

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · СПОРТ И ФИТНЕС

Реклама персональных тренировок в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, август 2026 · вся Россия

315 825

показов в месяц — ёмкость спроса

17 ₽

цена клика по прогнозу Яндекса

305–812 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

20 941 ₽

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-personalnye-trenirovki
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	ЦЕНА КЛИКА, ₽
фитнес тренер	126 252	273–299
тренировка онлайн	25 067	197–279
тренировки онлайн	25 066	197–279
фитнес с тренером	17 527	349–372
тренер онлайн	15 768	359–409
онлайн фитнес	13 540	340–478
тренер по фитнесу	11 960	288–305
нужен тренер	10 215	144–150
тренировка с тренером	9 336	265–288
тренировки с тренером	9 332	265–288
персональный тренер	9 187	247–262
персональные тренировки	7 697	250–255
тренер цена	5 950	225–229
найти тренера	4 930	225–249
лучшие онлайн тренеры	3 271	574–842
стоимость тренера	2 574	183–185
ищу тренера	1 989	130–132
тренер онлайн фитнес	1 983	407–473
заказать тренера	1 975	79–123
тренер для похудения	1 290	169–192

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 331 616, февраль — 262 135, март — 303 192, апрель — 249 502, май — 230 552, июнь — 281 084, июль — 265 293, август — 344 249, сентябрь — 331 616, октябрь — 461 104, ноябрь — 432 680, декабрь — 306 350 показов.

● Сколько это стоит

17 ₽

цена клика

487 ₽

цена обращения
оценка до запуска

41 882 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	17	506

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	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	10	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	17	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
14 000	29	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
21 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
22 000	46	Кампания наберёт данные	1	4
37 000	77	Кампания наберёт данные	1	4
42 000	87	Рабочая кампания	1	4
61 000	126	Рабочая кампания	1	4
101 000	209	Рабочая кампания	3	16
167 528	348	Рабочая кампания	5	24

Расчёт по цене обращения 487 ₽ (отраслевой бенчмарк — ориентировочно). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 20 941 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Коммерческие запросы на онлайн тренировки горячий

Кто: Люди, готовые купить персональные тренировки онлайн. Ищут цены, условия, заказ.

Что мешает: Нужен профессиональный контроль и индивидуальный подход, но нет времени на дорогу в зал, хотят удобный формат.

О чём говорить: Индивидуальные онлайн тренировки с тренером: LIVE или по плану с обратной связью. Гибкий график, результат за 1,5 месяца. Запишитесь на пробное занятие.

Онлайн тренировки в реальном времени (LIVE) горячий

Кто: Люди, ищущие занятия с тренером по видеосвязи: через Zoom, Skype и т.д. Важны контроль техники и мотивация вживую.

Что мешает: Отсутствие тренера рядом для контроля техники и поддержки, желание живого общения.

О чём говорить: LIVE тренировки по видеосвязи с персональным тренером. Контроль техники, темпа, корректировка нагрузки в реальном времени. Занимайтесь дома или в зале.

Персональный план тренировок с сопровождением горячий

Кто: Люди, предпочитающие гибкий график и самостоятельное выполнение упражнений по индивидуальной программе с видеоинструкциями и регулярной обратной связью тренера.

Что мешает: Нужна структура и персональная программа, но не могут подстраиваться под расписание live-занятий. Хотят уверенность в правильности выполнения.

О чём говорить: Персональный план тренировок с видеоупражнениями и обратной связью тренера. Программа адаптируется под ваше самочувствие и прогресс. Достигайте целей в своем темпе.

Выбор и сравнение онлайн тренеров тёплый

Кто: Потенциальные клиенты, которые уже заинтересованы в онлайн тренировках, но сравнивают варианты, читают отзывы, оценивают эффективность.

Что мешает: Неуверенность в качестве удаленных тренировок, опасения по поводу эффективности, поиск лучшего предложения.

