

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · МЕДИЦИНА И КЛИНИКИ

Реклама МРТ в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, август 2026 · Новосибирск

73 599

показов в месяц — ёмкость спроса

41 ₽

цена клика по прогнозу Яндекса

514–1 372 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

35 389 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

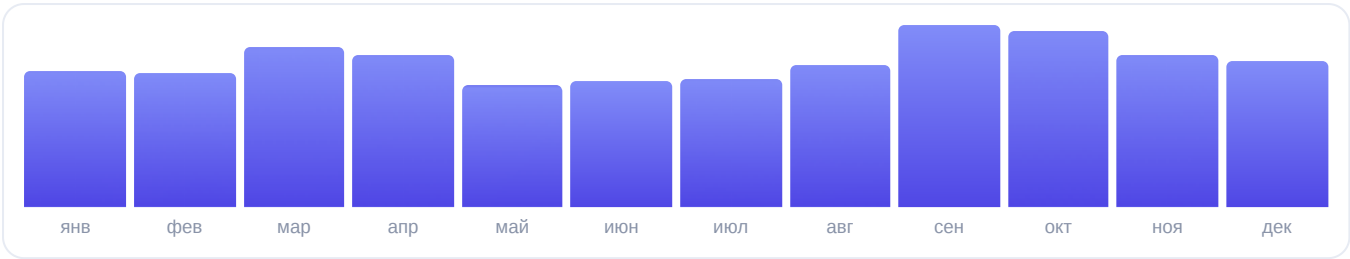
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	https://kdirect.ru/reklama/reklama-mrt-novosibirsk
Регион разбора	Новосибирск

Как ищут: запросы и цена клика

прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	ЦЕНА КЛИКА, ₽
мрт новосибирск	13 654	193–199
мрт в новосибирске	6 013	186–192
мрт цена	4 006	143–150
мрт новосибирск цена	2 974	153–159
мрт цены новосибирск	2 974	153–159
мрт головного мозга	2 294	201–204
мрт суставов	2 254	217–234
мрт с контрастом	2 126	229–234
мрт позвоночника	1 735	192–195
сделать мрт	1 517	191–193
мрт головы	1 415	189–192
мрт таза	1 366	278–285
мрт адреса	1 303	146–147
мрт малого таза	1 290	273–281
мрт суставов новосибирск	1 132	216–229
мрт коленного сустава	1 098	210–212
адреса мрт новосибирск	1 048	159–161
мрт поясничного отдела	984	166–176
мрт в новосибирске адреса	918	162–164
мрт брюшной полости	812	239–241



В цифрах: январь — 60 351, февраль — 59 615, март — 70 655, апрель — 67 711, май — 53 727, июнь — 55 199, июль — 56 671, август — 62 559, сентябрь — 80 223, октябрь — 78 015, ноябрь — 67 711, декабрь — 64 031 показов.

● Сколько это стоит

41 Р

цена клика

823 Р

цена обращения
оценка до запуска

70 778 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	100%	41	836

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	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	10	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
13 000	16	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
21 000	26	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
35 000	43	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
57 000	70	Кампания наберёт данные	1	4
71 000	87	Рабочая кампания	1	4
92 000	113	Рабочая кампания	1	4
150 880	185	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 823 Р (отраслевой бенчмарк — ориентировочно). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 35 389 Р/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

МРТ (общая) горячий

Кто: Жители Новосибирска, которые ищут, где пройти МРТ, без уточнения области; часто сравнивают цены, ищут ближайший центр или возможность срочной записи.

Что мешает: Нужно быстро пройти МРТ, но непонятно, где качественно и по доступной цене.

О чём говорить: Современный МРТ на высокопольном томографе Philips 1,5T, точная диагностика по международным стандартам, запись онлайн.

МРТ головы и головного мозга горячий

Кто: Люди с головными болями, головокружениями, подозрениями на патологии мозга, направленные неврологом или по самообращению.

