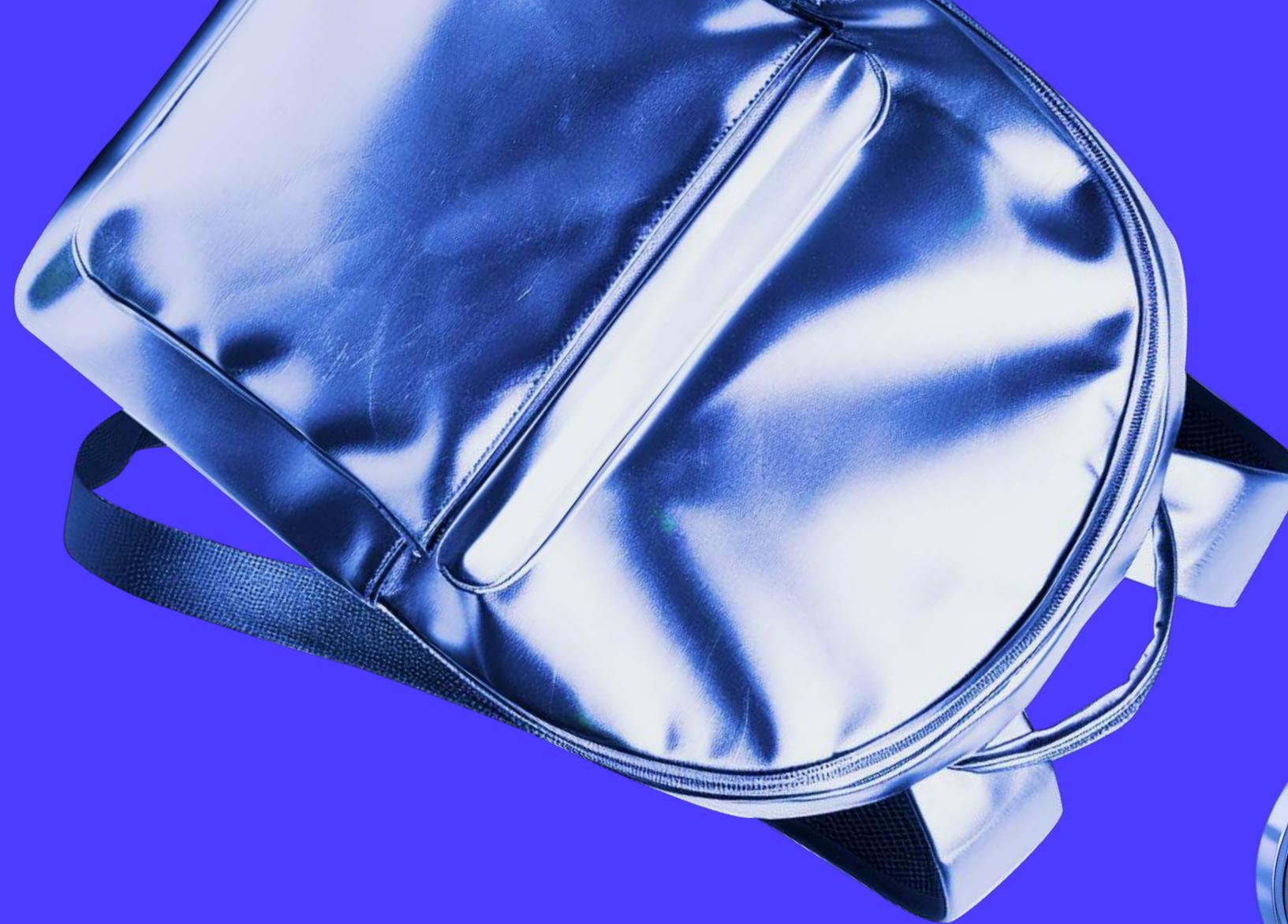


Я Реклама

Снова в школу — 2025

Исследование Яндекс Рекламы



Методология исследования

Ресурсы, источники,
период



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели

Активные интернет-пользователи старше 25 лет с детьми, которые отправятся в 1–11-й класс в новом учебном году, из городов России с населением 100 000+, 1 375 человек.

Время проведения опроса — май 2025 года.



Аналитика поискового спроса и поведения аудитории

Данные Яндекса по поисковому поведению пользователей, 2024 г.

Из исследования
вы узнаете

- 1 Как родители планируют собирать детей в школу и когда бизнесам запускать рекламную поддержку
- 2 В чём различия покупательского поведения у семей с детьми разного возраста
- 3 Какую роль играют дети при покупке товаров к учебному году
- 4 Какие специалисты и сервисы, связанные со здоровьем и успеваемостью ребёнка, будут востребованы
- 5 Как дети проводят досуг: гейминг и телесмотрение

Что покупают к новому учебному году

Категории товаров

 Одежда, обувь, аксессуары

 Рюкзаки

 Канцтовары

 Косметика

 Парфюмерия

 Продукты питания

 Малая бытовая техника

 Товары для дома

 Электроника, гаджеты

 Мебель

 Витамины, БАДы, лекарства

 Цветы

 Товары для творчества

 Кредитные продукты

 Детские банковские карты

Категории услуг

 Платная медицина

 ДМС для детей

 Курсы, репетиторы

 Сервисы для мебели

 Сервисы для бытовой техники и электроники

 Сервисы для обучения

Уже скоро

18 МЛН

школьников и их родителей начнут готовиться к новому учебному году и вновь задумаются о покупке различных товаров и услуг

По данным Министерства просвещения РФ на 26 января 2024 г.

1 Сентября — это особенный день в жизни семьи

60%

Считают 1 Сентября праздником,
который нужно отмечать всей семьёй

25%

Балуют детей крупными, дорогими
подарками перед началом учебного года

Q: С чем у вас ассоциируется 1 Сентября?
Какие воспоминания он вызывает у вас?



Мария, 53 года

«Ассоциируется с детством, с беззаботной порой, с первой любовью... Вспоминаю лучшие годы жизни, школьной поры»



Екатерина, 37 лет

«Букет из гладиолусов, новые знакомства, слёзы родителей, красивая первая учительница, ощущение чего-то важного и необычного»



Александр, 30 лет

«1 Сентября — это праздник! Шарик, нарядные дети и взрослые. Также это волнение и переживание за ребёнка. Этот день вызывает ностальгические воспоминания, иногда хочется вернуться в то простое время»

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года,
1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России
с населением более 100 тыс. человек

И это волнующая пора подготовки к новому учебному году



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек

Q: С чем у вас ассоциируется 1 Сентября?
Какие воспоминания он вызывает у вас?



Дарья, 40 лет

«Ночью перед 1 Сентября мне снится, что я забыла купить тетради, ручки, форму и вообще вернуться из отпуска и не успею к началу занятий. Просыпаюсь в холодном поту»



Александр, 51 год

«Крупные траты на сборы в школу, праздник, заказ букетов, линейка. Встречи с друзьями, новые школьные принадлежности»

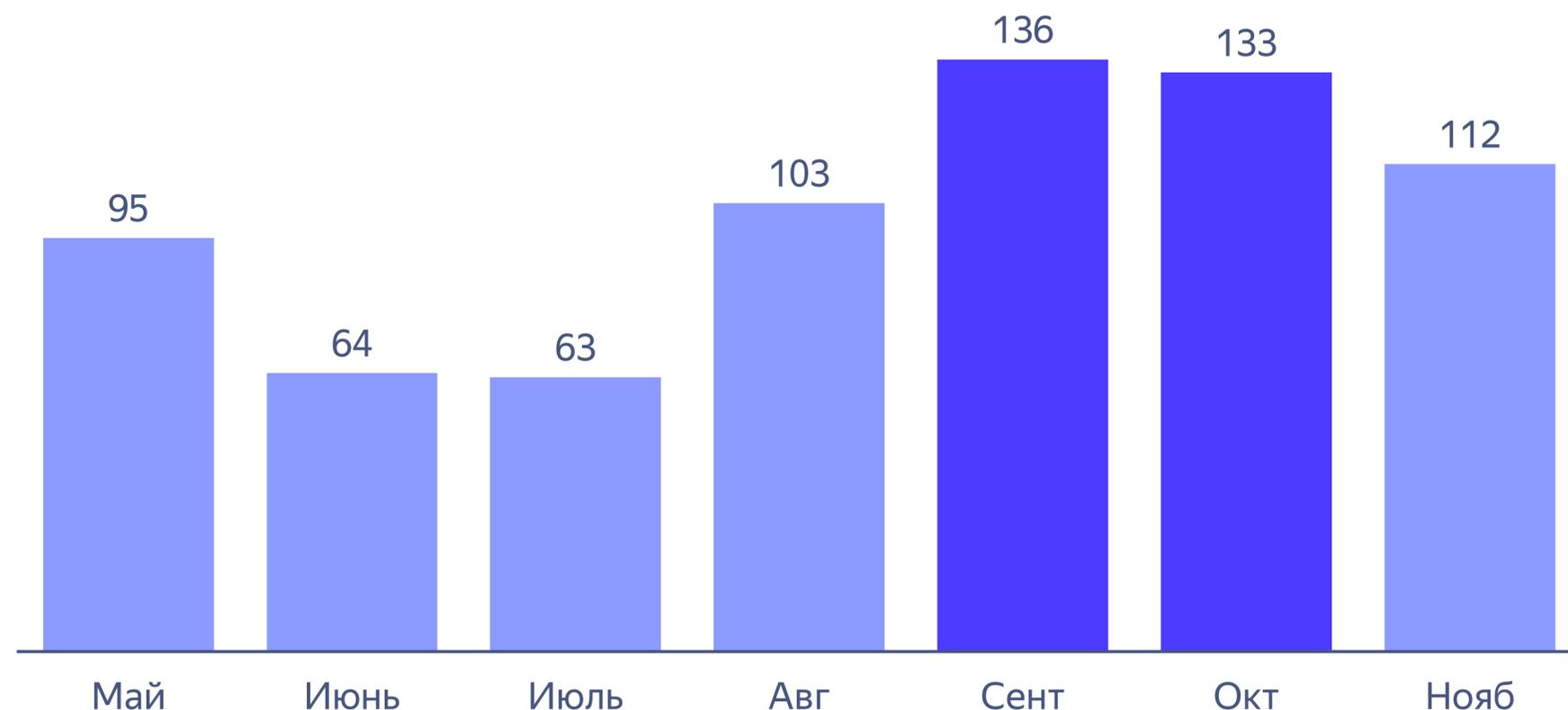


Кристина, 33 года

«Больше с облегчением. Вся суета с подготовкой. Вот пару дней — и начнётся распродажа, можно будет купить форму подешевле»

Сентябрь — период повышенного интереса к школьным товарам

Индекс аффинитивности к запросам «Для школы»



Для школы

Найти

6,9 млн

поисковых запросов о товарах для школы задали в сентябре прошлого года

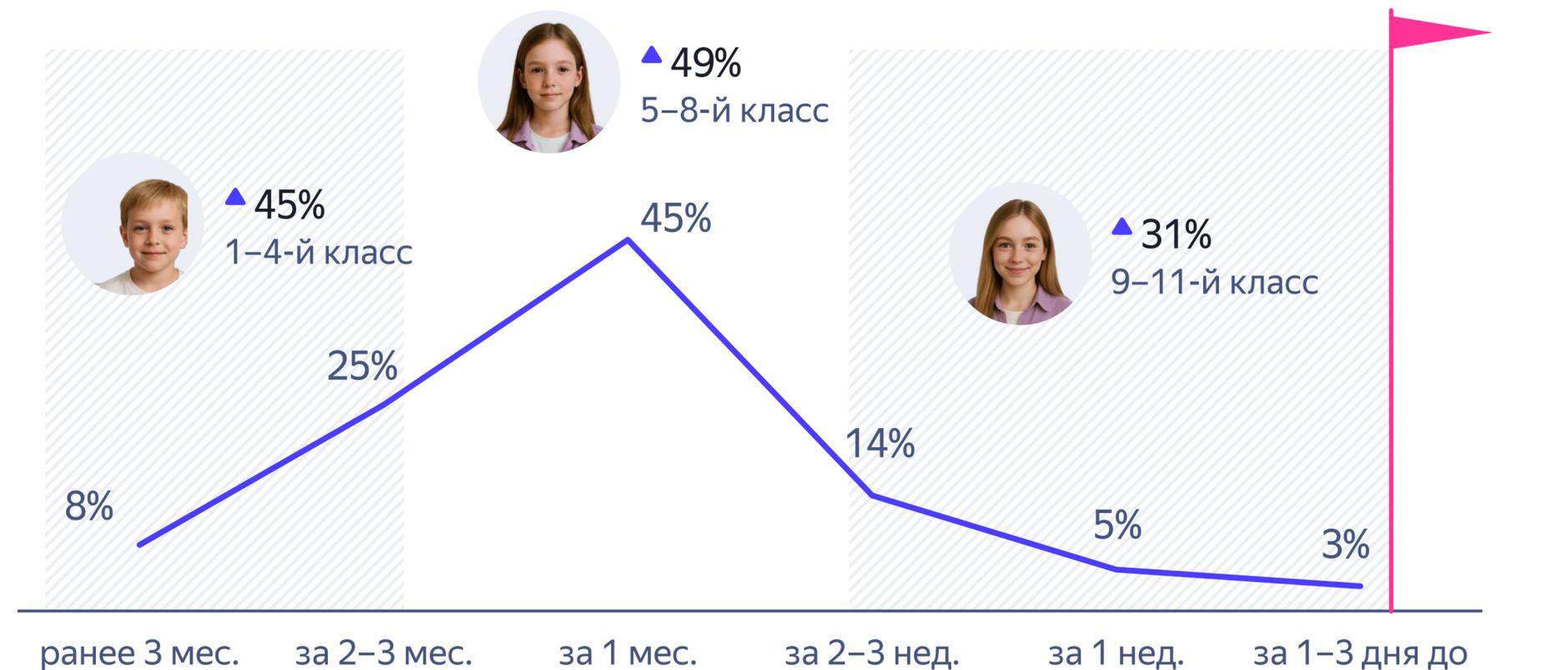
+36%

рост запросов в Поиске о товарах для школы в сентябре

Семьи заранее готовятся к новому учебному году

Q: За какое время до 1 Сентября вы начнёте готовиться к новому учебному году, например искать товары или совершать покупки?*

▲ Значимо выше, чем среди родителей в целом



Родители учеников младших классов — особая аудитория

- Начинают готовиться к учебному году раньше всех
- Больше вовлекаются при покупке товаров для школы
- Покупают больше товарных категорий с более высоким чеком, когда собирают ребёнка в 1-й класс
- Чаще обращаются к готовым спискам товаров к школе и советам знакомых

* 1% — затрудняюсь ответить

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек

Поиск товаров продолжается и после 1 Сентября



Q: Как долго после 1 Сентября вы будете продолжать делать покупки?



