

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · МЕДИЦИНА И КЛИНИКИ

Реклама ветеринара на дом в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · Москва

277 717

показов в месяц — ёмкость спроса

137 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 86 ₽

1 794–4 783 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

123 410 ₽

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-veterinar-na-dom-moskva
Регион разбора	Москва

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
удаление зубов	72 935	398–411
вакцинация	39 704	251–261
стерилизовать кошку	25 150	168–173
стерилизация кошек	9 421	257–262
стерилизация кошки	9 421	257–262
лечение собак	9 279	96–98
лечение собаки	9 279	96–98
лабораторные исследования	7 076	129–180
обезболивание	6 540	130–133
ветеринар на дом	5 900	834–844
лечение кариеса	5 383	792–821
анализы кошке	5 069	205–208
кастрация кота	5 024	238–250
анализы собакам	4 928	226–229
хирургическое лечение	4 016	269–275
стерилизация собак	3 539	270–276
у собаки понос	3 463	95–96
лечение переломов	3 032	162–166
профилактические осмотры	2 975	177–180
узи собак	2 288	450–460

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 222 174, февраль — 230 505, март — 283 271, апрель — 344 369, май — 261 054, июнь — 299 934, июль — 358 255, август — 313 820, сентябрь — 197 179, октябрь — 233 282, ноябрь — 277 717, декабрь — 313 820 показов.

● Сколько это стоит

137 ₹

цена клика при полном охвате

2 870 ₹

цена обращения
оценка до запуска

246 820 ₹

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₹	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₹
Поиск	85%	86	3 049
РСЯ	15%	26	2 152

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	5	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
26 000	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
54 000	19	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
112 000	39	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
124 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
232 000	81	Кампания наберёт данные	1	4
247 000	86	Рабочая кампания	1	4
478 000	166	Рабочая кампания	3	16
987 000	344	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 2 870 ₹ (оценка). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 123 410 ₹/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Вызов ветеринара на дом **горячий**

Кто: Владельцы кошек/собак в Москве, столкнувшиеся с острой проблемой (травма, болезнь, странное поведение) или нуждающиеся в плановом осмотре. Ищут срочно, круглосуточно, без транспортировки.

Что мешает: Животному нужна немедленная помощь или осмотр, нет возможности/желания везти в клинику; страх за питомца, стресс от ожидания.

О чём говорить: Быстрый выезд от 45 минут, круглосуточно, опытные ветврачи, комплексный осмотр на дому, решение любой проблемы без стресса для животного.

Вакцинация на дому **тёплый**

Кто: Владельцы кошек и собак, планирующие ежегодную прививку или вакцинацию котят/щенков. Сравнивают цены, ищут удобство и безопасность.

Что мешает: Нежелание везти питомца в клинику (риск заражения, стресс), хотят провести вакцинацию в домашней обстановке с документальным подтверждением.

О чём говорить: Профессиональная вакцинация на дому, все необходимые сертификаты, самые популярные вакцины, без стресса для питомца, выгодная цена.

Хирургия на дому **горячий**

Кто: Владельцы, чьим питомцам требуется оперативное вмешательство (кастрация, стерилизация, удаление новообразований, обработка ран). Ищут безопасное проведение без стационара.

Что мешает: Страх перед наркозом и длительным восстановлением в клинике, желание, чтобы питомец оставался дома под наблюдением.

О чём говорить: Опытные ветеринарные хирурги, современные методы обезболивания, минимальный риск, полный уход после операции на дому.

Стоматология на дому **тёплый**

Кто: Владельцы, заметившие у питомца зубной камень, галитоз, воспаление дёсен или проблемы с зубами. Хотят качественного лечения без посещения клиники.

Что мешает: Необходимость профессиональной чистки или удаления зубов, но боязнь стресса для животного при транспортировке и в чужой обстановке.

О чём говорить: Ветеринар-стоматолог приедет со всем оборудованием, проведёт чистку, лечение кариеса, удаление зубов. Без боли и стресса, в привычной обстановке.

Кардиология на дому **тёплый**

Кто: Владельцы пожилых кошек и собак, а также животных с подозрением на сердечные заболевания (кашель, одышка, утомляемость). Ищут диагностику без лишнего стресса.

Что мешает: Беспокойство за сердце питомца, трудность транспортировки ослабленного животного, потребность в точной диагностике (ЭКГ, ЭхоКГ).

О чём говорить: Кардиолог выезжает на дом с портативным оборудованием, проводит полное обследование, даёт заключение и рекомендации, лечение на дому.

Дерматология на дому тёплый

Кто: Владельцы, у питомца появились кожные проблемы: зуд, выпадение шерсти, покраснения, расчёсы. Ищут причину и эффективное лечение.

Что мешает: Животное мучается от зуда или боли, лечение в клинике может быть долгим и стрессовым, необходима комплексная диагностика (соскобы, биопсия).

О чём говорить: Ветеринар-дерматолог на дому: точная диагностика, современные схемы лечения (аллергии, грибок, паразиты). Удобно и эффективно даже для сложных случаев.

