

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ТУРИЗМ

Реклама посуточной аренды квартир в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, июль 2026 · Казань

12 180

показов в месяц — спрос по семантике плана

120 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 12 ₽

1 296–3 455 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

89 139 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

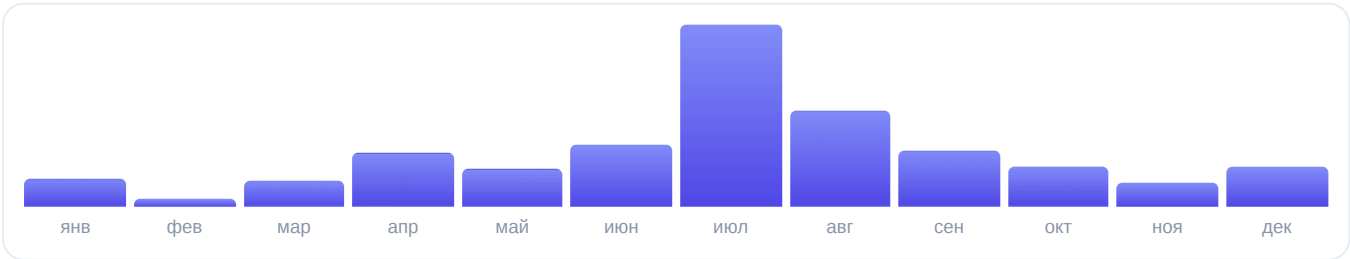
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-posutochnaya-arenda-kvartir-kazan
Регион разбора	Казань

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
квартиры посуточно Казань	4 970	316–320
апартаменты Казань	727	294–331
квартиры посуточно Казань недорого	713	277
отели Казани цены	705	102
квартиры посуточно Казань без посредников	364	278
отель в центре Казани	346	218–219
апарт-отель Казань	263	140–152
снять квартиру на сутки Казань	244	280
квартиры посуточно Казань центр	213	194
снять квартиру в центре Казани	178	163
посуточная аренда квартир Казань	157	182–203
снять квартиру на месяц Казань	137	79
снять квартиру в центре Казани посуточно	120	149
YAMLE	99	242
отдых в Казани с детьми	91	52
отель с завтраком Казань	77	236
снять апартаменты Казань	68	167
экскурсии Казань проживание	59	76
YAMLE Казань	35	163
YAMLE отель Казань	34	150

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 6 577, февраль — 974, март — 5 846, апрель — 12 302, май — 8 404, июнь — 14 007, июль — 40 803, август — 21 559, сентябрь — 12 545, октябрь — 8 891, ноябрь — 5 359, декабрь — 8 891 показов.

● Сколько это стоит

120 ₹

цена клика при полном охвате

2 073 ₹

цена обращения
оценка до запуска

178 278 ₹

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₹	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₹
Поиск	30%	12	2 488
РСЯ	60%	4	1 658
Ретаргетинг	10%	7	—

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	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
4 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
7 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	5	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
15 000	7	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
22 000	11	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
33 000	16	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
49 000	24	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
73 000	35	Бюджет ниже рабочего порога	1	2

Расчёт по цене обращения 2 073 ₹ (оценка). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 89 139 ₹/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Прямое бронирование (горячий спрос) горячий

Кто: Туристы, командированные, семьи, уже принявшие решение остановиться в апарт-отеле в центре Казани. Ищут: «забронировать апартаменты Казань», «снять апартаменты в центре Казани цена», «отель с кухней»

Что мешает: Нужно быстро сравнить цены и забронировать надёжный вариант в центре с кухней. Боятся переплатить у посредников или получить некачественное жильё.

О чём говорить: Прямое бронирование со скидкой — лучшая цена, никаких посредников. Новые номера с кухней, удобное расположение, французский завтрак и круглосуточная поддержка.

