

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ОБРАЗОВАНИЕ

Реклама курса по операторскому мастерству в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · Москва

2 035

показов в месяц — ёмкость спроса

122 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 24 ₽

—

оценка вышла за правдоподобные пределы

782 256 ₽

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-kurs-po-operatorskomu-masterstvu-moskva
Регион разбора	Москва

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
курсы видеосъемки	130	441–468
операторские курсы	65	284
обучение видеосъемке	56	391–454
повышение квалификации оператора	40	75–78
обучение кинооператора	37	163–179
стажировка оператора	37	22–28
обучение кинооператоров	37	163–179
курсы кинооператора	32	205
курс кинооператора	32	205
курс операторского мастерства	18	297
курсы операторского мастерства	18	297
курсы видеосъемки москва	17	787
как снять короткометражку	17	34–37
практика на киностудии	15	—
курс кинооператора москва	13	112
обучение кинооператоров москва	11	130
обучение видеосъемке москва	11	1 017
работа с камерой обучение	8	—
практика оператора москва	7	—
обучение на кинооператора москва	7	—

■ Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 1 913, февраль — 1 323, март — 1 547, апрель — 956, май — 1 323, июнь — 2 584, июль — 3 236, август — 1 954, сентябрь — 2 361, октябрь — 3 276, ноябрь — 1 954, декабрь — 1 994 показов.

● Сколько это стоит

122 ₹

цена клика при полном охвате

—

цена обращения
оценка до запуска

1 564 512 ₹

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₹	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₹
Поиск	1%	24	—
РСЯ	89%	7	13 549
Ретаргетинг	10%	14	—

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
5 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
7 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
9 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
12 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 18 192 ₹ (измерено частично, по счётчику Метрики). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 782 256 ₹/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Горячий коммерческий спрос на курс горячий

Кто: Люди, которые целенаправленно ищут курс операторского мастерства с практикой, готовы сравнивать и записываться. Вводят запросы: «курс операторского мастерства», «обучение кинооператора», «записаться на

Что мешает: Нужно конкретное предложение с понятной ценой, датами, отзывами. Хотят получить максимум практики и портфолио за короткий срок.

О чём говорить: Курс 2 месяца с практикой на киностудии Амедиа — снимите свою короткометражку, получите диплом и портфолио. Покажите стоимость и скидки.

Практика на реальной киностудии горячий

Кто: Люди, у которых уже есть теоретическая база (самоучки или выпускники других курсов), но не хватает работы на профессиональном оборудовании и в реальном съёмочном процессе. Ищут: «практика на киностудии

Что мешает: Негде применить знания, нет доступа к топовым камерам и свету, не хватает реальных съёмок для портфолио.

О чём говорить: 8 занятий практики на топовых кинокамерах и освещении в студии Амедиа. Поработайте с настоящими операторами и режиссёрами.

Новички, которые хотят стать кинооператором с нуля тёплый

Кто: Люди без опыта, мечтающие войти в профессию. Ищут: «как стать кинооператором с нуля», «обучение видеосъёмке с нуля», «хочу стать кинооператором, но нет опыта», «курсы операторского мастерства для начинающих

Что мешает: Не знают, с чего начать, боятся сложности, нет системных знаний и портфолио.

О чём говорить: Курс для полных новичков — от теории до съёмки собственной короткометражки. Всё под руководством топ-операторов СНГ.

Создание портфолио и короткометражки тёплый

Кто: Те, кому нужно портфолио для поступления в киношколу, устройства на работу или фриланса. Ищут: «снять свою короткометражку обучение», «как снять короткометражку для портфолио», «нужно портфолио оператора

Что мешает: Нет готового проекта в портфолио, не хватает навыков монтажа и работы с актёрами, бюджета на собственный фильм.

О чём говорить: В результате курса вы снимете и смонтируете свою короткометражку совместно с режиссёром — готовое портфолио в 2 месяца.

Повышение квалификации действующих операторов тёплый

Кто: Практикующие операторы (видеографы, блогеры, свадебные операторы), которые хотят освоить киноосвещение, работу на топ-камерах, цветокоррекцию. Ищут: «обучение работе со светом в кино», «уроки оператор

Что мешает: Не хватает знаний для перехода в кино/рекламу, техника устарела, нет связей в киносообществе.

О чём говорить: Мастер-классы от операторов российских блокбастеров, секреты, которых нет в открытом доступе, доступ к топ-камерам.

Гео-зависимый локальный спрос (Москва и регионы) тёплый

Кто: Жители Москвы и ближайших городов, которые ищут очное обучение именно в своём городе. Ищут: «курсы операторского мастерства москва», «обучение кинооператоров в москве», «школа кинооператора спб» (если

Что мешает: Не хотят учиться онлайн, важно личное присутствие на студии, возможность очных занятий.