Перед покупкой категории ²	Делают запросов	Посещают сайтов
Детская одежда	3–4	3–4
Мебель	8–9	6–7
Электроника и БТ	10–11	7–8
Витамины и БАДы	5–6	3–4

Данные Яндекса, 2024 г.

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек

В среднем 5 категорий товаров планируют купить к школе

Q: Что для вас важно при выборе магазинов для покупки товаров к учебному году?

66%

Широкий ассортимент товаров в магазине

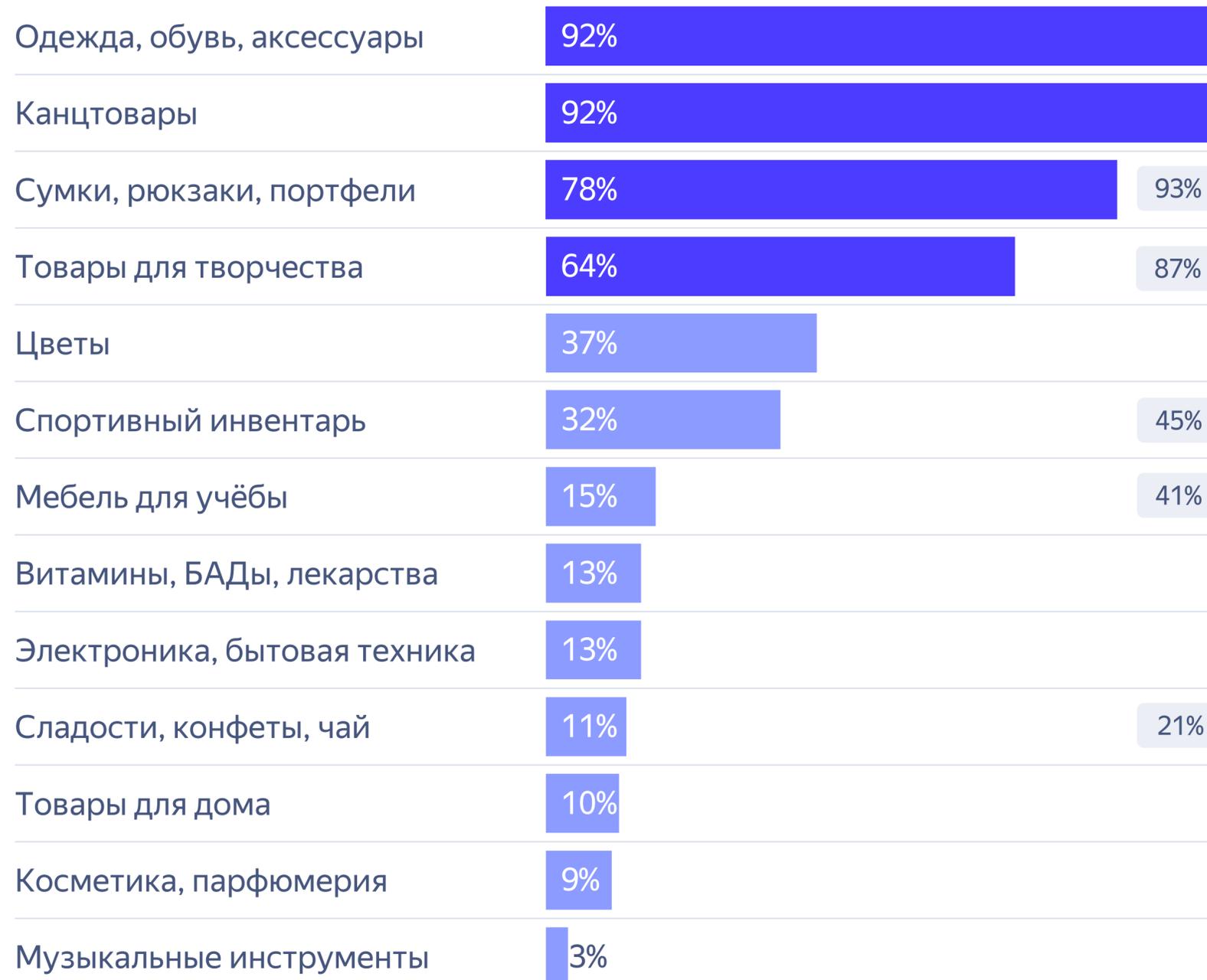
38%

Возможность купить товары разных категорий в одном месте

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек

Q: Что из перечисленного вы планируете купить к школе для своего ребёнка?

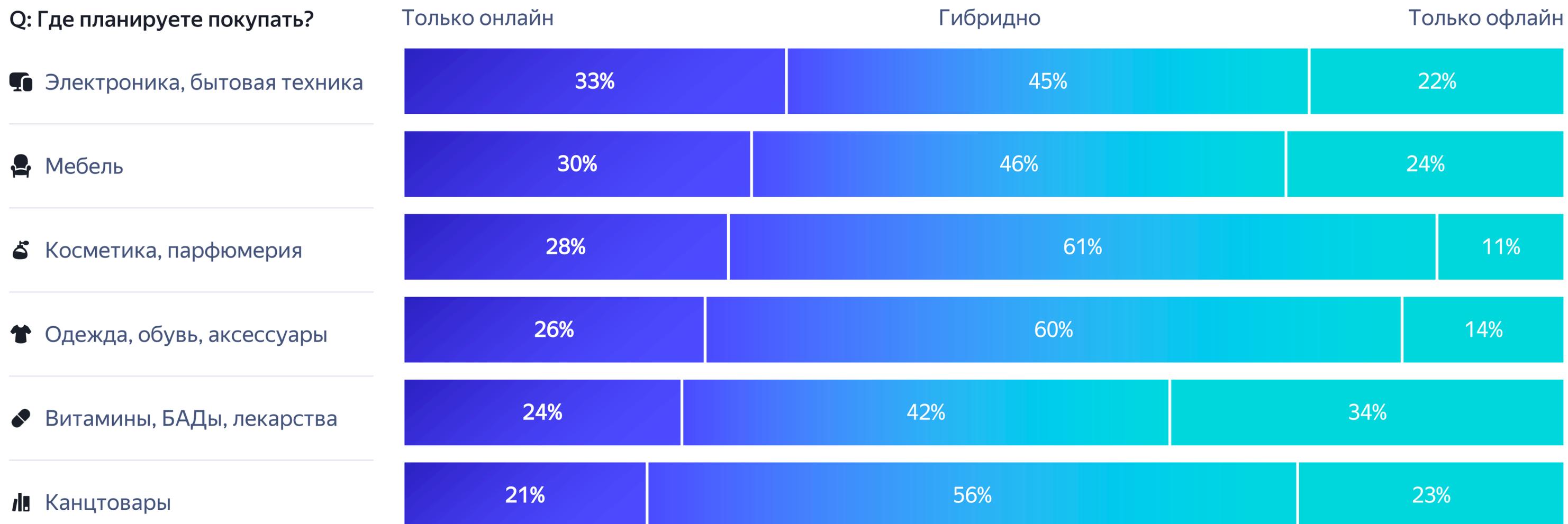
XX% Значимо выше среди первоклассников, чем среди всех школьников



Большинство категорий товаров будут покупать и онлайн, и офлайн

В период повышенного спроса важно обеспечить поддержку всех каналов продаж — в интернете и в офлайне

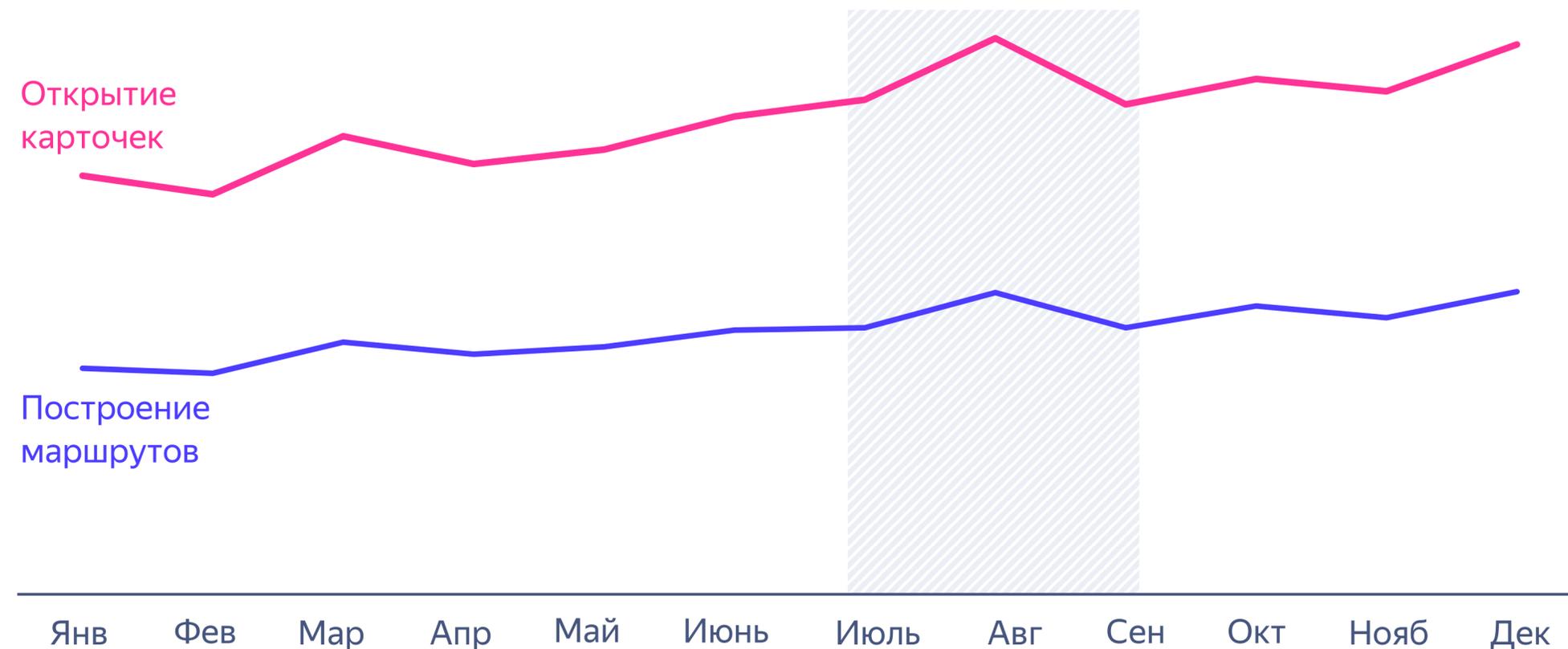
Q: Где планируете покупать?



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. Базы (планирующие покупку категорий, без 3/0): 167, 276, 116, 1 237, 169, 1 232

Аудитория будет активно искать детские магазины в Яндекс Картах

Динамика открытия карточек и построения маршрутов до магазинов товаров для школы в Яндекс Картах в 2024, млн¹



XX% Август 2024 г. vs 12 мес.

27 млн ▲16%

открытий карточек детских магазинов в августе 2024 г.

