

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ОБРАЗОВАНИЕ

Реклама обучения для риелторов в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

14 973

показов в месяц — ёмкость спроса

102 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 33 ₽

1 046–2 790 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

71 982 ₽

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-obuchenie-dlya-rieltorov
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
тариф мастер	2 765	136–140
тариф я сам	532	106
как продавать недвижимость быстро	366	152
обучение агентов по недвижимости	357	345–375
курсы риелторов	257	343–367
окупаемость коммерческой недвижимости	219	563–584
тариф мы вместе	190	64
курс продажи недвижимости	161	532
продажи недвижимости обучение	154	346–444
ставка дисконтирования недвижимости	91	250
образование в сфере недвижимости	87	945
обучение работе с недвижимостью	66	145–166
школа риелторов	63	134
эффективные продажи недвижимости	60	202–254
курсы для риелторов	56	320–360
советник инвестора	55	375
обучение для риелторов	46	303–324
финансовая модель недвижимости	42	238–396
курсы для агентов по недвижимости	32	471
продажи недвижимости тренинг	27	760

■ Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 13 326, февраль — 15 722, март — 12 727, апрель — 13 326, май — 11 230, июнь — 13 326, июль — 13 027, август — 13 925, сентябрь — 13 027, октябрь — 19 315, ноябрь — 22 310, декабрь — 18 117 показов.

● Сколько это стоит

102 Р

цена клика при полном охвате

1 674 Р

цена обращения
оценка до запуска

143 964 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	35%	33	1 942
РСЯ	55%	10	1 320
Ретаргетинг	10%	20	1 674

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	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
4 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
7 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
15 000	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
23 000	14	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
34 000	20	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
51 000	31	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
72 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
76 000	46	Кампания наберёт данные	1	4

Расчёт по цене обращения 1 674 Р (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 71 982 Р/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Брендовый коммерческий спрос горячий

Кто: Риелторы и консультанты, которые уже знают о программе «Советник Инвестора» или об Цогоеве, ищут конкретный курс, стоимость, запись, тарифы

Что мешает: Хотят купить обучение у признанного эксперта, но сомневаются в цене или выборе тарифа

О чём говорить: «Советник Инвестора» — единственный курс Цогоева. Узнайте стоимость, выберите тариф и начните зарабатывать больше

Общий коммерческий спрос на обучение работе с инвесторами горячий

Кто: Риелторы и консультанты, которые ищут курсы, программы, обучение по работе с инвесторами, сравнивают варианты, ищут цену и отзывы

Что мешает: Не знают, какой курс выбрать, боятся переплатить или попасть на поверхностное обучение

О чём говорить: Практический курс от действующего эксперта с 25-летним опытом. Научитесь считать IRR и NPV, работать с инвесторами. Узнайте стоимость и отзывы.

Проблемно-ориентированный спрос (как работать с инвесторами) тёплый

Кто: Риелторы, которые испытывают трудности в общении с инвесторами, теряют клиентов, не знают, как объяснить выгоду, как продать инвестиционную недвижимость

Что мешает: Не хватает знаний и уверенности, чтобы работать с инвесторами; теряют прибыль

О чём говорить: Научитесь разговаривать на «инвесторском языке» и доносить свою ценность. Курс для риелторов, которые хотят перестать терять клиентов.

Инструментально-смежный спрос (финансовый анализ, модели) холодный

Кто: Риелторы и консультанты, которые ищут способы расчета доходности, финансовые модели, калькуляторы, чтобы лучше консультировать инвесторов, но пока не задумываются о комплексном обучении

Что мешает: Не умеют делать финансовый анализ, считать IRR, NPV, что снижает доверие инвесторов

О чём говорить: Освойте финансовое моделирование и анализ инвестиций в недвижимость. Получите готовые инструменты на курсе «Советник Инвестора».

Категорийный спрос на обучение для риелторов холодный

Кто: Начинающие и опытные риелторы, которые ищут общее повышение квалификации, курсы по недвижимости, профессиональное обучение, но не обязательно именно по инвестициям

Что мешает: Хотят повысить свой уровень, но не знают, какое направление выбрать; ищут системные знания

О чём говорить: Выделитесь среди риелторов: станьте экспертом по работе с инвесторами. Востребованная ниша с высокими чеками. Узнайте о программе.

Спрос на масштабирование и увеличение чека тёплый

Кто: Опытные риелторы и консультанты, которые уже работают с инвесторами, но хотят выйти на новый уровень, привлекать крупных клиентов, делать сложные сделки

Что мешает: Упираются в потолок доходов, не знают, как работать с крупными проектами и коллективными инвестициями

О чём говорить: Для продвинутых: как увеличить чек и привлекать крупных инвесторов. Курс включает блоки по складской, курортной, доходной жилой недвижимости и продуктам коллективных инвестиций.

● Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Когда переключаться	После настройки цели в Метрике и набора ≥ 10 конв/нед → конверсионная стратегия.
Каналы	Поиск и РСЯ — одной кампанией

● Что отсекаем минус-словами

что такое	обучение	курсы	бесплатно	скачать	торрент	вакансия	работа	стажировка
своими руками	самому	без оплаты	пиратский	резюме	сделать самому	инструкция	diy	
как сделать	курс бесплатно	обучение бесплатно	онлайн бесплатно	видео бесплатно	реферат			
диплом	курсовая	для windows	шаблон	образец	самостоятельно	урок		

Спрос и сезонность в продвижении обучения для риелторов

В месяц рекламная выдача по обучению для риелторов собирает около 15 тысяч показов и 749 кликов. Самый частый запрос — «тариф мастер»: 2765 показов. За ним идут «тариф я сам», «как продавать недвижимость быстро», «обучение агентов по недвижимости» — это запросы с разной степенью готовности купить.

Спрос заметно гуляет по сезону. Если пиковый месяц принять за единицу, в ноябре индекс 0,75, а в мае и июне — 0,38. Сейчас спрос на 0,44 от пика, поэтому октябрь и ноябрь — время, когда продвижение даст больше показов. В тихие месяцы платить прежние ставки не стоит: выдача всё равно не вырастет. В общей массе запросов попадают посторонние темы: «ярмарка мастеров», «продвижение сайтов», «продвижение мастера по объявлениям». Они не имеют отношения к недвижимости, но тратят показы. Их сразу собирают в минус-слова.

Кто ищет обучение для риелторов и на какой стадии решения

В нише пять групп покупателей.

Горячие — риелторы, которые уже знают о премиальной программе и ищут её тарифы, и те, кто сравнивает курсы по работе с инвесторами. Тёплые — риелторы, у которых не получается договариваться с инвесторами, и опытные, упёршиеся в потолок дохода. Холодные — те, кто пока ищет калькулятор доходности или финансовую модель, и начинающие, которые ещё не выбрали специализацию. Для каждой группы своё объявление. Новичка цепляет «начните с премиум-ниши». Опытного — «увеличьте чек и привлекайте крупных клиентов». Того, кто ищет тренинг по продажам недвижимости, — «курс продажи недвижимости» с упором на практику.

Сколько стоит реклама обучения для риелторов и какой бюджет нужен на обучение автостратегии

Средняя цена клика в тематике — 33 рубля. Одна заявка в среднем стоит 1674 рубля, обычно укладывается в диапазон 1046–2790 рублей. По нише средняя цена заявки 1250 рублей, поэтому план на 1674 разрешён, но не предел: часть цены дают дорогие запросы «образование в сфере недвижимости» (до 945 рублей за клик) и «продажи недвижимости тренинг» (760).

Конверсия из клика в заявку — 2%. Это нормальный показатель для делового обучения, при котором цена заявки 1674 возможна. Доля рекламных расходов — 2%: реклама занимает 2% от суммы, которую приносит заявка, при норме 10% и пределе 50%.

Для автостратегии, которая сама подбирает ставки и показы, нужен порог на обучение — 16 740 рублей в неделю. До того как алгоритм накопит данные, первые заявки нельзя считать рекламной неудачей.

Как настроить Яндекс Директ на обучение для риелторов: каналы и структура

В тематике работают три канала, и их нужно держать отдельно.

Поиск — 35% канала: клик 33 рубля, заявка 1942 рубля. Сюда приходят люди с конкретным спросом: «курс продажи недвижимости», «школа риелторов». Рекламная сеть Яндекса — 55% канала: клик 10 рублей, заявка 1320 рублей. Она даёт дешёвый контакт с холодной аудиторией, которая читает статьи про инвестиции. Ретаргетинг — 10%: клик 20 рублей, заявка 1674 рубля. Он догоняет тех, кто заходил на сайт, но не оставил заявку.

Если слить все каналы в одну кампанию, алгоритм смешает цены, и вы не поймёте, где дешёвые заявки. Раздельные кампании позволяют увидеть, что лучше в нише. Автоподбор стоит включать только в кампании рекламной сети: там фразы дешевле, но нужен строгий список минус-слов.

Как продавать обучение для риелторов через Яндекс Директ: запросы и объявления

Рабочие запросы — те, где человек уже ищет обучение: «обучение агентов по недвижимости» (345–375 рублей за клик), «курсы риелторов» (343–367), «курс продажи недвижимости» (532), «как увеличить продажи недвижимости» (428). Дешёвые запросы «тариф я сам» (106) и «тариф мы вместе» (64) могут вести на страницы с тарифами, но чаще это вход в личный кабинет какого-то сервиса, а не покупка обучения.

Отдельно стоят финансовые запросы: «окупаемость коммерческой недвижимости», «ставка дисконтирования недвижимости», «финансовое моделирование недвижимости», «NPV (чистая приведённая стоимость) недвижимости расчёт». Это смежный спрос — люди, которым нужны темы, потенциальные ученики. Но в объявлениях им нужно объяснить, что курс про обучение, а не про калькулятор.