Что мешает: Беспокоят постоянные головные боли, шум в ушах, подозрение на опухоль, рассеянный склероз и др.; нужно точное и безопасное обследование.

О чём говорить: Высокоточное МРТ головного мозга на томографе экспертного класса, протоколы согласованы с НИИ Бурденко, двойная проверка результатов.

МРТ позвоночника горячий

Кто: Пациенты с болями в спине, подозрениями на грыжи, протрузии, травмы позвоночника, по направлению ортопеда или невролога.

Что мешает: Боли в спине, ограничение подвижности, подозрение на межпозвонковую грыжу; нужно детальное исследование.

О чём говорить: Детальная визуализация всех отделов позвоночника, выявление грыж и протрузий, быстрые результаты и заключение.

МРТ суставов горячий

Кто: Люди с болями и ограничением движения в суставах, после травм, с подозрением на повреждения связок или менисков.

Что мешает: Болит сустав, хруст, подозрение на разрыв мениска, артроз; требуется точное изображение мягких тканей и структур сустава.

О чём говорить: Высокоточное МРТ суставов, позволяет оценить состояние связок, менисков, хрящей; опытные врачи-рентгенологи.

МРТ сосудов горячий

Кто: Пациенты с сосудистыми проблемами: головные боли, подозрения на аневризмы, стенозы, варикоз, нуждающиеся в ангиографии без лучевой нагрузки.

Что мешает: Необходимо проверить сосуды, боязнь инвазивных процедур и рентгеновского облучения, нужна безопасная альтернатива.

О чём говорить: Безопасная МР-ангиография без облучения, визуализация сосудов головного мозга, шеи, конечностей; точные результаты.

МРТ молочных желез горячий

Кто: Женщины, направленные маммологом или по самообследованию: с уплотнениями, семейной историей рака, для уточнения результатов маммографии.

Что мешает: Обнаружено уплотнение, требуется детальная диагностика, иногда с контрастом; страх перед диагнозом.

О чём говорить: МРТ молочных желез с высоким разрешением, раннее выявление патологий; бережное отношение.

■ Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Целевая стратегия	Максимум кликов
Когда переключаться	После настройки цели в Метрике и набора ≥ 10 конв/нед → конверсионная стратегия.
Поиск и РСЯ	одной кампанией
Что считаем обращением	Заявка с формы, Звонок в клинику
Без чего запускать бессмысленно	Трекинг-номер телефона: установите динамический номер (коллтрекинг) или настройте цель «Клик по номеру» (JavaScript-событие с вызовом <code>um(ID, 'reachGoal', 'phone_click')</code>) — тогда звонок считается конверсией. Дополнительно добавьте СТА «Позвонить менеджеру за консультацией» рядом с формами.

■ Что отсекаем минус-словами

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

Спрос и продвижение МРТ: сколько ищут и какими словами

Спрос на МРТ в Новосибирске стабильный: 73 599 показов рекламных объявлений в месяц, из них кликают 3 680 раз. Это около 5% от показов — нормальный уровень заинтересованности. Люди ищут по-разному. Чаще всего — просто «мрт новосибирск»: 13 654 показа в месяц. Дальше идут «мрт в новосибирске» (6 013), «мрт цена» (4 006), «мрт новосибирск цена» (2 974). Отдельно выделяются запросы на конкретные зоны: «мрт головного мозга» (2 294), «мрт суставов» (2 254), «мрт с контрастом» (2 126). Это важно для структуры кампаний — под каждую группу логично создавать отдельные объявления. Сезонность выражена. Пик спроса приходится на сентябрь: 80 223 показа. Октябрь держится почти на том же уровне — 78 015. Минимум — в мае: 53 727. Если вы планируете рекламный бюджет, учитывайте колебания: осенью нужно больше денег, чтобы не просесть по охвату.

