

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ

# Реклама кормов для животных в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, июнь 2026 · вся Россия

**67 306**

показов в месяц — спрос по семантике плана

**39 ₽**

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 24 ₽

**961 ₽**

цена обращения (оценка до запуска)

**41 323 ₽**

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-tovary-dlya-zhivotnyh-korma |
| Регион разбора  | вся Россия                                             |

● КАК ИЩУТ: ЗАПРОСЫ И СТАВКИ

прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

| ЗАПРОС                                         | ПОКАЗОВ/МЕС | СТАВКА ВХОДА, ₽ |
|------------------------------------------------|-------------|-----------------|
| контейнеры для корма                           | 2 169       | 79–85           |
| собачья лежанка                                | 585         | 96–98           |
| корм для животных рядом со мной                | 346         | 90              |
| щенячий корм                                   | 231         | 91              |
| Четвероногий гурман Golden line Говядина 340 г | 1           | —               |

● СКОЛЬКО ЭТО СТОИТ

|                                             |                                                     |                                                            |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| <b>39 ₽</b><br>цена клика при полном охвате | <b>961 ₽</b><br>цена обращения<br>оценка до запуска | <b>82 646 ₽</b><br>бюджет, на котором ниша<br>раскрывается |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|

| ИНСТРУМЕНТ  | ДОЛЯ БЮДЖЕТА | ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽ | ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽ |
|-------------|--------------|--------------------------------|-------------------|
| Поиск       | 70%          | 24                             | 958               |
| РСЯ         | 20%          | 7                              | 695               |
| Ретаргетинг | 10%          | 14                             | 1 506             |

Цена обращения в строке посчитана по своему каналу — складывать столбец нельзя.

| 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          |
| 8 000         | 8             | Бюджет ниже рабочего порога | 1        | 2          |
| 12 000        | 12            | Бюджет ниже рабочего порога | 1        | 2          |
| 20 000        | 21            | Бюджет ниже рабочего порога | 1        | 2          |
| 32 000        | 33            | Бюджет ниже рабочего порога | 1        | 2          |
| 42 000        | 44            | Кампания наберёт данные     | 1        | 4          |
| 51 000        | 53            | Кампания наберёт данные     | 1        | 4          |
| 82 000        | 85            | Кампания наберёт данные     | 1        | 4          |
| 83 000        | 86            | Рабочая кампания            | 1        | 4          |
| 131 000       | 136           | Рабочая кампания            | 3        | 16         |

Расчёт по цене обращения 961 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 41 323 ₽/мес.

## ● Кто ищет и на какой стадии решения

### Купить Royal Canin для собак горячий

**Кто:** Владельцы собак, которые уже решили купить именно корм Royal Canin для своей собаки, часто ищут конкретную линейку (Medium Adult, Maxi Puppy и т.д.) по лучшей цене и с доставкой

**Что мешает:** Нужен качественный корм проверенного бренда, но в обычных зоомагазинах нужной линейки может не быть, хочется сэкономить и получить быструю доставку

**О чём говорить:** Предлагаем полный ассортимент линеек Royal Canin для любых пород, возрастов и состояний здоровья, актуальные цены, акции и быструю доставку на дом

### Купить Royal Canin для кошек горячий

**Кто:** Владельцы кошек, которые ищут корм Royal Canin (для котят, взрослых, стерилизованных, лечебный) и хотят купить его онлайн с доставкой

**Что мешает:** Нужен специализированный корм для кошки (например, для стерилизованных или с чувствительным пищеварением), сложно найти в обычных магазинах, важно получить его быстро и не переплачивать

**О чём говорить:** Широкий выбор Royal Canin для кошек всех возрастов и потребностей, удобный заказ, скидки при покупке нескольких упаковок, быстрая доставка

### Сухой корм для собак (общий) горячий

**Кто:** Владельцы собак, которые хотят купить сухой корм, но ещё не определились с конкретным брендом или линейкой, сравнивают варианты

**Что мешает:** Необходимо регулярно кормить собаку, нужен корм, подходящий по породе, возрасту и особенностям здоровья, при этом хочется хорошего качества по адекватной цене

**О чём говорить:** Pro Plan, Purina, Aсana, Farmina и др.), удобный фильтр подбора, консультации по питанию, скидки на первый заказ

