

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ДРУГИЕ ТЕМАТИКИ

Реклама доставки цветов в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, июль 2026 · Москва

125 869

показов в месяц — спрос по семантике плана

222 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 44 ₽

2 739–7 303 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

188 426 ₽

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-dostavka-cvetov-moskva
Регион разбора	Москва

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
цветы с доставкой	30 321	512–518
доставка цветов Москва	28 021	635–642
флористика	6 580	148–152
доставка букетов Москва	6 248	525–550
заказать цветы с доставкой Москва	3 394	876–892
купить цветы недорого	3 136	195
букет недорого	3 085	322–326
недорогие букеты	3 085	322–326
цветы с доставкой недорого Москва	2 911	431
доставка цветов на дом Москва	2 753	966–968
купить букет с доставкой	2 623	260–264
недорогие цветы на дом	2 324	465
недорогие букеты Москва	2 263	336–339
купить цветы с доставкой Москва	2 155	267–268
флорист Москва	2 097	116–118
композиции из цветов	1 815	131–138
цветы с доставкой на дом Москва	1 676	824–837
недорогие букеты с доставкой	1 664	374–396
букет недорого с доставкой	1 664	374–396
купить недорогой букет	1 560	197–202

● Сколько это стоит

222 Р

цена клика при полном охвате

4 382 Р

цена обращения
оценка до запуска

376 852 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	85%	44	4 656
РСЯ	15%	13	3 286

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
6 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
14 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
30 000	7	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
65 000	15	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
140 000	32	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
189 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
301 000	69	Кампания наберёт данные	1	4
377 000	86	Рабочая кампания	1	4
648 000	148	Рабочая кампания	3	16
1 397 000	319	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 4 382 Р (оценка). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 188 426 Р/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Цветы с доставкой по Москве горячий

Кто: Люди, которым нужно срочно или планомерно отправить букет в пределах Москвы, часто в подарок. Ищут 'доставка цветов Москва', 'заказать цветы с доставкой на дом', 'срочная доставка цветов'.

Что мешает: Нужна быстрая и надёжная доставка свежих цветов, часто в последний момент; важно качество, скорость и прозрачная цена.

О чём говорить: Свежие букеты от производителя, бесплатная доставка при заказе

Авторские букеты на заказ (подарки) горячий

Кто: Люди, выбирающие уникальный подарок на день рождения, 8 марта, свидание. Ищут 'авторский букет с доставкой', 'купить авторский букет', 'необычные букеты цветов'.

Что мешает: Хочется выделиться стандартными букетами, нужен оригинальный, красивый букет, который произведёт впечатление на получателя.

О чём говорить: Авторские букеты ручной работы от профессиональных флористов, подбор под повод и бюджет, доставка по Москве.

Свадебная флористика горячий

Кто: Невесты, свадебные организаторы, пары. Ищут 'свадебная флористика под ключ', 'букет невесты из живых цветов купить', 'оформление свадьбы цветами'.

Что мешает: Требуется стильное и качественное оформление свадьбы, чтобы всё сочеталось, часто ограничены сроки и бюджет, важно доверие профессионалам.

О чём говорить: Свадебная флористика под ключ: букет невесты, бутоньерки, оформление зала и кортежа. Работаем с любым бюджетом, консультация и выезд на замер.

Бюджетные букеты (недорогие) тёплый

Кто: Студенты, люди с ограниченным бюджетом, ищущие недорогой подарок. Ищут 'дешевые букеты с доставкой Москва', 'букет из сухоцветов недорого', 'недорогие цветы на дом'.

Что мешает: Хочется купить букет, но не переплачивать; при этом важно получить достойный внешний вид и свежесть.

О чём говорить: Стильные и недорогие букеты. с бесплатной доставкой по Москве при заказе. Качество не страдает.

Оформление мероприятий (корпоративы, праздники) тёплый

Кто: Корпоративные клиенты, event-менеджеры, организаторы. Ищут 'заказать цветы в офис', 'оформление корпоратива цветами', 'флористика для мероприятия Москва'.

Что мешает: Нужно красиво оформить пространство, подобрать долгоиграющие живые цветы, уложиться в бюджет и сроки.

О чём говорить: Профессиональное оформление любых мероприятий: от офисных композиций до масштабных корпоративов. Индивидуальный дизайн, быстрая реализация.

Букеты в коробке и трендовые композиции тёплый

Кто: Молодёжь, активные пользователи соцсетей, ищущие модные варианты. Ищут 'букет в коробке роз с доставкой', 'цветочная композиция в коробке', 'сухоцветы в коробке'.

