудитории и конвертировать их в конкретные продуктовые и маркетинговые решения. В условиях высокой динамики цифровых рынков Яндекс.Вордстат дает исследователю оперативную, детализированную и практически применимую картину спроса, повышая точность прогнозирования и эффективность управления.

Библиографический список

1. Булычева Н.С. «Яндекс.вордстат» как инструмент регионального бизнеса // Студенческая наука и XXI век. – 2019. – Т. 16. – № 1-1 (18). С. – 160-162.
2. Как пользоваться Яндекс.Вордстат: полное руководство по подбору ключевых слов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://www.rush-analytics.ru/blog/kak-ispolzovat-vordstat> (дата обращения: 10.09.2025).
3. Карандеев Д.Ю., Карандеева И.Ю. Web-приложения Google Trends и Яндекс Wordstat в решении задачи анализа поисковых трендов // В сборнике: Прикладная математика и информатика: современные исследования в области естественных и технических наук. Материалы VI Международной научно-практической конференции (школы-семинара) молодых ученых. 2020. С. 560-565.
4. Назаров Д.М., Гудошникова Ю.В., Протас Н.Г. Анализ востребованности цифровых технологий в агробизнесе с использованием аналитической платформы Яндекс Вордстат // Международный

сельскохозяйственный журнал. – 2025. – №5. – С.567-571. – doi:10.55186/25876740_2025_68_5_567

5. Салютин Т.Ю., Платунина Г.П., Ермоленко Д.С. Комплексный прогноз спроса на востребованные услуги в сети Интернет // Электронный научный журнал «Век качества». – 2022. – №1. – С. 41-54.

6. Сычева А.А., Набиев Р.Р. Использование современных информационных технологий для развития малого и среднего бизнеса // В сборнике: НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ В XXI ВЕКЕ. ADVANCED SCIENCE AND OPEN INNOVATION. НАУКА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ: ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ, ИННОВАЦИИ. Материалы III и III и XI Международных научно-практических конференций. Томск, 2020. – С. 14-20.

7. Цымбал И. Чем Яндекс.Вордстат полезен для бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://remarka.agency/journal/seo/cho-takoe-wordstat> (дата обращения: 21.09.2025).

8. Яндекс Вордстат [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://wordstat.yandex.ru/> (дата обращения: 21.09.2025).

9. Яндекс.Вордстат: подробный гайд по работе с инструментом [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://ingate.ru/blog/statistika-yandeks-vordstat-podrobnyj-gajd-po-podboru-zaprosov/> (дата обращения: 21.09.2025).

Оригинальность 84%