### Корм для кошек (сухой и влажный) горячий

**Кто:** Владельцы кошек, ищущие основное питание для питомца — сухой или влажный корм, часто без привязки к бренду, но с учётом возраста и состояния (стерилизация, аллергия)

**Что мешает:** Кошки привередливы в еде, нужно найти корм, который понравится питомцу и будет полезным, при этом не хочется переплачивать за бренд

**О чём говорить:** Большой ассортимент кормов для кошек разных ценовых категорий, подробные описания и состав, возможность заказать пробные упаковки, быстрая доставка

### Корм для щенков горячий

**Кто:** Владельцы щенков (часто впервые заведшие собаку), ищущие специализированное питание для щенка с учётом породы и размера

**Что мешает:** Щенку нужен корм для правильного роста и развития, легко сделать ошибку в выборе, боятся навредить здоровью, ищут проверенные бренды и советы

**О чём говорить:** Корма для щенков всех пород и размеров (Royal Canin, Purina Pro Plan, Hill's), подбор по возрасту и весу, рекомендации ветеринаров, скидки на первую покупку

## Корм для котят горячий

**Кто:** Владельцы котят, которые ищут качественный корм для малыша (обычно от 1 до 12 месяцев), хотят избежать проблем с пищеварением

**Что мешает:** Котёнок быстро растёт, нужен специальный корм с высоким содержанием белка и витаминов, сложно подобрать, чтобы не вызвать расстройство

**О чём говорить:** Линейки кормов для котят (Royal Canin Mother&Babycat, Kitten, Purina Pro Plan), мягкие консервы и сухой корм, помощь в выборе по возрасту, быстрая доставка

## ■ 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 — разными кампаниями                                                                                                          |
| Что считаем обращением          | Заказ оформлен (покупка), Звонок с сайта                                                                                                               |
| Без чего запускать бессмысленно | Отслеживаемый номер телефона + кнопка 'Позвонить менеджеру за консультацией' (звонок = конверсия).                                                     |

## ■ Что отсекаем минус-словами

отзывы

состав

описание

рейтинг

как выбрать

чем кормить

норма кормления

сравнение

бесплатно

своими руками

рецепт

для котов

кошачий

кот

кошка

как приучить

как отучить

переход

сколько корма

работа

вакансия

обучение

курс

скачать

инструкция

видео

форум

блог

пёс

щенок

## ■ Слова, которыми кампании разводят между собой

Разновидности товара разносят по отдельным группам, чтобы объявление отвечало запросу точно: в своей группе такое слово — минус, в соседней — главное слово.

|           |        |           |                |           |                |       |       |       |            |
|-----------|--------|-----------|----------------|-----------|----------------|-------|-------|-------|------------|
| для кошек | котят  | для котят | собака         | для собак | щенков         | миски | миска | кошек | для щенков |
| щенка     | собаки | для щенка | корм для кошек | щенки     | корм для собак |       |       |       |            |

## Спрос и продвижение кормов для животных: сколько ищут и какими словами

Поисковые запросы вокруг кормов для животных формируют 67 306 показов в месяц, переходов по рекламе — 3 365. Выраженной сезонности нет: корма покупают круглый год, поэтому запуск не стоит привязывать к календарю. Покупатель часто уже знает, чего хочет: «щенячий корм» — 231 показ в месяц, «корм для животных рядом со мной» — 346, «Royal Canin для кошек» — тоже готовый спрос. Рядом с кормами люди ищут «контейнеры для корма» — 2 169 показов — и «собачья лежанка» — 585. Если магазин продаёт сопутствующие товары, их запросы стоит добавить в кампанию отдельными группами.

### Сколько стоит реклама кормов для животных

Клик по рекламе кормов для животных в Яндекс Директе стоит 39 ₽. Цена целевого действия — заказа или звонка — оценивается в 961 ₽, но без счётчика это ориентир: точную цифру вы увидите только после запуска, когда накопится статистика. Алгоритму, который обучается на конверсии, нужно 10 конверсий в неделю. Для этого потребуется бюджет 41 323 ₽ в месяц (9 610 ₽ в неделю). При бюджете 42 000 ₽ в месяц кампания уже выходит на этот уровень — такой бюджет приносит примерно 10 обращений в неделю и 44 в месяц. Если бюджет меньше — от 3 000 до 32 000 ₽ в месяц, — кампания не наберёт нужного числа конверсий и будет работать на стратегии «Максимум кликов»: по кликам она учится быстро, но по заявкам — медленно. Запускать с бюджетом ниже порога стоит только для проверки гипотез, а не как основную схему.