■ 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 — одной кампанией

■ Что отсекаем минус-словами

кошки

кошка

котов

симптомы

человек

человека

корм

кошек

схема

курсы

ремонт

вакансия

работа

обучение

как сделать

своими руками

инструкция

бесплатно

скачать

реферат

DIY

хомяк

крыса

кролик

попугай

шиншилла

черепаха

аквариум

рыбки

зоомагазин

Спрос и продвижение ветеринара на дом: сколько ищут и какими словами

На одной только фразе «ветеринар на дом» и её вариантах — «вызов ветеринара на дом», «ветврач на дом» — в месяц набирается около 9,8 тысячи показов. Цена клика по таким запросам высокая, от 629 до 1 089 рублей, потому что человек уже выбрал услугу. Весь спрос по нише больше: 277 717 показов и 13 886 кликов в месяц. Это и общие запросы — «удаление зубов» даёт 72 935 показов, «вакцинация» — 39 704, «стерилизовать кошку» — 25 150. Если вы оказываете услуги ветеринара на дому, часть потока — ваши потенциальные клиенты, но их нужно отсеять от тех, кто ищет стационарную клинику.

Сезонность у выездного ветеринара заметная. Июль — пик: спрос на 12% выше среднего. Апрель — плюс 8%, июнь — плюс 4%. С сентября спрос падает до 62% от среднего, в январе — до 70%. Планируйте рекламный бюджет под волны: летом закладывайте больше, осенью снижайте ставки.

Кто ищет ветеринара на дом: две группы, которые переходят на сайт

Первая группа — владелец, у которого животному резко стало плохо: травма, отравление, странное поведение. Он ищет срочно и готов заплатить за выезд сегодня, часто ночью. Вторая — владелец, планирующий вакцинацию котёнка или щенка: он боится везти питомца в клинику, рисковать заражением и лишним стрессом. В обоих случаях человеку важны скорость приезда и понятные условия. Первая группа — горячий спрос, когда проблема уже случилась; вторая — тёплый, когда решение принято заранее.

Сколько стоит реклама ветеринара на дом в Яндекс Директе

Средняя цена клика по тематике — 86 рублей. Цена обращения, то есть заявки или звонка, — 2 870 рублей, при разброс от 1 794 до 4 783 рублей. Конверсия из клика в обращение — 3%, то есть из ста переходов получается три заявки. Поэтому заявка обходится в несколько раз дороже клика.

Яндекс Директ обучается на конверсиях. Чтобы алгоритм начал работать, ему нужно не меньше 10 обращений в неделю. Для ветеринара на дом это соответствует рекламному бюджету около 123 410 рублей в месяц. При бюджете около 247 000 рублей в месяц кампания выходит на стабильный режим — примерно 87 обращений. А при небольших вложениях, например 3 000 рублей, вы получите около одной заявки в месяц: этого хватит только для проверки гипотезы, но не для получения потока клиентов.

Как настроить Яндекс Директ для выезда ветеринара на дом

На поиск приходится 85% переходов: именно здесь человек вводит «ветеринар на дом» и видит ваше объявление. Остальные 15% даёт РСЯ — рекламная сеть Яндекса, показы на сайтах-партнёрах. Клик в РСЯ дешевле — 26 рублей против 86 рублей, и цена обращения там ниже: 2 152 рубля против 3 049 рублей на поиске. Поэтому сеть стоит подключать, но отдельной кампанией.

Пока бюджет меньше 232 000 рублей в месяц, выгоднее держать одну поисковую кампанию по самым горячим запросам. Когда бюджет приближается к 247 000 рублей, добавляйте РСЯ. От 478 000 рублей разбивайте кампании: поиск, сеть, ретаргетинг — показ тем, кто уже заходил на сайт, и автотаргетинг — режим, в котором Яндекс сам подбирает аудиторию по смыслу страниц сайта.

На старте кампания учится по кликам, потому что конверсий ещё мало. Когда набирается около 20 обращений в неделю, переводите её на оптимизацию по заявкам — так Яндекс начнёт искать людей, которые с большей вероятностью оставят заявку.

Семантика и минус-слова для ветеринара на дом

Собирайте ядро из прямых запросов на выезд: «ветеринар на дом», «вызов ветеринара на дом», «ветврач на дом», «ветеринар на дом Москва». К ним добавляйте процедуры: «вакцинация», «прививки для

больше, но человек может выбрать и клинику, поэтому в объявлении сразу покажите, что работаете на дому.

Минус-слова обязательны. Если вы не проводите сложные операции или стоматологию, минусуйте темы «удаление зубов», «лечение кариеса», «эндодонтия», «пародонтология»: они дают большой показ — «удаление зубов» — 72 935 показов в месяц, но чаще это стационарное лечение. Также минусуйте другие города и районы, куда ветеринар не выезжает: выезд привязан к гео, и такие показы не превратятся в заявку.

