

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · МЕДИЦИНА И КЛИНИКИ

Реклама ветеринарных услуг на дому в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, июль 2026 · Москва

203 805

показов в месяц — спрос по семантике плана

159 ₽

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»

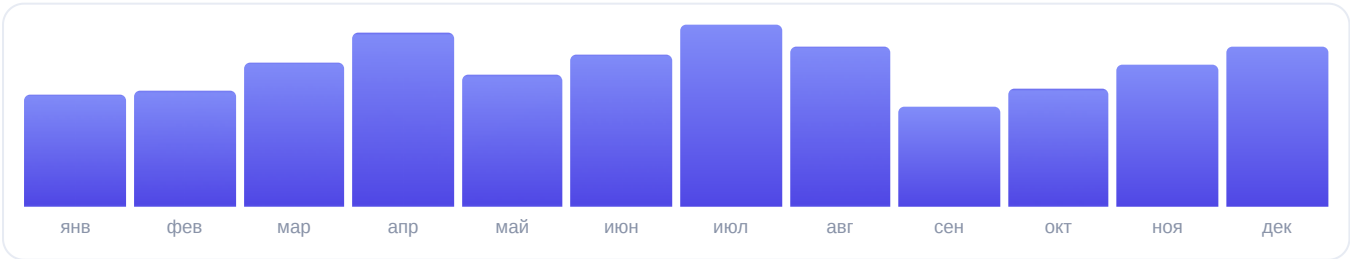
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-veterinarnye-uslugi-na-domu-moskva
Регион разбора	Москва

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
лечение собак	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 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
лечение аллергий	2 129	84–86
у собаки шишка	1 973	97
удаление зубных камней	1 662	249–259
вызов ветеринара на дом	1 594	1 089
ветеринар для собак	1 562	149
эндодонтия	1 537	193–197

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 162 908, февраль — 169 017, март — 207 708, апрель — 252 508, май — 191 417, июнь — 219 926, июль — 262 690, август — 230 108, сентябрь — 144 581, октябрь — 171 054, ноябрь — 203 635, декабрь — 230 108 показов.

● Сколько это стоит

159 Р

цена клика при полном охвате

2 870 Р

цена обращения
оценка до запуска

246 820 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
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, Р/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 Р (оценка). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 123 410 Р/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
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 и РСЯ — одной кампанией

■ Что отсекаем минус-словами

кошки кошка котов симптомы 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 ветеринарных услуг на дому: сколько ищут и какими словами

Спрос на ветеринарные услуги на дому в Москве — 203 805 показов в месяц без учёта сезонных колебаний; в пиковом июле он поднимается до 262 690. Внутри спроса лидируют конкретные процедуры: «удаление зубов» — 72 935 показов, «вакцинация» — 39 704, «лечение собак» — 9 279, «анализы собакам» — 4 928. Запрос «ветеринар на дом» набирает 5 900 показов — люди описывают проблему или процедуру, а не формат выезда. Объявления и группы объявлений стоит собирать под процедуры и симптомы, а не под общее название. Сезонность в услуге выражена: июль даёт коэффициент 1,29 к среднемесячному спросу, апрель — 1,24, август и декабрь — по 1,13. Осенью спрос падает: сентябрьский коэффициент 0,71. Рекламный бюджет лучше двигать за волнами.

Сколько стоит реклама ветеринарных услуг на дому в Яндекс

Директе

Цена клика по ветеринарным услугам на дому в Яндексе — 159 ₽. Цена обращения — 2 870 ₽; прогнозная вилка лежит в диапазоне 1 794–4 783 ₽. Для планирования используйте среднюю 2 870 ₽. Автоматическая стратегия обучается при 10 конверсиях в неделю. Для ветеринарных услуг на дому это бюджет 28 700 ₽ в неделю; на месяц тот же ориентир — 123 410 ₽. Если бюджет меньше, кампания остаётся на стратегии максимального количества кликов и не переключается на оптимизацию по целевым действиям. При бюджете 3 000 ₽ в месяц ожидается одна заявка за месяц — такой бюджет подходит только для технической проверки, а не для работающей рекламы.

Как настроить Яндекс Директ для ветеринарных услуг на дому

Для ветеринарных услуг на дому используется связка «Поиск + РСЯ» — рекламная сеть Яндекса — в одной кампании. По базовой раскладке 85% приходится на поиск, 15% — на сеть. Поиск несёт основной спрос, сеть добавляет охват, когда прямой поисковый запрос уже отработан. С ростом бюджета до 247 000 ₽ в месяц кампания выходит в рабочую зону, и её можно расширять: добавлять группы, сегменты и ретаргетинг. Верхняя граница поискового спроса в Москве — 1 620 210 ₽ в месяц; после её достижения охват растёт только за счёт рекламной сети и форматов возврата посетителей. Автотаргетинг в поисковой кампании отключать нельзя — Яндекс требует хотя бы одну активную категорию. Вместо отключения ограничьте категории автоподбора и оставьте только те, что относятся к выездной ветеринарии: лечение, вакцинация, хирургия, стоматология.