О чём говорить: Очные занятия на киностудии Амедиа в Москве. Приходите на бесплатное пробное занятие и

■ Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Когда переключаться	При выходе на ≥ 10 конв/нед → «Максимум конверсий».
Каналы	Поиск и РСЯ — одной кампанией
Что считаем обращением	Заявка на курс, Звонок с сайта
Без чего запускать бессмысленно	Отслеживаемый номер телефона с заменой на динамический (например, CallTouch или Mango Office) и кнопка 'Позвонить менеджеру за консультацией' с целью 'Звонок с сайта'.

■ Что отсекаем минус-словами

бесплатно

скачать

торрент

вакансия

работа

требуется

своими руками

самостоятельно

инструкция

как сделать

реферат

доклад

онлайн

дистанционный

вебинар

урок

видеоурок

для детей

детский

книга

учебник

пособие

самоучитель

с нуля

для начинающих

для новичков

дистанционно

зарплата

устроиться

резюме

Продвижение курса по операторскому мастерству: какой спрос в Яндексe

В Москве по теме «курс по операторскому мастерству» в Яндексe за месяц набирают 2035 запросов и переходят на сайты 102 раза — это узкий, но коммерческий спрос. Пользователи пишут понятные фразы: «курс операторского мастерства», «обучение кинооператора», «курсы видеосъемки», «обучение видеосъемке». Многие добавляют слово «москва» — значит, человек ищет очное обучение рядом. Спрос заметно гуляет по сезонам. Пиковые месяцы — июль (индекс 1,59) и октябрь (1,61), минимальный — апрель (0,47). Поэтому на лето и осень стоит закладывать больше бюджета, а на зиму и весну сокращать. При таком небольшом потоке важно не упускать заявки в горячие месяцы — именно они дают основную часть учеников за год.

Кто ищет курс по операторскому мастерству и на каком этапе решения

В теме видно четыре группы.

Первая — те, кто уже решил учиться и сравнивает программы: «курс операторского мастерства с практикой», «обучение кинооператора». Им нужны даты старта, цена, отзывы и максимально конкретное описание практики.

Вторая — новички без опыта, которые боятся, что не справятся. Для них важна понятная траектория: с какого урока начинают снимать, сколько занятий практики.

Третья — практикующие операторы и видеографы, которые хотят повысить квалификацию. Они ищут «повышение квалификации оператора», «стажировку оператора», работу на профессиональных камерах и контакты в киноиндустрии.

Четвертая — люди, которым нужно собрать портфолио для киношколы или фриланса. Им важен готовый проект — короткометражный фильм, снятый за время учёбы.

Сколько стоит реклама курса по операторскому мастерству в Яндекс Директе

Средняя цена клика — 122 рубля. Обращение (заявка или звонок потенциального ученика) — примерно 18 200 рублей, разброс от 11 400 до 30 300 рублей. На отдельных горячих запросах клик стоит дороже: «курсы видеосъемки» — 441–468 рублей, «обучение видеосъемке москва» — 1 017 рублей.

Чтобы алгоритм Яндексe обучился стратегии «Максимум конверсий», нужно не менее 10 заявок в неделю — это примерно 182 000 рублей бюджета. Если бюджет ниже, запускайте «Максимум кликов» или управляйте ставками вручную, но таких заявок будет меньше, и прогнозировать расходы сложнее.

Доля рекламных расходов — сколько процентов от оплаты обучения готовы потратить на привлечение одного ученика — в данных составляет 18%. Это типичный ориентир для ниши, если стоимость курса в несколько раз выше стоимости заявки.

Как настроить Яндекс Директ для курса по операторскому мастерству

В тематике нужно разделять три инструмента: поиск, рекламную сеть Яндексe (РСЯ) и ретаргетинг. Поиск ловит людей, которые уже вводят «курс операторского мастерства» или «обучение видеосъемке» — это самый горячий спрос. РСЯ — показы на сайтах-партнёрах Яндексe — даёт основной объём показов (в медиаплане 89%) и работает на тех, кто ещё не знает о вашей школе. Ретаргетинг (10% показов) догоняет посетителей сайта и напоминает им о курсе.

Кампании по каждому инструменту лучше запускать отдельно, чтобы видеть, где заявка дороже и куда выгоднее добавлять деньги. Автоподбор ключевых слов в нише выключите: он подтянет информационные запросы вроде «как снять кино дома» или «уроки оператора», которые не приводят к оплате курса. Начинать с «Максимума кликов»: алгоритм собирает данные о переходах. После того как наберётся 10 конверсий в неделю, переключайте кампанию на «Максимум конверсий» — это штатный путь для узких образовательных ниш.

Как продавать курс по операторскому мастерству через Яндекс

Директ: запросы и объявления

Собирайте запросы по трём слоям.

Первый — горячее ядро: «курс операторского мастерства», «курс кинооператора», «обучение кинооператора», «обучение видеосъемке».

Второй — геопривязки: «курсы операторского мастерства москва», «курс кинооператора москва». Показов мало, но заявки предсказуемые.

Третий — запросы на практику и портфолио: «стажировка оператора», «практика на киностудии», «обучение операторов с практикой», «повышение квалификации оператора».