О чём говорить: Почему наши тренировки работают: персональный подход, контроль и корректировка, доказанные результаты (пример: -20 кг за 4 мес). Отзывы и пробное занятие.

Обучающие/информационные запросы об онлайн тренировках холодный

Кто: Новички или сомневающиеся, узнающие, как организовать тренировки с тренером онлайн, с чего начать, как это работает.

Что мешает: Не знают, как перейти на онлайн тренировки, сомнения в возможности эффективных занятий удаленно, страх перед началом.

О чём говорить: Как проходят персональные онлайн тренировки: схемы взаимодействия, форматы, оборудование. Начните с бесплатной консультации и пробной тренировки.

кардиотренировка тёплый

Кто: ищут кардиотренировка

О чём говорить: кардиотренировка

■ 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 на тренировку, Звонок с сайта
Без чего запускать бессмысленно	Заменить номер на подменный отслеживаемый (коллтрекинг) и добавить кнопку «Позвонить менеджеру за консультацией», клик по которой будет засчитываться как звонок. Это минимальный вариант, если онлайн-конверсии не отслеживаются.

■ Что отсекаем минус-словами

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

Продвижение персональных тренировок: спрос и сезонность

Запрос «реклама персональные тренировки в яндекс директ» — именно так владельцы бизнеса ищут продвижение услуги. Люди, которые хотят тренироваться, ищут иначе: «фитнес тренер» — 126 252 показа в месяц, «тренировка онлайн» — 25 067, «фитнес с тренером» — 17 527, «тренер онлайн» — 15 768. Всего по нише — 315 825 показов и 15 791 клик в месяц. Спрос гуляет по сезонам. В октябре показы достигают 461 104 — пик перед декабрём, когда начинают думать о форме к лету. В ноябре — 432 680. Минимальный интерес в мае (230 552) и июле (265 293). Если планируете запуск, учтите: к осени спрос растёт, летом падает.

Кто ищет персональные тренировки и на какой стадии решения

Аудиторию персональных тренировок делю на два сегмента. Первый — люди, которые готовы купить онлайн-тренировки. Они ищут цены, условия, заказ. Их мотив — нет времени на дорогу в зал, нужен индивидуальный контроль. Второй — те, кто хочет заниматься в реальном времени по видео. Им важны живое общение и контроль техники. Оба сегмента горячие, близки к покупке, но по-разному реагируют на объявления. Для первой группы сделайте акцент на гибком графике и обратной связи, для второй — на live-формате и поддержке.

Сколько стоит реклама персональных тренировок в Яндекс

Директ

Цена клика по «фитнес тренер» — от 273 до 299 рублей. По «тренировка онлайн» — от 197 до 279. Средняя цена обращения (заявки) в отрасли — 487 рублей, разброс — от 305 до 812. Это значит, что на клики до заявки придётся потратить от 305 до 812 рублей, в зависимости от конкуренции и качества объявлений. Алгоритмам Яндекса нужно минимум 20 941 рубль в месяц, чтобы набрать статистику и оптимизировать показы. Бюджет ниже — например, 3–14 тысяч — не позволяет получить 10 заявок в неделю, и кампания работает вслепую. Комфортный бюджет для стабильного потока — 41 882 рубля в месяц.

Как настроить Яндекс Директ для персональных тренировок

В тематике работает только поиск — тематические площадки (РСЯ) спрос не добирают. Поэтому на старте запускаем одну кампанию на Поиске: достаточно, чтобы начать получать клики. Когда бюджет превышает 21 000 рублей, добавляем РСЯ. При бюджете от 42 000 реклама набирает данные, и можно подключать ретаргетинг и автотаргетинг — автоподбор аудитории по описанию услуги. С большим бюджетом (от 101 000) кампании разделяем: поисковая отдельно, РСЯ отдельно, ретаргетинг отдельно. Так алгоритмы точнее распределяют бюджет и не смешивают разные аудитории.

