

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ОБРАЗОВАНИЕ

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

Данные обезличенного медиаплана, август 2026 · Москва

9 849

показов в месяц — ёмкость спроса

72 ₽

цена клика по прогнозу Яндекса

4 973–7 361 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

380 206 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

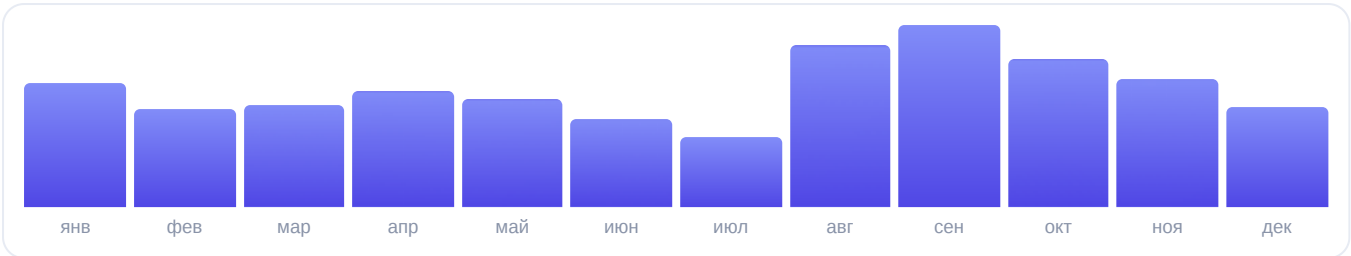
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	https://kdirect.ru/reklama/reklama-detskiy-sad-moskva
Регион разбора	Москва

● Как ищут: запросы и цена клика

прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	ЦЕНА КЛИКА, ₽
"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 монтеessori"	395	444–460
частная начальная школа	321	955–986
частный детский сад рядом	256	1 202–1 207
подготовка школе записаться	247	450–450
частный детский сад цена	211	1 356–1 360
детский сад записаться	186	342–433
частный детсад	180	363–363
монтеessori сад москва	119	502–502
монтеessori школа москва	111	376–414
подготовка школе цена	108	201–218
подготовка школе стоимость	97	162–179
детский сад монтеessori москва	81	604–604
частный сад для ребенка	76	389–389



В цифрах: январь — 10 243, февраль — 8 175, март — 8 470, апрель — 9 751, май — 8 963, июнь — 7 387, июль — 5 811, август — 13 493, сентябрь — 15 167, октябрь — 12 213, ноябрь — 10 735, декабрь — 8 273 показов.

● **Сколько это стоит**

72 ₽
 цена клика

6 176 ₽
 цена обращения
 оценка до запуска

760 412 ₽
 бюджет, на котором ниша
 раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	72	12 758

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	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
14 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
19 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
26 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
35 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 8 842 ₽ (якорь Метрики (частично измерен)). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 380 206 ₽/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.

консалтинг **тёплый**

Кто: ищут консалтинг

О чём говорить: консалтинг

дополнительные занятия **тёплый**

Кто: ищут дополнительные занятия

О чём говорить: дополнительные занятия

■ Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум конверсий
Целевая стратегия	Максимум конверсий (оплата за клики)
Когда переключаться	При выходе на ≥ 10 конв/нед — обучение стабилизируется; далее оплата за конверсии/ДРР по траектории.
Поиск и РСЯ	одной кампанией
Что считаем обращением	Оплата/заключение договора, Звонок с сайта
Без чего запускать бессмысленно	Замените телефон на отслеживаемый номер, добавьте СТА «Позвонить менеджеру за консультацией» и считайте звонок конверсией.

■ Что отсекаем минус-словами

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

Спрос на продвижение детского сада: сколько ищут и когда

В Москве детские сады ищут 9 849 раз в месяц, кликов при этом — 492. Самые частые запросы — «частный садик» (1 924 показа), «частный сад москва» (1 529), «частный детский сад москва» (1 262). Люди также ищут «детский сад цена» (743) и «детский сад стоимость» (629) — значит, цена для них важна. Спрос сильно зависит от сезона. В сентябре коэффициент — 1.54, в августе — 1.37. Сейчас как раз август, идёт набор в сады на новый учебный год. В июле спрос почти вдвое ниже (0.59), так что рекламу лучше запускать за месяц до пика, чтобы собрать заявки к началу года.

Кто ищет частный детский сад и на какой стадии выбора

Ищут в основном родители, которые выбирают платное место для ребёнка. Одни уже знают, что нужен частный сад, и сравнивают варианты: «лучший частный детский сад» (53 показа), «частный детский сад рядом» (256). Другие только оценивают стоимость: «частный детский сад сколько стоит» (73), «частный детский сад цена в месяц» (40). Третьи интересуются конкретными методиками: «детский сад монтессори» (395), «монтессори сад москва» (119). Есть и запросы на смежные услуги — «подготовка школе записаться» (247) и «частная начальная школа» (321). Это значит, что реклама детского сада может одновременно продвигать и дополнительные направления.

Сколько стоит реклама детского сада в Яндекс Директе

Средняя цена клика по всем запросам — 72 рубля. По горячим фразам она выше: «частный детский сад цена» — 1 356–1 360 рублей, «частный детский сад рядом» — 1 202–1 207. Средняя цена обращения (заявки) — 6 176 рублей, диапазон от 4 973 до 7 361. Доля рекламных расходов при типичном чеке — 8%, что укладывается в норму.

