

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ЛОГИСТИКА

Реклама услуг по переезду квартир в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, июнь 2026 · Москва, Москва и область

15 623

показов в месяц — спрос по семантике плана

462 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 51 ₽

5 099 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

219 257 ₽

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-uslugi-po-pereezdu-kvartir-moskva
Регион разбора	Москва, Москва и область

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
хранение вещей в Москве	3 560	923–944
склад временного хранения	1 811	1 432–1 440
грузчики Московская область	1 244	938–977
транспортировка холодильника	1 144	101
склад ответственного хранения	1 124	2 455–3 033
хранение вещей недорого	923	1 135
грузчики недорого Москва цена	722	790–812
перевозка стиральной машины	465	227
картонные коробки для переезда купить	396	464
заказать сборку мебели	384	823
сборка мебели недорого	339	876
сборка мебели на дому недорого	262	714
хранение вещей цена	221	744
переезд под ключ Москва	217	1 187–1 291
сборка мебели на дому Москва	209	751–824
дешевые грузчики Москва	198	1 207
перевозка холодильника Москва	198	814
грузчики на час Москва	150	1 069
хранение вещей Московская область	150	445–500
заказать грузчиков для переезда	131	1 347

● Сколько это стоит

462 Р

цена клика при полном охвате

5 099 Р

цена обращения
оценка до запуска

438 514 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	4%	51	5 150
РСЯ	86%	15	3 803
Ретаргетинг	10%	31	7 988

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
5 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
18 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
33 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
60 000	12	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
109 000	22	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
198 000	39	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
220 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
360 822	71	Кампания наберёт данные	1	4

Расчёт по цене обращения 5 099 Р (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 219 257 Р/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Переезд 1-комнатной квартиры горячий

Кто: Жители Москвы и МО, планирующие переезд из 1-комнатной квартиры, ищут конкретную стоимость и услуги

Что мешает: Нужно быстро и недорого перевезти вещи, боится повреждений и скрытых платежей

О чём говорить: Фиксированная цена на переезд 1-комнатной, бесплатный выезд оценщика, страховка груза

Переезд 2-комнатной квартиры горячий

Кто: Семьи или пары, переезжающие из 2-комнатной квартиры, сравнивают цены и условия

Что мешает: Больше вещей, нужна упаковка и сборка мебели, опасаются долгого процесса

О чём говорить: Комплексный переезд под ключ с упаковкой и сборкой

Переезд 3-комнатной квартиры горячий

Кто: Владельцы больших квартир, ищут надежную компанию для масштабного переезда

Что мешает: Много мебели и хрупких предметов, нужна профессиональная упаковка и страховка

О чём говорить: Индивидуальный подход, страхование антиквариата и инструментов, собственный автопарк

Переезд 4-комнатной квартиры горячий

Кто: Клиенты с элитным жильем, ценят сервис и безопасность

Что мешает: Огромный объем вещей, требуется координация и минимум простоев

О чём говорить: VIP-переезд с бригадой грузчиков, GPS-контроль, страховка каждого предмета

Офисный переезд горячий

Кто: Владельцы бизнеса или офис-менеджеры, планирующие переезд офиса

Что мешает: Нужно минимизировать простой работы, перевезти оргтехнику и мебель без повреждений

О чём говорить: Переезд офиса под ключ с упаковкой техники, работа в нерабочее время

Дачный переезд горячий

Кто: Дачники, перевозящие вещи на дачу или с дачи в город

Что мешает: Сезонные перевозки, часто хрупкие садовые инструменты и мебель

О чём говорить: Упаковка 'Антидождь' в подарок, бесплатный выезд оценщика

■ 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	Заявка на переезд, Звонок с сайта

■ Что отсекаем минус-словами

своими руками

бесплатно

вакансия

работа

курсы

скачать

приложение

арк

бу

реферат

видео

фото

схема

инструкция

своими силами

снять

аренда

продажа

ремонт

дизайн

дача в аренду

купить дачу

обучение

диплом

игра

фильм

музыка

чертеж

программа

реставрация

Спрос на услуги по переезду квартир — на чём строить продвижение

В июне 2026 в Москве и области по запросам, связанным с услугами по переезду квартир, было 15 623 показа и 781 клик. Человек чаще ищет не абстрактный «переезд», а действие, которое можно заказать на ближайшие дни. Самые частые формулировки:

- хранение вещей в Москве — 3 560 показов;
- склад временного хранения — 1 811 показов;
- грузчики Московская область — 1 244 показа;
- транспортировка холодильника — 1 144 показа;
- склад ответственного хранения — 1 124 показа. На пять запросов приходится больше половины месячного объёма. Такой состав спроса значит: продвижение услуг по переезду квартир нельзя строить на одном широком запросе. Нужны отдельные кластеры под грузчиков, перевозку техники, упаковку, хранение, сборку мебели и переезд под ключ.

