

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ОБРАЗОВАНИЕ

Реклама онлайн-курсов по физике в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

176 935

показов в месяц — ёмкость спроса

43 ₽

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

1 044–2 783 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

71 810 ₽

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-onlayn-kursy-po-fizike
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
законы физики	47 706	66–69
физика сложная	9 307	67–71
физика егэ 2025	8 962	48–50
формулы по физике для егэ	8 697	36–43
физика с нуля	8 216	185–202
основы физики	8 108	61–67
решу ЕГЭ по физике	6 906	58–61
физика в таблицах	5 267	41–52
подготовка к ЕГЭ по физике	4 883	251–275
разбор заданий егэ физика	3 854	99–116
демоверсия егэ физика	3 374	32–34
подготовка к ОГЭ по физике	2 895	156–168
сдать ОГЭ по физике	2 809	90–91
физика огэ 2025	2 627	32–37
курсы физики ЕГЭ	2 597	212–234
онлайн школа физики	1 922	223–248
разбор варианта ЕГЭ по физике	1 670	78
разбор заданий ОГЭ по физике	1 603	191–291
физика для чайников	1 588	42–50
разбор заданий ЕГЭ по физике	1 507	91–151

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 201 706, февраль — 166 319, март — 148 625, апрель — 132 701, май — 118 546, июнь — 118 546, июль — 102 622, август — 152 164, сентябрь — 334 407, октябрь — 254 786, ноябрь — 212 322, декабрь — 180 474 показов.

● Сколько это стоит

43 Р

цена клика при полном охвате

1 670 Р

цена обращения
оценка до запуска

143 620 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	33%	33	1 676
РСЯ	57%	10	1 254
Ретаргетинг	10%	20	2 609

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
5 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
18 000	11	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
34 000	20	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
62 000	37	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
72 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
113 000	68	Кампания наберёт данные	1	4
144 000	86	Рабочая кампания	1	4
208 000	125	Рабочая кампания	1	4
380 000	227	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 1 670 Р (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 71 810 Р/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Подготовка к ЕГЭ по физике горячий

Кто: Ученики 11 класса и выпускники прошлых лет, которые хотят сдать ЕГЭ по физике на высокий балл (85+) для поступления в топовые вузы. Ищут курсы, репетиторов, онлайн-школы с результатами и системой подг

Что мешает: Страх не сдать ЕГЭ на нужный балл, нехватка структурированной подготовки, сложность с решением задач второй части, непонимание критериев оценивания.

О чём говорить: Показываем конкретные результаты (каждый 4-й ученик набирает 90+), разбор реальных заданий ЕГЭ, объяснение через фильмы и аниме — запоминается без зубрёжки.

Подготовка к ОГЭ по физике горячий

Кто: Ученики 9 класса и их родители, которые хотят сдать ОГЭ на «5» или «4» для поступления в профильный класс/лицей или просто получить хорошую оценку. Ищут курсы, репетиторов, экспресс-подготовку.

Что мешает: Боязнь ОГЭ из-за большого объёма теории, нехватка практики по оформлению эксперимента, риск не набрать проходной балл.

О чём говорить: Системная подготовка с нуля до нужного балла, упор на лабораторные работы и типовые ошибки, лёгкая подача через примеры из жизни и поп-культуры.

Репетитор по физике онлайн горячий

Кто: Родители и сами ученики (7–11 классы), которые ищут персонального преподавателя для занятий 1–2 раза в неделю, чтобы подтянуть знания или подготовиться к экзамену. Сравнивают цены, отзывы, формат.

Что мешает: Не понимают физику в школе, нуждаются в индивидуальном подходе, переживают, что групповые курсы неэффективны, хотят гибкого расписания.

О чём говорить: Преподаватель — действующий математик в университете, 7 лет стажа, умеет объяснить сложное простым языком (физика через кино/игры). Первое пробное занятие — бесплатно.

Индивидуальные занятия по физике горячий

Кто: Ученики с конкретными проблемами (провалы в темах, подготовка к пересдаче, олимпиады) и их родители, которые готовы платить за персональное внимание. Ищут «индивидуальные занятия по физике онлайн», «р

Что мешает: Школьная программа не даёт глубины, нужно разобрать отдельные темы (механика, электричество, кванты) или наверстать пропущенное.

О чём говорить: Составляем персональный план именно под пробелы ученика, используем логику и вывод, а не заучивание. Результаты подтверждены отзывами и статистикой 90+ баллов.