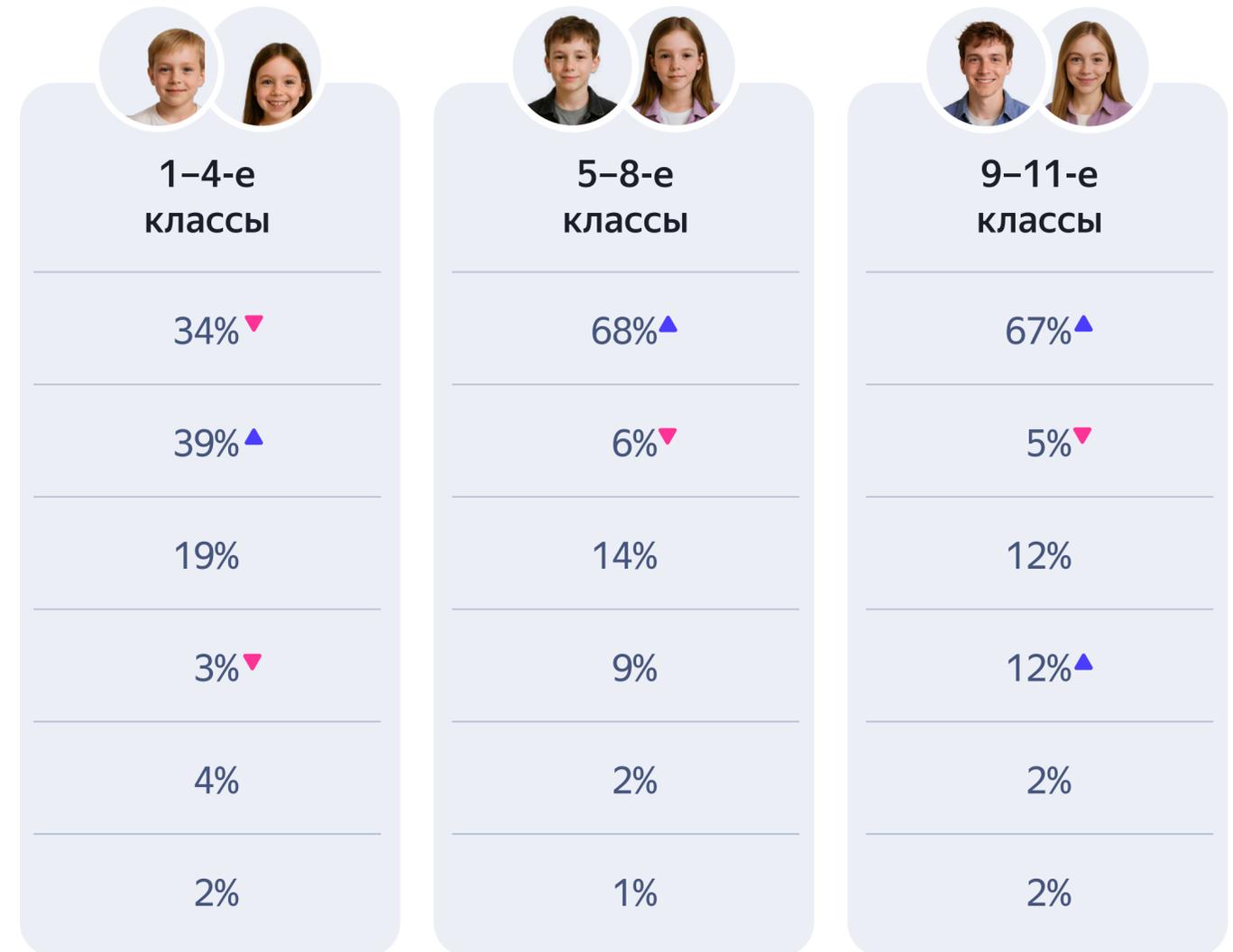
15 млн ▲15%

маршрутов в детские магазины построено в августе 2024 г.

Треть родителей провозжают детей в школу

Q: Как ваш ребёнок чаще всего добираться или будет добираться до школы с утра?

Среди всех



▲▼ Значимо выше или ниже, чем среди школьников в целом, на 95% уровне доверия

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек

Родителям важно оставаться на связи

Q: Каким тарифом пользуется ваш ребёнок на данный момент?

71%

Личный тариф, которым пользуется только он

21%

Семейный тариф, которым пользуются члены семьи

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек

Q: На что обращаете внимание при выборе мобильного тарифа для ребёнка?

XX% Значимо выше среди учеников 1–4-х классов, чем среди школьников в целом



Подготовка к учебному году — важная статья семейного бюджета

60%

Планируют потратить на подготовку к школе больше, чем в прошлом году

47%

Заранее откладывают деньги на покупки к школе

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек



Родители планируют использовать кредитные продукты для оплаты

крупных покупок к школе — электроники и мебели



▲ Значимо выше других категорий

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. Базы (планирующие покупку категорий): 1 259, 174, 290

Дети активно участвуют в выборе товаров для школы

90%

Дают ребёнку карманные деньги

88%

Отмечают, что у ребёнка есть банковская карта или они планируют её оформить

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек

Q: Кто будет принимать решение о покупке товаров к учебному году?

Последнее слово за ребёнком

70%



Повседневная одежда

70%



Косметика, парфюмерия

66%



Канцтовары

55%



Школьная форма

41%



Мебель

40%



Электроника*

В ряде категорий, таких как косметика или канцтовары, ребёнок чаще принимает решение полностью самостоятельно. И наоборот, при выборе дорогостоящих товаров, например мебели или электроники, чаще участвует только родитель

База (покупатели категории): 919, 122, 1 261, 766, 211, 174

* Электроника включает ноутбук, планшет, смартфон

Как увеличить продажи



Куда инвестировать дополнительный бюджет

- Цифровая наружная реклама в Яндекс Директе*
- Медийная реклама
- Продвижение в Яндекс Картах
- Сезонная перфоманс-кампания с подборками товаров для школы

Идеи настроек

Настраивайте цифровую наружную рекламу в Яндекс Директе в зонах вокруг учебных заведений, чтобы баннеры могли заметить дети и родители. Также будет актуальна реклама на экранах в автобусах, маршрут которых проходит через спальные районы, где находится целевая аудитория — родители и дети.

Выстраивайте комплексную стратегию продвижения на всех этапах воронки с помощью медийной рекламы. На этапе формирования знания используйте премиальные форматы, например Премиум-баннер в Поиске и Videобаннер в Поиске, а также умную стратегию «Рост брендовых метрик». На этапе рассмотрения — видеобаннеры, медийные баннеры и карусель в видео, чтобы показать разные товары в одном объявлении. А чтобы привести пользователей к конверсии, задействуйте умную стратегию «Рост целевых действий на сайте». Применяйте возможности O2O-аналитики, чтобы отслеживать и учитывать действия аудитории как в онлайн, так и в офлайн.

Запустите отдельную кампанию для продвижения товаров для школы с подборками из разных категорий. Используйте объявления для страниц каталога в ЕПК.

Передавайте в Директ данные об офлайн-конверсиях из CRM-системы и используйте их для оптимизации кампаний.

Сегментируйте аудиторию внутри кампании по возрасту с помощью корректировок и адаптируйте содержание объявлений с учётом особенностей каждого сегмента.

* Инструмент находится на этапе закрытого бета-тестирования. Чтобы получить доступ, обратитесь к своему менеджеру в Яндексе

Одежда, обувь и аксессуары

1



Одежда, обувь и аксессуары — важная часть школьной жизни

 67%

Отмечают, что их ребёнок любит красиво одеваться, наряжаться в школу¹

 43%

Планируют полностью обновить гардероб ребёнка к новому учебному году²

¹ Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек.

² База (планируют купить одежду, обувь, аксессуары к школе): 1 260 чел.



Конец лета — период повышенного интереса к одежде для школы



Одежда для школы

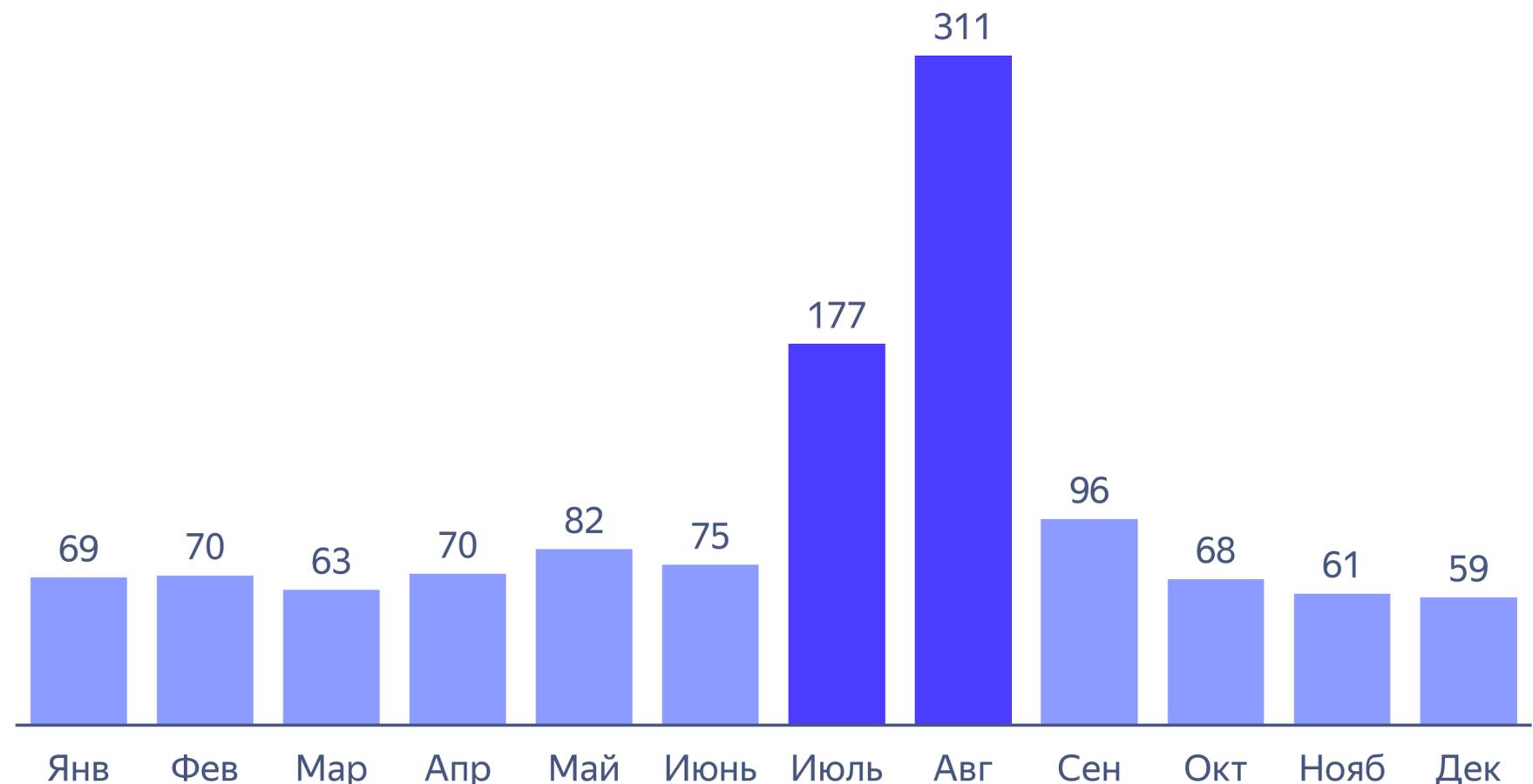
Найти

в 3 раза

больше поисковых запросов об одежде для школы в августе, чем в среднем за месяц было в 2024 году



Индекс аффинитивности к запросам «Одежда для школы»

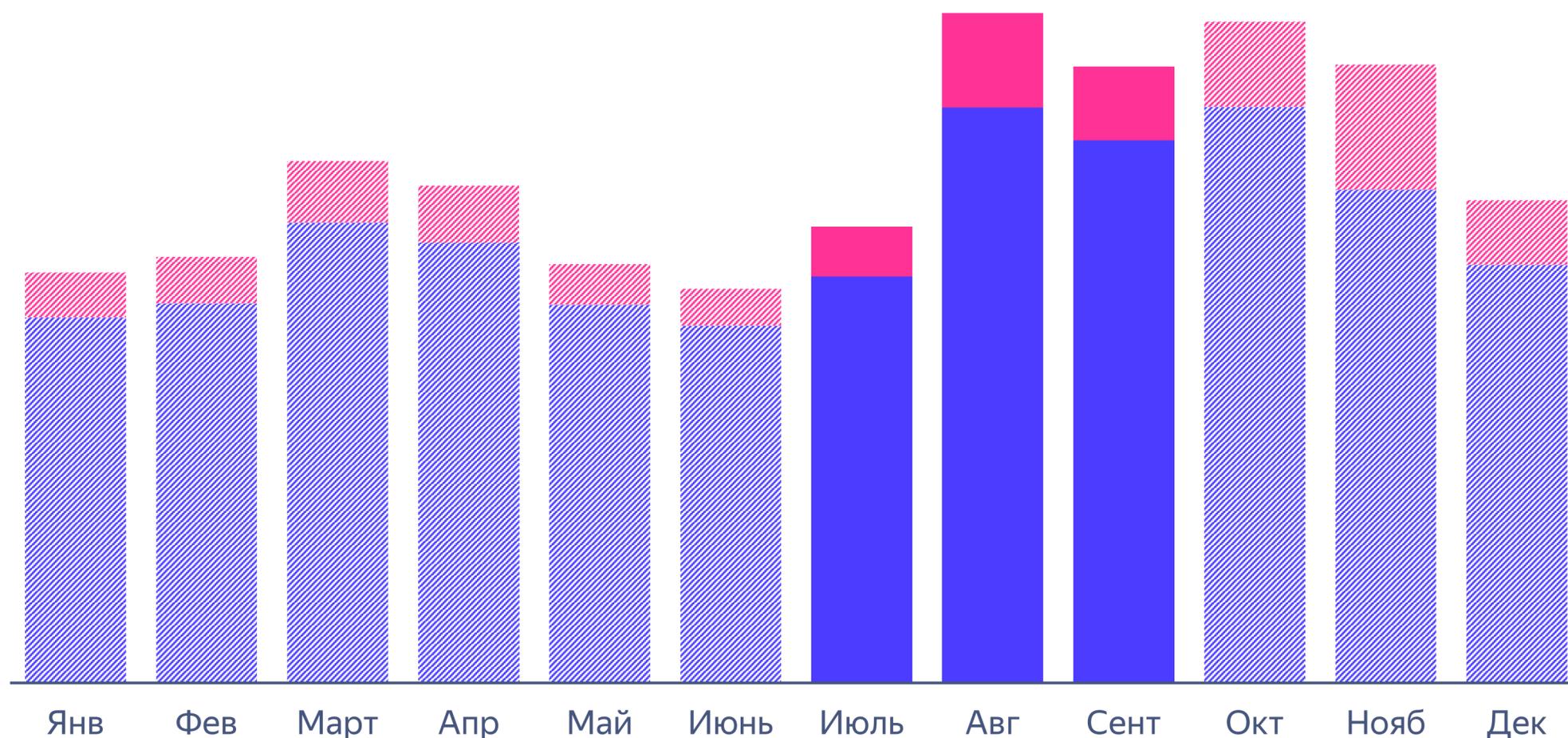


Ритейлеры в категории детской одежды начинают наращивать инвестиции в рекламу с июля

Динамика рекламных инвестиций в категории «Детская одежда» в 2024 г.

