

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · МЕДИЦИНА И КЛИНИКИ

Реклама стоматологических услуг в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · Москва

37 107

показов в месяц — ёмкость спроса

241 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 54 ₽

679–1 810 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

46 698 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

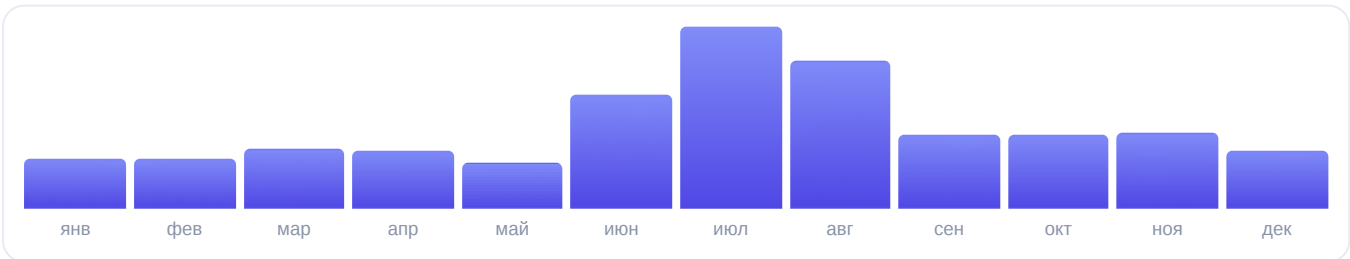
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-stomatologicheskie-uslugi-moskva
Регион разбора	Москва

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
ортопед стоматолог	23 651	187–189
стоматология цены	10 401	536–551
лечение десен	4 082	174–184
коронки на имплантах	3 982	615–662
хорошая стоматология	3 691	708–743
цена зубного протеза	3 358	552–570
временные коронки	3 287	275–282
стоматит чем лечить	2 679	84–86
импланты зубов цены	2 524	1 374–1 388
накладки на зубы	2 137	204–220
стоматология москва цены	1 314	843–879
стоматолог цена	1 211	655–681
лечение зубов цена	1 026	975–986
стоматология удаление зуба	878	682–734
виниры стоимость	665	584–588
временная коронка на зуб	463	321
лечение десен цена	123	152–169
лечение дисфункции внчс	69	696
доктор демидов стоматология	11	217
ал он 4 имплантация	2	—

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 22 635, февраль — 22 635, март — 26 717, апрель — 26 346, май — 21 151, июнь — 51 579, июль — 81 264, август — 66 422, сентябрь — 33 396, октябрь — 33 025, ноябрь — 34 138, декабрь — 26 346 показов.

● Сколько это стоит

241 ₽

цена клика при полном охвате

1 086 ₽

цена обращения
оценка до запуска

93 396 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	54	1 086

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	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	5	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
18 000	17	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
33 000	31	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
47 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
61 000	56	Кампания наберёт данные	1	4
94 000	86	Рабочая кампания	1	4
112 000	103	Рабочая кампания	1	4
204 000	188	Рабочая кампания	3	16
373 584	344	Рабочая кампания	5	75

Расчёт по цене обращения 1 086 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 46 698 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Имплантация зубов горячий

Кто: Люди с отсутствием одного или нескольких зубов, ищущие постоянное решение, часто сравнивают цены и методики.

Что мешает: Потеря зуба, неудобство при жевании, эстетический дефект, страх перед болью и долгим лечением.

О чём говорить: Комфортная имплантация с цифровым сканированием, 3D-томографией и работой под микроскопом. Установка премиум-имплантов Straumann, седация для безболезненности. AI-ассистент контролирует процесс.

Имплантация All-on-4 горячий

Кто: Пациенты с полной или почти полной адентией на одной челюсти, желающие быстрое и экономичное решение на имплантах.

Что мешает: Полное отсутствие зубов, невозможность нормально есть и улыбаться, стеснение, потребность в быстром результате.