Пробное занятие по физике горячий

Кто: Сомневающиеся ученики/родители, которые хотят оценить стиль преподавания и формат обучения перед покупкой курса. Ищут «бесплатное пробное занятие», «попробовать урок физики».

Что мешает: Не уверены, что онлайн-формат подойдёт, боятся зря потратить деньги, хотят «пощупать» преподавателя.

О чём говорить: Даём полноценный урок с разбором темы из фильма/аниме, показываем методику — никакой воды, только логика. После пробного остаются 80% учеников.

Курсы физики онлайн тёплый

Кто: Широкая аудитория — ученики 7–11 классов и их родители, которые ищут системное обучение физике в интернете. Запросы: «онлайн-школа физики», «курсы физики дистанционно», «уроки физики онлайн».

Что мешает: Не хватает времени на поездки к репетитору, низкая мотивация от скучных уроков, хочется качественного обучения по цене ниже офлайн-репетитора.

О чём говорить: Единственная школа, где физика объясняется через сюжеты Гарри Поттера, Марвел и Minecraft. 700k+ подписчиков в TikTok — доверие аудитории, гибкие тарифы и геймификация.

■ 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 — разными кампаниями

■ Что отсекаем минус-словами

ОГЭ	9 класс	10 класс	7 класс	8 класс	математика	русский язык	бесплатно	скачать
вакансия	работа	своими руками	учебник	решебник	шпаргалка	ответы	реферат	
курсы для учителей	обучение репетиторов	как сделать	торрент	гдз	учитель	преподаватель		
методика	самостоятельно	программа	софт	установка	курсы репетиторов			

Спрос на онлайн-курсы по физике: продвижение в сезон и вне сезона

Продвижение онлайн-курсов по физике стоит начинать с анализа спроса. За месяц пользователи Яндекса задают 176 935 запросов, связанных с темой, и совершают 8 847 кликов — это потенциальные переходы на сайт. Спрос сильно зависит от сезона: минимальный в июле (коэффициент 0.37), максимальный в сентябре (коэффициент 1.21). В сентябре запросов почти в три раза больше, чем в июле, поэтому основной бюджет лучше закладывать на август—октябрь. В топе запросов — информационные фразы: «законы физики» (47 706 показов), «физика сложная» (9 307), «физика егэ 2025» (8 962), «формулы по физике для егэ» (8 697), «физика с нуля» (8 216). Для продажи курсов важнее ловить тех, кто уже хочет заниматься: «подготовка к ЕГЭ по физике» (4 883), «курсы физики ЕГЭ» (2 597), «онлайн школа физики» (1 922), «купить курс физики» (449). Последний запрос — прямой сигнал к покупке.

Кто ищет онлайн-курсы по физике: сегменты и стадии решения

Аудитория делится на несколько групп с разной готовностью купить. Самый горячий сегмент — ученики 11 класса и выпускники, готовящиеся к ЕГЭ. Их запросы: «подготовка к ЕГЭ по физике», «решу ЕГЭ по физике», «разбор заданий егэ физика». Второй горячий сегмент — девятиклассники с ОГЭ: «подготовка к ОГЭ по физике», «физика огэ 2025». Третий — те, кто ищет репетитора: «репетитор по физике онлайн» (916 показов), «онлайн репетитор по физике» (916). Есть тёплая аудитория «физика с нуля» — 8 216 показов по запросу «физика с нуля», 1 588 по «физика для чайников». Она хочет начать с базы, и ей можно предложить бесплатный интенсив. Холодная аудитория — «не понимаю физику» (961), «как выучить физику» (659). С ними нужно работать через контент и вести в воронку, а не сразу продавать. Важно, что стадия решения различается: горячим нужно «купить курс», тёплым — «бесплатное пробное занятие», холодным — полезный материал. Реклама должна вести на разные посадочные страницы или в разные кампании.

Сколько стоит реклама онлайн-курсов по физике: клики, заявки и бюджет

Средняя цена клика (CPC) в тематике — 33 рубля. По каналам она различается: на поиске клик стоит 33 рубля, в рекламной сети Яндекса (РСЯ) — 10 рублей, в ретаргетинге — 20 рублей. Цена заявки (CPL) тоже разная: на поиске 1 676 рублей, в РСЯ 1 254 рубля, в ретаргетинге 2 609 рублей. В среднем по всем каналам заявка стоит 1 670 рублей, с диапазоном от 1 044 до 2 783 рублей. Доля рекламных расходов (ДРР) в среднем — 11%. Чтобы Яндекс обучил автоматическую стратегию, нужен бюджет около 16 700 рублей. Это минимальная сумма для сбора статистики и оптимизации показов. Если бюджет меньше, придётся настраивать кампанию вручную и следить за ставками самостоятельно.

