

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ

Реклама зоомагазина в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · Краснодар

45 174

показов в месяц — ёмкость спроса

57 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 18 ₽

441–1 177 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

30 358 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

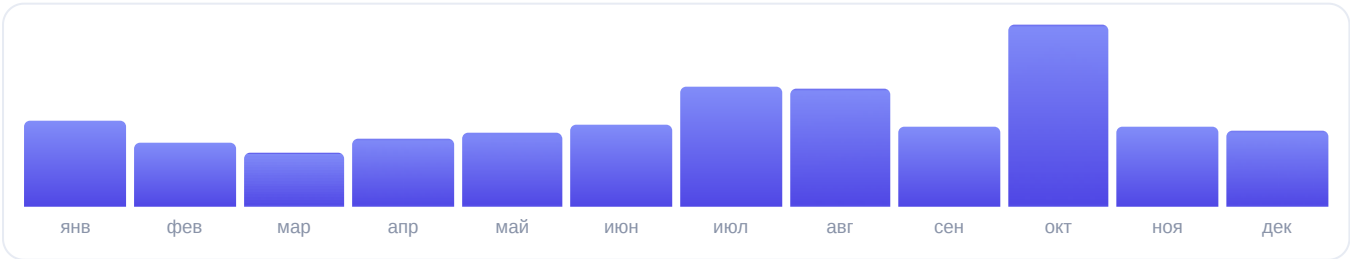
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-zoomagazin-krasnodar
Регион разбора	Краснодар

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
корм для кошек	11 554	134–137
корм для собак	8 326	138–139
ветаптека	3 261	84
сухой корм для кошек	2 464	127–128
корм для котят	1 807	149–151
ветаптека краснодар	1 335	77
корм для щенков	1 259	120–122
кошачий корм	1 025	150
корм для кошек купить	988	150–154
купить корм для кошек	988	150–154
ветеринарная аптека	821	52–54
капли от блох для кошек	645	64
корм для собак купить	610	186
купить корм для собак	610	186
собачий корм	539	149
игрушки для собак	523	54
ветеринарные препараты	503	66–67
влажный корм для собак	432	208
витамины для собак	420	48
шампунь для кошек	411	56

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 42 915, февраль — 31 622, март — 27 104, апрель — 34 332, май — 37 043, июнь — 41 108, июль — 60 081, август — 58 726, сентябрь — 39 753, октябрь — 90 800, ноябрь — 40 205, декабрь — 38 398 показов.

● Сколько это стоит

57 ₽
цена клика при полном охвате

706 ₽
цена обращения
оценка до запуска

60 716 ₽
бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	18	706

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	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	7	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	11	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
12 000	17	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
20 000	28	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
31 000	44	Кампания наберёт данные	1	4
50 000	71	Кампания наберёт данные	1	4
61 000	86	Рабочая кампания	1	4
80 000	114	Рабочая кампания	1	4
128 763	182	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 706 ₽ (оценка). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 30 358 ₽/мес.

■ Кто ищет и на какой стадии решения

Корм для кошек горячий

Кто: Владельцы кошек, ищущие корм (сухой, влажный, лечебный) для своего питомца в Краснодаре

Что мешает: Закончился корм, нужно регулярное питание, хочется попробовать новый или купить по акции

О чём говорить: Большой выбор кормов для кошек: сухие, влажные, лечебные. Быстрая доставка по Краснодару

Корм для собак горячий

Кто: Владельцы собак, ищущие корм (для щенков, взрослых, крупных пород) в Краснодаре

Что мешает: Нужен корм для собаки, закончился запас, требуется специальный рацион по рекомендации ветеринара

О чём говорить: Корма для собак всех пород и возрастов. Доставка на дом в Краснодаре

ВетАптека горячий

Кто: Владельцы кошек и собак, нуждающиеся в лекарствах, витаминах, средствах от паразитов и других ветпрепаратах в Краснодаре

Что мешает: Питомец заболел, нужны лекарства срочно, требуется профилактика блох/глистов, нет времени ехать в ветклинику

О чём говорить: Ветеринарная аптека с доставкой. Лекарства для кошек и собак в наличии в Краснодаре

Зоомагазин (общий спрос) тёплый

Кто: Жители Краснодара, которые ищут зоомагазин или интернет-магазин с широким ассортиментом товаров для животных

Что мешает: Хотят найти надёжный зоомагазин, сравнить цены и ассортимент, заказать с доставкой

О чём говорить: Интернет-зоомагазин с доставкой по Краснодару. Корма, ветаптека, товары для кошек и собак

