

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · АРЕНДА

Реклама аренды бань в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · Москва

59 723

показов в месяц — ёмкость спроса

99 ₹

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 29 ₹

1 817–4 845 ₹

цена обращения (оценка до запуска)

125 001 ₹

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-arenda-ban-moskva
Регион разбора	Москва

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
баня в Москве	12 495	245–253
парилка	10 315	165–176
снять баню	6 082	187–191
парение	3 478	321–345
банщик	3 328	117–131
аренда бани	2 802	276–285
снять баню с бассейном	1 698	116–122
снять баню в Подмосковье	1 603	166–169
подарочный сертификат спа	1 595	360–377
банный комплекс Москва	1 535	317–336
баня с бассейном Подмосковье	1 433	118–125
баня с бассейном Москва	1 261	174–181
цена бани в Москве	1 148	232–241
баня недорого Москва	800	234–254
лучшие бани Москвы	683	310
баня для отдыха	635	124
баня Красногорск	574	222–234
отдых с баней в Подмосковье	548	119–125
баня Химки	547	196
снять баню недорого	435	183–185

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 108 099, февраль — 91 376, март — 58 529, апрель — 48 973, май — 34 639, июнь — 37 625, июль — 50 167, август — 60 917, сентябрь — 45 987, октябрь — 59 723, ноябрь — 69 876, декабрь — 50 167 показов.

● Сколько это стоит

99 Р

цена клика при полном охвате

2 907 Р

цена обращения
оценка до запуска

250 002 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	35%	29	2 544
РСЯ	55%	9	2 284
Ретаргетинг	10%	17	2 907

Цена обращения в строке посчитана по своему каналу — складывать столбец нельзя.

● Сценарии бюджета

что получится при разных суммах

БЮДЖЕТ, Р/МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
9 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
17 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
30 000	10	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
53 000	18	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
94 000	32	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
126 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
167 000	58	Кампания наберёт данные	1	4
251 000	86	Рабочая кампания	1	4
295 614	101	Рабочая кампания	1	4

Расчёт по цене обращения 2 907 Р (оценка). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 125 001 Р/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Аренда бани в Москве (родовой) горячий

Кто: Люди, которые хотят снять баню в Москве без конкретных требований, изучают рынок и сравнивают варианты

Что мешает: Не знают, какую баню выбрать; нужен общий обзор доступных вариантов

О чём говорить: Широкий выбор русских бань на дровах, с бассейном, спа-услугами — подберите идеальный вариант для вашей компании

Русская баня на дровах горячий

Кто: Ценители аутентичной парной, ищут настоящую русскую баню с дровяной печью, мягким паром и вениками

Что мешает: Хотят именно дровяную парную с высокой температурой (до 130 °C), а не финскую сауну или электрокаменку

О чём говорить: Настоящая русская баня из натурального бревна, мягкий пар, парная на дровах до 130 °C, свежие веники

Баня с бассейном горячий

Кто: Люди, которые после парной хотят окунуться в прохладную воду, ценят контраст температур

Что мешает: Ищут баню с удобным бассейном под открытым небом, чтобы освежиться сразу после парной

О чём говорить: Собственный уличный бассейн, из жаркой парной в прохладную воду, дубовая бочка и купель

Баня с бильярдом горячий

Кто: Компании друзей, коллеги, которые хотят совместить баню с активными развлечениями (бильярд, караоке, теннис)

Что мешает: Хотят не только попариться, но и весело провести время в компании; нужен досуг внутри сруба

О чём говорить: Двухэтажные срубы с 12-футовым бильярдом, караоке, теннисным столом — отдых для компании

Баня с хаммамом горячий

Кто: Любители турецкой бани, ищущие комплекс, где есть и русская парная, и хаммам

Что мешает: Хотят разнообразия парных и редкое сочетание — русский пар и турецкий хаммам в одном месте

О чём говорить: Уникальный сруб с русской парной и турецким хаммамом, 9-метровый бассейн, фитобочки

Баня для большой компании горячий

Кто: Организаторы корпоративов, дней рождения, встреч до 20 человек

Что мешает: Ищут вместительное, приватное место, где можно разместить большую группу и не мешать другим гостям

О чём говорить: Отдельные срубы до 20 человек, уютные дворики, ресторанное обслуживание, бесплатная парковка

● Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Когда переключаться	После настройки цели в Метрике и набора ≥ 10 конв/нед → конверсионная стратегия.
Каналы	Поиск и РСЯ — одной кампанией