Семейный отдых с детьми тёплый

Кто: Семьи с детьми до 4 человек (часто с дошкольниками). Ищут: «где остановиться в Казани с детьми», «семейный отель с кухней Казань», «апартаменты для семьи Казань».

Что мешает: Нужно пространство, возможность готовить детское питание, безопасность и близость к паркам/достопримечательностям. Дети до 3 лет — дополнительная статья расходов.

О чём говорить: Просторные номера с кухней, дети до 3 лет бесплатно, уютная атмосфера, плотные шторы для дневного сна. Расположение рядом с озером Кабан и пешеходной улицей Баумана.

Командировки и длительное проживание тёплый

Кто: Деловые путешественники, вахтовики, фрилансеры, приезжающие на несколько недель. Ищут: «жильё для командировки Казань», «апартаменты длительное проживание Казань», «отель с кухней для командировки».

Что мешает: Необходимо место для работы, возможность готовить, стиральная машина, стабильный интернет. Дорогие рестораны и отели без кухни не подходят для долгого пребывания.

О чём говорить: Номера с полноценной кухней, стиральной машиной и кондиционером. Быстрый Wi-Fi, возможность оставить вещи после выписки

Туристы, ориентированные на центр и достопримечательности тёплый

Кто: Пары, компании друзей, одиночки, которые хотят быть в шаговой доступности от Кремля, Баумана, театров. Ищут: «отель в центре Казани», «апартаменты у Кремля Казань», «жильё рядом с Баумана».

Что мешает: Не хотят тратить время и деньги на транспорт, ищут максимально близкое расположение к главным точкам притяжения. Боятся шума от центра, но хотят оживлённой атмосферы.

О чём говорить: Расположение в центре — 20 минут до Кремля, рядом улица Баумана и озеро Кабан. При этом тихие номера с плотными шторами. Французский завтрак включён.

Ценочувствительные (недорого / выгода) тёплый

Кто: Экономные туристы, студенты, пары с ограниченным бюджетом. Ищут: «апартаменты Казань недорого», «дешёвый отель с кухней Казань», «скидка на проживание Казань».

Что мешает: Хотят получить максимум удобств за минимальные деньги, боятся скрытых платежей и низкого качества. Готовы сравнивать цены и акции.

О чём говорить: Доступные цены при прямом бронировании. Новые номера с кухней по цене обычного отеля

Функциональные апартаменты с кухней тёплый

Кто: Люди, которые принципиально хотят готовить сами (диета, экономия, привычка) или нуждаются в мини-кухне для особых условий. Ищут: «апартаменты с кухней Казань», «квартира с кухней посуточно», «отель»

Что мешает: В обычных отелях нет возможности приготовить еду или подогреть детское питание. Необходимы холодильник, плита, посуда, чайник, стиральная машина.

О чём говорить: Все номера оборудованы полноценной кухней: холодильник, варочная панель, чайник, посуда. Ежедневная уборка и свежая вода. Возможность завтрака в номер в любое время.

■ Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Целевая стратегия	Максимум конверсий
Когда переключаться	Когда кампания набирает 10 конверсии в неделю и держит их две недели подряд — алгоритму хватает данных, и стратегию переводят на «Максимум конверсий».
Каналы	Поиск, РСЯ и ретаргетинг — одной кампанией

■ Что отсекаем минус-словами

своими руками инструкция как сделать diy сделать самому бесплатно скачать курсы обучение вакансии работа реферат хостел общежитие комната рецепт приготовить койко-место ремонт дизайн проект мебель кухня под ключ установка стройматериалы перепланировка диплом программа строительство покупка

Спрос и продвижение посуточной аренды квартир в Казани

В Казани услуги посуточной аренды квартир ищут по словам «квартиры посуточно Казань», «апартаменты Казань», «квартиры посуточно Казань недорого». В июле спрос в пике: 40 803 показа в месяц — это в 3,35 раза больше среднего. Зимой, в феврале, таких запросов всего 974, так что бюджет на холодный сезон нужно снижать или перенастраивать. Самый частотный запрос — «квартиры посуточно Казань»: 4 970 показов. За ним идут «апартаменты Казань» (727 показов), «квартиры посуточно Казань недорого» (713) и «отели Казани цены» (705). Из формулировок собирается ядро кампании.

