

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · СТРОИТЕЛЬСТВО И РЕМОНТ

Реклама строительства бань и домов под ключ в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, август 2026 · вся Россия

951 852

показов в месяц — ёмкость спроса

23 ₽

цена клика по прогнозу Яндекса

2 368–6 313 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

162 884 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

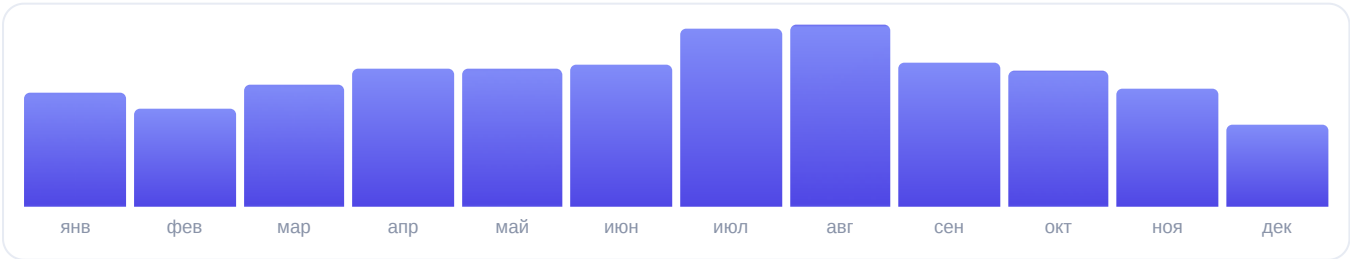
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	https://kdirect.ru/reklama/reklama-stroitelstvo-ban-i-domov-pod-klyuch
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	ЦЕНА КЛИКА, ₽
каркасные дома	654 757	240–268
бани под ключ	120 996	145–153
баня под ключ	120 990	145–153
каркасные дома под ключ	91 753	284–296
каркасные бани	72 885	146–172
проекты бань	60 214	107–120
деревянная баня	50 053	87–97
деревянные бани	50 052	87–97
бани из бруса	45 037	175–199
цена бани под ключ	37 251	120–127
баня под ключ цены	37 251	120–127
проект каркасного дома	31 908	196–215
проекты каркасных домов	31 908	196–215
брусовые дома	23 004	210–247
планировки бань	20 257	104–111
каркасный дом под ключ цена	19 015	250–268
каркасные дома под ключ цены	19 015	250–268
бани из дерева	18 273	75–82
дома из бруса под ключ	16 387	333–345
дом из бруса под ключ	16 387	333–345

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 723 408, февраль — 618 704, март — 761 482, апрель — 866 185, май — 866 185, июнь — 894 741, июль — 1 123 185, август — 1 142 222, сентябрь — 904 259, октябрь — 856 667, ноябрь — 742 445, декабрь — 514 000 показов.

● Сколько это стоит

23 ₽

цена клика

3 788 ₽

цена обращения
оценка до запуска

325 768 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	23	3 783

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
6 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
13 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
27 000	7	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
57 000	15	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
120 000	32	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
163 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
250 000	66	Кампания наберёт данные	1	4
326 000	87	Рабочая кампания	1	4
524 000	140	Рабочая кампания	3	16
1 094 639	291	Масштаб за пределом поиска	3	16

Расчёт по цене обращения 3 788 ₽ (отраслевой бенчмарк — ориентировочно). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 162 884 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Строительство бани под ключ горячий

Кто: Частные лица, которые хотят построить баню на участке, ищут подрядчика, ещё не определились с материалом, готовы к заказу.

Что мешает: Нужна баня под ключ в срок и по фиксированной цене, без скрытых платежей и посредников.

О чём говорить: Строим бани из бруса и каркасные под ключ от производителя. Без предоплаты, бесплатные изменения в проекте, фиксированная цена.

Баня из бруса под ключ горячий

Кто: Ищут именно деревянную баню из бруса, ценят традиции и натуральность, хотят проекты и цены.

Что мешает: Найти качественную баню из бруса с установкой, без переplat, с официальным договором.

О чём говорить: Бани из бруса под ключ от производителя. Проекты от 3х4 до 6х6, окна и дверь в подарок, без предоплаты.

Каркасная баня под ключ горячий

Кто: Рассматривают каркасную баню как более быстрый и экономичный вариант, ищут цены и условия.