Что писать в объявлениях о выезде ветеринара на дом

В объявлении используйте то, что снижает страх владельца: «выезд от 45 минут», «круглосуточно», «осмотр на дому», «без стресса для питомца». Аргументы взяты из поведения аудитории: владельцы с острой проблемой хотят немедленной помощи, а владельцы котят и щенков боятся лишнего стресса. Для вакцинации отдельно напишите «приедем и привьём кошку или собаку дома, не нужно везти в клинику». Запрос «вакцинация» даёт 39 704 показа в месяц — это тёплая аудитория, которая уже решила прививать. В заголовке повторяйте точную фразу из поиска: «Ветеринар на дом», «Вызов ветеринара на дом». Это повышает релевантность и снижает цену клика.

Что измерять в рекламе ветеринара на дом

До запуска настройте конверсии: форма заявки, звонок, сообщение в мессенджер. Без Яндекс не поймёт, какие клики приводят к заявкам, и вы будете платить за нецелевые переходы. Средняя конверсия в нише — 3%, но ваша реальная может быть выше или ниже.

Смотрите на цену клика, цену обращения и долю рекламных расходов — процент выручки от заявки, который уходит на рекламу. Цель — не среднее значение 2 870 рублей, а такое, которое оставляет прибыль. Когда в неделю набирается 10 обращений, Яндексу уже можно отдавать оптимизацию по заявкам.

Что потребует Яндекс перед запуском рекламы ветеринара на дом

Ветеринарная деятельность относится к медицинским услугам, поэтому Яндекс запросит подтверждение, что их оказывает лицензированная организация. Нужен сайт или страница с описанием услуг, контактами и данными лицензии. Объявления без лицензии и сайта не пройдут модерацию. В настройках кампании укажите гео — Москва, и удостоверьтесь, что на сайте написано, по каким районам вы выезжаете и как быстро приедете.

Типичные ошибки: ветеринар на дом

- Запускать рекламу ветеринара на дом с бюджетом 3 000–6 000 рублей и ждать поток заявок: это 1–2 обращения в месяц, ниже порога, с которого Яндекс начинает обучаться.
- Собирать только запросы «ветеринар на дом» и игнорировать процедурные — «вакцинация», «стерилизация кошек», которые дают десятки тысяч показов.
- Ставить поиск и РСЯ в одну кампанию: разная цена клика — 86 рублей против 26, и разная цена обращения — 3 049 против 2 152, бюджет смешивается и управлять нечем.
- Не настроить цели и не знать свою цену обращения; тогда невозможно понять, что заявка за 4 783 рубля — это перебор или норма.
- Рекламироваться по стоматологии, если врач не выполняет удаление зубов и эндодонтию: «удаление зубов» даёт 72 935 показов, но клиент придёт за услугой, которой нет.

Чек-лист перед запуском

- Составить список прямых и процедурных запросов по услуге ветеринара на дому.
- Добавить минус-слова: «бесплатно», другие города, стационарные услуги, которые не оказываете.

4. Настроить цели: форма заявки, звонок, мессенджер.
5. Собрать объявления с выгодой «выезд от 45 минут» и «круглосуточно».

■ Вопросы владельцев бизнеса

Сколько стоит реклама ветеринара на дом в Яндекс Директе?

Средняя цена клика — 86 рублей, цена обращения — 2 870 рублей. Для стабильной работы кампании бюджет должен быть около 123 410 рублей в месяц.

Какой бюджет нужен, чтобы услуги ветеринара на дом давали заявки?

От 123 410 рублей в месяц, чтобы Яндекс получил не меньше 10 обращений в неделю. Комфортный уровень — около 247 000 рублей в месяц.

Стоит ли запускать рекламу ветеринара на дом летом?

Июль — пик спроса, на 12% выше среднего. Апрель и июнь тоже сильные. В сентябре спрос падает до 62% от среднего, поэтому летом бюджет можно увеличивать.

Какие запросы вводит человек, которому нужен ветеринар на дом?

«Ветеринар на дом», «вызов ветеринара на дом», «ветврач на дом», а также процедурные: «вакцинация», «стерилизация кошек», «кастрация кота», «лечение собак».

Можно ли начать рекламу ветеринара на дом с 3 000 рублей?

Можно, но это одна заявка в месяц — ниже порога обучения алгоритма. Лучше накопить бюджет до рабочих значений, иначе заявка будет дороже.

Почему выгодно запускать отдельно поиск и РСЯ для ветеринара на дом?

Поиск даёт 85% переходов и цену обращения 3 049 рублей, РСЯ — 15% и 2 152 рубля. В одной кампании непонятно, куда уходит бюджет, и Яндекс обучается хуже.

Что делать, если заявка на ветеринара на дом стоит дороже средних 2 870 рублей?

Проверить минус-слова и тексты объявлений, убедиться, что цели настроены. До набора 10 обращений в неделю цена обращения обычно выше, это нормально.

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, kupilova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «ветеринар на дом», 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.