

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · СТРОИТЕЛЬСТВО И РЕМОНТ

Реклама проектирования и строительства загородных домов в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · Москва, Москва и область

755 998

показов в месяц — ёмкость спроса

161 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 59 ₽

—

оценка вышла за правдоподобные пределы

1 022 884 ₽

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-proektirovanie-i-stroitelstvo-zagorodnyh-domov-moskva-n
Регион разбора	Москва, Москва и область

Как ищут: запросы и ставки

прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
строительство домов	170 226	340–377
строительство дома	170 199	339–377
каркасные дома	157 826	352–384
дом под ключ	107 912	345–363
построить дом	98 657	352–375
загородный дом	59 658	323–354
дома под ключ цена	29 461	339–359
дом под ключ цена	29 461	339–359
каркасный дом под ключ	19 874	374–389
дом под ключ московская область	18 103	366–381
строительство домов под ключ	9 937	454–502
строительство дома под ключ	9 937	454–502
проект дома под ключ	8 865	273–300
строительство каркасных домов	7 572	598–662
каркасное строительство домов	7 572	598–662
купить дом под ключ	5 430	263–270
дом под ключ недорого	5 311	232–240
сколько стоит построить дом	5 220	267–272
построить дом под ключ	4 994	323–346
строительство домов цены	4 504	372–401



В цифрах: январь — 574 558, февраль — 521 639, март — 687 958, апрель — 733 318, май — 627 478, июнь — 854 278, июль — 1 270 077, август — 1 164 237, сентябрь — 771 118, октябрь — 695 518, ноябрь — 665 278, декабрь — 521 639 показов.

Сколько это стоит

161 Р

цена клика при полном охвате

—

цена обращения
оценка до запуска

2 045 768 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	60%	59	27 893
РСЯ	40%	18	19 823

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	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
20 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
52 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
135 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
350 000	15	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
907 000	38	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
1 023 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
2 046 000	86	Рабочая кампания	1	4
2 349 000	99	Рабочая кампания	1	4
6 085 800	256	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 23 788 Р (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 1 022 884 Р/мес.

Строительство домов под ключ горячий

Кто: Владельцы участков или покупатели земли, которые хотят получить готовый дом «все включено» без погружения в детали. Ищут подрядчика для полного цикла: проект, фундамент, стены, кровля, инженерия, отде

Что мешает: Страх переплат, срывов сроков, скрытых работ. Хотят предсказуемый бюджет и сроки, чтобы избавиться от головной боли стройки.

О чём говорить: Предсказуемый результат: фиксированная стоимость, срок 3 месяца, гарантии 5 лет на каркас. Показываем дом в VR до начала стройки. Всё продумано и просчитано на старте.

Строительство быстровозводимых домов горячий

Кто: Семейные пары или инвесторы, которые хотят быстро въехать в дом. Ищут технологии, позволяющие построить дом за 2-4 месяца. Часто сравнивают модульные, каркасные, SIP-панели и кассетные технологии.

Что мешает: Долгие сроки традиционного строительства (до года), потеря времени. Хотят минимизировать время на стройке и сразу начать жить.

О чём говорить: Сборка как конструктор: LVL-каркас с ЧПУ-подготовкой, утепленные кассеты. Дом собирается на участке за недели, а не месяцы. Гарантированные сроки без сюрпризов.

Строительство домов из LVL тёплый

Кто: Технически подкованные заказчики, которые изучили LVL-брус и его преимущества: прочность, геометрия, отсутствие усадки. Ищут подрядчика, работающего именно с LVL.

Что мешает: Мало кто строит из LVL жилые дома, боятся экспериментов. Нужна уверенность в технологии и опыте подрядчика.

О чём говорить: Арочный каркас из LVL на ЧПУ-станках и стальные узлы – уникальная технология в России. Точность, долговечность, возможность больших пролётов (оранжерея, бассейн). Гарантия 5 лет на каркас.

Строительство каркасных домов тёплый

Кто: Люди, рассматривающие классический каркас как бюджетную и энергоэффективную технологию. Хотят понять, чем ваша версия лучше стандартного каркаса.

Что мешает: Мифы о каркасниках: низкая прочность, плохая шумоизоляция, сложности с эксплуатацией. Нужна экспертная аргументация и сравнение.

О чём говорить: Каркас нового поколения: LVL-элементы вместо доски, кассетное утепление PIR, металлочерепица с фальцем, тёплые алюминиевые окна. Дом премиум-класса по цене хорошего каркаса.

Проектирование домов тёплый

Кто: Заказчики, которые ищут архитектурный проект загородного дома. Часто уже имеют участок и хотят индивидуальную планировку. Могут прийти к строителям через проект.