Что мешает: Хотят недорогую, но теплую и долговечную баню, боятся «домика из палок», нужны понятные условия и быстрое возведение.

О чём говорить: Каркасные бани под ключ с гарантией 3 года. Фиксированная цена, оплата по факту привоза материалов, проекты с отделкой.

Проекты бань тёплый

Кто: Пользователи на этапе выбора планировки и размера, смотрят готовые решения, возможно, для дальнейшего заказа.

Что мешает: Нужно вдохновение и понимание, какие бывают планировки, как всё будет выглядеть на участке, не хватает готовых решений.

О чём говорить: Более 100 типовых проектов бань из бруса и каркасных. Посмотрите планировки 4х6, 6х6 и другие, любые изменения бесплатно.

Стоимость и расчет бани тёплый

Кто: Потенциальные заказчики, которые хотят понимать бюджет, сравнивают цены, ищут калькулятор или смету.

Что мешает: Неизвестна точная стоимость, страх переplatить или столкнуться с неожиданными тратами в процессе.

О чём говорить: Посчитаем стоимость вашей бани бесплатно. Фиксированная цена в договоре, без предоплаты, все материалы учтены.

Надежный подрядчик для бани тёплый

Кто: Люди, которые боятся нарваться на недобросовестных строителей, ищут гарантии и отзывы, хотят спокойствия.

Что мешает: Страх, что обманут, скроют косяки, потребуют предоплату и пропадут, нужна уверенность в добросовестности.

О чём говорить: Строим бани с 2010 года. Официальный договор, никакой предоплаты, гарантия 3 года и рейтинг 5,0 на Яндекс. Вы платите, только когда видите материалы.

■ 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 с формы (отправка любой формы), Звонок по номеру
Без чего запускать бессмысленно	Подключить коллтрекинг с подменой номера (звонок = конверсия) и добавить СТА «Позвонить менеджеру за консультацией» — это позволит измерять конверсию даже без форм и доступов к счётчику.

■ Что отсекаем минус-словами

скачать инструкц торрент реферат курсовая диплом вакансия вакансии резюме

своими руками бу б у

Спрос на продвижение строительства бань и домов под ключ: цифры и сезонность

Строительство бань и домов под ключ — одна из самых устойчивых ниш в Яндекс Директе. В месяц по всем входящим запросам набирается 951 852 показа. Пользователи кликают по рекламе 47 593 раза. Значит, рекламный трафик стабилен, и деньги на кампанию не уйдут в пустоту.

Основной массив запросов приходится на «каркасные дома» — 654 757 показов в месяц. Затем идут «бани под ключ» и «баня под ключ» — по 120 990–120 996 показов каждая формулировка. «Каркасные дома под ключ» дают 91 753 показа, «каркасные бани» — 72 885. Спрос на бани размазан по уточняющим запросам: «бани из бруса» — 45 037, «проекты бань» — 60 214, «деревянные бани» — 50 052.

Сезонность жёсткая. Пик — июль и август (коэффициент 1,18–1,20 к среднемесячному значению). Декабрь — провал: 0,54 от среднего. Поэтому бюджет лучше планировать с привязкой к сезону: зимой ставки снижать, к весне и лету — заблаговременно повышать.

Кто ищет строительство бань и домов под ключ: стадия решения

Частные лица, которые хотят построить баню на участке, ещё не определились с материалом, но готовы к заказу — это основная аудитория сегмента «Строительство бани под ключ». Их главная боль — получить баню в срок по фиксированной цене, без скрытых платежей и посредников.

В запросах это видно по уточнениям. «Цена бани под ключ» (37 251 показ) — человек уже прошёл стадию выбора и сравнивает сметы. «Проекты бань» (60 214 показов) — стадия планирования: нужна помощь с выбором планировки, но интерес к услуге есть. «Баня под ключ недорого» (14 613 показов) — готовность заказать, но с ограничением по бюджету.

Для домов логика похожая: «проект каркасного дома» (31 908 показов) — выбор проекта, а «каркасный дом под ключ цена» (19 015 показов) — уже готовность к заказу.

В рекламе сообщения надо разделять. Тем, кто только присматривается, показывать проекты и материалы. Тем, кто готов заказывать, — конкретные условия: сроки, гарантия, фиксированная цена.