Кто ищет МРТ и на какой стадии решения

Основная аудитория — жители Новосибирска, которые получили направление на томографию или подозревают у себя проблемы. Они ищут, где пройти МРТ, и находятся на стадии выбора клиники: сравнивают цены, адреса, акции. Об говорят запросы: «мрт цена», «адреса мрт», «сделать мрт». Многие уже знают, что нужно конкретно: «мрт суставов», «мрт позвоночника», «мрт головы» — это люди с болевыми симптомами, они готовы записаться в ближайшее время. Запрос «мрт с контрастом» означает, что пациент пришёл от врача с направлением. Такая аудитория платная и целевая: от клика до заявки в среднем 5%.

Сколько стоит реклама МРТ: цена клика, заявки и бюджет на обучение

Цена клика в тематике МРТ в среднем — 41 рубль. Но по отдельным запросам она выше: «мрт таза» — до 285 рублей, «мрт суставов» — до 234, «мрт с контрастом» — до 234. Это значит, что бюджет на «горячие» запросы нужно закладывать отдельно. Целевое действие — заявка на приём или звонок — стоит в среднем 823 рубля. В зависимости от конкуренции диапазон от 514 до 1 372 рублей. Цифры — ориентир: если ваша цена заявки значительно выше, проверяйте сайт и настройки. Чтобы автоматические стратегии Яндексa начали эффективно работать, за неделю нужно минимум 10 конверсий. При средней цене обращения (CPL) 823 рубля это означает бюджет от 35 389 рублей в месяц. Если бюджет меньше, кампания не обучается, и вы платите за клики без интеллектуальной оптимизации. Комфортный бюджет для полного охвата ниши — 70 778 рублей в месяц.

Как настроить Яндекс Директ для МРТ: каналы и структура кампаний

Настройка Яндекс Директа для МРТ начинается с каналов. Основной — поисковая реклама: она даёт 100% трафика при бюджете до 57 000 рублей в месяц. Это объяснимо: человек уже ищет конкретную услугу, ему не нужно показывать баннер. Рекламу в сетях (РСЯ — рекламная сеть Яндексa) подключайте, когда в неделю стабильно приходит 10–20 заявок и нужен дополнительный охват. Ориентир — бюджет от 57 000 рублей. Ретаргетинг и автотаргетинг — это уже уровень бюджета от 150 880 рублей, когда вы хотите закрыть весь спрос и догнать тех, кто был на сайте. Структура кампаний: разделяйте Поиск, РСЯ и Ретаргетинг в разные кампании. Так вы видите, где реально приходят заявки, и управляете ставками. На старте (бюджет до 21 000 рублей) лучше вообще запускать только одну поисковую кампанию и концентрировать средства на самых коммерческих запросах.

Семантика и минус-слова для МРТ: что берём и что отсекаем

Семантика — это список запросов, по которым показываются объявления. Для МРТ в Новосибирске берите три группы:

- Общие: «мрт новосибирск», «мрт в новосибирске», «клиника мрт». - Анатомические: «мрт головного мозга», «мрт суставов», «мрт позвоночника», «мрт таза». - Коммерческие: «мрт цена», «сделать мрт», «адреса мрт», «пройти мрт». Запросы показывают готовность записаться. Минус-слова обязательны: отсекайте всё, что не имеет отношения к медицинской услуге. Например, «клиника счастья реклама» и «реклама сериала клиника» — это запросы про телесериал, а не про медцентр. Исключите слова «сериал», «смотреть», «подписка» (если речь о сервисе), а также «подготовка», если вы не хотите платить за людей, которые просто ищут информацию. Запрос «мрт подготовка» стоит 47 рублей за клик, но редко приводит к записи.

Что писать в объявлениях о МРТ

Объявление должно отвечать на запрос. Если человек ищет «мрт суставов», в заголовке напишите «МРТ суставов в Новосибирске», а не общее «МРТ». Используйте уточнения: «с контрастом», «недорого», «рядом с метро». В тексте дайте конкретику: опытный врач-радиолог, заключение в день исследования, запись онлайн. Покажите адрес и часы работы — для пациентов это важный фактор выбора. Вместо общих фраз укажите конкретные отличия вашего центра: ночной приём, скидка на повторное МРТ, возможность пройти обследование без направления.