■ Performance-реклама

■ Медийная реклама



Рост инвестиций:

Август 2024 г. vs 12 мес.

+45%

Медийная реклама

+28%

Performance-реклама

Взаимодействие с медийной рекламой позитивно сказывается на показателях эффективности

+71%

Выше активация в покупку (CR)

-33%

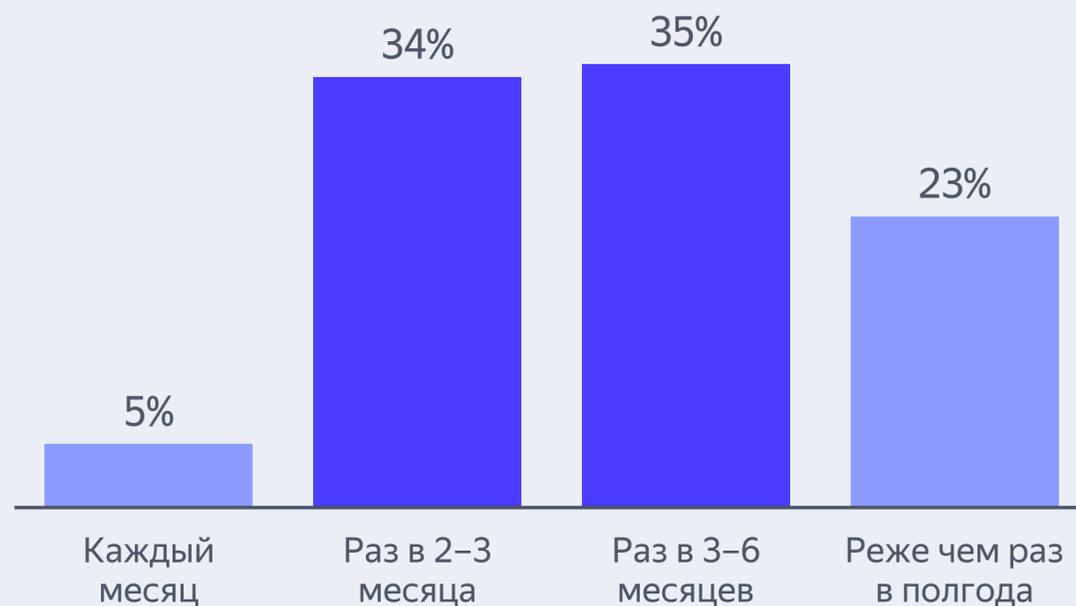
Снижение CPA

-31%

Снижение DPP

В среднем 6 товаров планируют купить для школьного гардероба

Q: В целом как часто вы покупаете одежду для своего школьника?



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (планируют купить одежду, обувь, аксессуары): 1 260 чел.

Q: Какую именно одежду, обувь или аксессуары вы планируете купить к новому учебному году?

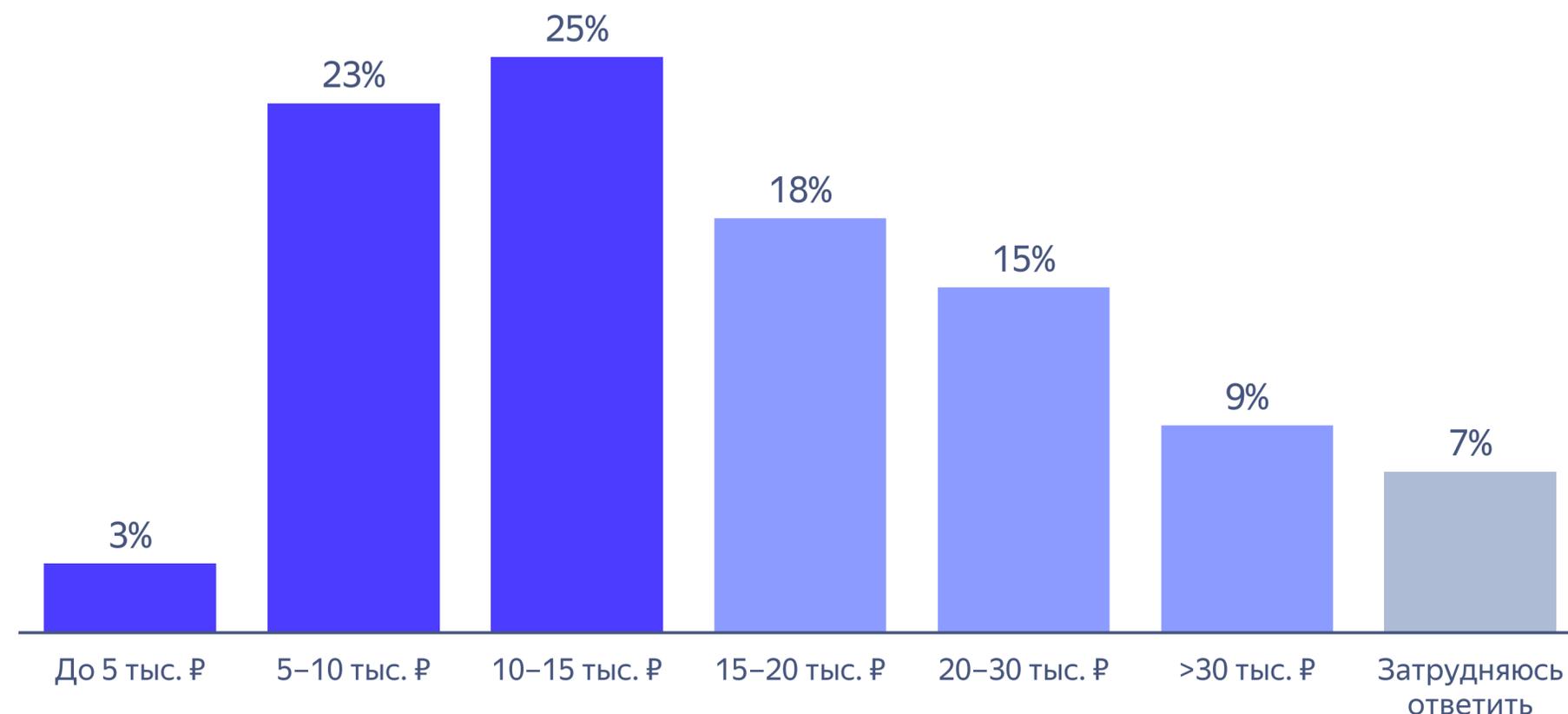
XX% Значимо выше среди 1–4-х классов, чем среди школьников в целом



 У каждого второго школьника есть строгие требования к школьной форме

Потребители отдают предпочтение товарам в среднем ценовом сегменте

Q: Сколько вы планируете потратить на одежду, обувь и аксессуары к новому учебному году?



~15,7 тыс. ₹

в среднем планируют потратить на одежду, обувь и аксессуары к школе

Товары в каком ценовом сегменте планируют купить:

Массмаркет — 72%

Мидл-маркет — 31%

Экономсегмент — 7%

Премиум-, люкс-сегмент — 2%

Затруднились с ответом — 2%

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (планируют купить одежду, обувь, аксессуары): 1 260 чел.

Драйверы выбора одежды

Стоимость, качество и натуральность материалов



В начальной и средней школе родители больше ориентируются на требования учебного заведения к одежде

Факторы выбора

Среди всех

Скидки, акции на товар

66%

Долговечность, качество

65%

Натуральность материалов

62%

Требования школы

56%

Модный дизайн

42%

Широкий размерный ряд

32%

Рейтинг и отзывы в интернете

23%

Популярность бренда

20%

Возможность купить комплект

20%

Эксклюзивные линейки

3%

Затрудняюсь ответить

1%



1-4-е классы

62%



5-8-е классы

61%



9-11-е классы

73%

65%

64%

66%

59%

56%

68%

66% ▲

67% ▲

41% ▼

45%

44%

37%

34%

41% ▲

25%

27%

22%

19%

11% ▼

9% ▼

35% ▲

31% ▲

17%

13%

6%

1%

2%

1%

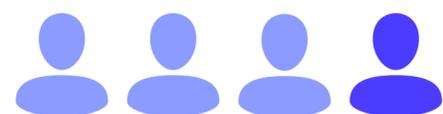
1%

1%

▲▼ Значимо выше или ниже, чем среди школьников в целом, на 95% уровне доверия

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (планируют купить одежду, обувь, аксессуары): 505 чел.

Бренд играет важную роль при выборе одежды для школы



Каждый четвёртый

отмечает, что бренд играет важную роль при выборе одежды для школы¹



x3 раза

Август 2024 г. vs 12 мес.

Рост поисковых запросов на производителей школьной формы²

+31%

Август 2024 г. vs 12 мес.

Рост поисковых запросов на названия магазинов детской одежды²

¹ Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года,

1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек.

² Данные поиска Яндекса. Август 2024 г. vs 12 мес., Россия

Как увеличить продажи



Куда инвестировать дополнительный бюджет

- Брендовая медийная кампания
- Цифровая наружная реклама в Яндекс Директе*
- Сезонная перформанс-кампания для школьного гардероба

Идеи настроек

Выстраивайте комплексную стратегию продвижения на всех этапах воронки. На этапе формирования знания используйте премиальные форматы, например Премиум-баннер в Поиске и Videобаннер в Поиске, а также умную стратегию «Рост брендовых метрик». На этапе рассмотрения — видеобаннеры, медийные баннеры и карусель в видео, чтобы показать разные товары в одном объявлении. А чтобы привести пользователей к конверсии, задействуйте умную стратегию «Рост целевых действий на сайте».

Запустите аукционную видеорекламу на Smart TV, чтобы рассказать о ваших предложениях миллионам пользователей умных устройств.

Усиливайте узнаваемость бренда с помощью цифровой наружной рекламы в Яндекс Директе*, чтобы расширить охват кампании. Используйте корректировки по доходу или геотаргетинг, чтобы подобрать аудиторию, которую интересуют товары из разных ценовых сегментов.

Запустите отдельную ЕПК для продвижения товаров и каталогов. Объединяйте в каталоги товары одного типа, например одежду или обувь, либо предложения для аудитории одного возраста.

Включите показы объявлений в Товарной галерее в Поиске. Сделать это поможет [чек-лист по настройке](#).

Подключите офферный ретаргетинг.

* Инструмент находится на этапе закрытого бета-тестирования. Чтобы получить доступ, обратитесь к своему менеджеру в Яндексе

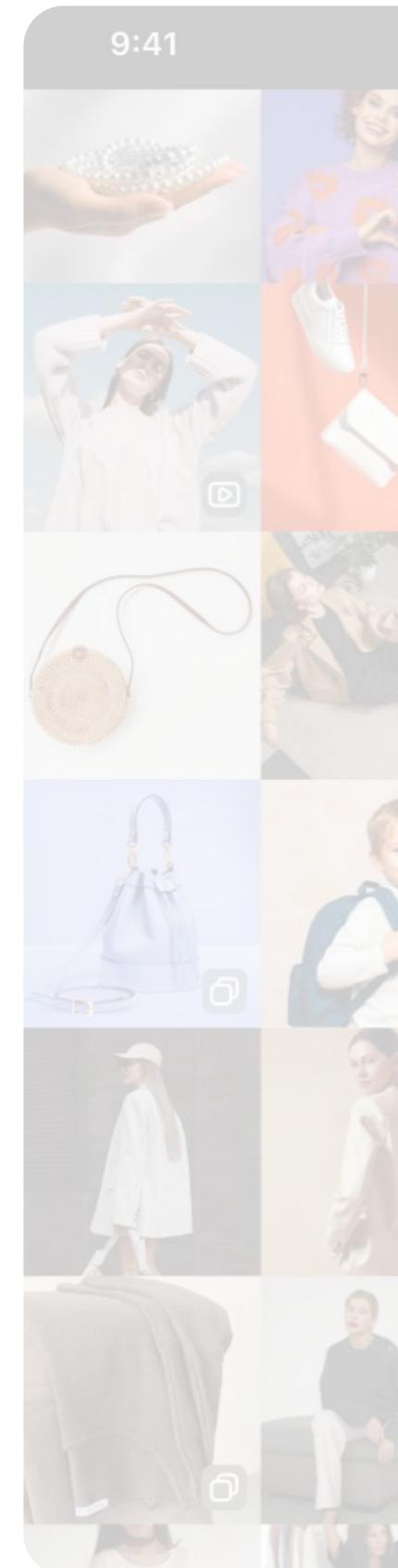
Вдохновляйте на покупки с помощью контента в Яндекс Ритме^β **beta** **new**

Компании публикуют фото и видео о своих товарах. В рекомендательной ленте Ритма их увидят пользователи, которым понравится такой контент



Присоединяйтесь
к закрытой бете, чтобы

- Растить знание о вашем бренде
- Привлечь дополнительный трафик на сайт
- Задавать тренды и формировать спрос с помощью визуального контента



Выделите свои товары в Поиске

Чтобы получить дополнительный целевой трафик и растить продажи — управляйте отображением товаров и страниц сайта магазина в Поиске с помощью:

- Микроразметки на сайте
- Передачи данных о товарах и магазине в Яндекс Товары

Чем больше данных о ваших товарах передаётся в Поиск и чем лучше проработан их контент, тем выше вероятность появления в товарных блоках, например в формате отдельной карточки

[Тестируйте новый бесплатный инструмент](#)

[Подробнее обо всех местах показа — в Справке](#)