Сколько стоит реклама строительства бань и домов под ключ в Яндекс Директе

Средняя цена клика по нише — 23 ₽. В аукционе по конкретным запросам ставки отличаются сильно: «каркасные дома под ключ» дают цену клика от 284 до 296 ₽, «дома из бруса под ключ» — от 333 до 345 ₽, «деревянная баня» — от 87 до 97 ₽. Поэтому в структуре кампании выбирается Поиск: там можно управлять ставками и на старте концентрироваться на самых горячих запросах.

Цена обращения (заявки) по отраслевому ориентиру — 3 788 ₽. В зависимости от набора запросов и конкуренции она будет в диапазоне 2 368–6 313 ₽. Это расчётная цифра, а не ваша конкретная. Свою вы увидите после накопления статистики.

Чтобы алгоритмы Яндекса обучились, кампании нужно 10 заявок в неделю. При средней цене заявки 3 788 ₽ это бюджет от 37 880 ₽ в неделю, то есть около 162 884 ₽ в месяц. Это порог, после которого кампания выходит из «красной» зоны. Для полноценной работы заложите от 325 768 ₽ в месяц.

Как настроить Яндекс Директ на строительство бань и домов под ключ

Начинайте с одной кампании на Поиске. Она должна охватывать горячие запросы, где человек уже выбирает подрядчика: «бани под ключ», «каркасные дома». Добавляйте ценовые уточнения типа «баня под ключ недорого». Бюджет 163 000 ₽ в месяц даёт примерно 10 заявок в неделю, и кампания выходит на режим обучения.

Когда Поиск стабильно приносит 20–30 конверсий в неделю, подключайте РСЯ — рекламную сеть

догоняющий канал: она возвращает тех, кто видел ваше объявление, но не кликнул.

На бюджете от 524 000 ₽ в месяц кампании дробят: отдельно Поиск, отдельно РСЯ, отдельно ретаргетинг (показы тем, кто уже заходил на сайт) и автотаргетинг (Яндекс сам подбирает людей, похожих на ваших клиентов). Так проще управлять ставками и видеть, какой канал реально даёт заявки.

Не сливайте Поиск и РСЯ в одну кампанию на старте: у них разные модели поведения. На Поиске человек ищет «строительство бани под ключ», в сетях его нужно заинтересовать. Вместе алгоритм усредняет сигналы, и вы не поймёте, откуда пришли заявки.

Семантика и минус-слова: какие запросы берём в кампанию

Семантическое ядро (набор фраз, по которым показывается реклама) в тематике делится на три группы. Первая — горячие запросы с намерением заказать. К ним относятся «бани под ключ» и «каркасные дома под ключ»: человек уже готов идти к подрядчику.

Вторая — информационные. Люди ищут «проекты бань» или «планировки бань», чтобы понять, что заказывать. Здесь реклама должна работать на вовлечение: предложить бесплатный расчёт, показать примеры.

Третья — уточняющие связки. «Недорого», «цена», «московская область» — человек явно задаёт условия, и это повышает конверсию.

Минус-слова (запросы, при которых реклама не показывается) должны отсекают всё, что не связано с заказом строительства. Типичные исключения: «своими руками», «скачать проект», «бесплатно», «ремонт бани». Если человек ищет инструкцию, а не подрядчика, показывать рекламу ему бессмысленно — это сожжёт бюджет и испортит поведенческие факторы.

Что писать в объявлениях для строительства бань и домов под ключ

Главный страх клиента — скрытые платежи и удорожание по ходу стройки. Поэтому в объявлениях обязательно фигурирует фиксированная цена и отсутствие предоплаты. Для сегмента «баня под ключ» из данных рабочих шаблон: «Строим бани из бруса и каркасные под ключ. Без предоплаты, бесплатные изменения в проекте, фиксированная цена».

Для домов подчеркивайте технологию: «каркасные дома под ключ» или «дома из бруса под ключ». В заголовки выносите слова, которые уже говорит пользователь: «цена бани под ключ», «проекты каркасных домов». В тексте объявления дайте один конкретный аргумент, а не весь список услуг.

Если человек пришёл с запросом «проекты бань», предложите бесплатную консультацию по планировке или готовые варианты. Если запрос «баня под ключ недорого» — покажите пример расчёта и условия, при которых смета не вырастет.

