KDirect

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · МЕДИЦИНА И КЛИНИКИ

Реклама эвтаназия животных в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, июль 2026 · Москва, Москва и область

26 624
показов в месяц — спрос по семантике плана

517 ₽
цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 90 ₽

3 014 ₽
цена обращения (оценка до запуска)

129 602 ₽
бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Кто собрал этот разбор

18 ноября 2026

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

Сайт агентства	**kupislova.ru**
Телефон	**+7 (495) 988-09-08**
Статья на сайте	**kdirect.ru/reklama/reklama-evtanaziya-zhivotnyh-moskva**
Регион разбора	**Москва, Москва и область**

Как ищут: запросы и ставки

прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
усыпление животных	4 242	1 116–1 127
усыпление на дому	3 894	1 246–1 259
усыпление животных на дому	2 649	1 176–1 187
усыпление собак	1 928	1 182–1 214
эвтаназия животных	1 723	995–1 014
усыпить животное	1 377	1 213
усыпить собаку на дому	1 345	1 294
эвтаназия на дому	996	1 114–1 134
эвтаназия собаки	932	683
усыпление кошек	853	1 019
усыпить собаку на дому цена	685	1 256
сколько стоит усыпить собаку	629	510
усыпить собаку на дому Москва	323	1 701
усыпление кошек на дому	316	1 233–1 301
усыпить собаку цена Москва	273	1 590
усыпление животных цена	200	1 182
эвтаназия животных москва	192	1 039–1 102
эвтаназия на дому Москва	185	1 133–1 272
гуманное усыпление	160	1 134
эвтаназия собаки на дому	157	936

Сколько это стоит

517 ₽
цена клика при полном охвате

3 014 ₽
цена обращения
оценка до запуска

259 204 ₽
бюджет, на котором ниша раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	90	3 014

Сценарии бюджета

что получится при разных суммах

БЮДЖЕТ, ₽/МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
12 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
23 000	8	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
45 000	15	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
90 000	30	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
130 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
177 000	59	Кампания наберёт данные	1	4
260 000	86	Рабочая кампания	1	4
349 000	116	Рабочая кампания	1	4
688 644	228	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 3 014 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 129 602 ₽/мес.

Кто ищет и на какой стадии решения

Эвтаназия кошек на дому горячий

Кто: Владельцы кошек, принявшие решение об эвтаназии, ищут выездную услугу в Москве и Подмосковье

Что мешает: Страх, что кошка будет испытывать боль, неудобство транспортировки в клинику, необходимость срочной помощи, неизвестная стоимость

О чём говорить: Безболезненный двухэтапный протокол (седация + препарат), выезд круглосуточно, цена называется до приезда, поддержка семьи

Эвтаназия собак на дому горячий

Кто: Владельцы собак (мелких и средних пород), готовые к процедуре, ищут выездного ветеринара

Что мешает: Стресс для собаки при поездке, большие габариты животного, потребность в гуманном усыплении, срочность

О чём говорить: Опытные ветеринары-анестезиологи, работаем с любым весом, приезжаем за 1-2 часа, помогаем с кремацией

Эвтаназия крупных собак на дому (30+ кг) горячий

Кто: Владельцы крупных и гигантских пород, которые физически не могут везти собаку в клинику

Что мешает: Сложность транспортировки, высокий вес, необходимость специального протокола, опасения по поводу качества услуги

О чём говорить: Специальный протокол для крупных собак, индивидуальный расчёт дозы, фиксированная цена без доплат, выезжаем в любое время

Ночная эвтаназия животных круглосуточно горячий

Кто: Владельцы, столкнувшиеся с экстренной ситуацией в ночное время, выходные или праздники

Что мешает: Острая необходимость усыпления ночью, незнание, куда обратиться, страх, что придётся ждать до утра

О чём говорить: Выезд в течение 30–60 минут в экстренных случаях, звоните в любое время

Гуманная эвтаназия животных на дому горячий

Кто: Люди, которые специально ищут «гуманное усыпление» – хотят избежать боли и страданий для питомца

Что мешает: Сомнения в гуманности процедуры, боязнь, что животное почувствует боль, потребность в честной информации

О чём говорить: Двухэтапный протокол: сначала глубокая седация, потом остановка сердца – полная безболезненность, ветеринар проверяет седацию перед вторым этапом