1 **Школьная одежда и обувь PlayToday** купить...
Одежда, обувь и аксессуары > Школьная одежда и обувь 🛒
Школьная одежда и обувь PlayToday по цене от 767 ₽ до 8783 ₽. В наличии 600 товаров в интернет-магазине Детский мир.
★ 4,4 · 28К отзывов на магазин 📍 В пункт 5Post 4

2 
3 - 80%

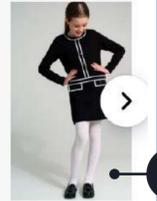
5 5 559 ₽ -15% 6-540 ₽ 3

7 Популярные товары по запросу «Школьная одежда Play Today»

- 1766 ₽ -31% 2-559 ₽ Платье PlayToday
- 1766 ₽ -45% 3-199 ₽ Платье PlayToday
- 3 509 ₽ Сплит Платье PlayToday, размер 152, темно-...
- 2 207 ₽ -31% 3-199 ₽ Сарафан PlayToday
- 2 559 ₽ Сплит Платье PlayToday, размер 164, темно-...
- 3 509 ₽ Сплит Платье PlayToday, размер 158, темно-...
- 1 766 ₽ -45% 3-199 ₽ Платье PlayToday
- 1 766 ₽ -31% 2-559 ₽ Платье PlayToday

Показать все

6 Платье PlayToday, размер 128, черный

7 
6 
6 

Пожаловаться

7  **playToday** 2 332 ₽ -39% 3-799 ₽ 6
★ 4,6 · 132К отзывов на магазин
Сплит

В магазин

Характеристики
Бренд playToday
Цвет товара черный
Тип платье

1 Заголовок

2 Картинка

3 Размер скидки

4 Способ доставки

5 Цена

6 Картинки, заголовок, цена, скидка — данные от магазина

7 Фокус на продавце

Канцелярские товары

2



Канцтовары — это маленькие школьные радости

82%

Отмечают, что могут порадовать ребёнка, купив красивый блокнот или ручку

67%

Отмечают, что красивые канцтовары повышают интерес ребёнка к учёбе

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек



Интерес к канцелярским товарам растёт с середины лета

Динамика поисковых запросов «Канцтовары для школы»

+64%

Рост поискового интереса
Август 2024 г. vs 12 мес.



Канцтовары

Найти

Рост запросов:

Август 2024 г. vs 12 мес.

+43%

Магазин канцтоваров

+9%

Книжный магазин

86%

Покупают канцтовары с запасом или сразу на весь год



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (планируют купить канцтовары): 1 260 чел.

Q: Какую канцтовары вы планируете купить к новому учебному году?



Выбор канцелярских товаров зачастую остаётся за детьми

Покупатели категории¹



66%
Женщины



34%
Мужчины

Кто участвует в покупке

Вместе, последнее слово за ребёнком — 53%

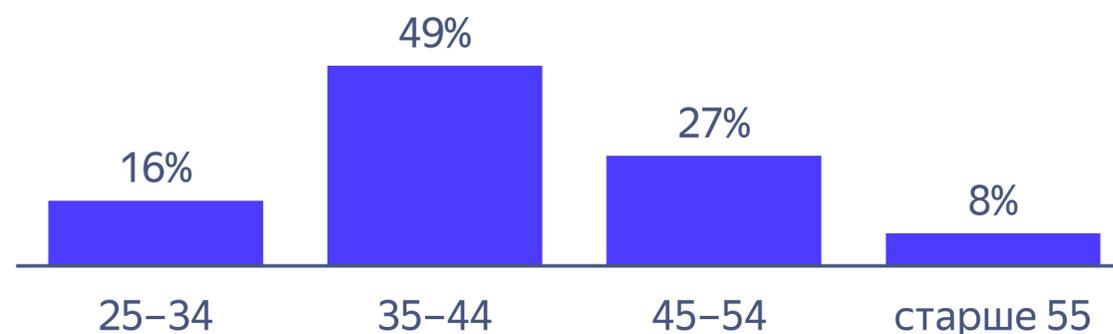
Вместе, последнее слово за родителем — 25%

Только ребёнок — 13%

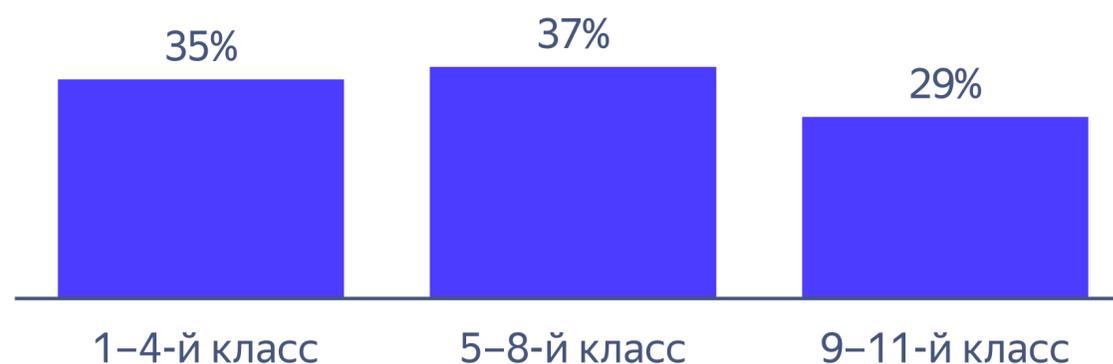
Только родитель — 8%

Затрудняюсь ответить — 1%

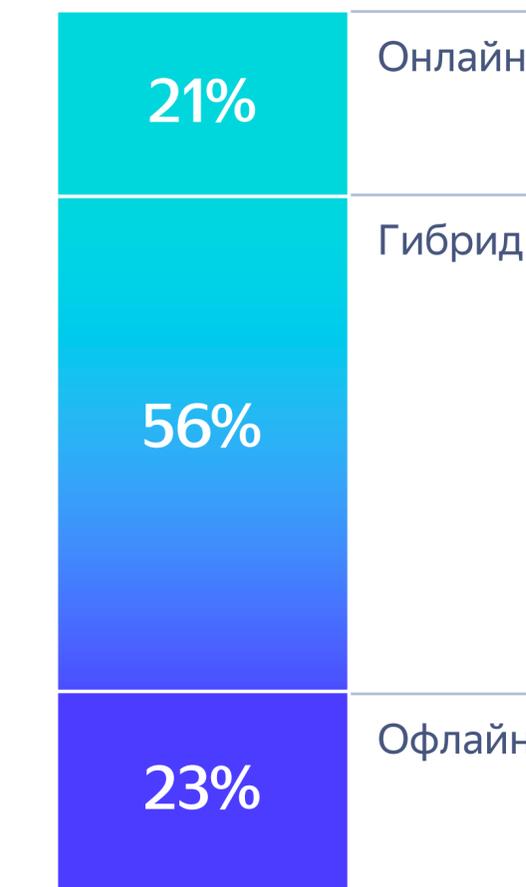
Возраст родителей



Класс обучения



Доли каналов²



¹ Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек.

² База (планируют купить канцтовары): 1 260 чел.

По мере взросления детей у них появляется больше свободы при покупке товаров

Q: Кто будет принимать решение о покупке канцтоваров?¹

Исключительно ребёнок

13%

Вместе, последнее слово за ребёнком

53%

Вместе, последнее слово за родителями

25%

Исключительно родитель

9%

Затрудняюсь ответить

1%

Среди всех



1-4-е
классы

4%▼

47%▼

34%▲

14%▲

1%



5-8-е
классы

12%

55%

25%

7%

1%



9-11-е
классы

24%▲

57%

13%▼

5%▼

1%

 **68%**

Отмечают, что их ребёнок любит выбирать канцтовары²



▲▼ Значимо выше или ниже, чем общее

¹ База (планируют купить канцтовары): 1 260 чел.

² Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек

Среди основных каналов покупки

Магазины канцтоваров, товаров для детей и маркетплейсы

Q: Кто будет принимать решение о покупке товаров к учебному году?

49%



Магазин канцтоваров

34%



Сетевые магазины
детских товаров

17%



Продуктовый
офлайн-магазин

9%



Рынок

71%



На маркетплейсах

14%



Онлайн-магазин
с канцтоварами

12%



Сетевой онлайн-магазин
детских товаров

10%



Онлайн-магазин
продуктов

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (планируют купить канцтовары): 1 260 чел.

Как увеличить продажи



Куда инвестировать дополнительный бюджет

- Цифровая наружная реклама в Яндекс Директе*
- Медийная кампания
- Сезонная перфоманс-кампания для продвижения подборок канцтоваров
- Размещение с помощью типа кампании «Продажи на маркетплейсах»^β

Идеи настроек

Используйте для продвижения товаров экраны цифровой наружной рекламы* в основных местах покупки — на витринах магазинов и в ПВЗ Яндекс Маркета.

Запускайте медийные видео и добавляйте в них карусель, чтобы показать сразу несколько товаров в кликабельных карточках.

Предлагайте скидки за покупку канцтоваров про запас или на весь год и рассказывайте о них с помощью промоакций в Единой перфоманс-кампании.

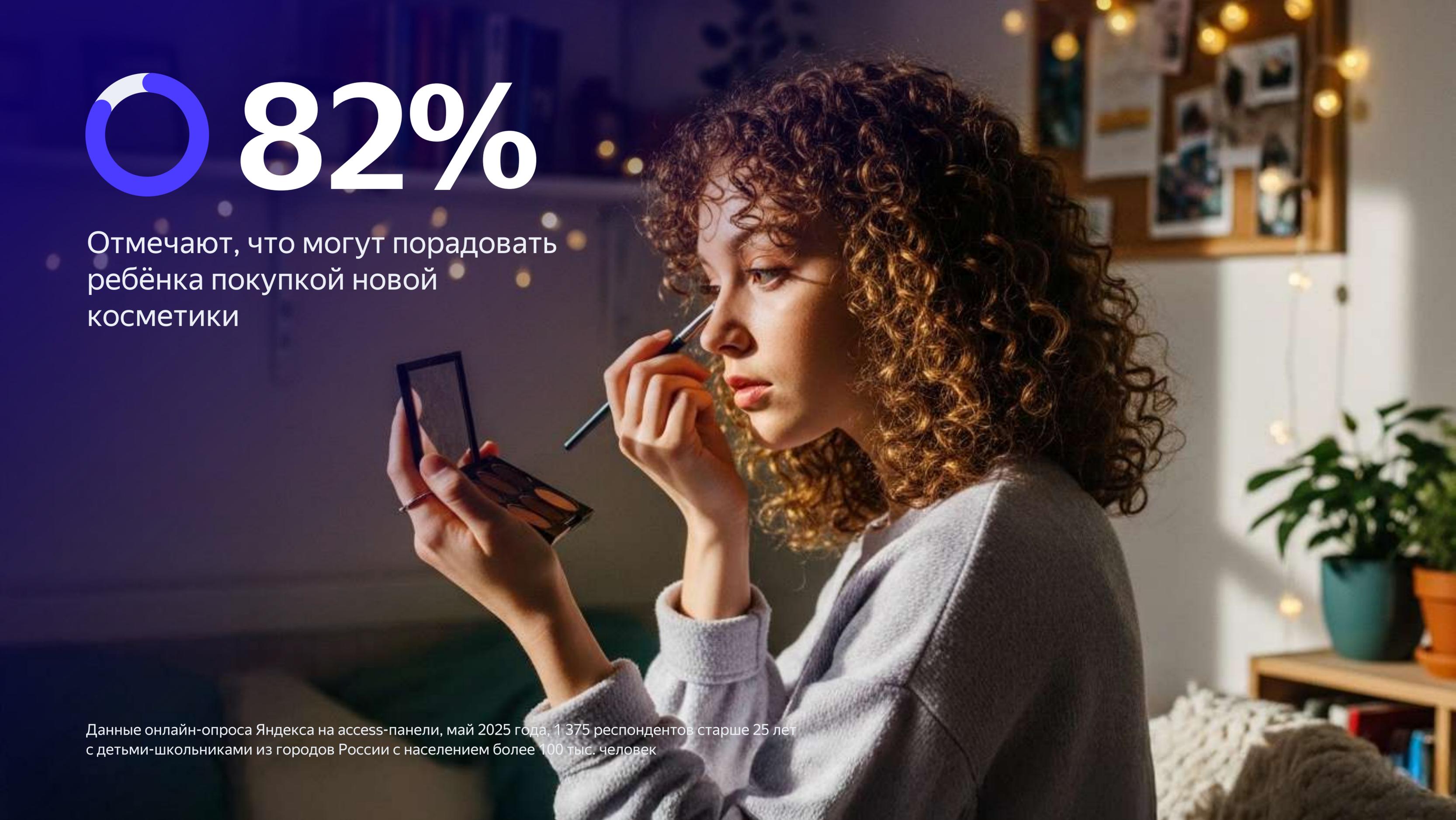
Привлекайте новую аудиторию за пределами маркетплейсов с помощью типа кампании «Продажи на маркетплейсах»^β. Если у вас несколько магазинов на разных маркетплейсах, создайте для них одну кампанию.

* Инструмент находится на этапе закрытого бета-тестирования. Чтобы получить доступ, обратитесь к своему менеджеру в Яндексе

Косметика и парфюмерия

3



A young woman with curly hair is shown in profile, applying makeup. She is holding a small mirror and a brush. The background is a warm, dimly lit room with string lights and a plant.