Чтобы алгоритмы Яндекса обучились и начали приносить заявки стабильно, нужно набрать статистику: от 10 конверсий в неделю. При цене заявки 6 176 рублей это около 61 760 рублей в неделю, то есть примерно 380 206 рублей в месяц. Бюджеты 3 000–35 000 рублей в месяц попадают в красную зону: на них кампания не может обучиться, и заявки будут либо нулевыми, либо случайными.

Как настроить Яндекс Директ для детского сада

В тематике работает только поиск — тематические площадки спрос не добирают. Поэтому запускаем одну поисковую кампанию. На старте концентрируем бюджет на самых горячих запросах: «частный садик», «частный детский сад москва», «детский сад цена». Это позволяет кампании быстрее набрать статистику для обучения. По мере роста бюджета можно добавлять смежные запросы: «монтессори сад», «подготовка к школе», «частная начальная школа». Разделять кампании на поиск и сети не нужно, потому что сети неэффективны.

Семантика и минус-слова для детского сада

Берём запросы со словом «частный» и названием района или города: «частный сад москва», «частный детский сад рядом». Обязательно добавляем «цена», «стоимость», «сколько стоит» — это сигнал о готовности платить. Если сад работает по системе Монтессори, добавляем «монтессори» во всех вариантах.

Минус-слова — это «бесплатно», «государственный», «муниципальный», «дешево» (если только вы не позиционируете как бюджетный), а также нерелевантные «развивающие занятия» и «детский центр», если вы не оказываете именно услуги. Проверяйте поисковые запросы еженедельно и добавляйте новые минус-слова.

Что писать в объявлениях для частного детского сада

Используйте в заголовках реальные фразы, которые люди вводят: «Частный детский сад в Москве», «Монтессори-сад рядом», «Подготовка к школе». Укажите местоположение — запрос «рядом» вводили 256 раз. Если к вашему саду есть свободные места, напишите об этом. Используйте быстрые ссылки на

страницы с программами и ценами. В уточнениях перечислите, что входит в стоимость: питание, прогулки, занятия. Не пишите просто «детский сад» — это не отличит вас от муниципальных.

Что измерять в рекламе детского сада

Без измерений реклама бессмысленна. Настройте в Яндекс Метрике цели: отправленную форму, телефонный звонок, заявку на экскурсию. Считайте стоимость заявки (она же цена обращения) и долю рекламных расходов — для разделите рекламный бюджет на сумму, которую приносят клиенты. Для частных детских садов доля рекламных расходов в 8% считается хорошей. Если стоимость заявки выше 7 361 рубля, кампанию нужно оптимизировать: пересмотреть семантику или посадочные страницы. Но помните: конверсию в заявку нужно измерять на достаточном количестве кликов — одного-двух звонков недостаточно.

Типичные ошибки: детский сад

- Запуск рекламы с бюджетом 3 000–35 000 рублей в месяц и ожидание заявок: кампания не проходит порог обучения.
- Использование общих запросов «детский сад» без слова «частный» — приводят нецелевые клики.
- Отсутствие минус-слов — реклама показывается по запросам «бесплатно», «государственный».
- Ориентация на клики, а не на заявки: оптимизация по кликам, а не по целевым действиям.
- Не измерение конверсии и доли рекламных расходов — невозможно понять окупаемость.

Чек-лист перед запуском

1. Выбрать гео — Москва.
2. Собрать семантику: горячие запросы («частный садик», «частный детский сад москва») и добавить в кампанию.
3. Настроить минус-слова: «бесплатно», «государственный», «муниципальный».
4. Подготовить объявления с тематическими заголовками и быстрыми ссылками.
5. Установить Яндекс Метрику и настроить цели на заявку и звонок.
6. Запустить кампанию с бюджетом от 61 760 рублей в неделю для обучения.
7. Регулярно проверять поисковые запросы и дополнять минус-слова.

Сколько стоит реклама в Яндекс Директе для детского сада?

Средняя цена клика — 72 рубля, а цена заявки — около 6 176 рублей. Минимальный бюджет для запуска — 3 000 рублей, но для стабильных заявок нужно около 380 206 рублей в месяц на обучение алгоритма.

Как настроить Яндекс Директ самостоятельно?

Можно, но без опыта сложно собрать семантику и минус-слова. Для детского сада достаточно одной поисковой кампании, но нужно следить за статистикой и корректировать ставки.

Что такое рекламная сеть Яндекса и нужна ли она для детского сада?

Рекламная сеть Яндекса (РСЯ) — это показы на сайтах-партнёрах. В тематике она неэффективна: работает только поиск.

Сколько времени занимает настройка Яндекс Директа?

Если делать самому — от нескольких дней до недели. Профессионал настроит за 2–3 дня.

Стоит ли запускать рекламу на смежные услуги — подготовку к школе или развивающие занятия?

Да, запросы тоже набирают показы: «подготовка школе записаться» — 247, «развивающие занятия для детей» — 937. Но их лучше добавлять отдельными группами объявлений.

Почему моя реклама не приносит заявки, если бюджет 10 000 рублей?

При таком бюджете кампания не может набрать статистику для обучения алгоритма. В итоге заявок нет или они случайные. Нужно либо увеличивать бюджет, либо сужать семантику до самых тёплых запросов.

Как проверить, окупается ли реклама детского сада?

Настройте цели в Метрике и считайте долю рекламных расходов (ДРР). В нише ДРР в 8% при типичном чеке считается нормальным. Если стоимость заявки выше 7 361 рубля, рекламу нужно оптимизировать.

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, kupaslova.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.