Эвтаназия с последующей кремацией горячий

Кто: Владельцы, желающие решить все вопросы сразу – и усыпление, и кремацию, и получение праха

Что мешает: Необходимость заниматься телом после смерти, незнание, куда обратиться для кремации, желание иметь прах

О чём говорить: Полный цикл: эвтаназия на дому + транспортировка + кремация (индивидуальная/общая) + выдача праха в урне, помощь в организации

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	**Заявка на эвтаназию, Звонок по номеру телефона**
Без чего запускать бессмысленно	**Отслеживаемый номер телефона с заменой на динамический (коллтрекинг) и кнопка 'Позвонить менеджеру за консультацией' с событием звонка.**

Что отсекаем минус-словами

своими руками · без ветеринара · домашнее средство · как сделать · форум · отзывы · бесплатно · самостоятельно · снотворное · препарат · купить препарат · инструкция · обучение · смерть без боли · убить · усыпить без врача · для сна · кот · крупная · крупный · 30+ · ночной · ночью · круглосуточно · кремация · захоронение · работа · вакансия · курсы · домашних условиях

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.

кошка · кошки

Спрос и продвижение эвтаназии животных в Москве и области

Спрос на эвтаназию животных в Москве и Московской области — 26 624 показа и 1 332 клика в месяц. Календарной сезонности у услуги нет: поводом служит состояние питомца, а не время года, поэтому поток обращений держится ровно и не проваливается в отпусках. Что именно ищут, показы в месяц:

- «усыпление животных» — 4 242;
- «усыпление на дому» — 3 894;
- «усыпление животных на дому» — 2 649;
- «усыпление собак» — 1 928;
- «эвтаназия животных» — 1 723;
- «усыпить собаку на дому» — 1 345.

В половине перечисленных формулировок есть слово «на дому», и это главная особенность спроса на эвтаназию животных: владелец не хочет везти животное в клинику и ищет выездного ветеринара, часто срочно. Продвижение эвтаназии животных поэтому строится не вокруг перечня услуг, а вокруг выезда, времени прибытия и того, как проходит процедура. Часть обращений — ещё не заказ, а сомнение: человек ищет, пора ли усыплять питомца, и ему нужен разговор, а не форма заказа. Такие обращения дешевле, но требуют, чтобы на сайте был телефон, по которому отвечает ветеринар.

Сколько стоит реклама эвтаназии животных: клик, обращение, обучение

Цена клика при полном охвате — 517 ₽. Цена обращения — 3 014 ₽, и это ориентировочная оценка до запуска: она посчитана по конверсии 3,0%, которую для эвтаназии животных ещё не подтверждали счётчиком. После первых недель работы цифру придётся заменить на свою — иначе планировать бюджет не на чем. Разброс по фразам задаёт аукцион, а не прайс услуги. Ставка входа по «усыплению на дому» — 1 246–1 259 ₽, по «усыпить собаку на дому Москва» — 1 701 ₽, по «усыпить собаку цена Москва» — 1 590 ₽. Это суммы, которые запрашивают за вход в аукцион; списывается меньше, поэтому ориентиром цены клика остаются 517 ₽. Бюджет обучения считается от порога автостратегии — 10 конверсий в неделю:

- 30 140 ₽ в неделю и 129 602 ₽ в месяц — минимум, при котором кампания по эвтаназии животных набирает статистику;
- 259 204 ₽ в месяц — бюджет, при котором заявок с запасом больше порога и кампания не срывается в переобучение;
- 3 000 ₽ в месяц — одна заявка за месяц, автоматика работает вслепую.

Вывод простой: реклама эвтаназии животных — не тот случай, где можно стартовать с символической суммы и посмотреть. При цене обращения 3 014 ₽ неделя на дешёвом бюджете стоит дешевле обучения, но и данных не даёт.