82%

Отмечают, что могут порадовать
ребёнка покупкой новой
косметики

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек

Косметику чаще покупают старшекласникам

Покупатели категории¹



70%
Женщины



30%
Мужчины

Роль в покупке категории

Вместе, последнее слово за ребёнком — 50%

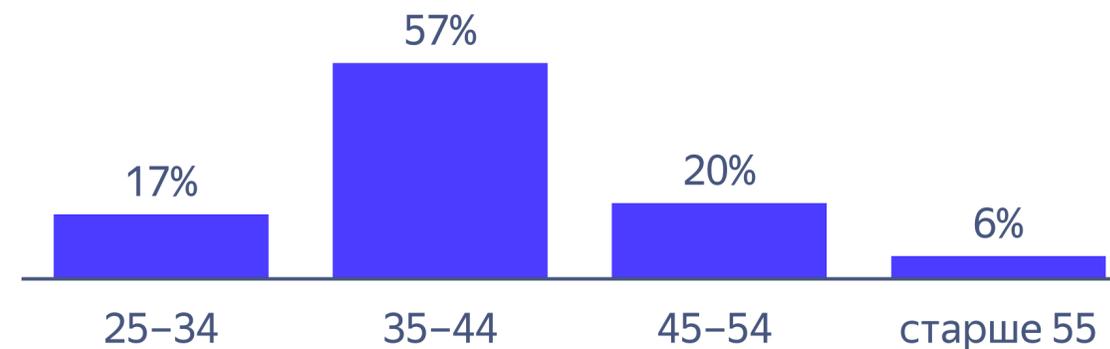
Вместе, последнее слово за родителем — 21%

Только ребёнок — 20%

Только родитель — 7%

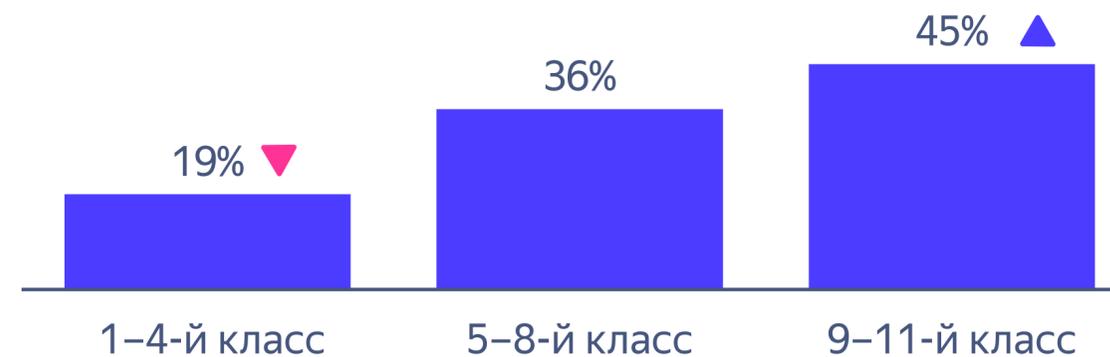
Затрудняюсь ответить — 2%

Возраст родителей



Класс обучения

▲ ▼ Значимо выше/ниже, чем вся выборка родителей



Доли каналов²



¹ Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (планируют купить косметику и парфюмерию): 121 чел.

² База (планируют купить косметику и парфюмерию, без З/О): 116 чел.

В топе покупок

Уходовая косметика,
парфюмерия и средства
гигиены



Q: Какую именно косметику вы планируете купить к новому учебному году?



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (планируют купить косметику и парфюмерию): 121 чел.

Дети просят конкретные товары и бренды

70%

Отмечают, что слово ребёнка — решающий фактор при выборе косметики и парфюмерии

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (планируют купить косметику и парфюмерию): 121 чел.

Q: Какую косметику ваш ребёнок просил вас купить или же покупал самостоятельно за последнее время?



1–4-е классы

- «Туалетная вода „Выбражулька“»
- «Блёстки для лица, блески для губ»
- «Детские наборы в чемоданчике»
- «Бальзам для губ, бесцветный»



5–8-е классы

- «Лак для ногтей, чёрный, неоновые лайнеры и кисти, можно рисовать не только стрелки, но и любые рисунки»
- «Тушь, тени с лебедями, корейские, помада»



9–11-е классы

- «Крем для лица с photoshop-эффектом»
- «Тинты, удлиняющая тушь для ресниц, туалетная вода с ненавязчивым ароматом. Всё девичье, весеннее»
- «Из косметики она заказывает корейские бренды сама: тени, тинты, парфюмерию»

Как увеличить продажи



Куда инвестировать дополнительный бюджет

- Брендовая медийная кампания
- Цифровая наружная реклама в Яндекс Директе*
- Перфоманс-кампания для продвижения уходовых средств

Идеи настроек

Используйте премиальные медийные форматы в Поиске, чтобы охватить широкую аудиторию на заметных позициях и продемонстрировать ассортимент, например с помощью карусели в Видеобаннере в Поиске. А Баннер на сервисах Яндекса поможет привлечь внимание качественной аудитории и повысить эффективность рекламы.

Запускайте цифровую наружную рекламу в Яндекс Директе*, чтобы привлечь внимание к вашему бренду, — это важный фактор при выборе косметики и парфюмерии.

Предлагайте актуальные решения для детского макияжа. Используйте как можно больше креативов, в том числе нейрообъявления, — они помогут повысить вовлечённость в коммуникацию.

Напоминайте, что нужно пополнить запасы уходовой косметики с помощью ретаргетинга.

* Инструмент находится на этапе закрытого бета-тестирования. Чтобы получить доступ, обратитесь к своему менеджеру в Яндексе

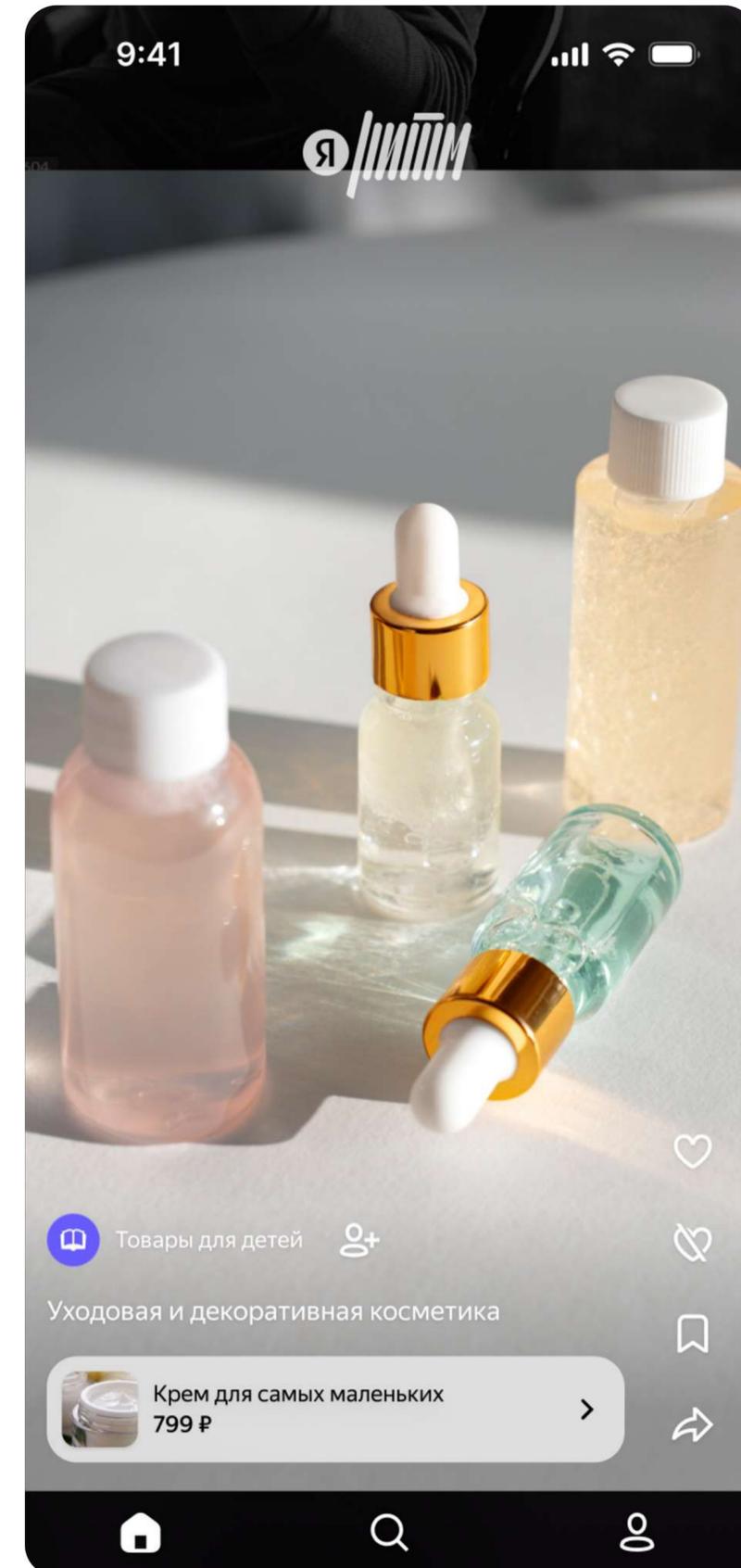
Вдохновляйте на покупки с помощью контента в Яндекс Ритме^β **beta** **new**

Компании публикуют фото и видео о своих товарах. В рекомендательной ленте Ритма их увидят пользователи, которым понравится такой контент



Присоединяйтесь
к закрытой бете, чтобы

- Растить знание о вашем бренде
- Привлечь дополнительный трафик на сайт
- Задавать тренды и формировать спрос с помощью визуального контента



Выделите свои товары в Поиске

Чтобы получить дополнительный целевой трафик и растить продажи, управляйте отображением товаров и страниц сайта магазина в Поиске с помощью:

- Микроразметки на сайте
- Передачи данных о товарах и магазине в Яндекс Товары

Чем больше данных о ваших товарах передаётся в Поиск и чем лучше проработан их контент, тем выше вероятность появления в товарных блоках, например в формате отдельной карточки.

[Тестируйте новый бесплатный инструмент](#)

[Подробнее обо всех местах показа — в Справке](#)

1  **Набор детской косметики Princess Unicorn**
market.yandex.ru card/nabor-detskoj-kosmetiki-... 
Набор декоративной косметики детский "Для девочек", подарочный набор аксессуаров для девочек.
★ 4,6 · 132К отзывов на магазин  В ПВЗ Почты РФ 4
5 **1 399 руб** -30% 1 999 руб 3  2

Популярные товары **Платье PlayToday, размер 128, черный**
    
1 149 руб
Сплит
Набор детской косметики Princess...
Пожаловаться
Яндекс Маркет **2 332 руб** -39% 3 799 руб
★ 4,6 · 132К отзывов на магазин
Сплит
В магазин
947 руб
Детская косметика "Princess UNICORN" - отличный подарок для...
Характеристики
Бренд playToday
Цвет товара черный
Тип платье
Показать все

Набор детской косметики Princess Unicorn
★ 5,0
  
7  **Яндекс Маркет** **1 396 руб** -30% 1 999 руб 6
★ 4,6 · 132К отзывов на магазин
Сплит
В магазин
Характеристики
Цвет товара Розовый
Средство Набор косметики
Возраст От 6 лет

1 Заголовок

2 Картинка

3 Размер скидки

4 Способ доставки

5 Цена

6 Картинки, заголовок, цена, скидка — данные от магазина

7 Фокус на продавце

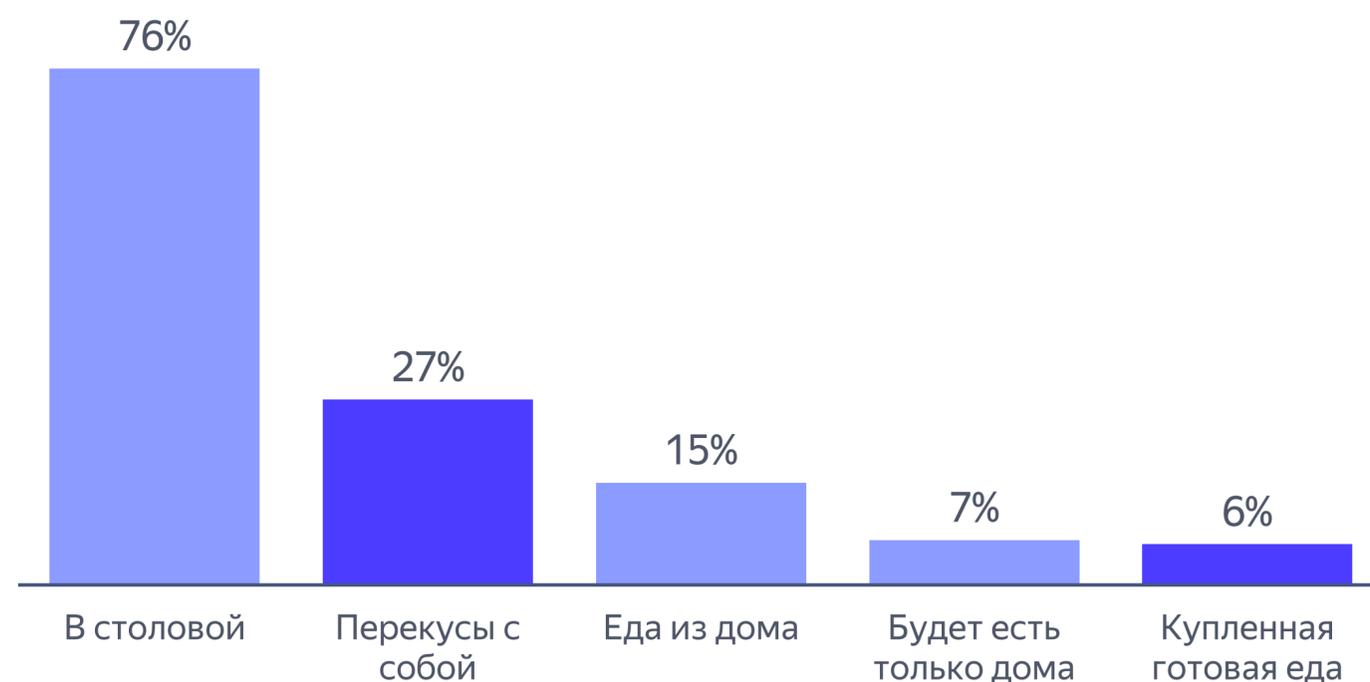
Еда в школе

4



Каждый третий школьник берёт перекусы или готовые покупные обеды в школу

Q: Как ваш ребёнок будет питаться в школе в следующем учебном году?



