

Калькулятор выбора SEO или PPC

Рабочая модель для распределения бюджета между быстрым спросом, накопительным трафиком и экспериментами.

01

Сверить экономику
привлечения

02

Разделить срочный и
накопительный спрос

03

Определить измеримый
тест каждого канала

Результат после заполнения

Не рейтинг и не копия статьи, а рабочий лист: заполните критерии своими данными и возвращайтесь к живой странице за актуальными вариантами.

[Открыть исходную страницу](#)

5 страниц · версия 01.08.2026

Рабочий маршрут

Проходите шаги сверху вниз. Если ответ нельзя подтвердить данными или тестом, пометьте его как гипотезу.

Для кого этот лист

Маркетолог или руководитель, которому нужно обосновать канал не вкусом, а экономикой и горизонтом задачи.

ШАГ 1

Задать целевое действие и валовую маржу

☐ выполнено Ответственный: _____

ШАГ 2

Оценить доступный поисковый спрос

☐ выполнено Ответственный: _____

ШАГ 3

Зафиксировать допустимый срок окупаемости

☐ выполнено Ответственный: _____

ШАГ 4

Посчитать стоимость контента и посадочных

☐ выполнено Ответственный: _____

ШАГ 5

Учесть брендовый и повторный трафик

☐ выполнено Ответственный: _____

ШАГ 6

Выделить бюджет на проверку допущений

☐ выполнено Ответственный: _____

Карта проверки

Одинаковые критерии и один тестовый сценарий защищают выбор от рекламы и привычки к знакомому интерфейсу.

Критерий / сегмент	Вес 1-3	Вариант А	Вариант В	Вариант С	Комментарий
Скорость первого результата	—	—	—	—	_____
Предсказуемость объёма	—	—	—	—	_____
Стоимость теста	—	—	—	—	_____
Накопительный эффект	—	—	—	—	_____
Контроль сообщений	—	—	—	—	_____
Зависимость от аукциона	—	—	—	—	_____

Как считать

Поставьте вес: 1 - полезно, 2 - важно, 3 - критично. Оцените варианты от 0 до 5, умножьте на вес. Любой непроверенный факт отмечайте знаком вопроса.

Риски и план внедрения

Хороший выбор можно отменить или скорректировать. Зафиксируйте красные флаги до покупки и владельцев действий до пилота.

Красные флаги

1	Сравнивать клик PPC со всем SEO-проектом	[] исключено
2	Не учитывать качество посадочной	[] исключено
3	Оценивать SEO через две недели	[] исключено
4	Масштабировать рекламу до проверки конверсии	[] исключено

Четыре шага

01	Собрать базовую юнит-экономику	Владелец: _____	Срок: _____
02	Запустить минимальный рекламный тест	Владелец: _____	Срок: _____
03	Опубликовать первый поисковый кластер	Владелец: _____	Срок: _____
04	Перераспределить бюджет по фактической отдаче	Владелец: _____	Срок: _____

Решение и полезные ссылки

Запишите решение так, чтобы через месяц было понятно, какие данные его подтверждали и когда нужно пересмотреть вывод.

Решение	
Почему	
Что проверить	
Дата пересмотра	

Живая страница материала

gruzdevv.ru/stati/seo-vs-ppc/

Связанный раздел

gruzdevv.ru/category-services/seo-servisy/

Дополнительный пример

gruzdevv.ru/category-services/analitika/

Актуальность остаётся на сайте

PDF хранит вашу логику выбора, а варианты, карточки и новые материалы обновляются на [исходной странице Gruzdevv.ru](#).