Как настроить Яндекс Директ для эвтаназии животных

В плане — только Поиск, рекламные сети выключены. Логика спроса это подтверждает: человек ищет «усыпить собаку на дому» в момент, когда решение уже принято, и ему нужен выездной врач сегодня, а не баннер на тематической площадке. На старте — одна поисковая кампания по самому горячему спросу, чтобы весь бюджет шёл в одну воронку и алгоритм быстрее набрал статистику. Стратегия — «Максимум кликов»: на первых неделях она собирает клики и конверсии дешевле, чем оптимизация по заявкам на пустых данных. Когда кампания набирает 10 конверсий в неделю и держит их две недели подряд, её переводят на «Максимум конверсий» — с этого момента цена обращения начинает падать. Автоподбор в

категории автоподбора ограничивают и оставляют только целевые запросы — иначе кампания по эвтаназии животных начнёт показываться по запросам про корма, лечение и приюты. Сети — ступень роста, а не второй канал с первого дня. К ним переходят, когда поиск исчерпан, а потолок поискового спроса в Москве и области — 688 644 ₽ в месяц. До этого бюджет в сетях размывает статистику поиска.

Как продавать эвтаназия животных через Яндекс Директ: запросы и объявления

Ядро — формулировки, в которых человек уже решился: «усыпление на дому», «усыпление животных на дому», «усыпить собаку на дому», «эвтаназия собаки» (932 показа). Их разводят по группам объявлений: у владельца кошки и у владельца крупной собаки разные страхи, и одно объявление на всех снижает отклик. Отдельная группа — ценовые запросы, например «сколько стоит усыпить собаку» (629 показов, ставка входа 510 ₽). Человек с таким запросом ещё выбирает, поэтому ведут его на страницу с описанием процедуры и порядком оплаты, а не на голую цифру в объявлении. Минус-слова обязательны, иначе бюджет утекает в чужие темы:

- самодеятельность и препараты: «своими руками», «без ветеринара», «как сделать», «средство», «таблетки», «купить препарат»;
- бесплатное и обсуждения: «бесплатно», «форум», «отзывы», «видео»;
- работа и обучение: «вакансия», «курсы», «обучение»;
- чужая услуга: «кремация без усыпления», «только кремация», «приют», «отдам»;
- человеческая медицина: «эвтаназия человека»;
- посторонние темы, которые всплывают рядом с эвтаназией животных в поиске: как продавать корма на развес, «хогвартс легаси», яйцеклетки животных.

Такой список снимает основную часть мусорных показов и не трогает горячий спрос.

Что писать в объявлениях об эвтаназии животных

Объявление решает один страх — «питомцу будет больно». Поэтому первый угол — двухэтапный протокол: сначала глубокая седация, затем остановка сердца, и ветеринар проверяет седацию перед вторым этапом. Заголовок вида «Гуманная эвтаназия на дому: без боли и стресса для питомца» работает потому, что обещает не слово «гуманно», а конкретную последовательность действий. Второй угол — выезд и время. Владельцу крупной собаки важно, что врач приедет и справится с весом животного; владельцу кошки — что не нужно везти её в клинику. В тексте называют выезд за 1–2 часа и работу с любым весом. Третий угол — предсказуемость: цена называется до приезда, доплат на месте нет. Четвёртый — полный цикл для тех, кто хочет решить всё сразу: эвтаназия на дому, транспортировка и кремация с выдачей праха. Пятый — ночные и праздничные вызовы, когда ждать до утра невозможно. Формулировку «без боли» без объяснения протокола лучше не оставлять: владелец, который боится за питомца, такому тексту не верит, а заявка стоит 3 014 ₽.

Что измерять в рекламе эвтаназии животных

Без коллтрекинга — подмены номера на сайте, при которой звонок отличается от справочного, — запускать бессмысленно: половина обращений по эвтаназии животных приходит звонком. Основные цели: «Заявка на эвтаназию» и «Звонок по номеру телефона». Промежуточные действия — клик на кнопку «Вызвать врача», просмотр страницы «Услуги», прокрутка до блока с контактами: при 1 332 кликах в месяц макроконверсий мало, и по микродействиям видно, где именно теряется человек. Что смотреть по итогам первых недель:

- фактическую цену обращения против оценки 3 014 ₽ — расхождение в два раза означает, что конверсия далека от расчётных 3,0%;
- долю заявок из поиска против общего числа звонков;

Цифры по 1 332 кликам в месяц собираются медленно, поэтому первые выводы делают не раньше, чем кампания подойдёт к порогу 10 конверсий в неделю.