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек



Выбор еды сильно зависит от предпочтений школьников

Покупатели категории¹



65%
Женщины



35%
Мужчины

Роль в покупке категории

Вместе, последнее слово за ребёнком — 41%

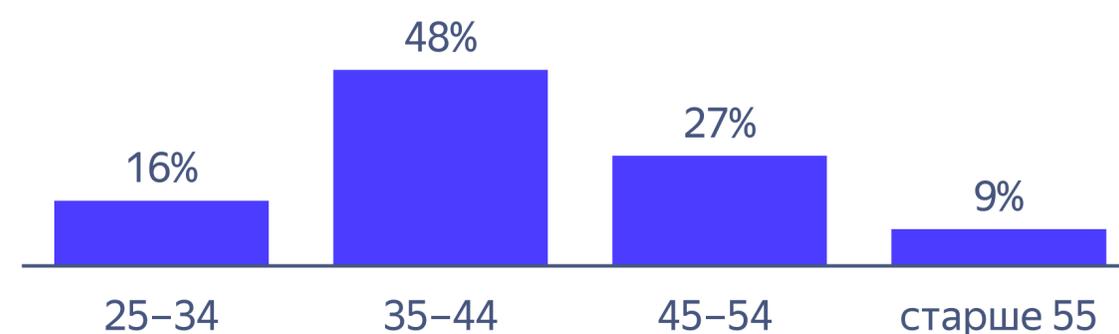
Вместе, последнее слово за родителем — 23%

Только ребёнок — 22%

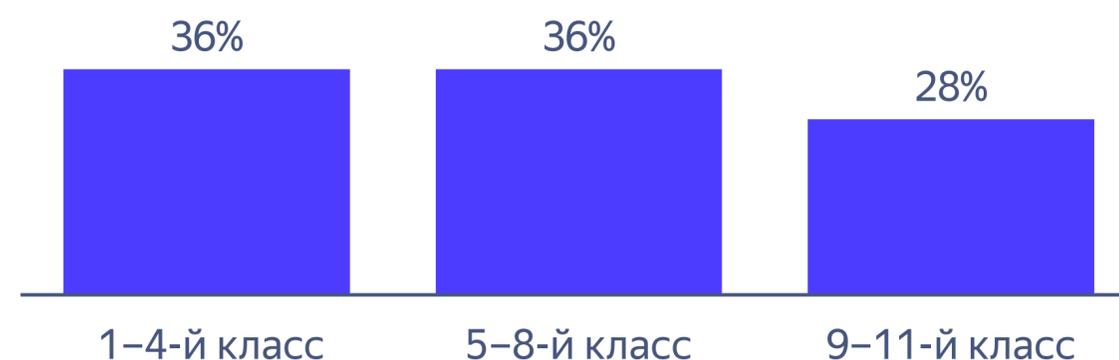
Только родитель — 7%

Затрудняюсь ответить — 7%

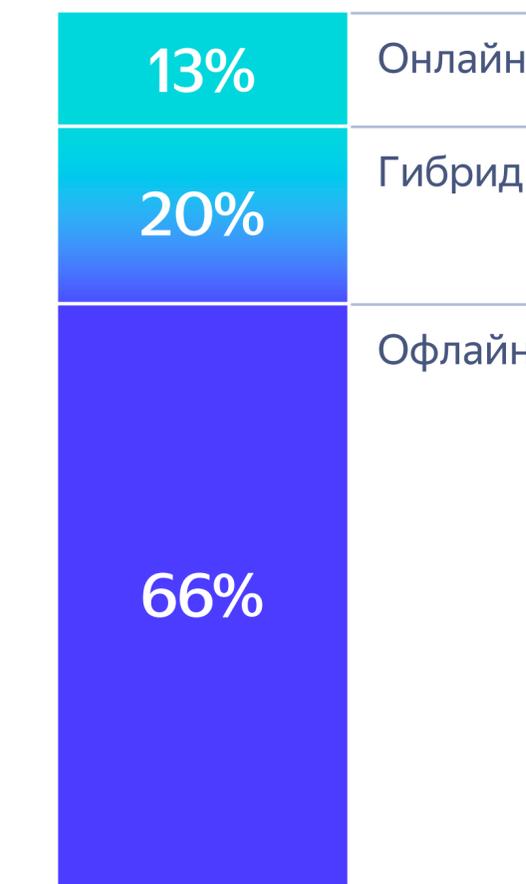
Возраст родителей



Класс обучения



Доли каналов²



¹ Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (чьи дети будут питаться в школе): 1 243 человека

² База (чьи дети будут питаться в школе): 991 человек

С возрастом рацион ребёнка в школе меняется

В начальной школе детям чаще дают с собой фрукты, овощи, кисломолочные продукты, в средней — снеки и сэндвичи

Q: Какие продукты ваш ребенок берет в школу?

Среди всех

Продукты	Среди всех
Вода	56%
Фрукты, овощи, ягоды	39%
Бутерброды, сэндвичи	30%
Выпечка	30%
Соки, компоты, морсы	27%
Сладкие снеки	27%
Соленые снеки	13%
Кисломолочные продукты	12%
Готовые вторые блюда	3%
Готовые салаты	3%



1–4-е
классы

102

113

92

97

104

103

93

117

173

150



5–8-е
классы

101

101

118

106

105

102

119

103

46

66



9–11-е
классы

96

82

87

96

89

93

85

75

75

78

~421 ₽

Планируют тратить на один перекус или обед в школе



Аффинити-индекс: 115 и более — высокий, 85 и менее — низкий. Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (чьи дети будут питаться в школе): 1 243 чел.

Перекус в школе должен быть полезным и удобным, чтобы взять с собой



Q: На что вы будете обращать внимание, собирая еду в школу для ребёнка?



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (чьи дети будут питаться в школе): 1 243 чел.



4 из 5

Довольны текущим ассортиментом продуктов питания в супермаркетах и гипермаркетах¹

Остальные хотели бы видеть больше полезных, удобных и доступных решений для перекуса или обеда в школе

¹ Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек

Q: Чего вам не хватает в ассортименте супермаркетов и гипермаркетов для того, чтобы собрать обед или перекус для ребёнка в школу?²

36%



Полезных, здоровых продуктов

«Много сладкого, солёного и химии в магазинах, не хватает нормальной натуральной еды»

23%



Разнообразие ассортимента

«Маленький ассортимент для диабетиков. Нужно больше, ребёнок на безглютеновой диете»

12%



Удобных упаковок, порционных решений

«Снеки небольшого объёма. Небольшая упаковка разных овощей и фруктов в стаканчике»

23%



Готовых наборов, ланч-боксов

«Непосредственно набора, комплексного обеда. Например, булочка или бутерброд, яблоко, вода»

12%



Качества и свежести продуктов

«Хлебобулочные изделия без маргарина, на качественном масле»

10%



Доступных цен

«Стоимость товара выше, чем в школьной столовой»

² Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (посчитали ассортимент магазинов недостаточным для сбора еды в школу): 321 человек

Как увеличить продажи



Куда инвестировать дополнительный бюджет

- Цифровая наружная реклама в Яндекс Директе*
- Продвижение в Яндекс Картах
- Перфоманс-кампания для продвижения комплексных обедов

Идеи настроек

Используйте цифровую наружную рекламу Яндекса* на витринах продуктовых магазинов, чтобы мотивировать покупателей выбрать именно ваши товары.

Используйте возможности Яндекс Карт. Магазины продуктов — одна из самых высокочастотных категорий запросов в Картах, а значит, Карты — аффинитивная площадка для розницы. Чтобы пользователи чаще выбирали вашу организацию, обновляйте информацию об акциях в профиле и настраивайте кампании с учётом целей бизнеса, например «Маршрут», если хотите увеличить количество доездов до организации.

Добавляйте в настройках ЕПК информацию об условиях доставки.

Акцентируйте внимание на акциях и скидках с помощью промоакций в ЕПК.

* Инструмент находится на этапе закрытого бета-тестирования. Чтобы получить доступ, обратитесь к своему менеджеру в Яндексе

Забота о здоровье

5



Перед учебным годом важно, чтобы ребёнок прошёл плановые обследования

72%

Важно, чтобы ребёнок регулярно
проходил обследования у врачей

44%

Отправят ребёнка
к узким специалистам

32%

Отправят ребёнка
на диспансеризацию

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек



Стоматологи и офтальмологи

Наиболее популярные
специалисты

38%

Отмечают, что больше доверяют платной
медицине в вопросах здоровья ребёнка¹

Q: К какому или каким врачам узкой специализации вы планируете
отправить ребёнка перед 1 сентября?²

Топ-10



¹ Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет
с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек

² База (планируют отправить ребёнка к узким специалистам): 599 человек

Каждый пятый планирует оформить полис ДМС для ребёнка

Перед началом учебного года

Динамика поисковых запросов «Страховка для детей»

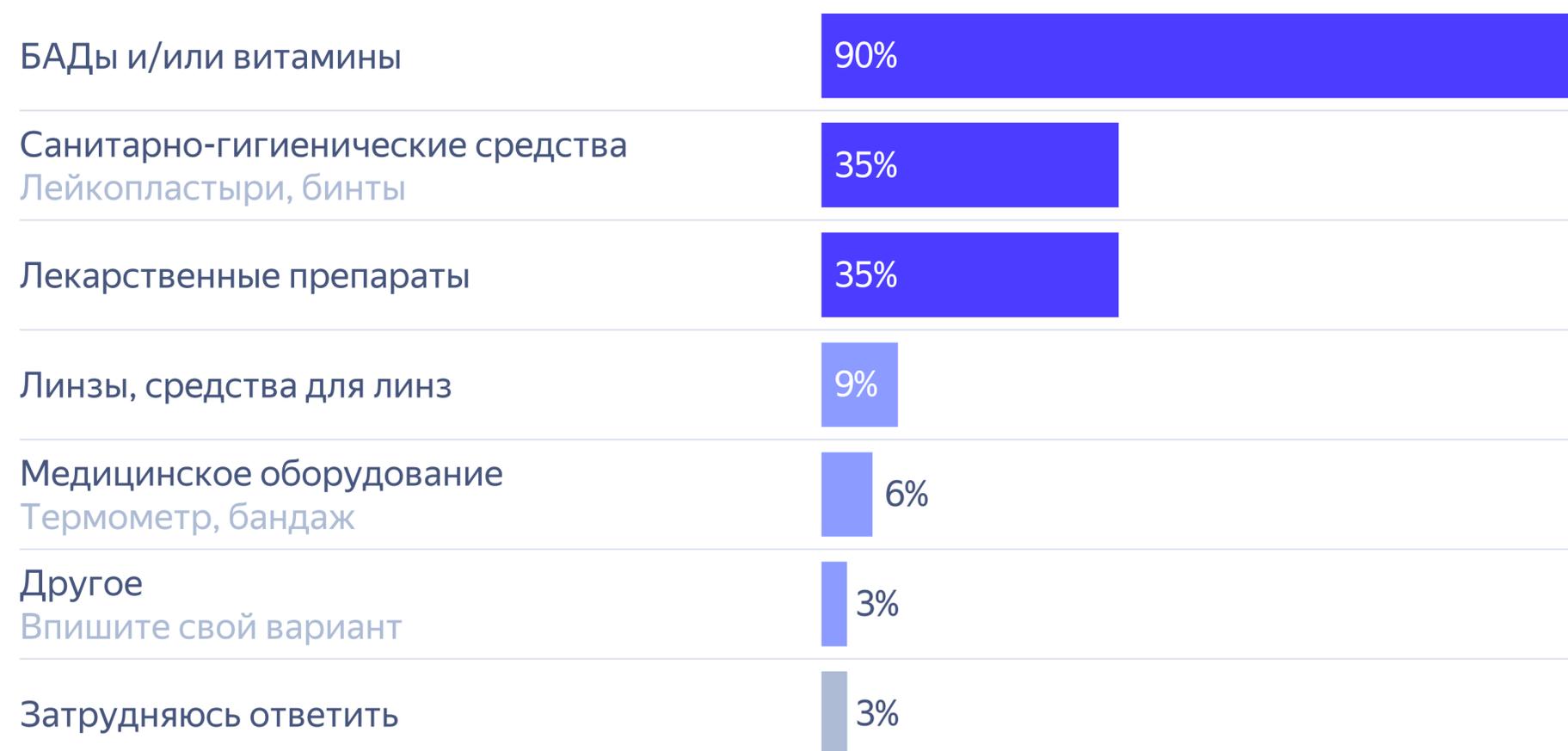
Январь — декабрь 2024 г.



Витаминами и БАДами

родители будут укреплять здоровье ребёнка к учебному году

Q: Что из перечисленного вы планируете купить к началу учебного года?¹



¹ Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (планируют купить витамины, БАДы, лекарства и иные аптечные товары к 1 сентября): 176 человек



Витамины

Найти

Рост поискового интереса

12%

Витамины и БАДы
для детей



Сентябрь 2024 г. vs 12 мес. Россия
Данные поиска Яндекса.

Как увеличить продажи



Куда инвестировать дополнительный бюджет

- Комплексная медийная кампания
- Цифровая наружная реклама в Яндекс Директе*
- Продвижение в Картах
- Перфоманс-продвижение
- Галерея услуг

Идеи настроек

Используйте карусель в видео для продвижения клиник, чтобы рассказать о разных услугах в одном объявлении.