Что измерять в рекламе МРТ

Без отслеживания заявок и звонков реклама не работает. Настройте учёт обращений: звонки, заявки с сайта, записи через онлайн-форму. Вы должны знать, сколько стоит один лид (заявка) — в тематике среднее значение 823 рубля. Следите за долей рекламных расходов (ДРР) — это отношение бюджета к выручке. Норма для МРТ — около 10%, в данных по нише она равна 11%. Также обязательно считайте конверсии в неделю. Для обучения алгоритмов Яндекса нужно минимум 10. Если конверсий меньше, система не может оптимизировать показы. Плюс анализируйте, какие запросы дают заявки, и отключайте те, которые только сжигают бюджет.

Типичные ошибки: МРТ

- Запуск рекламы без установленных счётчиков и целей — вы не узнаете цену заявки и не сможете обучить алгоритмы.
- Пренебрежение минус-словами: по запросу «мрт сериал» приходят не пациенты, а зрители, деньги уходят впустую.
- Остановка кампании из-за высокой цены клика в первые дни — алгоритмам нужно время для обучения.
- Нацеливание на все запросы сразу при маленьком бюджете — узкие и частотные запросы надо делить.
- Неучёт сезонности: в мае спрос на 30% ниже сентября, а ставки могут остаться высокими.

Чек-лист перед запуском

1. Установите систему аналитики и цели: заявка, звонок, клик по номеру.
2. Соберите семантику: не менее трёх групп запросов (общие, анатомические, коммерческие).
3. Добавьте минус-слова: сериал, смотреть, подписка, подготовка.
4. Определите бюджет первого месяца: минимум 35 389 ₽ для обучения.
5. Создайте одну поисковую кампанию с разделением по группам объявлений.
6. Для каждой группы объявлений напишите отдельный заголовок с ключевым запросом.
7. Настройте автоматическую стратегию на клики на старте.
8. Еженедельно следите за числом конверсий и ценой заявки (CPL).
9. Подготовьте корректировки на сезон: увеличьте бюджет к сентябрю.

Сколько стоит реклама в Яндекс Директе для МРТ

Средняя цена клика в тематике — 41 рубль, цена обращения — 823 рубля. Для обучения алгоритмов нужен бюджет от 35 389 рублей в месяц; хороший бюджет — около 70 778 рублей.

Как настроить Яндекс Директ для МРТ?

Начните с поисковой кампании. Соберите коммерческие запросы, настройте цели в аналитике, запустите кампанию с аукционом на клики. Через 2–3 недели, когда наберёте 10+ конверсий в неделю, переходите на оптимизацию по заявкам.

Что выбрать: поиск или РСЯ?

Для МРТ основную роль играет поиск: он даёт людей, которые уже ищут услугу. РСЯ подключайте при бюджете от 57 000 рублей, когда поиск стабильно приносит заявки.

Какие запросы взять в первую очередь?

Горячие коммерческие: «мрт цена», «сделать мрт», «адреса мрт», а также анатомические с привязкой к Новосибирску. Запросы дают целевую аудиторию, готовую записаться.

Почему заявка получается дороже 823 рублей?

Причины: высокая конкуренция по городу, недостаток минус-слов, неудачная посадочная страница. Проверьте, по каким запросам приходят клики, и скорректируйте кампанию.

Нужно ли включать информационный запрос «мрт подготовка»?

Он дешёвый (47 рублей за клик), но конверсия в заявку низкая. Если цель — запись на приём, лучше исключить его через минус-слова или создать отдельную информационную кампанию.

Какой бюджет закладывать на первый месяц?

Минимум 35 389 рублей, чтобы кампания прошла обучение. Меньший бюджет возможен, но цена заявки будет непредсказуемой из-за недоучённых алгоритмов.

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, kupilova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «МРТ», 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.