Что измерять в рекламе строительства бань и домов под ключ

Запуск без аналитики в нише — выбрасывание денег. Настройте в Метрике цели: отправка формы, звонок, заявка. Каждой цели присвойте ценность в деньгах. Нормальная доля рекламных расходов (ДРР) для тематики — 10% от выручки, предельная — 50%. Ориентируйтесь на вилку, но считайте по своим цифрам. Следите за ценой заявки (cost per lead). Расчётный ориентир по нише — 3 788 ₽, диапазон 2 368–6 313 ₽. Расчётная конверсия из клика в заявку — 0,6%. До накопления 20–30 заявок цифры будут прыгать — не делайте выводов из первых 10 кликов.

Обязательно разметьте рекламные кампании по целям и сравните цену заявки в Поиске и РСЯ. Если РСЯ даёт заявки заметно дороже Поиска, сокращайте показы в сетях.

Типичные ошибки: строительство бань и домов под ключ

- Запускать кампанию с бюджетом до 163 000 ₽ в месяц и ждать стабильный поток заявок. Без 10 конверсий в неделю алгоритм не обучается, цена обращения растёт.
- Собирать семантику «все подряд»: информационные запросы без коммерческой цели забирают бюджет, но не приводят к заказу.

- Не добавлять минус-слова «своими руками», «скачать», «бесплатно». Такие клики только увеличивают расходы.
- Игнорировать сезонность: держать одинаковый бюджет и ставки зимой, когда спрос падает до 0,54 от среднего, и не готовиться к августу.
- Запускать РСЯ одновременно с Поиском на старте, не разделив кампании. Непонятно, откуда заявки, и оптимизация идёт по усреднённому сигналу.

Чек-лист перед запуском

1. Определите бюджет на обучение: от 162 884 ₽ в месяц.
2. Соберите семантику из горячих запросов: «бани под ключ», «каркасные дома под ключ», «баня под ключ цены».
3. Добавьте минус-слова: «своими руками», «бесплатно», «скачать проект».
4. Настройте цели в Метрике и присвойте им ценность до запуска.
5. Создайте одну кампанию на Поиске, сконцентрируйте бюджет на самых горячих фразах.
6. Дождитесь 10 конверсий в неделю, затем повышайте бюджет до 325 768 ₽ и подключайте сети.
7. Используйте в объявлениях аргументы: без предоплаты, фиксированная цена, бесплатные изменения в проекте.
8. Сравнивайте цену заявки по каналам, отключайте убыточные.

■ Вопросы владельцев бизнеса

Сколько нужно денег на рекламу строительства бани под ключ?

Чтобы кампания обучилась, нужно не меньше 162 884 ₽ в месяц. На меньшем бюджете заявки будут дороже расчётных 3 788 ₽, потому что алгоритм не набирает статистику.

Когда запускать рекламу, если я строю бани?

Пик спроса — июль и август. В декабре он падает до 0,54 от среднего. Запустите кампанию весной, чтобы до сезона накопить данные и выйти на пик с отлаженными объявлениями.

Почему цена заявки у меня выше, чем 3 788 ₽?

Это отраслевой ориентир, а не гарантия. Если бюджет небольшой, вы попадаете в красную зону, где кампания не обучается; цена обращения может подниматься до 6 313 ₽. Дорогие запросы — «дома из бруса под ключ» — тоже увеличивают стоимость заявки.

Нужно ли показываться в рекламной сети Яндекса?

На старте нет. РСЯ подключайте, когда поисковая кампания стабильно даёт 20–30 конверсий в неделю и нужно расширять охват. Для малых бюджетов сеть увеличит расходы без гарантии заявок.

Какой запрос самый дешёвый в тематике?

Среди всех ключевых фраз тематики самый низкий диапазон цены клика у запроса «деревянная баня» — 87–97 ₽. Но это менее горячий спрос. «Баня под ключ недорого» стоит около 138–145 ₽ за клик и показывает сильное намерение.

Сколько заявок я получу при бюджете 163 000 ₽ в месяц?

По расчёту — около 10 заявок в неделю и 43 в месяц. Это при цене заявки 3 788 ₽. Но цифра ориентировочная; реальная зависит от сайта, объявлений и качества трафика.

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 «строительство бань и домов под ключ», 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.