KDirect

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ОБРАЗОВАНИЕ

Реклама детского сада в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, сентябрь 2026 · Москва

9 780
показов в месяц — спрос по семантике плана

81 ₽
цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 74 ₽

7 098–18 929 ₽
цена обращения (оценка до запуска)

488 351 ₽
бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Кто собрал этот разбор

20 августа 2026

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

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

Как ищут: запросы и ставки

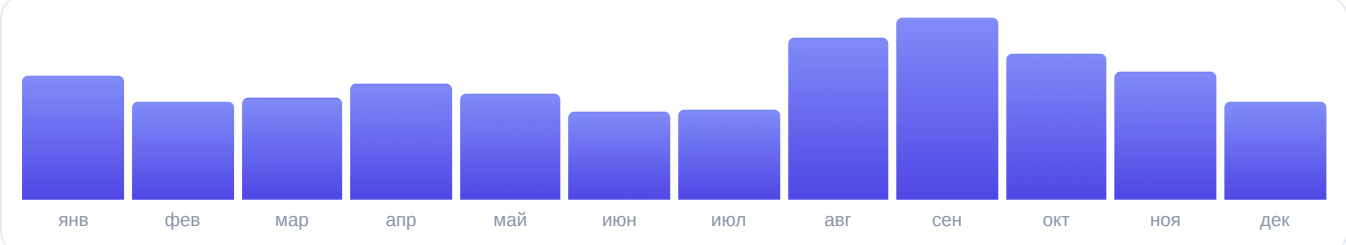
прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
частный садик	1 924	922–948
частный сад москва	1 529	900–979
частный детский сад москва	1 262	932–970
развивающие занятия для детей	937	293–309
детский сад цена	743	1 121–1 151
детский развивающий центр	696	325–341
детский сад стоимость	629	975–1 008
детский сад монтессори	395	444–460
частная начальная школа	321	955–986
частный детский сад рядом	256	1 202–1 207
подготовка школе записаться	247	450
частный детский сад цена	211	1 356–1 360
детский сад записаться	186	342–433
частный детсад	180	363
монтессори сад москва	119	502
монтессори школа москва	111	376–414
подготовка школе цена	108	201–218
подготовка школе стоимость	97	162–179
детский сад монтессори москва	81	604
частный сад для ребенка	76	389

Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 9 984, февраль — 7 928, март — 8 222, апрель — 9 495, май — 8 711, июнь — 7 243, июль — 7 439, август — 13 116, сентябрь — 14 780, октябрь — 11 942, ноябрь — 10 473, декабрь — 8 026 показов.

Сколько это стоит

81 ₽
цена клика при полном охвате

11 357 ₽
цена обращения
оценка до запуска

976 702 ₽
бюджет, на котором ниша раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	74	11 357

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	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
4 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
11 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
15 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
21 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
29 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
39 609	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 11 357 ₽ (измерено частично, по счётчику Метрики). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 488 351 ₽/мес.

Кто ищет и на какой стадии решения

Монтессори детский сад горячий

Кто: Родители детей 3-6 лет, которые уже знают о методике Монтессори и ищут детский сад именно по этой системе

Что мешает: Нужен сад, где уважают ребёнка, развивают самостоятельность и индивидуальный подход, без стандартной программы и давления

О чём говорить: Монтессори-сад с 17-летней историей, стандарт AMI, двуязычная среда, безопасность, питание без сахара. Запишитесь на экскурсию.

Альтернативный / частный детский сад тёплый

Кто: Родители, разочарованные в обычных садах (ребёнок плачет, нет индивидуального подхода), ищут частный или альтернативный вариант для ребёнка 3-6 лет

Что мешает: Традиционный сад не учитывает потребности ребёнка, адаптация тяжёлая, нет свободы и уважения

О чём говорить: Мягкая адаптация, уважение к ребёнку, свобода выбора и индивидуальный план — альтернатива обычному саду. Приходите на пробный день.