Сколько стоит реклама посуточной аренды квартир: клик, заявка и бюджет обучения

Клик по рекламе посуточной аренды квартир стоит 120 ₽ при полном охвате. Это та цена, по которой списывается клик в среднем по кампании. У отдельных запросов ставка входа в аукцион выше — например, у «квартиры посуточно Казань» 316–320 ₽, — но фактический платёж ниже и равен примерно 120 ₽. Ориентируйтесь на 120 ₽, когда считаете рекламный бюджет. Цена обращения, то есть заявки на бронирование, прогнозируется на уровне 2 073 ₽. По прогнозу возможна вилка 1 296–3 455 ₽ — это разброс оценки, а не гарантированный диапазон. Чтобы алгоритм Яндекса начал оптимизировать кампанию на заявки, ему нужно 10 конверсий в неделю. При цене заявки 2 073 ₽ это бюджет 20 730 ₽ в неделю, а за месяц — 89 139 ₽. Это минимальный рабочий бюджет для обучения; если готовы вкладывать больше, план считает комфортным 178 278 ₽ в месяц.

Как настроить Яндекс Директ для посуточной аренды квартир

В плане тематики каналы собраны в одну кампанию: поиск, рекламная сеть Яндекса (РСЯ) и ретаргетинг. В полной структуре РСЯ даёт 60% заявок, поиск — 30%, ретаргетинг — 10%. Пока месячный бюджет меньше 73 080 ₽, поиск не исчерпан: на деньги покупаются все доступные клики по целевым фразам, и именно поиск приносит большинство заявок. Дальше подключаются сети и ретаргетинг — охват без новых запросов. На старте достаточно одной поисковой кампании по горячим запросам; автоподбор внутри неё отключать нельзя, поэтому ограничьте категории автоподбора только теми, что относятся к аренде жилья.

Как продавать посуточную аренду квартир через Яндекс Директ: запросы и объявления

Соберите ядро из запросов, в которых есть тип жилья и гео: «квартиры посуточно Казань», «апартаменты Казань», «квартиры посуточно Казань недорого», «квартиры посуточно Казань без посредников», «снять квартиру на сутки Казань». Ставки входа у фраз разные — от 102 ₽ у «отели Казани цены» до 316–320 ₽ у самого частотного запроса. В минус-слова обязательно добавьте «хостел», «общежитие», «комната», «койко-место» — это запросы тех, кто ищет самое дешёвое жильё, у них низкий шанс забронировать апарт-отель. Также отсекайте «покупка», «ремонт», «дизайн», «своими руками», «инструкция», «бесплатно», «скачать»: слова приводят не гостей, а людей с другими задачами. Без минус-слов кампания тратит бюджет на нецелевые показы, и цена заявки уходит к верхней границе.

Что писать в объявлениях для посуточной аренды квартир

Объявление в тематике должно снимать главный страх гостя — что он увидит не то жильё или переплатит посреднику. Рабочие крючки из данных: «без посредников», «с кухней», «в центре», «французский завтрак», «дети до 3 лет бесплатно», «стиральная машина», «20 минут до Кремля», «рядом улица Баумана и озеро Кабан». Используйте в заголовках те же слова, что вводит гость: «Квартиры посуточно в Казани без посредников» или «Апартаменты с кухней и завтраком в центре». В тексте дайте один сильный аргумент, а остальные — в быстрых ссылках. Для сегмента компаний добавьте «бронирование

Что измерять, чтобы запуск посуточной аренды квартир не был вслепую

Главная метрика — заявка или бронирование, а не клик. Установите Яндекс Метрику и свяжите цель «бронирование» с кампанией; без алгоритм не узнает, какой клик привёл к результату. Для обучения ему нужно фиксировать 10 конверсий в неделю — две недели подряд. Только после стратегию можно переводить с «Максимум кликов» на «Максимум конверсий». Смотрите на цену обращения: если фактические заявки выходят выше вилки 1 296–3 455 ₽, это сигнал проверить минус-слова и тексты объявлений. Без счётчика реклама посуточной аренды квартир превращается в покупку кликов вслепую.