О чём говорить: Методика All-on-4 — Планирование по 3D-снимку, фиксация несъемного протеза на 4 имплантах. Лечение под седацией, детальный фотопротокол каждого этапа

Имплантация All-on-6 (Straumann) горячий

Кто: Люди, которым нужна максимальная надежность при полном восстановлении челюсти, готовые инвестировать в премиум-методику.

Что мешает: Желание получить самый долговечный и физиологичный результат, страх повторного протезирования.

О чём говорить: All-on-6 на имплантах Straumann — элитная реставрация челюсти. Несъемный протез на 6 опорах, работа под микроскопом, цифровое сканирование вместо слепков. Завтрак уже на следующий день.

Виниры горячий

Кто: Клиенты, недовольные формой, цветом или мелкими дефектами передних зубов, стремящиеся к голливудской улыбке.

Что мешает: Эстетический дискомфорт, неуверенность в улыбке, желание быстрого преображения без серьезного вмешательства.

О чём говорить: Виниры за 2 посещения — керамические E-max и композитные. Цифровой дизайн улыбки, сканирование вместо слепков, примерка до фиксации. Фотопротокол для идеального результата.

Виниры E-max горячий

Кто: Эстетически требовательные пациенты, осознанно выбирающие премиум-керамику для виниров.

Что мешает: Потребность в самых эстетичных, прочных и биосовместимых винирах, желание избежать сколов и потемнений.

О чём говорить: Тончайшие виниры из высокопрочной керамики E-max — максимальная прозрачность и естественный вид. Изготовление по цифровому слепку, работа с увеличением, гарантия эстетики на годы.

Керамические накладки E-max тёплый

Кто: Пациенты с частичным разрушением жевательных зубов, желающие избежать коронок и сохранить здоровые ткани.

Что мешает: Страх перед обточкой под коронку, желание минимально инвазивного восстановления, потребность в долговечной реставрации.

О чём говорить: Микропротезирование накладками E-max — сохранение зуба без обточки. Точное восстановление анатомии под микроскопом, цифровое моделирование, идеальная биосовместимость.

■ 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 считаем обращением	Заявка с формы записи

■ Что отсекаем минус-словами

бесплатно

инструкц

курсы

обучение

вакансия

скачать

торрент

реферат

курсовая

диплом

вакансии

резюме

своими руками

бу

б у

Спрос и продвижение стоматологических услуг: сколько ищут и какими словами

Москвичи набирают в поиске запросы о стоматологии 37 107 раз в месяц, клик получается в 1 855 случаях. Самый частый запрос — «ортопед стоматолог»: 23 651 показ. Он означает, что человек ищет конкретного специалиста и, скорее всего, готов записаться на приём. На втором месте — «стоматология цены» (10 401 показ): пациент сравнивает клиники и ищет адекватный прайс. Дальше — «лечение десен» (4 082), «коронки на имплантах» (3 982), «хорошая стоматология» (3 691) и «цена зубного протеза» (3 358). Все формулировки — коммерческие: человек решает задачу, а не изучает теорию.

Спрос гуляет по сезону: в июле он в 2,12 раза выше среднемесячного уровня, в августе — в 1,74 раза. Конкретные показы в июле достигают 78 667, в августе — 64 566. Самый тихий месяц — май: 20 409 показов. Планируя рекламу, закладывайте летний пик: в это время цена заявки может вырасти, но и поток пациентов выше.

Кто ищет стоматологические услуги и на какой стадии решения

В стоматологии выделяются два уровня потребности. Первый — пациенты с потерей одного или нескольких зубов. Они уже понимают, что нужна имплантация, но откладывают из-за страха боли, долгого лечения и сомнений в результате. Люди сравнивают методики и цены, поэтому им нужны конкретные детали: цифровое сканирование, 3D-томография, работа под микроскопом. Второй — пациенты с полной или почти полной адентией на одной челюсти. Для них важно вернуть жевательную функцию и внешний вид быстро и без затяжного лечения. Здесь работает идея имплантации All-on-4 — экономичного способа восстановить зубной ряд. Обе группы находятся в «горячей» стадии: услуга уже выбрана, осталось выбрать клинику.