Подготовка к школе по Монтессори тёплый

Кто: Родители детей 5-6 лет, которым нужна подготовка к школе, но без стресса и зубрёжки, через интерес и исследование

Что мешает: Хотят, чтобы ребёнок был готов к школе академически, но не через принуждение; боятся, что традиционная подготовка убьёт мотивацию

О чём говорить: Подготовка к школе через самостоятельные открытия: математика, язык, социальные навыки без давления. Индивидуальная траектория.

Методика Монтессори для детей 3-6 холодный

Кто: Родители, изучающие методику Монтессори, сравнивают подходы, хотят понять, подходит ли ребёнку

Что мешает: Не уверены, что такое Монтессори, как это работает в саду, чем отличается от обычного; ищут объяснения и примеры

О чём говорить: Объясняем, как устроена среда и занятия, показываем принципы свободы и самостоятельности. Приглашаем на экскурсию, чтобы увидеть своими глазами.

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	**Только Поиск, сети выключены**
Что считаем обращением	**Оплата договора (реальная продажа) — главная цель-деньги, Входящий звонок (колтрекинг)**
Без чего запускать бессмысленно	**Если онлайн-конверсии сложны, минимально: подключите колттрекинг и на кнопке «Позвонить менеджеру за консультацией» вызывайте ym(29944759,'reachGoal','') — звонок с отслеживаемого номера станет конверсией, этого достаточно для старта рекламы.**

Что отсекаем минус-словами

бесплатно · скачать · торрент · реферат · курсовая · диплом · вакансия · вакансии · резюме · своими руками · бу · б у

Спрос и продвижение детского сада: сколько ищут и какими словами

По Москве детские сады ищут 9 780 раз в месяц — столько показов собирает поиск, и 489 из них заканчиваются кликом. Родитель почти не набирает слово «сад»: он уточняет статус, город и цену. - «частный садик» — 1 924 показа;

- «частный сад москва» — 1 529;
- «частный детский сад москва» — 1 262;
- «детский сад цена» — 743;
- «детский сад стоимость» — 629;
- «детский сад монтессори» — 395. Три верхние фразы — один и тот же вопрос «где частный сад в Москве», заданный разными словами, и под каждую нужно отдельное объявление. Ценовые запросы показывают, что стоимость родитель проверяет до звонка. Отдельно живёт «частный детский сад рядом» — 256 показов в месяц: близость к дому родитель мерит дорогой от дома, а не километрами по карте. Сезон у детского сада острый. В сентябре спрос выше среднего в 1,51 раза — 14 780 показов, в августе коэффициент 1,34 (13 116), в октябре 1,22 (11 942). Минимум приходится на июнь — 0,74 и 7 243 показа, июль даёт 0,76 и 7 439. Февраль спокойный: 0,81 и 7 928 показов. Основной заход на набор в группы — конец августа и сентябрь, когда родители ищут замену саду, где ребёнку тяжело в группе.

Сколько стоит реклама детского сада в Яндекс Директе

Цена клика в поиске по детским садам — 81 ₽ при полном охвате: столько списывается за переход, когда показы идут по всей доступной аудитории. Ставка входа в аукцион по отдельным фразам выше: за «частный садик» просят 922–948 ₽, за «частный детский сад цена» — 1 356–1 360 ₽, за «частный детский сад рядом» — 1 202–1 207 ₽. Это именно ставка входа, а не цена клика: столько запрашивают за участие в аукционе, списывается меньше. Обращение стоит 11 357 ₽, вилка — 7 098–18 929 ₽. Цена обращения — оценка до запуска, её основание — якорь Метрики (частично измерен); конверсия из клика в обращение оценивается в 0,65% и тоже не измерена на живых заявках. Дальше начинается главное расхождение. Автостратегии для обучения нужно 113 570 ₽ расхода в неделю, или 488 351 ₽ в месяц. Весь поисковый спрос по детским садам в Москве — 39 609 ₽ в месяц. Один поиск такого бюджета не даёт: до порога кампания доходит только вместе с охватом. Комфортный месячный бюджет, при котором реклама детского сада идёт без спешки, — 976 702 ₽. Малые бюджеты считаются иначе. При 3 000 ₽ в месяц кампания приносит 0 заявок, при 29 000 ₽ — 3 заявки; оба варианта расчёт относит к зоне ниже рабочего порога, потому что для обучения по правилам Яндекса нужно 10 конверсий в неделю, а здесь их меньше.