Семантика и минус-слова для персональных тренировок

Собираем коммерческие запросы: «фитнес тренер», «тренер цена», «стоимость тренера», «найти тренера», «заказать тренера». Отдельная группа — онлайн-запросы: «тренировка онлайн», «тренер онлайн», «онлайн фитнес». В минус-слова убираем «бесплатно», «видео», «своими руками», «домашнее задание» — слова приводят к людям, которые не купят тренировку. Если работаете только онлайн, отсекайте «зал», «клуб», «студия». Если только очно — убирайте «онлайн», «дистанционно».

Что писать в объявлениях о персональных тренировках

Объявления должны отвечать на боль каждой группы. Для тех, кто ищет онлайн-тренировки: «Индивидуальные онлайн тренировки с тренером: в прямом эфире или по плану с обратной связью. Гибкий график, результат за 1,5 месяца. Запись на пробное занятие». Для тех, кому важен живой контакт: «LIVE-тренировки с тренером по видеосвязи — контроль техники и мотивация. Первая консультация бесплатно». Используйте цифры: срок, количество тренировок, но только реальные. Поисковые запросы

Что и как измерять, без чего запускать бессмысленно

Если не считать заявки, реклама превращается в чёрный ящик. Установите на сайт счётчик целей: отправка формы, звонок. Тогда вы увидите точную цену обращения (CPL) — в отрасли ориентир 487 рублей. Доля рекламных расходов (ДРР) — это отношение бюджета к выручке с рекламы. В нише норма 10%, предел 50%. Конверсия в заявку по отраслевым данным — 3,5%, но у вас она может отличаться — измеряйте. Без цифр невозможно решить, что менять в кампании.

Типичные ошибки: персональные тренировки

- Запуск с бюджетом ниже 20 941 рублей — кампания не набирает статистику, заявки дорогие.
- Игнорирование сезонности: запуск в мае-июле, когда спрос минимальный.
- Отсутствие отслеживания заявок — невозможно узнать цену обращения и управлять ставками.
- Показ объявлений на все запросы без минус-слов — бюджет уходит на нецелевой трафик.
- Одинаковые объявления для онлайн- и офлайн-аудиторий — не попадают в боль клиента.
- Запуск сразу всех инструментов без накопления данных — алгоритмы не успевают обучиться.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать список запросов со словами «тренер», «тренировка», «фитнес».
2. Добавить минус-слова: «бесплатно», «видео», «своими руками».
3. Установить счётчик целей на сайте.
4. Рассчитать бюджет: минимум 20 941 рубль на обучение.
5. Создать поисковую кампанию с 2–4 объявлениями.
6. Подключить РСЯ после выхода на 10 заявок в неделю.
7. Следить за ДРР: норма 10%, предел 50%.
8. Тестировать офферы и объявления.
9. При бюджете от 42 000 добавить ретаргетинг.

● Вопросы владельцев бизнеса

Сколько нужно денег на рекламу персональных тренировок?

Минимум для обучения алгоритмов — 20 941 рубль в месяц. Рабочий бюджет — от 41 882 рублей. С меньшим бюджетом реклама не окупится.

Почему нельзя запустить рекламу на все площадки сразу?

Алгоритмам нужно время и данные. РСЯ и ретаргетинг подключаются после того, как поисковая кампания наберёт статистику — на бюджете от 21 000 рублей.

Как понять, что реклама окупается?

Смотрите на долю рекламных расходов (ДРР). Норма 10%, предел 50%. Если ДРР 16% — как в среднем по нише, реклама работает.

Когда лучше запускать рекламу?

Осенью спрос пиковый: октябрь даёт 461 104 показов. Летом показы падают до 230–265 тысяч, поэтому запуск весной-летом требует меньших ставок, но и заявок меньше.

Что делать, если заявок мало?

Проверьте минус-слова и семантику, добавьте новые запросы. Убедитесь, что счётчик цели работает. Поднимите бюджет до порога обучения, если он ниже 21 000.

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 «персональные тренировки», 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.