### Как настроить Яндекс Директ для кормов для животных: поиск, сети и ретаргетинг

В тематике поиск, рекламная сеть Яндекса (РСЯ) и ретаргетинг — показ тем, кто уже заходил на сайт, — лучше вести отдельными кампаниями. Поиск ловит готового покупателя, сеть показывает тем, кто ещё выбирает. Если слить их в одну кампанию, алгоритм начнёт экономить на дорогих поисковых кликах и уведёт бюджет в дешёвые показы. Рабочая структура такая:

- Поисковая кампания по коммерческим запросам — «купить корм», «сухой корм для щенков», «Royal Canin для кошки»;
- отдельная кампания в РСЯ для охвата;
- ретаргетинг на посетителей сайта, которые не оформили заказ. При бюджете от 42 000 ₽ в месяц к поиску можно добавить небольшой объём РСЯ — кампания уже набирает 10 конверсий в неделю и не разваливается. Автотаргетинг в поиске не отключается, поэтому ограничьте его профильными категориями зоотоваров, иначе Яндекс добавит показы по случайным фразам. Когда поисковый спрос выбран — это около 131 235 ₽ в месяц, — расти дальше можно сетями и ретаргетингом: прямых запросов на поиске уже не остаётся.

### Какие запросы оставить в рекламе кормов для животных, а какие убрать минус-словами

Коммерческие запросы в теме делятся на группы:

- точное название корма или бренда: «Royal Canin для кошек», «сухой корм для собак»;
- уточнение возраста или здоровья: «корм для щенков», «гипоаллергенный корм»;
- намерение заказать с доставкой: «купить корм для кошки», «корм для животных рядом со мной». Минус-слова должны убирать информационный спрос: «отзывы», «состав», «рейтинг», «как выбрать», «норма кормления», «рецепт», «бесплатно», «своими руками». Такие запросы привлекают читателей, а не

товаров для щенков поставьте минус-слова «кошка», «кот», «котёнок», а в группе для кошек — «собака», «пёс», «щенок». Иначе объявление про щенячий корм увидит владелец котёнка — клик будет потрачен впустую.

## Что писать в объявлениях о кормах для животных

Объявление должно отвечать на страх конкретного владельца. Тот, кто ищет корм для щенка, боится навредить пищеварению; владелец собаки с аллергией ищет гипоаллергенный рацион; клиент, который ввёл название бренда, хочет убедиться, что нужная линейка есть в наличии и привезут быстро. В заголовок выносите конкретику:

- «Корма для собак и кошек — Royal Canin, Hill's, Pro Plan» — при условии, что бренды есть в магазине;
- «Доставка кормов для щенков и котят на дом»;
- «Гипоаллергенные и лечебные линейки — помогаем подобрать»;
- «Скидка на первый заказ при покупке двух упаковок». Часть новых владельцев ищет не бренд, а ответ: «как выбрать корм для щенка». Если на сайте есть фильтр по возрасту, породе и здоровью, в объявлении можно пообещать «подберём корм за минуту», и это будет соответствовать странице.

## Без чего реклама кормов для животных не заработает: настройка измерений

Без счётчика и целей запуск бессмысленен: алгоритм должен видеть, какой клик привёл к заказу или звонку. Установите Яндекс.Метрику и добавьте макроцели — «Заказ оформлен» и «Звонок с сайта». Микроцели, такие как добавление в корзину или просмотр карточки товара, помогают раньше увидеть намерение, но заменять ими заказ нельзя. Порог обучения для стратегии «Максимум конверсий» — 10 таких действий в неделю. Пока кампания не набрала порог, Яндекс работает по стратегии «Максимум кликов» и не оптимизирует цену заявки. Если бюджет меньше 41 323 ₽ в месяц, порог не достигается, и кампания продолжает учиться на кликах — поэтому цена обращения получается выше расчётной 961 ₽.