● Что отсекаем минус-словами

построить

строительство

проект

своими

инструкция

обучение

курсы

вакансия

работа

бесплатно

подарок

сертификат

купить

продажа

дом

коттедж

дача

квартира

сауна

хаммам

бильярд

бассейн

спа

инфракрасная

турецкая

финская

дровах

ночь

ночной

своими руками

Спрос и продвижение аренды бань: сколько ищут и какими словами

В месяц пользователи дают почти 60 тысяч рекламных показов по запросам, связанным с арендой бани. Самые частые формулировки — «баня в Москве» (12,5 тысячи показов), «парилка» (10,3 тысячи), «снять баню» (6 тысяч). Это люди, которые уже решают, где провести время, и готовы сравнивать варианты. Сезонность в нише выражена сильно. Пик спроса — январь (1,63 от среднемесячного), затем февраль (1,38) и ноябрь (1,05). Летом спрос падает до половины: май — 0,52, июнь — 0,53. Если бюджет ограничен, эффективнее запускать рекламу к началу холодного сезона — в октябре-ноябре, чтобы успеть набрать статистику до пиковых январских дат.

Кто ищет аренду бани и на какой стадии решения

Большинство пользователей находятся на «горячей» стадии — они не изучают абстрактную тему, а выбирают конкретную баню. По поисковым запросам видны три устойчивые группы: те, кто хочет снять баню в Москве с разнообразием услуг («широкий выбор русских бань на дровах, с бассейном, спа-услугами»); ценители аутентичной парной («настоящая русская баня из натурального бревна, мягкий пар, парная на дровах до 130 °С»); и те, кому нужна баня с бассейном — «собственный уличный бассейн, из жаркой парной в прохладную воду, дубовая бочка и купель». Также есть запросы «баня с бильярдом», «баня для компании» — это группы, которые планируют отдых вчетвером или больше. Таких людей не нужно долго «прогревать»: они уже пришли с деньгами, задача рекламы — показать, чем ваш вариант точнее попадает в их пожелания.

Сколько стоит реклама аренды бань: цена клика, заявки и бюджет на обучение

Средняя цена клика по кампании — 29 рублей. Заявка обходится примерно в 2 900 рублей (диапазон 1 800–4 800 рублей). В рекламной сети Яндекса клик дешевле — около 9 рублей, но и конверсия в заявку ниже. На поиске клик стоит около 29 рублей, зато цена заявки ниже — 2 544 рубля. Есть важный порог. Чтобы автоматические стратегии Яндекса начали работать предсказуемо, нужно минимум 10 конверсий в неделю. При цене заявки 2 900 рублей это около 29 000 рублей в неделю и примерно 125 000 рублей в месяц. Бюджет меньше 125 тысяч не даёт алгоритму достаточно данных — заявки получаются дороже и нестабильные. Для полного раскрытия ниши ориентир — 250 000 рублей в месяц.

Как настроить Яндекс Директ для аренды бань: каналы и разделение

В тематике структура кампаний обычно такая: рекламная сеть Яндекса (РСЯ) даёт 55% обращений, поиск — 35%, ретаргетинг (возврат тех, кто уже заходил на сайт) — 10%. Это значит, что нельзя запускать одну кампанию «на всё». Поиск надо вести отдельно: туда входят только люди с явным запросом — «снять баню» или «аренда бани». РСЯ — отдельно: она охватывает интересы и похожую аудиторию, но там клики дешевле. Ретаргетинг — ещё одна кампания на тех, кто уже посещал сайт, но не забронировал. Пока бюджет меньше 125 000 рублей в месяц, автоматические стратегии не набирают нужного числа конверсий. На старте безопаснее стратегия «оптимизация на клики» — она даёт трафик, но без гарантии конверсий. Когда накопятся 10 конверсий в неделю, можно переключаться на оптимизацию по конверсиям.

Семантика и минус-слова для аренды бань

Основу кампании составляют запросы с прямым намерением: «баня в Москве», «снять баню с бассейном», «аренда бани в Москве», «русская баня на дровах», «баня для компании». У фраз высокая частота — от 2

означают аренду: человек может искать услуги пармейстера или просто теоретический интерес. Если ваша компания зарабатывает на аренде, такие запросы лучше вынести в минус-слова. Аналогично — «подарочный сертификат спа»: если вы не продаёте такие сертификаты, на них не нужно тратить бюджет. Минусуйте также всё, что связано со строительством бани, покупкой оборудования — это спрос без намерения аренды.