Сколько стоит реклама услуг по переезду квартир: клик, заявка, бюджет обучения

Клик при полном охвате аудитории в услугах по переезду квартир стоит 462 ₽. Это справочная цена для расчёта бюджета. Обращение — заявка на переезд или звонок с сайта — по отраслевому бенчмарку стоит 5 099 ₽, ориентир до запуска. Чтобы алгоритм Яндекса начал оптимизировать по заявкам, кампании нужны 10 конверсий в неделю. В услугах по переезду квартир порог достигается при бюджете 50 990 ₽ в неделю, или 219 257 ₽ в месяц. Пока денег на 10 конверсий не хватает, кампания работает на стратегии «Максимум кликов», и заявки выходят дороже ориентира. При бюджете 198 000 ₽ в месяц прогноз — 9 заявок в неделю, а нужно 10 конверсий. С 220 000 ₽ в месяц кампания перешагивает порог, и стратегию можно перевести на «Максимум конверсий». До потолка спроса в 360 822 ₽ в месяц бюджет продолжает давать охват.

Как настроить Яндекс Директ для услуг по переезду квартир: каналы и отдельные кампании

Реклама услуг по переезду квартир собрана в отдельные кампании: Поиск, рекламная сеть Яндекса (РСЯ) и ретаргетинг. На Поиске человек уже ищет «грузчиков в Московской области» или «переезд под ключ» — это горячий спрос. В сетях его догоняют раньше, чем он начинает искать, поэтому у каналов разная цена обращения и разное поведение покупателя. Смешивать их в одной кампании не стоит: общий бюджет начнёт уходить в охват вместо целевых заявок. На старте, пока месячный бюджет меньше 220 000 ₽, работает одна поисковая кампания по самым горячим кластерам. Когда бюджет доходит до 220 000 ₽ в месяц и кампания набирает 10 конверсий в неделю, в план добавляют небольшой объём РСЯ. Ретаргетинг подключают следующей ступенью: он возвращает тех, кто открыл калькулятор стоимости или посмотрел контакты, но не оставил заявку. Когда поиск исчерпан — а это 360 822 ₽ в месяц — рост идёт охватом. В поисковой кампании автоподбор нельзя отключить полностью: Яндекс требует хотя бы одну активную категорию. Поэтому ограничьте категории автоподбора целевыми услугами и добавьте минус-слова, иначе система подберёт нецелевые показы вроде «как перевезти вещи самостоятельно».

Как продавать услуги по переезду квартир через Яндекс Директ: запросы и объявления

Спрос строится из пяти групп запросов. Для каждой нужны отдельные объявления и, как правило, отдельная посадочная страница. - грузчики и помощь: «грузчики недорого Москва цена», «грузчики Московская область»;

- перевозка техники: «транспортировка холодильника», «перевозка стиральной машины»;
- упаковка и коробки: «картонные коробки для переезда купить»;
- хранение: «хранение вещей в Москве», «склад ответственного хранения»;
- сборка и полный цикл: «сборка мебели на дому недорого», «переезд под ключ Москва». Кластер «хранение вещей» в июне 2026 дал 3 560 показов по одной фразе «хранение вещей в Москве» и ещё 1 124 по «складу ответственного хранения». Если у компании есть тёплый склад, запросы нельзя оставлять без отдельной кампании. Минус-слова в услугах по переезду квартир отсекают людей, которые не собираются платить. Обязательно добавьте: «своими руками», «своими силами», «бесплатно», «вакансия», «работа», «обучение», «аренда», «продажа», «снять», «ремонт», «дизайн». Слова показывают поиск инструкции или объявления о покупке, а не заказ услуги.

Что писать в объявлениях о переезде квартир

Перед запуском определите, кто ищет: семья из однушки, владелец трёхкомнатной квартиры, офис-менеджер или человек, которому нужны только грузчики. Для каждой аудитории своё сообщение. На квартирный переезд работают гарантии от возражения «повредят или обманут»: фиксированная цена, бесплатный выезд оценщика, страховка груза. Для большой квартиры добавляют уточнение «страхуем антиквариат и музыкальные инструменты», для офисного переезда — «упаковка техники и работа в нерабочее время». Людям, которые ищут только физическую помощь, не нужно обещание «переезд под ключ». Им важны повременная оплата и аккуратность: «грузчики на час, круглосуточно». Тем, кто уже переехал и мучается с разобранной мебелью, показывают «сборку любой мебели с гарантией». На холодном спросе работает понятный бонус: за прохождение мини-теста на расчёт стоимости дают 5 картонных коробок. Конкретика убеждает сильнее, чем «надёжность» или «индивидуальность».