Что мешает: Стандартные проекты не подходят, а разработка с нуля кажется дорогой и долгой. Хотят увидеть дом «вживую» до стройки.

О чём говорить: Комплексная предпроектная проработка: выезд на участок, оценка, концепция. 3D-модель и VR-тур – вы увидите дом до старта. Проект адаптирован под нашу технологию, что ускоряет и удешевляет стройку.

Построить дом холодный

Кто: Широкая аудитория на раннем этапе: только задумываются о собственном доме, собирают информацию, не готовы к покупке прямо сейчас.

Что мешает: Непонимание с чего начать, выбор технологии, страх ошибиться. Нужен понятный гид по строительству.

О чём говорить: Экспертный контент: как выбрать технологию, на что обратить внимание при выборе подрядчика. Приглашаем на экскурсию в построенный дом или в VR-шоурум.

● 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

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

Спрос на продвижение проектирования и строительства загородных домов

В Москве и области пользователи Яндекса вводят «строительство домов», «строительство дома», «каркасные дома», «дом под ключ», «построить дом» и «загородный дом». Суммарно по и близким запросам — 755 998 показов в месяц, а кликов — 37 800. Самые частые запросы — «строительство домов» и «строительство дома»: по 170 226 и 170 199 показов в месяц. Чуть реже спрашивают «каркасные дома» (157 826 показов) и «дом под ключ» (107 912 показов). Спрос сильно зависит от сезона. Пик приходится на июль, когда интерес значительно выше среднего. В августе — 1,53. В сентябре спрос возвращается к среднему (1,01), а с ноября по февраль падает: самый низкий месяц — декабрь и февраль с коэффициентом 0,68. Если планируете рекламу загородных домов, учитывайте, что с ноября по февраль количество запросов почти вдвое ниже июльского пика.

Кто ищет строительство домов и на какой стадии решения

Основной посетитель в нише — владелец участка или покупатель земли, который хочет получить готовый дом без погружения в детали. Он ищет подрядчика для полного цикла: проект, фундамент, стены, кровля, инженерия, отделка. Поэтому в запросах часто встречается «под ключ» — это означает, что человек хочет предсказуемый бюджет и сроки. Это горячая аудитория: она уже решила строить, а не думает, строить ли. Но вместе с готовностью приходят страхи: переплат, срывов сроков, скрытых работ. Поэтому в рекламе нужно закрывать возражения — например, фиксированной сметой и сроками в договоре.

Сколько стоит реклама домов под ключ: цена клика, заявки и бюджет на обучение

Средняя цена клика по тематике — 59 рублей. Цена заявки (человека, который оставил контакты или позвонил) — в среднем 23 788 рублей, но может быть от 14 868 до 39 647 рублей в зависимости от конкуренции. Это оценка на основе отрасли: собственные данные по конверсиям у большинства компаний пока не настроены.

Из 400 кликов получается примерно одна заявка: конверсия из клика в заявку — 0,25%. Для обучения автоматической стратегии Яндекса нужно 10 конверсий в неделю. Это значит, бюджет на обучение — около 1 022 884 рублей в месяц. При меньшем бюджете кампания не наберёт статистику, и система будет показывать объявления неточно. Комфортный бюджет, при котором кампания работает стабильно и даёт 20 конверсий в неделю, — 2 045 768 рублей в месяц. Это верхняя граница, но именно на таком бюджете можно рассчитывать на заявки по прямым запросам.

Как настроить Яндекс Директ для строительства домов: каналы и структура

В тематике основной канал — поиск. Люди сами вводят «строительство дома» или «каркасный дом под ключ», и ваше объявление появляется в момент, когда уже принято решение искать подрядчика. Поиск даёт примерно 60% обращений при цене клика 59 рублей и цене обращения 27 893 рубля.

Рекламная сеть Яндекса (РСЯ) подключается, когда бюджета хватает на обучение: её доля — 40%, клик дешевле (18 рублей), но обращения тоже дешевле — 19 823 рубля. Однако на малых бюджетах РСЯ не работает: приходится концентрироваться на поиске. В Яндекс Директе настройка выглядит так: одна кампания, внутри — отдельные группы под горячие запросы. Когда бюджет переваливает за 1 миллион рублей в месяц, добавляются сети и ретаргетинг, чтобы догонять тех, кто уже заходил на сайт.

Какие запросы брать, а какие отсекать минус-словами

Основные рабочие запросы — «строительство домов», «строительство дома», «каркасные дома», «дом под ключ», «построить дом», «загородный дом». Они дают больше всего показов и подходят под услуги полного цикла.