Что потребует Яндекс перед запуском рекламы эвтаназии животных

Тематика ограниченная: объявления об эвтаназии животных проверяют внимательнее обычных, и тексты с запугиванием или обещаниями, которые нельзя проверить, до показа не доходят. Формулировки о безболезненности подкрепляют описанием двухэтапного протокола, а не эпитетами. До запуска нужны три вещи. Первая — настроенные цели и коллтрекинг: без них кампания обучается на кликах и не выйдет на порог 10 конверсий в неделю. Вторая — готовый список минус-слов, иначе первые же 30 140 ₽ недельного бюджета уйдут в запросы про препараты и самодеятельность. Третья — страница, где процедура, порядок выезда и стоимость описаны до звонка: человек в таком состоянии не заполняет длинные формы.

Типичные ошибки: эвтаназия животных

- Считать ставку входа ценой клика: по «усыпить собаку на дому Москва» аукцион запрашивает 1 701 ₽, но списывается меньше, а ориентир цены клика — 517 ₽.
- Запускать кампанию на 3 000 ₽ в месяц: по расчёту это одна заявка за месяц при цене обращения 3 014 ₽, и автостратегия не обучится.
- Не закрывать минус-словами «своими руками», «без ветеринара» и «купить препарат»: такие запросы съедают бюджет и не дают вызовов врача.
- Брать в ключи «кремация» и «прах» без привязки к усыплению: по ним ищут отдельную услугу, заявки на эвтаназию животных там нет.
- Писать «без боли» одной фразой, не объяснив двухэтапный протокол: владелец, который боится за питомца, такому объявлению не верит, а заявка стоит 3 014 ₽.

Чек-лист перед запуском

1. Настроить коллтрекинг с подменой номера и цели «Заявка на эвтаназию» и «Звонок по номеру телефона» — без них 3 014 ₽ за обращение нечем проверить.
2. Собрать группы по горячим формулировкам: «усыпление животных» — 4 242 показа, «усыпление на дому» — 3 894, «усыпление животных на дому» — 2 649.
3. Добавить минус-слова: «своими руками», «без ветеринара», «как сделать», «препарат», «купить препарат», «бесплатно», «форум», «отзывы», «вакансия», «курсы».
4. Ограничить категории автоподбора и оставить только целевые запросы — переключателя «выключить автоподбор» в поисковой кампании не существует.
5. Заложить 129 602 ₽ в месяц на обучение (30 140 ₽ в неделю при пороге 10 конверсий в неделю), а не 3 000 ₽.

Вопросы владельцев бизнеса

Как продавать эвтаназию животных через Яндекс Директ?

Через поиск, где спрос уже горячий: 26 624 показа и 1 332 клика в месяц в Москве и области. Цена клика — 517 ₽, цена обращения — 3 014 ₽, продажа идёт через звонок, поэтому без коллтрекинга считать её нечем.

Продвижение эвтаназии животных: с чего начать?

С одной поисковой кампании по фразам «усыпление на дому» (3 894 показа) и «усыпление животных» (4 242 показа) и с бюджета 129 602 ₽ в месяц — это 30 140 ₽ в неделю, минимум для обучения автостратегии при пороге 10 конверсий в неделю.

Как продвинуть эвтаназию животных в интернете, если поиска не хватает?

Поисковый спрос в Москве и области упирается в 688 644 ₽ в месяц. Когда он выбран, к кампании добавляют охватные площадки — до расширять охват рано, бюджет уйдёт в дешёвые показы без вызовов врача.

Сколько стоит реклама эвтаназии животных?

Клик — 517 ₽ при полном охвате, обращение — 3 014 ₽ по оценке до запуска. Обучение — 129 602 ₽ в месяц, бюджет с запасом над порогом — 259 204 ₽ в месяц, а на 3 000 ₽ в месяц расчёт даёт одну заявку.

Можно ли рекламировать эвтаназию животных в рекламных сетях Яндекса?

Сети подключают как ступень роста после поиска, потолок которого — 688 644 ₽ в месяц. С первого дня в плане стоит только Поиск: у выездной эвтаназии животных решение принимается в момент поиска, а не при просмотре площадок.

Какие запросы брать в первую очередь при продвижении эвтаназии животных?

«Усыпление на дому» — 3 894 показа, «усыпление животных на дому» — 2 649, «усыпить собаку на дому» — 1 345. Ценовые запросы вроде «сколько стоит усыпить собаку» (629 показов, ставка входа 510 ₽) ведут отдельной группой на страницу с описанием процедуры.

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 «эвтаназия животных», 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.