Как настроить Яндекс Директ для онлайн-курсов по физике: отдельные кампании

Настройка рекламы начинается с разделения кампаний по инструментам: поиск, РСЯ и ретаргетинг. В среднем по нише бюджет распределяется так: поиск — 33%, РСЯ — 57%, ретаргетинг — 10%. Причины разделять:

- Поиск ловит активный спрос. Здесь выше цена клика (33 руб.) и дороже заявка (1 676 руб.), но конверсия горячее. - РСЯ охватывает сайты и приложения — это показы тем, кто может быть заинтересован. Клик дешёвый (10 руб.), заявка чуть дешевле (1 254 руб.), но конверсия ниже. - Ретаргетинг возвращает тех, кто уже заходил на ваш сайт. Клик 20 руб., заявка 2 609 руб., но это работа с тёплой аудиторией. Автоматический подбор ставок и фраз не стоит включать для всех инструментов.

вместе — он смешает стратегии и повысит расходы. Настройте отдельные кампании и скорректируйте расписание, если вебинары идут в определённое время.

Как продавать онлайн-курсы по физике через Яндекс Директ: запросы и объявления

Семантическое ядро (главные запросы) стройте на реальных фразах пользователей. В работу возьмите «подготовка к ЕГЭ по физике», «подготовка к ОГЭ по физике», «физика с нуля», «курсы физики ЕГЭ», «онлайн школа физики», «репетитор по физике онлайн». Для поисковой кампании используйте точное вхождение, а фразу «купить курс физики» выделите отдельно — она максимально горячая. Обязательно задайте минус-слова: «реферат», «решебник», «скачать», «бесплатно», «ответы», «гдз». Информационные запросы вроде «законы физики» и «формулы по физике» приведут на сайт тех, кто ищет шпаргалки, а не курс. Если вы не работаете с девятиклассниками, добавьте минус-слово «огэ». Проверьте, чтобы объявления не показывались по запросам, которые не соответствуют вашей программе. Например, если ваш курс только для 10–11 классов, минусуйте всё, что связано с 7–9 классами и олимпиадами.

Что писать в объявлениях для онлайн-курсов по физике

Объявления должны отвечать на конкретные страхи и желания. Используйте проверенные углы из ниши:

- Для нацеленных на 90+ баллов: «Каждый 4-й ученик сдаёт на 90+ — без заучивания формул». - Для боящихся хаоса в подготовке: «Системная подготовка с нуля до 85+ баллов — план на весь год». - Для сомневающихся: «Бесплатное пробное занятие — посмотрите, как проходят уроки». - Для тех, кто не понимает физику: «Объясняем через фильмы и аниме — запоминается без зубрёжки». В заголовке используйте ключевую фразу: «Онлайн-курсы по физике», «Подготовка к ЕГЭ», «Репетитор по физике онлайн». Добавляйте цифры и факты: «7 лет стажа», «80% учеников остаются после пробного занятия» — но только если это правда.

Что измерять в рекламе онлайн-курсов по физике

Без аналитики запуск теряет смысл. Установите счётчик веб-аналитики и настройте цели: «Заявка на обратный звонок», «Запись на пробное занятие», «Покупка курса». Отслеживайте ключевые метрики:

- Цена клика (CPC). Средняя по нише — 33 рубля. Если ваша выше, смотрите на качество объявлений и ставки. - Цена заявки (CPL). Средняя — 1670 рублей, комфортный диапазон 1044–2783 рубля. Выше — ищите неэффективный канал. - Доля рекламных расходов (ДРР). В среднем 11%, предельная 50%. Если ДРР выше 50%, кампания убыточна. - Конверсия из клика в заявку. Средняя 2%, но сильно зависит от посадочной страницы. Сравнивайте метрики по каналам и времени. В пиковый сезон (сентябрь) конверсия обычно выше, в межсезонье (июль) — цена заявки может вырасти. Решайте, нужны ли дорогие заявки сейчас или лучше перенести бюджет на осень.