Из списка стоит исключить запросы с «недорого»: «дом под ключ недорого» показывает 5 311 показов в месяц, но цена клика там ниже — 232–240 рублей, и аудитория не соответствует премиальному сегменту. То же с «сборные дома» — показы есть, но цена клика 166–174 рубля, а такие дома редко относятся к премиум-строительству.

Для услуги строительства загородных домов под ключ не нужны запросы «построить дом своими руками», «ремонт дома» или «проект дома» без привязки к строительству. Их стоит отсекать минус-словами, чтобы не тратить бюджет на праздный интерес.

Что писать в объявлениях о строительстве домов

Читатель ищет подрядчика и боится, что его обведут вокруг пальца. В объявлении нужно прямо отвечать на страхи:

весь цикл.

Полезно указывать число, которое выделяет вас, — но только то, что есть в данных: например, «работаем по Москве и области». Если у вас есть типовые проекты, укажите их. Конкретика вроде «от 4 месяцев под ключ» работает лучше общих обещаний.

Что измерять, чтобы реклама строительства домов окупалась

Без измерений запуск рекламы бессмыслен. Настройте счётчик Яндекс.Метрики и цели: отправка формы, звонок или заявка. Тогда вы увидите реальную цену заявки и долю рекламных расходов (ДРР) — сколько процентов от стоимости заказа уходит на рекламу.

Средняя цена заявки 23 788 рублей, а чтобы реклама окупалась при марже, средний чек должен быть минимум 47 576 рублей — тогда доля рекламных расходов не превысит 50%. Комфортная доля — 10%: для этого нужен чек около 237 880 рублей. Попробуйте цифры к своей экономике.

Также следите за сезонностью: в июле спрос выше, и конкурентов больше, поэтому бюджет на лето нужно закладывать с запасом.

Типичные ошибки: проектирование и строительство загородных домов

- Запускать рекламу с бюджетом 3 000 рублей в месяц и ждать заявки: кампания не наберёт статистику, и алгоритмы будут сливать бюджет.
- Не ставить счётчик целей: без конверсий не понять, какие запросы окупаются, и Яндекс не сможет обучать стратегии.
- Показываться по запросам «недорого» в премиальном сегменте: цена клика ниже, но заявки не соответствуют профилю.
- Не учитывать сезонность: зимой спрос падает, а бюджет остаётся тем же.
- Смешивать поиск и РСЯ в одной кампании без достаточного бюджета: алгоритм учится непредсказуемо.

Чек-лист перед запуском

1. Настроить Яндекс.Метрику и цели (звонок, заявка).
2. Проверить, что при заявке приходит уведомление.
3. Собрать семантику: главные запросы «строительство домов», «дом под ключ», «каркасные дома».
4. Добавить минус-слова: «недорого», «своими руками», «ремонт».
5. Настроить одну кампанию на поиске, первые дни по кликам.

Сколько стоит реклама проектирования и строительства загородных домов?

Средняя цена клика — 59 рублей, а заявка — около 23 788 рублей. Но для обучения алгоритма нужно минимум 1 022 884 рубля в месяц, иначе кампания не наберёт статистику.

Какой бюджет нужен, чтобы реклама строительства домов работала?

Рабочий бюджет, при котором кампания обучается и даёт стабильные заявки, — около 2 045 768 рублей в месяц. Бюджет до 187 000 рублей — это красная зона, заявок будет мало.

Когда начинать рекламу, чтобы успеть к сезону?

Пик спроса — июль и август. Запускайте рекламу минимум за месяц до этого, чтобы система успела собрать данные и выйти на стабильные заявки.

Какие запросы приносят заявки, а какие — пустые клики?

Горячие запросы — «строительство домов», «дом под ключ», «каркасные дома». Пустые клики — «недорого», «своими руками», «ремонт»: они привлекают нецелевую аудиторию.

Нужна ли реклама зимой, если строительный сезон летом?

Зимой спрос падает почти вдвое (коэффициент 0,68 в декабре и феврале), но конкуренция тоже ниже. Если вы готовы брать заказы на следующий сезон, можно поддерживать минимальное присутствие.

Как измерить, окупается ли реклама?

Настройте цели в Яндекс.Метрике и считайте долю рекламных расходов (ДРР). Чтобы реклама окупалась, средний чек должен быть минимум 47 576 рублей при ДРР 50%, а для комфортных 10% — около 237 880 рублей.

Какие объявления привлекают владельцев участков?

Объявления с фиксированной сметой, сроками в договоре и поэтапной оплатой. Упоминание «под ключ» снижает страх скрытых работ.

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 «проектирование и строительство загородных домов», 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.