Сколько стоит реклама стоматологических услуг: клики, заявки и бюджет на обучение

Средняя цена клика в рекламе стоматологии — 54 рубля. Но по конкурентным процедурным запросам она заметно выше: «импланты зубов цены» стоит 1 374–1 388 рублей за клик, «хорошая стоматология» — 708–743, «стоматолог цена» — 655–681. Цена заявки (человек оставил контакты или позвонил) ориентировочно 1 086 рублей, диапазон — от 679 до 1 810 рублей.

Чтобы автоматическая стратегия Яндексa начала правильно распределять бюджет, ей нужна статистика: 10 и более конверсий в неделю. Бюджет, который даёт такой объём обучения, — от 46 698 рублей в месяц. При бюджете 3 000–42 000 рублей заявок в неделю будет меньше, и автоматика не обучится: цена заявки окажется выше расчётного потолка. Бюджет 93 396 рублей в месяц приводит к 86 заявкам в месяц и считается комфортным. Полный потенциал спроса — около 100 170 показов в месяц.

Как настроить Яндекс Директ для стоматологических услуг: структура кампаний

На старте работает одна поисковая кампания по самым горячим запросам. Поиск даёт 100% кликов в стоматологии; рекламная сеть Яндексa (РСЯ) — площадки партнёров, где показываются объявления с картинками, — подключается, когда бюджет достигает 47 000 рублей в месяц. Дальше кампания копит конверсии и переходит на оптимизацию по заявкам. Не смешивайте Поиск и РСЯ на старте: алгоритму будет труднее понять, какой канал приводит заявки. Полную связку (Поиск + РСЯ + ретаргетинг) стоит включать, когда в неделю набирается 30 конверсий.

Автоматический подбор ключевых слов в тематике лучше ограничить: он может добавить

информационные запросы вроде «стоматит чем лечить», которые не ведут к записи

Семантика и минус-слова для стоматологических услуг: что брать и что отсекаать

Основу семантики — набора ключевых фраз, по которым Яндекс показывает объявления — составляют запросы с готовностью к действию. Для стоматологии это «ортопед стоматолог», «коронки на имплантах», «цена зубного протеза», «временные коронки», «виниры стоимость», «лечение десен цена». Запрос «стоматология цены» показывает человека на этапе сравнения; ему нужна страница с ценами. Слово «цена» в запросе — хороший сигнал коммерческой цели.

Отдельного внимания заслуживают информационные запросы: «стоматит чем лечить» (84–86 рублей за клик) — это обращение за медицинской консультацией, а не выбор клиники. Если вы не готовы публиковать полезные статьи и мягко подводить к записи, такие запросы убирают в минус-слова (отрицательные ключевые слова, которые запрещают показ), чтобы не тратить бюджет.

Что писать в объявлениях о стоматологических услугах: углы для разных пациентов

Для пациентов с потерей зубов главный страх — боль и долгий процесс. В объявлении дайте снятие страха: «комфортная имплантация», «цифровое сканирование», «3D-томография», «работа под микроскопом», «седация — без боли». Для пациентов с полной адентией — акцент на скорости и надёжности: метод All-on-4 восстанавливает зубной ряд в экономичной форме и возвращает возможность нормально жевать и улыбаться.

В обоих случаях упомяните, что работают с премиальными имплантами, — для аудитории важен высокий уровень клиники. Называйте точные процедуры без канцелярита: «имплантация», «коронка на импланте», «виниры», «лечение десен». Человек должен сразу понять, что вы делаете именно его случай.