Минус-слова нужно ставить обязательно. Отсекайте всё, что говорит о бесплатном или самостоятельном изучении: «бесплатно», «скачать», «торрент», «своими руками», «самостоятельно». Также убирайте «вакансия», «работа», «требуется» — люди ищут работу, а не обучение. Если курс очный, добавьте в минус «онлайн», «вебинар», «дистанционно», «самоучитель». В исходном медиаплане в минусах также стоят «с нуля» и «для начинающих» — если ваша программа рассчитана на тех, у кого уже есть база, запросы тоже нужно отсекают.

Что писать в объявлениях о курсе по операторскому мастерству

Объявление должно снимать главное возражение: «я посмотрю теорию, но практики не будет». Поэтому в заголовок выносите результат и срок: «Сними свою короткометражку за 2 месяца», «Практика на киностудии — 8 занятий», «Учись у операторов фильмов».

Для московского спроса добавьте в текст «Очные занятия в Москве» — это отсекает тех, кто ищет онлайн. Отдельно работайте с теми, кто сравнивает по цене: укажите, что есть скидка до 50% на дополнительные курсы или бесплатная консультация. Это берём из реальных сообщений курса.

Не смешивайте аргументы для разных сегментов в одном объявлении. Новичкам — «начни с нуля и сними первый фильм». Практикующим операторам — «доступ к топовым камерам и профессиональному свету». Тем, кто собирает портфолио, — «в итоге получишь готовую короткометражку и диплом».

Что измерять, чтобы реклама курса по операторскому мастерству окупилась

Без измерений запускать рекламу бессмысленно. Минимум — два макродействия: заявка с сайта и звонок. Поставьте динамический номер телефона, чтобы звонки учитывались в Яндекс Метрике.

Добавьте микродействия, которые показывают интерес до заявки: просмотр страницы с ценами, клик по кнопке «Записаться», просмотр видео-презентации.

Ориентир по эффективности — доля рекламных расходов: сколько рублей рекламы приходится на одного оплатившего курс. В данных по тематике норма — 18%. Если заявка стоит дороже 30 000 рублей (верхняя граница из данных), проверьте минус-слова и точность объявлений.

Когда кампания накопит 10 заявок в неделю, Яндекс начнёт сам оптимизировать показы на конверсии. До момента не делайте выводов по одному дню или неделе — данные должны накопиться.

Типичные ошибки: курс по операторскому мастерству

- Запускать «Максимум конверсий», когда в неделю получается меньше 10 заявок: алгоритм не обучится,

- Не ставить минус-слова и включить автоподбор: на запросы «как снять кино дома», «бесплатные уроки» придёт трафик, который никогда не купит курс.
- В объявлении обещать просто «обучение операторскому мастерству» без упоминания практики, портфолио и конкретного результата — клики будут, а заявок нет.
- Не отслеживать звонки — в таких нишах значительная часть обращений идёт по телефону, и без их учёта стоимость заявки кажется выше, а отдача ниже.
- Запускать кампанию в апреле, когда спрос минимален (индекс 0,47), и на основании плохой статистики закрывать тему.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать запросы ядра и минус-слова по образцу из раздела.
2. Разместить на посадочной странице цену, ближайшую дату старта и телефон.
3. Установить Яндекс Метрику и динамический номер телефона для учёта звонков.
4. Запустить отдельную поисковую кампанию с бюджетом на первую неделю, достаточным для сбора данных.
5. Переключить стратегию на «Максимум конверсий» после накопления 10 заявок в неделю.

● Вопросы владельцев бизнеса

С чего начать продвижение курса по операторскому мастерству в Яндекс Директе?

Начните с поисковой кампании на горячих запросах: «курс операторского мастерства», «обучение кинооператора», «курсы видеосъёмки». На странице обязательно покажите цену и дату старта — без заявки не пойдут.

Как продавать курс по операторскому мастерству через Яндекс Директ?

Продажа идёт через заявки и звонки. В объявлении сразу дайте оффер с практикой и портфолио: «Снимите свою короткометражку за 2 месяца». Отдельно настройте ретаргетинг на тех, кто зашёл на сайт, но не записался.

Сколько стоит реклама курса по операторскому мастерству?

В Москве клик по такой рекламе стоит в среднем 122 рубля, заявка — около 18 200 рублей. Чтобы автостратегия обучилась, нужен недельный бюджет примерно 182 000 рублей.

Как продвинуть курс по операторскому мастерству с небольшим бюджетом?

Если бюджета на обучение алгоритма нет, работайте вручную на поиске с узкими запросами и ретаргетингом. РСЯ подключайте позже, когда появится статистика по заявкам.

Какие каналы работают для курса по операторскому мастерству?

В таких курсах основной объём показов даёт рекламная сеть Яндекса (89%), но поиск обеспечивает самые горячие заявки. Ретаргетинг нужен, чтобы дожимать посетителей сайта.

Какие ошибки чаще всего мешают продавать курс по операторскому мастерству?

Часто не включают минус-слова, не указывают практику в объявлении и не отслеживают звонки. Из-за реклама приводит информационный трафик, а ни заявки, ни статистика копят неправильно.

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 «курс по операторскому мастерству», 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.