Что мешает: Хочется необычный, фотогеничный подарок, который будет актуален в Instagram, соответствует трендам (сухоцветы, стабилизированные, коробки).

О чём говорить: Трендовые букеты в шляпных коробках, сухоцветы, стабилизированные цветы — идеальный подарок для соцсетей. Доставка по Москве.

■ 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	Поиск и РСЯ — одной кампанией

■ Что отсекаем минус-словами

своими руками как сделать мастер-класс обучение курсы вакансии работа искусственные

вырастить рассада семена скачать реферат бесплатно diy инструкция уход

свадебный корпоратив венок мастер класс шаблон идеи фото сборный микс ассорти

смешанный конфет игрушек

■ Слова, которыми кампании разводят между собой

Разновидности товара разносят по отдельным группам, чтобы объявление отвечало запросу точно: в своей группе такое слово — минус, в соседней — главное слово.

невесты авторский эксклюзивный премиум флорист на дом дешево дешёвый

Спрос и продвижение доставки цветов: сколько ищут и какими словами

Спрос на доставку цветов в Москве в июле 2026 — 125 869 показов и 6 294 клика по ключевым запросам. Лидируют «цветы с доставкой» (30 321 показ) и «доставка цветов Москва» (28 021). Дальше идут «доставка букетов Москва» (6 248), «заказать цветы с доставкой Москва» (3 394) и «купить цветы недорого» (3 136). Люди не ищут просто «цветы» — они формулируют услугу: доставка, город, цена. Поисковый запрос в тематике почти всегда означает готовность заказать букет в ближайшие день-два. Поэтому 85% прогнозируемых обращений в структуре кампании даёт поиск, а 15% — рекламная сеть Яндекса (РСЯ). Цифры относятся к июлю — обычному летнему месяцу без самых крупных цветочных пиков. Перед 8 марта и Днём святого Валентина спрос традиционно выше, поэтому на предпраздничные недели бюджет стоит закладывать с запасом.

Сколько стоит реклама доставки цветов: клик, обращение и бюджет обучения

Цена клика при полном охвате спроса — 222 ₽. Прогнозная цена обращения — 4 382 ₽, возможный разброс — вилка 2 739–7 303 ₽. Это оценка до запуска: после старта кампании фактическую цену заявки покажет счётчик. Чтобы автоматическая стратегия обучалась на заявках, ей нужно 10 конверсий в неделю. В деньгах порог обучения — 43 820 ₽ в неделю или 188 426 ₽ в месяц. Если месячный бюджет 3 000 ₽, кампания принесёт одну заявку и не соберёт статистику. Бюджет 376 852 ₽ в месяц считается уверенным: он накрывает прямой спрос и оставляет запас сверх порога.

Как настроить Яндекс Директ для доставки цветов: поиск, сеть и автоподбор

В тематике поиск и рекламная сеть Яндекса (РСЯ) работают одной кампанией. Поиск даёт 85% обращений, РСЯ — 15%. Такую структуру можно вести на старте: алгоритм учится на общих данных и сам определяет, где дешевле получить заявку. Стратегию выставляйте «Максимум кликов»: на этом этапе важно набрать первые данные. Когда кампания получает 10 конверсий в неделю и удерживает их две недели подряд, стратегию меняйте на «Максимум конверсий». Автоподбор (автотаргетинг) отключать нельзя — Яндекс требует хотя бы одну активную категорию, поэтому ограничьте список категорий целевыми запросами про доставку и букеты. Когда поисковый спрос выбран полностью — это бюджет 1 397 268 ₽ в месяц, — дальше рост дают охватные форматы РСЯ, ретаргетинг и возврат посетителей.

Семантика и минус-слова для доставки цветов

Основа семантики — запросы с доставкой: «цветы с доставкой», «доставка цветов Москва», «доставка букетов Москва», «заказать цветы с доставкой Москва». Люди, которые задают такие формулировки, уже выбрали услугу; им осталось найти продавца. Минус-слова убирают тех, кто не собирается заказывать доставку. В список для тематики стоит включить:

- DIY-запросы: «своими руками», «мастер-класс», «курсы», «обучение»;
- искусственные цветы и рассаду: «искусственные», «семена», «рассада», «вырастить»;
- «бесплатно», «скачать», «фото», «идеи» — это не намерение купить;
- «свадебный», «корпоратив», «премиум», «авторский», «флорист на дом» — если вы не ведёте отдельную кампанию под услуги, они будут стоить дороже и приведут не того клиента. После такой чистки в кампании остаются люди, которым нужна доставка живых цветов по Москве, — остальные запросы не тратят бюджет.