## Что потребует Яндекс перед запуском рекламы кормов для животных

Яндекс проверяет тематику перед запуском. Лечебные линейки кормов (Royal Canin Veterinary, Hill's Prescription Diet) попадают в ограниченную категорию: в объявлениях нельзя писать «лечит» или «избавит». Используйте формулировки «диетический рацион», «назначен ветеринаром», а для таких товаров готовьте отдельную страницу с составом и показаниями. Также нужно подтвердить права на сайт в Яндекс.Вебмастере и проверить, что на страницах, куда ведут объявления, есть контакты и условия доставки. Модерация обычно занимает не больше дня.

## Типичные ошибки: товары для животных: корма

- Запускать общую кампанию для кормов собак и кошек без разделения — объявления показываются не той аудитории, а минус-слова «кошка/собака» не стоят.
- Использовать некоммерческие запросы: «состав корма», «как выбрать», «рейтинг» приводят читателей, которые не собираются покупать.
- Экономить на бюджете обучения: при 3 000 ₽ в месяц кампания не набирает 10 конверсий в неделю и обучается на кликах, а не на заявках.
- В тексте для лечебных кормов обещать «излечение» — модерация отклонит такое объявление.
- Настроить только цель «заказ» и забыть про звонки, из-за чего часть обращений не попадает в статистику для обучения.

## Чек-лист перед запуском



1. Установите Яндекс.Метрику и добавьте цели «Заказ оформлен», «Звонок с сайта», а также «Добавление в корзину».
2. Соберите коммерческие запросы с названиями кормов и возрастными уточнениями, информационные вынесите в минус-слова.
3. Разделите поиск и РСЯ; внутри поиска разнесите собак и кошек по разным группам с перекрёстными минус-словами.
4. Задайте бюджет от 41 323 ₽ в месяц, чтобы кампания еженедельно набирала 10 конверсий для перехода на «Максимум конверсий».
5. Подготовьте отдельные объявления и страницы для лечебных линеек с нейтральными формулировками.

## ■ Вопросы владельцев бизнеса

### Сколько стоит реклама кормов для животных в Яндекс Директе?

Клик стоит 39 ₽, целевое действие по предварительной оценке — 961 ₽. Чтобы кампания обучилась, нужно не менее 41 323 ₽ в месяц (9 610 ₽ в неделю); точная цена заявки появится после накопления статистики.

### Какой бюджет нужен для рекламы кормов для животных?

Для перехода на автостратегию по конверсиям закладывайте от 41 323 ₽ в месяц. При 42 000 ₽ в месяц кампания даёт примерно 10 обращений в неделю и 44 обращения в месяц — этого достаточно, чтобы держать порог обучения.

### Нужно ли разделять рекламу кормов для кошек и собак?

Да, лучше разделять: запросов «корм для котят» и «корм для щенков» много, и без минус-слов объявления попадают не к тем владельцам. Например, «щенячий корм» набирает около 231 показа в месяц — каждая такая фраза должна вести на свою группу объявлений.

### Почему по рекламе кормов мало заявок, хотя показы есть?

Проверьте, считает ли счётчик звонок как цель. Макроцели «Заказ оформлен» и «Звонок с сайта» — условие для обучения. Без них алгоритм не видит 10 конверсий в неделю и продолжает тратить бюджет на клики, а цена обращения растёт.

### Когда подключать РСЯ к рекламе кормов для животных?

РСЯ подключают после того, как поиск исчерпан: ориентир — бюджет 131 235 ₽ в месяц. Меньше объёма поиск приносит более дешёвые обращения, и распылять бюджет на сеть рано.

### Что будет, если бюджет недостаточен для обучения?

Кампания не наберёт 10 конверсий в неделю, Яндекс не переведёт её на «Максимум конверсий», и цена обращения окажется выше расчётных 961 ₽. Такой бюджет стоит использовать только для проверки гипотез, а не как основную схему.

### 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](https://kdirect.ru/start)

Вопросы — +7 (495) 988-09-08, [kupislova.ru](https://kupislova.ru).

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «товары для животных: корма», и

обращения показывает первый месяц работы кампании по Яндекс Метрике.