

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ОБРАЗОВАНИЕ

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

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

101 163

показов в месяц — ёмкость спроса

40 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 14 ₽

432–1 153 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

29 756 ₽

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-pokeru
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
комбинации в покере	57 327	83
правила покера	24 467	87–88
правила покера для начинающих	2 186	69–70
покер правила для начинающих	2 186	69–70
научиться покеру	1 733	74–79
научиться играть в покер	1 438	75–79
обучение покеру	1 323	81–86
покер обучение	1 323	81–86
покер для новичков	1 085	113–114
покер с нуля	949	88–93
покер калькулятор	937	35–37
правила покера тexasский холдем	781	110
покер термины	597	56–59
стратегия покера	566	89–98
покер стратегия	566	89–98
школа покера	520	122
покер школа	520	122
покер математика	445	91–97
покер эквити	394	80
покер для чайников	347	114–201

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 101 163, февраль — 80 930, март — 80 930, апрель — 77 896, май — 72 837, июнь — 113 303, июль — 159 838, август — 152 756, сентябрь — 100 151, октябрь — 93 070, ноябрь — 96 105, декабрь — 83 965 показов.

● Сколько это стоит

40 Р

цена клика при полном охвате

692 Р

цена обращения
оценка до запуска

59 512 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	100%	14	692

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	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	7	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
9 000	13	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
15 000	22	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
25 000	36	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
30 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
42 000	61	Кампания наберёт данные	1	4
60 000	87	Рабочая кампания	1	4
71 000	103	Рабочая кампания	1	4
120 000	173	Рабочая кампания	3	16
202 000	292	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 692 Р (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 29 756 Р/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Коммерческий спрос на обучение **горячий**

Кто: Пользователи, которые целенаправленно ищут платные курсы, школы или коучинг по покеру (запросы с ценами, стоимостью, отзывами).

Что мешает: Не знают, какому провайдеру доверить обучение, сомневаются в соотношении цена/качество, хотят быстрого результата за деньги.

О чём говорить: Прямое предложение с чёткими ценами, гарантией результата, кейсами учеников и скидкой на первый курс.

Обучение с нуля **тёплый**

Кто: Новички, которые впервые интересуются покером и хотят освоить игру с азов (запросы «как научиться играть», «обучение с нуля», «покер для начинающих»).

Что мешает: Страх сложности, непонимание правил, отсутствие структурированного подхода – нужно простое и понятное введение.

О чём говорить: предлагаем бесплатный вводный курс или чек-лист, втягиваем в воронку

Стратегия и улучшение игры **тёплый**

Кто: Игроки, уже знакомые с правилами, но желающие повысить свой уровень (стратегия, математика, продвинутые техники).

Что мешает: Недостаток знаний для стабильного выигрыша, ошибки в расчётах, неумение читать оппонентов – хотят системного обучения.

О чём говорить: «Продвинутые стратегии от профи – разбери свои ошибки и выйди на новый уровень» – акцент на коучинг и практические разборы.

Проблемы в игре (проигрыши, тильт) **тёплый**

Кто: Игроки, которые постоянно проигрывают, испытывают тильт или не могут преодолеть плато (запросы «как перестать проигрывать», «покер тильт»).

Что мешает: Эмоциональное выгорание, финансовая неуверенность, потребность в психологической и технической поддержке.

О чём говорить: «Как победить тильт и начать стабильно выигрывать» – даём инструменты по управлению банкроллом, психологии и разбору типичных ошибок.

Правила и основы игры **холодный**

Кто: Абсолютные новички, которые ищут базовую информацию: правила Техасского Холдема, комбинации, как блефовать, термины.

Что мешает: Не понимают игру, боятся сесть за стол, нуждаются в быстром и наглядном обучении основам.

О чём говорить: «Бесплатный гайд по правилам покера – лид-магнит (PDF, вебинар) с последующим апсейлом на курсы

Обучение под конкретные платформы **тёплый**

Кто: Игроки, которые уже играют на PokerStars, GG Poker и т.п. и хотят стратегий, адаптированных под особенности этих румов.

Что мешает: Не знают, как адаптировать общие стратегии под конкретный софт/филды, теряют деньги из-за непонимания меты рума.