Товары для кошек (аксессуары) горячий

Кто: Владельцы кошек, ищущие наполнители, игрушки, миски, когтеточки и другие аксессуары в Краснодаре

Что мешает: Нужен наполнитель для туалета, сломалась когтеточка, хочется порадовать кошку новой игрушкой

О чём говорить: Всё для кошек: наполнители, игрушки, миски, когтеточки. Доставка по Краснодару

Товары для собак (амуниция и гигиена) горячий

Кто: Владельцы собак, ищущие поводки, ошейники, намордники, игрушки, шампуни и другие принадлежности в Краснодаре

Что мешает: Нужна амуниция для прогулок, средства ухода или новые игрушки для собаки

О чём говорить: Товары для собак: амуниция, гигиена, игрушки. Доставка в Краснодаре

■ Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия

Максимум кликов

Когда переключаться

После настройки цели в Метрике и набора ≥ 10 конв/
нед → конверсионная стратегия.

■ Что отсекаем минус-словами

клиника

стерилизация

груминг

своими руками

приготовить

сделать

DIY

бесплатно

скачать

инструкция

видео

обучение

курсы

вакансия

работа

как сделать

самому

домашний рецепт

самодельный

реферат

торрент

pdf

сделать самому

мастер-класс

как приготовить

как сшить

как изготовить

школа

уроки

своими силами

Как продавать зоомагазин через Яндекс Директ: запросы и объявления

В Краснодаре в среднем за месяц по тематике зоомагазина — 45 174 показа в поисковых системах и 2 259 кликов. Основной спрос концентрируется на кормах: «корм для кошек» даёт 11 554 показа в месяц, «корм для собак» — 8 326, «ветаптека» — 3 261. Люди ищут и конкретные форматы: «сухой корм для кошек» — 2 464 показа, «влажный корм для собак» — 432.

Сезонность у зоотоваров выражена. В октябре спрос подскакивает до 79 958 показов — в 1,77 раза выше среднего значения; в марте падает до 23 942 показов — это 0,53 от нормы. Для запуска это значит: планировать пик бюджета на октябрь, а в марте ограничивать ставки.

Кто ищет зоотовары и на какой стадии решения

Аудитория зоомагазина в Краснодаре делится на три сегмента: владельцы кошек, владельцы собак и покупатели ветаптеки. Все они приходят на горячей стадии — корм уже заканчивается или питомец заболел. Поэтому в запросах преобладают прямые формулировки: «купить корм для кошек», «купить корм для собак», «ветаптека краснодар».

Владельцы кошек ищут сухой, влажный и лечебный корм; владельцы собак — корм для щенков и взрослых. Отдельно выделяется срочный сегмент ветаптеки: лекарства, капли от блох, витамины. Здесь решает скорость доставки и наличие препарата. Информационные запросы («какой корм лучше») в нише есть, но они уводят в размышления, а не в покупку.

Сколько стоит реклама зоомагазина и бюджет на обучение

Средняя цена клика в зоомагазине — 18 рублей. Одна заявка обходится в 706 рублей; в зависимости от запроса диапазон от 441 до 1 177 рублей. Доля рекламных расходов (сколько процентов выручки забирает реклама) — 47%.

Чтобы автоматические стратегии Яндекса обучились, нужен бюджет около 30 358 рублей в месяц — это стоимость 10 конверсий в неделю. Бюджет 60 716 рублей в месяц раскрывает нишу полностью. Если заложить 3 000 рублей, получите 4 заявки в месяц, но кампания не наберёт статистики и будет работать вслепую.

Как настроить Яндекс Директ для зоомагазина

В зоомагазине на малых и средних бюджетах работает только Поиск — 100% заявок приходит из поисковой выдачи. Рекламная сеть Яндекса (РСЯ) и look-alike (аудитория, похожая на ваших клиентов) подключаются, когда бюджет перешагивает 40 662 рубля: меньше не набирается нужный объём показов. Одна кампания на Поиск — стартовая структура. Внутри неё сегментация по категориям: кошки, собаки, ветаптека. У «корма для кошек» и «ветаптеки» разная цена клика и разный ритм покупок, поэтому смешивать их в одном бюджете не стоит. Автоподбор в тематике отключайте: он приведёт людей с запросами «аквариум», «террариум», «клетка», которые к корму отношения не имеют.

Семантика и минус-слова для зоомагазина

Семантику собираем из 40 спросовых фраз. Берём «корм для кошек», «корм для собак», «сухой корм», «влажный корм», «корм для котят», «ветаптека», «капли от блох», «витамины для собак». Обязательно добавляем слова «купить» и название города: «купить корм для кошек в Краснодаре», «купить корм для собак краснодар» — это самые горячие запросы.