Как настроить Яндекс Директ для детского сада: структура кампаний

В плане для детского сада занят один канал — Поиск, он забирает 100% бюджета. Рекламных сетей нет: родитель, выбирающий сад, сначала формулирует запрос словами, и пока спрос не выбран, расширение охвата не даёт заявок. Стартовая стратегия — «Максимум кликов»: кампания набирает статистику по переходам. Целевая — «Максимум конверсий»: когда кампания даёт 10 конверсий в неделю и держит их две недели подряд, алгоритму хватает данных, и стратегию меняют. Автоподбор в поисковой кампании обязателен, полностью его не выключают: Яндекс требует хотя бы одну активную категорию. Работа сводится к ограничению категорий — оставьте целевые запросы про сад, частный сад, Монтессори и подготовку к школе. «Развивающие занятия для детей» (937 показов, ставка входа 293–309 ₽) и «детский развивающий центр» (696 показов, 325–341 ₽) продают другой продукт: если сад занятий не ведёт, такие

а его потолок — 39 609 ₽ в месяц, дальше рост идёт за счёт охвата: сад показывают тем, кто не набирает запрос, а подходит по поведению.

Как продавать детский сад через Яндекс Директ: запросы и объявления

Ядро кампании — три фразы, в которых родитель называет то, что ищет: «частный садик», «частный сад москва», «частный детский сад москва». К ним добавляются ценовые («детский сад цена», «детский сад стоимость»), методические («детский сад монтессори», «монтессори сад москва» — 119 показов), смежные («частная начальная школа» — 321 показ, «подготовка школе записаться» — 247, «детский сад записаться» — 186) и геозависимая «частный детский сад рядом». Минус-слова отсекают три потока, которые родителей не приведут: работу и учёбу — «вакансии», «вакансия», «резюме»; бесплатный контент — «бесплатно», «скачать», «торрент», «реферат», «курсовая», «диплом»; самоделки и б/у — «своими руками», «бу», «б у». Родитель, который ищет, как сделать пособие Монтессори своими руками, сад не купит, а студент, ищущий реферат, не купит тем более. Проверка простая: показы по минус-словам в отчёте держатся на нуле, а по «частному садику» — около 1 924 в месяц, как и в спросе.

Что писать в объявлениях детского сада

Объявление пишется под конкретный сегмент родителей, и углы у них разные. - Тем, кто ищет «детский сад монтессори» (395 показов), важен стандарт: педагоги с квалификацией AMI, двуязычная среда, безопасное пространство, питание без сахара, экскурсия в группу. - Родителям, разочарованным в обычном саду, — мягкая адаптация, уважение к ребёнку, индивидуальный план и пробный день как способ проверить сад без обязательств. - Тем, кто ищет подготовку к школе, — академические навыки без зубрёжки, самостоятельные открытия, индивидуальная траектория. - Тем, кто только изучает методику, — объяснение, как устроен день, и приглашение увидеть среду своими глазами. Заголовки стоит повторять формулировками спроса: «частный детский сад в Москве», «Монтессори-сад», «запись». Первое объявление — под «частный садик»: 1 924 показа, самая частая фраза. Стоимость в объявлении не называют — она зависит от возраста ребёнка и программы, поэтому в тексте работает приглашение на экскурсию и форма заявки, а цена обсуждается на встрече.