Семантика и минус-слова для ветеринарных услуг на дому

Семантику стоит строить вокруг процедур и проблем, по которым человек готов вызвать врача. Процедурные запросы: «удаление зубов», «стерилизация собак», «узи собак», «вакцинация», «анализы собакам». Проблемные: «у собаки понос», «лечение аллергий», «лечение переломов». Такие слова показывают намерение, а не праздное любопытство. Минус-словами отсекают информационные и нецелевые запросы: «симптомы», «корм», «зоомагазин», «своими руками», «бесплатно», «обучение», «вакансия». Люди не планируют заказывать выезд врача. У запроса «ветеринар на дом» ставка входа в аукцион — 834–844 ₽; это не цена клика, а плата за участие в аукционе, списывается меньше. Средняя цена клика по тематике — 159 ₽.

Что писать в объявлениях о ветеринарных услугах на дому

Текст объявления должен попадать в ситуацию владельца. Для срочного вызова — «Выезд от 45 минут, круглосуточно»: человек боится за животное и ищет скорость. Для вакцинации — «Прививка на дому, сертификат, без стресса для питомца»: здесь важны документы и спокойная обстановка. Для хирургии

стоматологии — «Чистка, лечение кариеса, удаление зубов без боли»: показывает, что врач приезжает со своим оборудованием. В данных видно, что люди часто пишут «собак» в запросе: «лечение собак», «анализы собакам», «стерилизация собак». Если в объявлении уместно, называйте питомца — текст станет ближе к запросу. Без конкретной услуги «ветеринар на дом» объявление проигрывает соседям с точным попаданием в проблему.

Что и как измерять в рекламе ветеринарных услуг на дому

Измерение обращений — обязательное условие. Одно обращение стоит 2 870 ₽, поэтому без счётчика и целей в Метрике запускать кампанию не стоит. Целями сделайте звонок, отправленную форму и заявку на выезд — события и есть конверсии для автостратегии. В расчётах для ветеринарных услуг на дому конверсия из клика в обращение заложена на уровне 3%. После запуска сравнивайте факт с ориентиром. Если конверсия ниже, проверяйте форму заявки, скорость ответа и страницу, на которую ведут объявления. Цену обращения отслеживайте еженедельно. Прогнозная вилка — от 1 794 до 4 783 ₽. Если факт устойчиво выше 4 783 ₽, ужесточайте минус-слова и проверяйте, не уходят ли показы на нецелевую географию или запросы.

Типичные ошибки: ветеринарные услуги на дому

- Запускать рекламу ветеринарных услуг на дому с бюджетом меньше 28 700 ₽ в неделю и ждать, что кампания обучится: без 10 конверсий в неделю алгоритм остаётся на стратегии по кликам.
- Пытаться отключить автотаргетинг в поисковой кампании: такого переключателя нет, поэтому вместо ограничивают категории автоподбора.
- Писать общие объявления про ветврача на дом без конкретной процедуры: спрос идёт по «удалению зубов», «вакцинации», «лечению собак», и текст должен совпадать с запросом.
- Игнорировать информационные запросы «симптомы», «корм», «бесплатно», «своими руками»: они съедают показы, но не превращаются в заявки.
- Принимать ставку входа 834–844 ₽ по фразе «ветеринар на дом» за цену клика: на входе в аукцион запрашивают больше, а фактический клик стоит 159 ₽.

Чек-лист перед запуском

1. Соберите кампанию на Поиске по запросам: удаление зубов, вакцинация, лечение собак, анализы собакам, стерилизация, уши собак.
2. Задайте бюджет не ниже 28 700 ₽ в неделю — иначе не наберётся 10 конверсий для обучения.
3. Добавьте минус-слова: корм, зоомагазин, симптомы, бесплатно, своими руками, обучение, вакансии.
4. Ограничьте категории автоподбора в поисковой кампании, оставив только целевые услуги.
5. Настройте цели в Метрике и проверьте, что заявки и звонки доходят до вас, прежде чем увеличивать бюджет.

Сколько стоит реклама ветеринарных услуг на дому?

Клик в поиске — 159 ₽, обращение — 2 870 ₽. Минимальный тестовый бюджет — 3 000 ₽ в месяц, а для обучения автоматической стратегии нужно 28 700 ₽ в неделю.

Какой бюджет нужен, чтобы Яндекс Директ обучался для ветеринарных услуг на дому?

Нужно 10 конверсий в неделю; для ветеринарных услуг на дому это бюджет 28 700 ₽ в неделю или 123 410 ₽ в месяц.

На какие запросы собирать рекламу ветеринарных услуг на дому?

Самые объёмные — «удаление зубов» (72 935 показов) и «вакцинация» (39 704). Дальше берут «лечение собак», «анализы собакам», «стерилизация собак» и «узи собак».

Почему по запросу «ветеринар на дом» дорого?

У фразы «ветеринар на дом» ставка входа 834–844 ₽ — это порог для участия в аукционе. Фактическая цена клика в тематике ниже: 159 ₽.

Что делать, если цена обращения по ветеринарным услугам на дому растёт?

Сравните с вилкой 1 794–4 783 ₽. Если факт стабильно выше верхней границы, ужесточите минус-слова и проверьте, не уходят ли показы на нецелевые запросы.

Сколько обращений даст бюджет 124 000 ₽ в месяц?

При бюджете 124 000 ₽ в месяц ожидается 43 обращения в месяц, а неделя даёт 10 конверсий для обучения кампании.

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 «ветеринарные услуги на дому», 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.