Что писать в объявлениях доставки цветов

Объявление должно отвечать на конкретную просьбу из запроса. Если человек ввёл «доставка цветов Москва», в заголовке пишите «Доставка цветов по Москве» и добавляйте выгоду: сегодня, недорого, от производителя. В текстах для тематики работают схемы:

- «Соберём и привезём сегодня» — для срочных заказов к дню рождения или свиданию;
- «Авторские букеты ручной работы, подбор под повод и бюджет» — для тех, кто ищет необычный подарок;
- «Свежие цветы от производителя, бесплатная доставка при заказе» — для тех, кто сравнивает цены;
- «Букет невесты без шаблонов» — для отдельной кампании по свадебной флористике, если вы её ведёте. В описание добавляйте факты, которые снимают сомнения: срок сборки, доставку в день заказа, гарантию свежести. Общие фразы не работают — вместо них называйте конкретное действие: привезём в день заказа, свежие цветы с гарантией свежести.

Что измерять при запуске рекламы доставки цветов

До запуска подключите Яндекс Метрику и настройте цель — обращение: отправка формы, звонок, переход в мессенджер. Пока цель не определена, Яндекс не знает, что считать конверсией, и автоматическая стратегия не сможет обучаться. Порог для обучения — 10 конверсий в неделю, значит, в счётчике должно появляться не меньше 10 реальных обращений за семь дней. Цена клика 222 ₽ не должна быть главным ориентиром: важнее фактическая цена обращения. Прогноз до запуска — 4 382 ₽, вилка 2 739–7 303 ₽. Если после старта заявка выходит за верхнюю границу, сначала проверяйте минус-слова и тексты объявлений, а не повышайте ставки.

Типичные ошибки: доставка цветов

- Запускать рекламу доставки цветов с бюджетом 3 000 ₽ в месяц и ждать стабильных заявок: кампания приносит одну заявку и не набирает 10 конверсий в неделю.
- Не добавлять минус-слова «своими руками», «мастер-класс», «искусственные», «бесплатно»: деньги уходят на людей, которые не собираются заказывать доставку.
- Ориентироваться только на цену клика 222 ₽ и не учитывать цену обращения 4 382 ₽.
- Сразу включать «Максимум конверсий», не накопив 10 конверсий в неделю: алгоритм работает вслепую на случайных кликах.
- Пытаться полностью отключить автоподбор — вместо этого стоит ограничить категории целевыми запросами.

Чек-лист перед запуском

1. Проверьте, что на сайте стоит счётчик Яндекс Метрики и настроена цель «обращение» (форма, звонок или переход в мессенджер).
2. Соберите семантику по фразам «цветы с доставкой», «доставка цветов Москва», «доставка букетов Москва».
3. Добавьте минус-слова для DIY-запросов, искусственных цветов и «бесплатно».
4. Запланируйте бюджет не ниже 43 820 ₽ в неделю, чтобы кампания получила 10 конверсий и обучилась.
5. Проверьте тексты объявлений: доставка в день заказа, свежесть, бесплатная доставка при заказе.

Сколько стоит клик в рекламе доставки цветов?

Клик обходится в 222 ₽ при полном охвате спроса. Цифру закладывают в прогноз бюджета.

Сколько стоит заявка при рекламе доставки цветов?

Прогнозная цена обращения — 4 382 ₽, разброс 2 739–7 303 ₽. Точную цифру после запуска покажет счётчик.

Какой бюджет нужен для доставки цветов в Яндекс Директе?

Чтобы кампания обучилась, нужно 43 820 ₽ в неделю и 188 426 ₽ в месяц. С бюджетом 3 000 ₽ вы получите одну заявку в месяц, но обучение не пройдёт.

Почему кампания по доставке цветов не приносит заявок?

Скорее всего, не хватает 10 конверсий в неделю: минимальный бюджет для этого — 43 820 ₽. При меньших тратах алгоритм не может понять, кто ваша аудитория.

Какие запросы самые выгодные для доставки цветов?

Самый большой объём у «цветы с доставкой» — 30 321 показ и «доставка цветов Москва» — 28 021. Это уже готовый спрос на услугу.

Нужно ли отдельно запускать рекламную сеть Яндекса?

В доставке цветов поиск и РСЯ настроены одной кампанией: поиск даёт 85% обращений, сеть — 15%. Отдельная настройка не нужна, пока поисковый спрос не исчерпан на бюджете 1 397 268 ₽ в месяц.

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 «доставка цветов», 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.