О чём говорить: «Обучение специально для PokerStars/GG – разбор филдов, настройка софта, индивидуальные

● 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	Только Поиск, сети выключены

● Что отсекаем минус-словами

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

Спрос и продвижение обучения покеру: сколько ищут и какими словами

В Яндекс Директе по всей России за месяц пользователи оставляют около 101 163 показов по запросам об обучении покеру и совершают 5 058 кликов. Самый частый запрос — «комбинации в покере»: 57 327 показов. На втором месте «правила покера» — 24 467. Запросы с явным намерением учиться — «обучение покеру», «школа покера», «курсы покера» — набирают меньше: 1 323, 520 и 266 показов соответственно. Именно они ближе к заявкам.

Сезонность ярко выражена. Пик — июль: коэффициент 1,37, то есть на 37% выше среднего. Август — 1,31. Зимой и весной спрос падает: в декабре коэффициент 0,72, в апреле — 0,67, в мае — 0,62. Планировать запуск лучше на лето — июль и август дают максимальный поток потенциальных учеников.

Кто ищет обучение покеру: новички и готовые покупатели

Аудитория обучения покеру делится на два сегмента.

Горячий сегмент — люди, которые целенаправленно ищут платные курсы, школу или тренера по покеру: запросы с ценой, отзывами, сравнением. Они уже решили учиться. Их боль — не знают, какому провайдеру довериться, сомневаются в соотношении цены и качества, хотят быстрого результата за деньги. Такому человеку в объявлении нужны чёткая цена, гарантия результата, кейсы учеников и скидка на первый курс.

Тёплый сегмент — новички, которые впервые интересуются покером: «как научиться играть», «обучение с нуля», «покер для начинающих». Их страх — сложность игры, непонимание терминов. Им важно объяснить, что обучение начинается с азов. Запросы вроде «правила покера» или «покер калькулятор» — это бесплатный спрос, к покупке они не ведут. Показывать рекламу на них можно только в рамках прогрева, например с ретаргетингом.

Сколько стоит реклама обучения покеру: цены и бюджеты

Средняя цена клика по всей кампании — 14 рублей. Но целевые запросы стоят дороже: «уроки покера» — около 414 рублей за клик, «тренер по покеру» — 162, «школа покера» — 122, «научиться покеру» — 74–79. Дешёвые клики — у информационных запросов вроде «покер калькулятор» (35 рублей), но заявок они не дают.

Цена заявки (CPL, cost per lead) — 692 рубля, ожидаемый диапазон от 432 до 1 153. Чтобы автоматика Яндекса обучилась, нужно минимум 10 конверсий в неделю — это около 6 920 рублей в неделю или 29 756 рублей в месяц. Для стабильного результата закладывайте 59 512 рублей в месяц. Полная ёмкость спроса — 70 812 рублей в месяц. Больше суммы прямым поиском не освоить — спрос исчерпан.

Как настроить Яндекс Директ для обучения покеру

Начните с одной кампании на Поиске по самым горячим запросам: «обучение покеру», «школа покера», «курсы покера», «тренер по покеру». Доля Поиска в каналах — 100%, сети Яндекса на этом этапе спрос не добирают. Когда месячный бюджет превышает 30 000 рублей, добавляйте РСЯ (рекламную сеть Яндекса — показы на тематических площадках) — она даёт охват и помогает набирать конверсии.

Полная связка — Поиск + РСЯ + ретаргетинг — работает при бюджете от 60 000 рублей. Свыше 70 812 рублей в месяц прямой спрос исчерпывается, и масштабироваться можно только через look-alike (показы людям, похожим на ваших клиентов) и аудиторные сегменты. На старте кампания обучается на клики, поэтому не останавливайте её раньше времени — дайте накопить данные.

Как продавать обучение покеру через Яндекс Директ: запросы и объявления

В тематике огромный пласт поисковых запросов — информационные: «комбинации в покере», «правила покера», «покер калькулятор», «термины». Люди ищут бесплатные материалы или инструменты, они не приносят заявок на платное обучение. Запросы исключайте из рекламной кампании с помощью минус-слов (отрицательных ключевых слов, которые отсекают показы).

Для продаж оставляйте запросы с коммерческим намерением: «обучение покеру», «школа покера», «курсы покера», «обучение покеру с нуля», «тренер по покеру». Также добавьте в минус-слова «бесплатно», «скачать», «смотреть» — они собирают трафик, который не конвертируется. Если нужно прогреть новичков, создайте отдельную кампанию на информационные запросы с ретаргетингом, но не смешивайте её с продающей.