Требования Яндекса к сайту онлайн-курсов по физике перед запуском

Модерация Яндекса проверит, соответствует ли сайт обещаниям из объявлений. Если вы пишете «бесплатное пробное занятие», на сайте должна быть форма записи. Если обещаете «90+ баллов», нужны реальные отзывы и результаты учеников. Иначе объявления отклонят. Сайт должен загружаться быстро и корректно работать на смартфонах. Обязательны контактные данные, политика конфиденциальности и форма заявки. Для онлайн-курсов полезно разместить на главной странице видео-презентацию или запись вебинара, чтобы пользователь сразу понял формат обучения. Также добавьте счётчик аналитики и подтвердите права на сайт.

Типичные ошибки: онлайн-курсы по физике

- Запускать рекламу на общие запросы вроде «физика» без минус-слов — получите много лишних кликов

- Объединять поиск и РСЯ в одну кампанию с автоподбором — алгоритм не сможет одновременно оптимизировать под два разных канала с разной ценой клика.
- Не настраивать цели в аналитике — невозможно будет посчитать цену заявки и вовремя остановить неэффективные показы.
- Обещать в объявлении «каждый 4-й сдаёт на 90+» без доказательств на сайте — модерация отклонит, а клиенты не поверят.
- Запускать рекламу в июле с полным бюджетом, игнорируя сезонный спад (коэффициент 0.37) — заявки будут дорогими.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать семантическое ядро: «подготовка к ЕГЭ по физике», «физика с нуля», «онлайн школа физики», «репетитор по физике онлайн».
2. Добавить минус-слова: «реферат», «решебник», «скачать», «бесплатно», «ответы», «гдз».
3. Разделить кампании: Поиск, РСЯ, Ретаргетинг.
4. Установить счётчик аналитики и настроить цели «заявка», «покупка».
5. Создать объявления с конкретным результатом: «90+ баллов», «бесплатное пробное занятие».

Как продавать онлайн-курсы по физике через Яндекс Директ?

Настройте поисковые кампании на горячие запросы («подготовка к ЕГЭ по физике», «купить курс физики»), добавьте РСЯ и ретаргетинг для охвата и добора. Дайте бесплатное пробное занятие, чтобы снизить риск при покупке.

С чего начать продвижение онлайн-курсов по физике?

Проверьте сайт и аналитику, соберите семантику (ключевые запросы), разделите кампании по каналам. Убедитесь, что на сайте есть форма заявки и отзывы. Затем запускайте с бюджетом на обучение алгоритма 16 700 руб.

Как продвинуть онлайн-курсы по физике в интернете, если бюджет ограничен?

Используйте только поиск с самыми горячими запросами и минус-словами. В РСЯ клики дешевле, но нужно следить за ценой заявки (в среднем 1254 руб., но может быть выше). Не запускайтесь в июле, когда спрос падает до коэффициента 0.37.

Сколько стоит реклама онлайн-курсов по физике?

Средняя цена клика 33 рубля, цена заявки 1670 рублей (диапазон 1044–2783 руб.). На обучение автостратегии понадобится около 16 700 руб. Итоговый бюджет зависит от нужного числа заявок и сезона.

Как рекламировать онлайн-курсы по физике, чтобы не слить бюджет?

Не запускайтесь при низком спросе (июль). Используйте отдельные кампании, минус-слова и аналитику. Следите за ценой заявки и долей рекламных расходов: если ДРР выше 50%, кампания убыточна. Останавливайте ключевые слова с высокой ценой клика, если они не дают заявок.

Какие запросы использовать для онлайн-курсов по физике, если надо быстро получить заявки?

Берите запросы с высокой коммерческой интенцией: «купить курс физики», «подготовка к ЕГЭ по физике», «курсы физики ЕГЭ», «онлайн школа физики». На них цена клика выше (например, «подготовка к ЕГЭ по физике» — 251–275 руб.), но и заявка приходит быстрее.

Почему в рекламе онлайн-курсов по физике ретаргетинг показывает цену заявки выше, чем поиск?

Ретаргетинг работает с теми, кто уже был на сайте, но не оставил заявку. Средняя цена заявки там 2609 рублей — это дороже, потому что аудиторию нужно «дожимать» специальными предложениями. Однако без него вы теряете часть не проявившихся клиентов, поэтому такой инструмент обычно включают в общую связку.

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 «онлайн-курсы по физике», 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.