Минус-слова убирают всё, что не ведёт к заказу. В зоомагазине это информационные вопросы: «какой корм лучше», «чем кормить кошку» (297 показов), «отзывы», «бесплатно». Если в ассортименте нет развесных кормов, в минус ставим слово «развес»; если есть — добавляем в семантику несколько уточняющих слов.

Что писать в объявлениях для зоомагазина

Текст объявления зависит от сегмента. Для владельцев кошек — «Большой выбор кормов для кошек: сухие, влажные, лечебные». Для владельцев собак — «Корма для собак всех пород и возрастов». Для ветаптеки — «Лекарства, витамины, средства от паразитов».

К каждому объявлению добавляем «Быстрая доставка по Краснодару» — это снимает страх остаться без корма. Быстрые ссылки ведут на категории: корм для кошек, корм для собак, ветаптека. В тексте используем слова, которые уже набрали показы: «корм», «доставка», «лечебный», «сухой», «влажный».

Что измерять в рекламе зоомагазина

Рекламу зоомагазина нельзя запускать без счётчика Метрики и настроенных целей. В данных конверсия 2,5% не подтверждена — это ориентир, а не факт. Если не измерить реальные заявки, автоматическая стратегия не поймёт, что считать конверсией, и будет оптимизировать клики, а не покупки.

Следите за тремя числами: цена клика (18 рублей), цена заявки (706 рублей), доля рекламных расходов (47%). Когда цена заявки приближается к верхней границе 1 177 рублей, кампания начинает приносить убыток: снижайте ставки на дорогие запросы или перераспределяйте бюджет.

Что потребует Яндекс перед запуском зоомагазина

Перед запуском Яндекс попросит подтвердить права на сайт — добавить файл или мета-тег на главную страницу. Затем нужно подключить счётчик Метрики и настроить цели: отправка формы, звонок, добавление в корзину. После кампания сможет обучаться и показывать рекламу в Краснодаре. Если сайт ещё не готов, заявки придётся принимать по телефону, но тогда цель «звонок» становится обязательной.

Типичные ошибки: зоомагазин

- Запуск зоомагазина без настройки целей: вы платите за клики, а не за корм и лекарства, и стратегия не может понять, кто покупает.
- Объединение кошек, собак и ветаптеки в одной кампании: у категорий разная цена клика и разный ритм покупок, данные смешиваются и оптимизация работает плохо.
- Автоподбор по всем запросам: приводит клики по аквариумам и террариумам, которых нет в ассортименте зоомагазина.
- Игнорировать сезон: в октябре показов почти в два раза больше, чем в марте; без повышения бюджета не соберёте весь спрос.
- Брать в работу информационные запросы («какой корм лучше») без минус-слов: исследователи не покупают корм прямо сейчас.

Чек-лист перед запуском

1. Установите счётчик Метрики и настройте цели на заявку и покупку.
2. Соберите семантику из 40 фраз данных: корм для кошек, корм для собак, ветаптека.
3. Разделите кампании по сегментам: кошки, собаки, ветеринарные препараты.
4. Добавьте минус-слова для информационных и нецелевых запросов.
5. Напишите объявления с доставкой по Краснодару и быстрыми ссылками на категории.

● Вопросы владельцев бизнеса

Как продавать товары зоомагазина через Яндекс Директ?

Соберите запросы «корм», «ветаптека», «доставка», разделите кампании по категориям, поставьте счётчик и дайте бюджету от 30 358 ₽ на обучение. Тогда Директ начнёт приводить заявки по цене около 706 ₽.

Сколько стоит реклама зоомагазина?

Средняя цена клика 18 ₽, цена обращения 706 ₽. Рабочий бюджет на обучение — 30 358 ₽ в месяц, для полного охвата — 60 716 ₽.

С чего начать продвижение зоомагазина?

С настройки аналитики: счётчик Метрики, цели на заявку и звонок. Потом соберите семантику и запустите одну поисковую кампанию по самым горячим запросам.

Как продвинуть зоомагазин в интернете?

В Краснодаре на текущем спросе эффективен только поиск Яндекса. РСЯ и look-alike подключайте после того, как бюджет достигнет 40 662 ₽.

Как рекламировать зоомагазин?

Используйте запросы «корм для кошек», «корм для собак», «ветаптека»; делите кампании по категориям и обещайте быструю доставку.

Что даёт реклама зоомагазина в Яндекс Директе?

Заявки от людей, которые уже готовы купить корм или лекарство. Корм покупают регулярно, поэтому при удержании клиента цена заявки окупается повторными заказами.

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 «зоомагазин», 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.