Что измерять в рекламе услуг по переезду квартир

До запуска настройте в Яндекс.Метрике цель «заявка на переезд» и «звонок с сайта» — на них алгоритм будет учиться. Без цели реклама услуг по переезду квартир остаётся набором кликов: посетитель звонит, а система считает это просто визитом. Дополнительно отметьте микроконверсии — клик по телефону, открытие калькулятора стоимости, просмотр контактов. Они не управляют стратегией, но показывают, где посетитель застревает: открыл калькулятор и не позвонил — значит, не устроила цена или форма расчёта. Первые две недели после запуска смотрите, сколько кампания получает конверсий. Когда она набирает 10 конверсий в неделю и держит этот уровень две недели подряд, переводите стратегию с «Максимум кликов» на «Максимум конверсий». Фактическую цену обращения сравнивайте с бенчмарком 5 099 ₽. Если она выше, причина часто не в ставках, а в скорости ответа или тексте объявления.

Типичные ошибки: Услуги по переезду квартир

- Запускать рекламу услуг по переезду квартир с бюджетом меньше 50 990 ₽ в неделю и ждать, что кампания обучится на заявки: без 10 конверсий в неделю алгоритм не переходит на «Максимум конверсий».
- Смешивать Поиск и рекламную сеть Яндекса в одной кампании: горячий спрос на грузчиков и холодный охват требуют разного управления, и общий бюджет уходит в дешёвые показы.
- Пытаться отключить автоподбор полностью: Яндекс требует активную категорию, поэтому его ограничивают целевыми запросами и минус-словами.
- Оставлять в семантике запросы «своими руками», «бесплатно», «вакансия», «аренда» — по ним кликают не покупатели переезда.

- Проверять результат через день после запуска: порог обучения — 10 конверсий в неделю, статистика для вывода копится минимум две недели.

Чек-лист перед запуском

1. Внесите в Яндекс.Метрику цели «заявка на переезд» и «звонок с сайта» и проверьте, что сайт передаёт их в рекламный кабинет.
2. Разбейте семантику на кластеры: грузчики, перевозка техники, упаковка, хранение, сборка мебели, переезд под ключ.
3. Соберите минус-слова: своими руками, бесплатно, вакансии, аренда, продажа, снять, обучение, ремонт.
4. Запустите одну поисковую кампанию на самых горячих запросах, ограничьте категории автоподбора и настройте недельный бюджет на уровне 50 990 ₽.
5. Дождитесь 10 конверсий в неделю, удержите их две недели и переведите стратегию на «Максимум конверсий».

■ Вопросы владельцев бизнеса

Как продавать услуги по переезду квартир через Яндекс Директ?

Стабильные продажи начинаются, когда кампания получает 10 конверсий в неделю. Для этого нужен бюджет 50 990 ₽ в неделю, а цена обращения по отраслевому бенчмарку — 5 099 ₽.

Сколько стоит реклама услуг по переезду квартир в Яндекс Директе?

Клик при полном охвате — 462 ₽, обращение — около 5 099 ₽. Месячный бюджет обучения алгоритма — 219 257 ₽, недельный — 50 990 ₽.

С чего начать продвижение услуг по переезду квартир?

С целей в Метрике и поисковой кампании. В июне 2026 тематика дала 15 623 показа; самые частые запросы — «хранение вещей в Москве» (3 560) и «склад временного хранения» (1 811).

Какой бюджет нужен, чтобы реклама услуг по переезду квартир приносила заявки?

Рабочий порог — 220 000 ₽ в месяц: кампания набирает 10 конверсий в неделю. При 198 000 ₽ получается 9 заявок в неделю, и алгоритм не переходит на оптимизацию по заявкам.

Зачем рекламе услуг по переезду квартир рекламная сеть Яндекса и ретаргетинг?

Поиск забирает горячие запросы вроде «грузчики Московская область» (1 244 показа). Когда поисковый бюджет исчерпан — это 360 822 ₽ в месяц, — дальше рост дают рекламная сеть Яндекса (РСЯ) и ретаргетинг.

Как отсеять нецелевые клики при продвижении услуг по переезду квартир?

Минусуйте «своими руками», «своими силами», «бесплатно», «вакансия», «аренда», «продажа»: иначе за клик в 462 ₽ вы получите посетителя, который не планирует переезд и ищет инструкцию.

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 «Услуги по переезду 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.