Что писать в объявлениях для обучения покеру

Для горячего сегмента — тех, кто уже ищет курсы, — текст объявления должен отвечать на главный вопрос: «почему я должен вам довериться?». Указывайте точную цену курса, показывайте результат из кейсов учеников, дайте гарантию или скидку на первый курс. Для новичков снимайте страх сложности: «Научим играть с нуля, разберём комбинации и правила на первом занятии». Используйте в объявлениях слова, которые пользователь уже ввёл в поиск: «обучение», «школа», «курсы» — это повышает тематическую релевантность и снижает цену клика.

Что и как измерять в рекламе обучения покеру

До запуска настройте учёт конверсий: заявки с формы, звонки, покупки. Без Яндекс не увидит, какие запросы приносят обращения, и не сможет оптимизировать кампанию. Конверсия в нише оценивается в 2%, но она не подтверждена — значит, мерьте свою.

Основные метрики: цена заявки (CPL, cost per lead) и доля рекламных расходов (ДРР) — процент от выручки, который уходит на рекламу. При средней заявке 692 рубля и комфортном чеке 6 920 рублей ДРР составит 10% — это норма. Предельный уровень ДРР — 50%: если ваш чек ниже 1 384 рублей, заявка в 692 рубля съест больше половины выручки, и реклама не окупится. Следите также за количеством конверсий в неделю: меньше 10 — алгоритмы не обучаются, кампания дорожает.

Типичные ошибки: обучение покеру

- Запускать рекламу на информационные запросы «правила покера», «комбинации в покере» — клики стоят от 83 рублей, а заявок почти нет: люди не готовы платить за обучение.
- Использовать бюджет меньше рабочего порога: при 3 000 рублей в месяц выходит около 4 заявок, Яндекс не набирает статистику, и каждая заявка обходится дороже средних 692 рублей.
- Включать РСЯ на старте при маленьком бюджете — в теме работает только поиск, а сеть без объёма трафика не даёт заявок.
- Не настроить счётчик конверсий до запуска: невозможно понять, окупается ли реклама, и автоматические стратегии работают вслепую.
- Показывать новичкам и горячей аудитории одно и то же объявление — новички боятся сложности, а платящие клиенты ждут конкретики и цены, один текст не закроет обе задачи.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать коммерческое семантическое ядро: «обучение покеру», «школа покера», «курсы покера», «тренер по покеру».
2. Добавить минус-слова: «бесплатно», «скачать», «смотреть», «калькулятор», «правила», «комбинации».
3. Настроить учёт заявок: форма, звонок, онлайн-чат.
4. Убедиться, что средний чек позволяет покупать заявку за 692 рубля (чек не ниже 1 384 рублей).
5. Заложить бюджет от 29 756 рублей в месяц для обучения автостратегии.

С чего начать продвижение обучения покеру?

Начните с семантики: соберите коммерческие запросы — «обучение покеру», «школа покера», «курсы покера». Настройте учёт заявок и запустите одну поисковую кампанию. Бюджет на обучение автостратегии — от 29 756 рублей в месяц, лучший сезон — июль и август.

Как продавать обучение покеру через Яндекс Директ?

Избавьтесь от информационного спроса: «правила», «комбинации», «калькулятор» — только минус-слова. В объявлениях для тех, кто ищет курсы, указывайте цену и гарантию, для новичков — «с нуля» и простоту. Средняя заявка стоит 692 рубля, поэтому ваш чек должен это перекрывать.

Как продвинуть обучение покеру в интернете?

В интернете для обучения покеру основной канал — поиск. При бюджете от 30 000 рублей в месяц подключайте РСЯ и ретаргетинг, от 60 000 — look-alike. Сначала заберите прямой спрос на Поиске, затем расширяйтесь на охваты.

Сколько стоит реклама обучения покеру?

Средняя цена клика по кампании 14 рублей, по целевым запросам — от 81 до 713 рублей. Цена заявки — 692 рубля. Стабильная работа требует 29 756 рублей в месяц, хороший бюджет — 59 512.

Какой бюджет нужен на обучение покеру в Яндекс Директе?

Минимальный рабочий бюджет — 29 756 рублей в месяц: этого хватает, чтобы Яндекс получил около 40 конверсий и начал оптимизировать по заявкам. При 3 000 рублей получится 4 заявки, и стратегии не работают.

Когда лучше запускать рекламу обучения покеру?

Пик спроса — июль (коэффициент 1,37) и август (1,31). Запускайте летом. В декабре, апреле и мае спрос падает до 0,72–0,62, бюджет будет расходоваться впустую.

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 «обучение покеру», 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.