Что и как измерять в рекламе стоматологических услуг

Без отслеживания заявок запуск бессмысленен: Яндекс не увидит конверсии и не сможет обучить автостратегию. Первым делом настройте цели: звонок с сайта, отправка формы, клик по номеру телефона. Цена заявки — ключевая метрика. Ориентир 1 086 рублей, верхняя граница 1 810 рублей. Конверсия 5% — расчётная, после 50 заявок заменяйте её реальной. Следите за ценой клика по процедурам: если «лечение десен» стоит 174–184 рубля, а «импланты зубов цены» — 1 374–1 388, то бюджет в первую очередь уходит на дорогие клики. Важно распределять ставки так, чтобы заявка от дорогого запроса окупалась. Без аналитики реклама стоматологии превращается в расход на клики, а не на пациентов.

Что потребует Яндекс перед запуском рекламы стоматологических услуг

Для показа рекламы о стоматологических услугах понадобится действующая медицинская лицензия. Её нужно предоставить в Яндекс. Без лицензии разрешена реклама информационных материалов — статей о здоровье зубов, которые не предлагают услуги напрямую. Такая реклама приводит не заявки, а читателей.

Типичные ошибки: стоматологические услуги

- Запуск с бюджетом 3 000–42 000 рублей в месяц: автостратегия не получает 10 конверсий в неделю, заявки дорожают.
- Смешивание поиска и РСЯ в одной кампании в первый месяц — алгоритм не понимает, где брать заявки.
- Включение информационного запроса «стоматит чем лечить» в коммерческую кампанию без посадочной страницы с консультацией.
- Запуск без медицинской лицензии — Яндекс не пропустит рекламу, а информационные материалы не дадут заявок

Чек-лист перед запуском

1. Подготовить действующую медицинскую лицензию.
2. Выбрать гео — Москва.
3. Собрать коммерческую семантику: ортопед стоматолог, коронки на имплантах, цена зубного протеза, виниры стоимость.
4. Отделить информационные запросы (стоматит чем лечить) в минус-слова или отдельную кампанию.
5. Настроить цели: звонок, форма, клик по телефону.

Что потребует Яндекс перед запуском

Для рекламы стоматологических услуг необходимо предоставить действующую медицинскую лицензию. Также можно рекламировать информационные материалы без прямого предложения услуг.

■ Вопросы владельцев бизнеса

Сколько стоит реклама стоматологических услуг в Москве?

Клик в среднем стоит 54 рубля, заявка — около 1 086 рублей. Для обучения автоматической стратегии нужно не менее 46 698 рублей в месяц.

Почему цена клика по «имплантам зубов цены» такая высокая?

Запрос очень горячий: человек уже ищет имплантацию и сравнивает клиники. Конкуренция высокая, поэтому клик достигает 1 388 рублей, но и вероятность заявки высокая.

Можно ли запустить рекламу стоматологии без медицинской лицензии?

Можно только информационные материалы без прямого предложения услуг. Это не даст заявок; для записей на приём нужна лицензия.

Когда подключать рекламную сеть Яндекса в продвижении стоматологии?

Когда бюджет стабильно выше 47 000 рублей в месяц и поисковая кампания набрала не менее 10 конверсий в неделю. Раньше сеть будет размывать статистику.

Что важнее — цена клика или цена заявки?

Цена заявки. Ориентиры — 1 086 и потолок 1 810 рублей. Если заявка укладывается в значения, реклама работает, даже если клик кажется дорогим.

Почему летом спрос на стоматологические услуги растёт?

Июльский пик в 2,12 раза выше среднемесячного. Люди планируют лечение в отпусках. К нужно готовить бюджет и объявления заранее.

Как отличить запросы, которые приведут пациентов, от бесполезных?

Берите запросы с конкретной услугой и словом «цена»: коронки на имплантах, имплантация, протезирование. Отсекайте вопросы «чем лечить» — они ведут к самолечению, а не к визиту в клинику.

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.

показывает первый месяц работы кампании по Яндекс Метрике.