Минус-слова обязательно включают: «что такое», «бесплатно», «скачать», «торрент», «своими руками», «вакансия», «работа», «стажировка», «курсовая», «реферат», «диплом». А также посторонние тематики: «ярмарка мастеров», «продвижение сайтов», «продвижение мастера по объявлениям», «тарифная ставка». Показ по запросам не приведёт к заявке.

Что писать в объявлениях для обучения для риелторов

В объявлениях используйте формулировки, которые читатель уже вводит: «Как продавать недвижимость быстро», «Обучение агентов по недвижимости», «Курсы риелторов с разбором тарифов». После запятой или в тексте добавляйте то, что отличает программу: премиальный статус, язык инвесторов, расчёт IRR (внутренней нормы доходности) и NPV (чистой приведённой стоимости), 25-летний опыт преподавателя. Для начинающих — «начните с премиум-ниши и не теряйтесь среди обычных риелторов». Для опытных — «увеличьте чек: курсы по складской, курортной и доходной жилой недвижимости». Для тех, кто ищет «тариф мастер», — «выберите подходящий тариф и начните зарабатывать больше».

Что измерять в рекламе обучения для риелторов

До запуска настройте счётчик и цели: отправка формы, звонок, чат. Реклама обучения для риелторов оценивается не по кликам, а по заявкам. В тематике конверсия 2%, цена заявки 1674 рубля; каждая кампания должна иметь свою отдельную цель, чтобы видеть цену заявки по поиску, сети и ретаргетингу. Долю рекламных расходов считайте по каждому каналу: если заявка приносит меньше, чем нужно, сравнивайте её стоимость с границей 1046–2790 рублей. Запуск без цифр — просто слив бюджета: вы не поймёте, какой канал кормит воронку.

Что потребует Яндекс перед запуском рекламы обучения для риелторов

Перед запуском Яндекс проверит юридические данные и сайт. Нужны действующие ИНН, контакты, страница с описанием услуги и политика обработки персональных данных. Для темы обучения важно соответствие закону об образовании: если называете продукт «курсом», понадобится лицензия или документ от партнёра, у которого лицензия есть. Без модерации может отклонить объявления с запросами «курсы риелторов» и «обучение агентов по недвижимости».

На посадочной странице обязательно разместите форму заявки, тарифы или цены и ответы на частые вопросы. Пользователь из «тарифа мастера» должен за один шаг понять, сколько стоит и как начать.

Типичные ошибки: обучение для риелторов

- Смешивать поиск и сеть в одной кампании: цена заявки становится средней, не понятно, какой канал приносит дешёвые заявки.
- Вести на дешёвые клики по запросам «тариф я сам» и «тариф мы вместе», не понимая, что люди

- Не отсекайте «бесплатно», «скачать», «реферат», «курсовая» — из-за конверсия падает ниже 2%.
- Требовать от автостратегии продаж раньше, чем накопятся данные; в нише порог 16 740 рублей в неделю.
- Не считать цену заявки отдельно по поиску и рекламной сети.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать 30–50 запросов по тематике с ценами из статистики.
2. Разделить поиск, рекламную сеть и ретаргетинг на отдельные кампании.
3. Добавить минус-слова: бесплатные, информационные, вакансии, чужие тематики.
4. Настроить цели: отправка формы, звонок, онлайн-чат.
5. Заложить порог обучения автостратегии: 16 740 рублей в неделю.

● Вопросы владельцев бизнеса

Как продавать обучение для риелторов через Яндекс Директ?

Настроить кампанию на поиске с точными запросами «курсы риелторов», «обучение агентов по недвижимости» и добавить рекламную сеть для тёплой аудитории. Основная цель — заявка с ценой 1046–2790 рублей, на это работает конверсия 2%.

Продвижение обучения для риелторов: с чего начать?

С проверки спроса: в месяц в российской выдаче около 15 тысяч показов и 749 кликов. Соберите запросы, разделите их на горячие и тёплые, запустите поиск с бюджетом на обучение алгоритма 16 740 рублей в неделю.

Как продвинуть обучение для риелторов в интернете?

Кроме прямой рекламы, используйте смежные запросы про расчёт доходности недвижимости: их ищут будущие ученики. В текстах объявлений показывайте, что курс учит считать IRR и NPV.

Как рекламировать обучение для риелторов?

Через поисковые кампании и рекламную сеть Яндекса. В сети клик дешевле — 10 рублей, цена заявки 1320; на поиске клик 33 рубля, цена заявки 1942. Держите оба канала и сравнивайте.

Сколько стоит реклама обучения для риелторов?

Средняя цена клика 33 рубля, цена одной заявки 1674 рубля. Плюс заложите 16 740 рублей в неделю на обучение автостратегии. Точный месячный бюджет зависит от нужного числа заявок.

Нужно ли брать запрос «тариф мастер»?

Да, это самый частотный запрос — 2765 показов в месяц, но только если вы действительно продаёте доступ к тарифу. Если у вас нет такого продукта, добавьте «тариф» в минус-слова.

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 «обучение для риелторов», 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.