Что писать в объявлениях об аренде бань

Пользователи приходят с конкретными ожиданиями. В объявлении называйте то, что ищут:

- «Широкий выбор русских бань на дровах, с бассейном, спа-услугами» — для больших групп и тех, кто ещё сравнивает. - «Настоящая русская баня из натурального бревна, мягкий пар, парная на дровах до 130 °С, свежие веники» — для ценителей. - «Собственный уличный бассейн, из жаркой парной в прохладную воду, дубовая бочка и купель» — для тех, кто ищет баню с бассейном. - Если есть бильярд или караоке, упомяните и это: часть запросов — «баня для компании», «отдых с баней в Подмосковье». В заголовках используйте слова «снять баню» или «аренда бани» — они совпадают с поисковыми формулировками. Цены на услуги в объявлении не пишите: в рекламе они не нужны, а стоимость у каждого своя.

Что измерять в рекламе аренды бань и без чего запуск бессмысленен

Главная цифра для ниши — цена заявки (стоимость одной заявки на бронь) и доля рекламных расходов (отношение рекламного бюджета к полученной выручке). Ориентир — 58%. Пока вы не знаете свою цену заявки, запускать масштабный трафик бессмысленно. Обязательно установите счётчик целей на сайт: бронирование, отправка формы или звонок. Без Яндекс не видит конверсии, а вы не понимаете, что работает. Конверсия из клика в заявку в тематике около 1% — при таком среднем значении нужно не меньше 100 кликов, чтобы получить одну заявку, и это уже заложено в цену. Как только в неделю набирается 10 конверсий, алгоритмы начинают обучаться и заявки постепенно дешевеют.

Типичные ошибки: аренда бань

- Запускать рекламу только на поиске и игнорировать РСЯ, хотя сеть даёт 55% обращений.
- Экономить на бюджете: меньше 125 тысяч рублей в месяц — алгоритмы не набирают статистику, заявки дорожают.
- Не разделять кампании по каналам: поиск, РСЯ и ретаргетинг имеют разную цену клика и назначение.
- Не отсекайте нецелевые запросы типа «парилка» и «банщик», если вы продаёте только аренду бани.
- Измерять только клики, а не заявки: без счётчика целей данные о конверсии недостоверны.

Чек-лист перед запуском

1. Установите счётчик целей на сайт: бронь, форма, звонок.
2. Соберите семантику: «баня в Москве», «снять баню», «аренда бани с бассейном», «русская баня на дровах».
3. Добавьте минус-слова для запросов без намерения аренды: стройка, покупка печи, вакансия банщика.
4. Разделите кампании: поиск, РСЯ, ретаргетинг.
5. Начните с бюджета около 125 000 ₽ в месяц, чтобы набрать 10 конверсий в неделю.

● Вопросы владельцев бизнеса

Сколько стоит реклама аренды бань в месяц?

Чтобы получить стабильные заявки, нужен бюджет около 125 000 ₽ в месяц — это порог обучения алгоритма. С меньшими бюджетами заявки будут дороже и нерегулярные.

Какие запросы искать по аренде бань?

Основные — «баня в Москве», «снять баню», «аренда бани», «баня с бассейном», «русская баня на дровах». На них приходится большая часть спроса.

Почему так дорого, я думал реклама — это 30 тысяч?

Цена клика небольшая — в среднем 29 ₽, но для обучения стратегий нужно 10 конверсий в неделю. При цене заявки 2 900 ₽ это 29 000 ₽ в неделю — отсюда и порог в 125 000 ₽ в месяц.

Стоит ли запускать рекламу летом?

Спрос летом ниже (май-июнь около 0,52–0,53 от среднемесячного), но если есть бюджет, летом дешевле тестировать объявления и к осени накопить статистику.

Что делать, если нет 125 тысяч?

Можно запустить только поиск по самым горячим запросам с бюджетом 50–100 тысяч, но вы будете получать 1–3 заявки в неделю и не сможете обучить алгоритм. Лучше начинать с ручной стратегии на клики и копить бюджет.

Как быстро появятся заявки?

При бюджете от 125 000 ₽ и работающей семантике — примерно 10 заявок в неделю, но точное число зависит от вашего сайта и цен. В среднем цена заявки 2 900 ₽.

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 «аренда бань», 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.