Типичные ошибки: посуточная аренда квартир

- Запускать с бюджетом 3 000 ₽ в месяц при цене заявки 2 073 ₽: кампания получает меньше одной заявки в день и не набирает статистику для обучения.
- Не исключать «хостел», «общежитие», «комнату»: на словах приходит нецелевой трафик, аукцион дорожает, а цена заявки уходит за верхнюю границу вилки.
- Считать ставку входа (например, 316–320 ₽ у «квартиры посуточно Казань») ценой клика: фактический клик стоит около 120 ₽, из-за ошибки легко отказаться от прибыльной связки.
- Переводить стратегию на «Максимум конверсий» до того, как кампания две недели держит 10 конверсий в неделю: алгоритм не успел обучиться и будет работать хуже.
- Ждать, что поиск даст неограниченный рост: с бюджетом выше 73 080 ₽ в месяц поисковый спрос исчерпан, и без РСЯ увеличение расходов не приносит новых заявок.

Чек-лист перед запуском

1. Установить Яндекс Метрику и цель «бронирование»; проверить, что цель фиксирует и звонок, и форму.
2. Собрать ядро из фраз «квартиры посуточно Казань», «апартаменты Казань», «без посредников», «в центре» — не больше 15.
3. Добавить минус-слова: хостел, общежитие, комната, койко-место, покупка, ремонт, своими руками.
4. Назначить недельный бюджет 20 730 ₽ и держать его до накопления 10 конверсий в неделю.
5. Дождаться 10 конверсий в неделю две недели подряд, затем перевести стратегию на «Максимум конверсий».

Сколько стоит реклама посуточной аренды квартир в Казани?

Цена клика — 120 ₽, цена обращения — 2 073 ₽. Обучение кампании требует 20 730 ₽ в неделю или 89 139 ₽ в месяц.

Как продавать посуточную аренду квартир через Яндекс Директ?

Соберите поисковые фразы с гео: «квартиры посуточно Казань» (4 970 показов), «апартаменты Казань» (727). Прибавьте минус-слова, поставьте счётчик и дайте кампании бюджет 20 730 ₽ в неделю.

Продвижение посуточной аренды квартир: с чего начать?

С проверки спроса: в июле по теме — 40 803 показа в месяц, пик в 3,35 раза выше среднего. Если вы в Казани, начните с фразы «квартиры посуточно Казань».

Как продвинуть посуточную аренду квартир в интернете?

Запускайте поисковую кампанию с точными фразами и минус-словами. Цена обращения в среднем — 2 073 ₽, вилка прогноза 1 296–3 455 ₽.

Как рекламировать посуточную аренду квартир, если бюджет ограничен?

При бюджете до 73 080 ₽ в месяц выгоднее только поиск по самым частотным запросам; сеть подключается позже, чтобы расширить охват после исчерпания поиска.

Когда подключать РСЯ для посуточной аренды квартир?

Когда бюджет поиска достигает 73 080 ₽ в месяц — это потолок по объёму запросов. Дальше РСЯ даёт охват на тех, кто ещё не искал, и добавляет заявки.

Какой бюджет нужен для результата?

От 20 730 ₽ в неделю, чтобы набрать 10 конверсий. Комфортный месячный бюджет для роста — 178 278 ₽.

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 «посуточная аренда квартир», 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.