Что измерять, без чего запускать бессмысленно

Цели-деньги две: оплата договора — главная, и входящий звонок через колтрекинг, когда звонок с отслеживаемого номера становится конверсией. Промежуточные действия — клик по телефону, переход в мессенджер, открытие формы обратного звонка — показывают, где родитель останавливается. Пока колтрекинг не подключён, цена обращения 11 357 ₽ и конверсия 0,65% остаются оценкой до запуска: подтвердить их нечем. Переводить кампанию на «Максимум конверсий» в такой ситуации рано — алгоритм будет учиться на неполных данных. Цикл решения у сада длинный: родитель сравнивает несколько мест, ходит на экскурсии, советуется. Оплата договора догоняет клик через недели, поэтому по первым дням о рекламе не судят; ориентир — 10 конверсий в неделю, после которых автостратегия получает опору.

Типичные ошибки: детский сад

- Выключать автоподбор в поисковой кампании: в поиске он обязателен, ограничивают категории, а не сам инструмент.
- Считать ставку входа ценой клика: за «частный детский сад цена» просят 1 356–1 360 ₽ за вход в аукцион, а клик по садам стоит 81 ₽.
- Ждать заявок с бюджетом 3 000–29 000 ₽ в месяц: расчёт даёт 0–3 заявки в месяц и относит такие бюджеты к зоне ниже рабочего порога.
- Смешивать в одной группе «частный садик» (ставка входа 922–948 ₽) и «развивающие занятия для

- Оценивать рекламу без колтрекинга: цена обращения 11 357 ₽ так и останется оценкой, а не замером.

Чек-лист перед запуском

1. Подключить колтрекинг и четыре цели: оплата договора, входящий звонок, клик по телефону, переход в мессенджер.
2. Собрать одну кампанию на Поиск с фразами «частный садик», «частный сад москва», «частный детский сад москва» и ценовыми запросами.
3. Добавить минус-слова: вакансии, резюме, бесплатно, скачать, реферат, курсовая, диплом, своими руками, бу.
4. Ограничить категории автоподбора целевыми запросами про сад и методику, оставив хотя бы одну активную.
5. Запустить на «Максимум кликов» и перевести на «Максимум конверсий» после 10 конверсий в неделю две недели подряд.

Вопросы владельцев бизнеса

Как продавать детский сад через Яндекс Директ?
Через поиск: по садам в Москве 9 780 показов и 489 кликов в месяц, клик стоит 81 ₽, обращение — 11 357 ₽. Объявление должно отвечать на запрос «частный сад в Москве» и звать на экскурсию.

Продвижение детского сада: с чего начать?
С одной поисковой кампании на самых частых фразах — «частный садик» даёт 1 924 показа в месяц. Стартовая стратегия «Максимум кликов», потолок поискового спроса — 39 609 ₽ в месяц.

Сколько стоит реклама детского сада в Москве?
Клик — 81 ₽ при полном охвате, обращение — 11 357 ₽ с вилкой 7 098–18 929 ₽ (оценка до запуска). Обучение автостратегии требует 113 570 ₽ в неделю, то есть 488 351 ₽ в месяц.

Можно ли рекламировать детский сад самостоятельно и с небольшим бюджетом?
Кампанию можно собрать самому, но бюджеты от 3 000 до 29 000 ₽ в месяц расчёт относит к зоне ниже рабочего порога: они дают 0–3 заявки в месяц. Для обучения нужно 10 конверсий в неделю.

Как продвинуть детский сад в интернете, если поиск уже выбран?
Поиск по садам в Москве упирается в 39 609 ₽ в месяц. После точки растут охватом: показывают сад тем, кто не набирает запрос словами.

Контекстная реклама детского сада: как работает?
Показ идёт по запросам вроде «частный детский сад москва» — 1 262 показа в месяц. Кампания стартует на «Максимум кликов», а на «Максимум конверсий» переходит после 10 конверсий в неделю, удержанных две недели подряд.

Почему заявка на детский сад выходит дорогой?
Конверсия из клика в обращение оценивается в 0,65%, а обращение — в 11 357 ₽ при цене клика 81 ₽. Без колтрекинга цифра остаётся оценкой до запуска.

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 «детский сад», 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.