Попробуйте новый формат Брендируание обложки dzen.ru. Этот формат позволяет привлечь внимание пользователей площадки с аудиторией 75 млн пользователей в месяц.

Размещайте аукционную видеорекламу или ТВ-билборд на Smart TV, чтобы охватить молодую платёжеспособную аудиторию на больших экранах, а также достроить ТВ-флайты.

В комплексных медийных кампаниях подключайте умную стратегию «Рост целевых действий на сайте», чтобы стимулировать заказы в интернет-аптеках.

Запускайте в Яндекс Директе рекламу на цифровых экранах в витринах аптек, а также ПВЗ Яндекс Маркета и магазинов, которые находятся рядом с аптеками в спальных районах. Так вы сможете охватить аудиторию, которая предпочитает покупать лекарства и витамины в аптеках рядом с домом.

* Инструмент находится на этапе закрытого бета-тестирования. Чтобы получить доступ, обратитесь к своему менеджеру в Яндексе

Настройте рекламное продвижение в Яндекс Картах. Медицинские клиники и учреждения входят в топ-20 популярных рубрик в поиске Карт. Чтобы показываться в топе выдачи, используйте возможности рекламы. В Единой перфоманс-кампании вы сможете создавать отдельные кампании с показами в Картах и списке организаций в результатах поиска, а для сетевых организаций — удобные наборы филиалов. Это ускорит настройку и поможет получить максимум конверсий. Выбирайте цель из счётчика организации в Картах, чтобы сделать продвижение эффективнее.

С помощью ретаргетинга напоминайте тем, кто уже обращался в клинику, пройти обследование перед началом нового учебного года.

Получите дополнительные заявки из Галереи услуг над поисковой выдачей. Это место показа подойдёт организациям и частным специалистам, которые оказывают услуги, связанные с психологической поддержкой и ментальным здоровьем.

Выделите свои товары в Поиске

Чтобы получить дополнительный целевой трафик и растить продажи — управляйте отображением товаров и страниц сайта магазина в Поиске с помощью:

- Микроразметки на сайте
- Передачи данных о товарах и магазине в Яндекс Товары

Чем больше данных о ваших товарах передаётся в Поиск и чем лучше проработан их контент, тем выше вероятность появления в товарных блоках, например в формате отдельной карточки.

[Тестируйте новый бесплатный инструмент](#)

[Подробнее обо всех местах показа — в Справке](#)

1 **Парацетамол Фармстандарт, 500 мг, таблетки, 20 шт.** 2
Обезболивающие средства > Парацетамол Фармстандарт 2
Действующее вещество: парацетамол – 500,0 мг; Вспомогательные вещества: крахмал картофельный – 24,3...
★ 4,7 · 8К отзывов на магазин 4 Из аптеки 4 Курьер 4
5 **28 Р** 43Р 3 **-35%** 3

7 Популярные товары по запросу «парацетамол купить ...»
4,9 4,9 4,9 4,7
35 Р **Парацетамол таб. 500мг №20**
15 Р **Парацетамол таблетки 500 мг 10 шт**
30 Р **Парацетамол Медисорб таб 500мг 20 шт**
102 Р **Парацетамол Реневал, 500 мг, таблетки, 30 шт.**
4,9 4,8 4,8 4,9
47 Р **Парацетамол медисорб 500 мг 20 шт. таблетки**
151 Р **Парацетамол апельсин суспензия для...**
12 Р **Парацетамол таблетки 500 мг 10 шт.**
15 Р **Парацетамол 500 мг таблетки 10 шт**
Показать все
7 Средства для нервной системы > **Парацетамол таб. 500мг №20** 6
4,9 таблетки 6
Пожаловаться
7 **35 Р** 6
★ 4,6 · 3К отзывов на магазин
Экспресс 4 Из аптеки
В магазин 6

1 Заголовок

2 Картинка

3 Размер скидки

4 Способ доставки

5 Цена

6 Картинки, заголовок, цена, скидка — данные от магазина

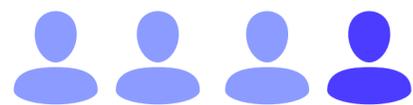
7 Фокус на продавце

Электроника и бытовая техника

6



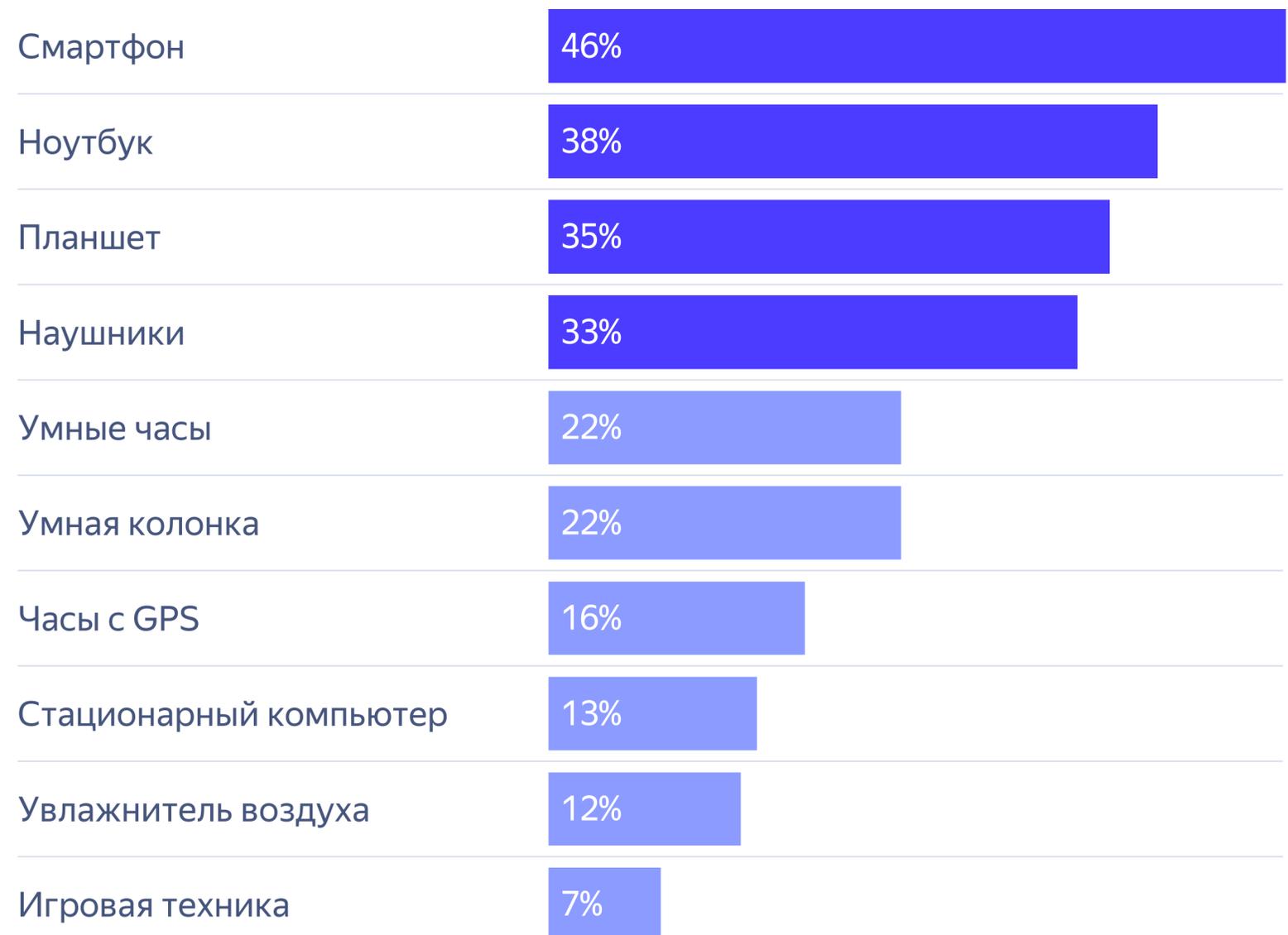
В топе покупок — смартфоны, ноутбуки, планшеты и наушники



В каждой четвёртой семье¹
младшим школьникам отдают б/у
технику от старших членов семьи

¹ Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года,
1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов
России с населением более 100 тыс. человек

Q: На что, помимо цены, вы обращаете внимание при выборе
бытовой техники и электроники к новому учебному году?²



² База (планируют купить электронику, бытовую технику
перед началом учебного года): 174 чел.

При покупке техники для ребёнка важны качество и наличие гарантии

Топ причин, почему покупают электронику:

43%

Чтобы заменить сломанную, устаревшую технику

37%

Чтобы обновить устройство до новой, более совершенной модели

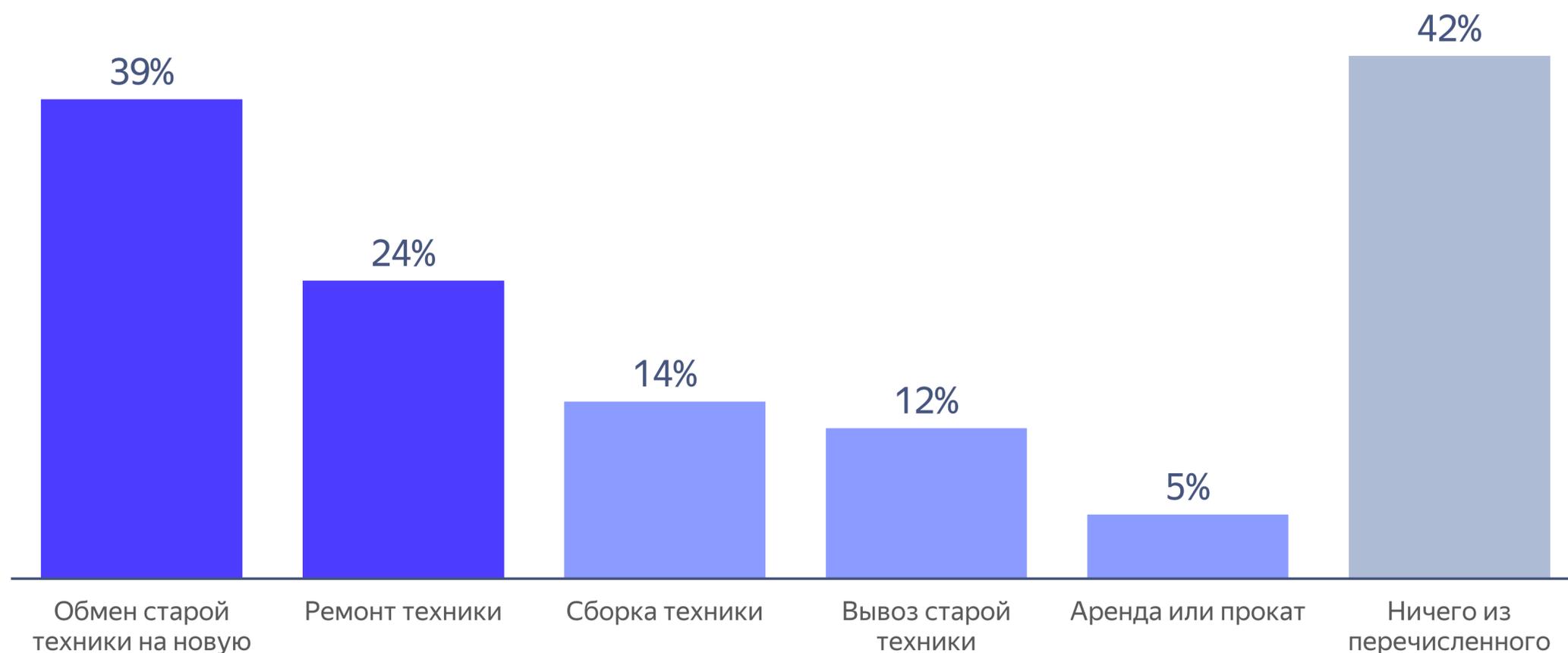
¹ Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек

Q: На что, помимо цены, вы обращаете внимание при выборе бытовой техники и электроники к новому учебному году?²



² База (планируют купить электронику, бытовую технику перед началом учебного года): 174 чел.

Обмен старой техники на новую и ремонт — наиболее востребованные сервисы



Используйте в качестве таргетингов тематики, которые будут наиболее актуальны для потенциальных клиентов



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (планируют купить электронику, бытовую технику перед началом учебного года): 174 чел.

Как увеличить продажи

₽

Куда инвестировать дополнительный бюджет

- Цифровая наружная реклама в Яндекс Директе*
- Перфоманс-продвижение
- Продвижение услуг специалистов

Идеи настроек

Запустите цифровую наружную рекламу в Яндекс Директе* с корректировками по социально-демографическим признакам и таргетингами по интересам, чтобы охватить аудиторию родителей — именно они чаще всего выбирают технику и электронику для школьников.

Продвигайте широкий ассортимент с помощью товарных объявлений и страниц каталога.

Создавайте отдельную Единую перфоманс-кампанию или настраивайте корректировки для флагманских моделей гаджетов.

С помощью ретаргетинга показывайте объявления тем, кто ранее совершал покупку, и акцентируйте внимание на сервисе трейд-ин.

Используйте галерею услуг, чтобы рассказать о своих предложениях, например об услугах по ремонту техники, прямо над поисковой выдачей. Объявления в галерее представлены в виде карточек: с ценами, отзывами и контактами для связи. Они упрощают выбор заказчику и повышают шансы, что выберут именно ваше предложение.

* Инструмент находится на этапе закрытого бета-тестирования. Чтобы получить доступ, обратитесь к своему менеджеру в Яндексе

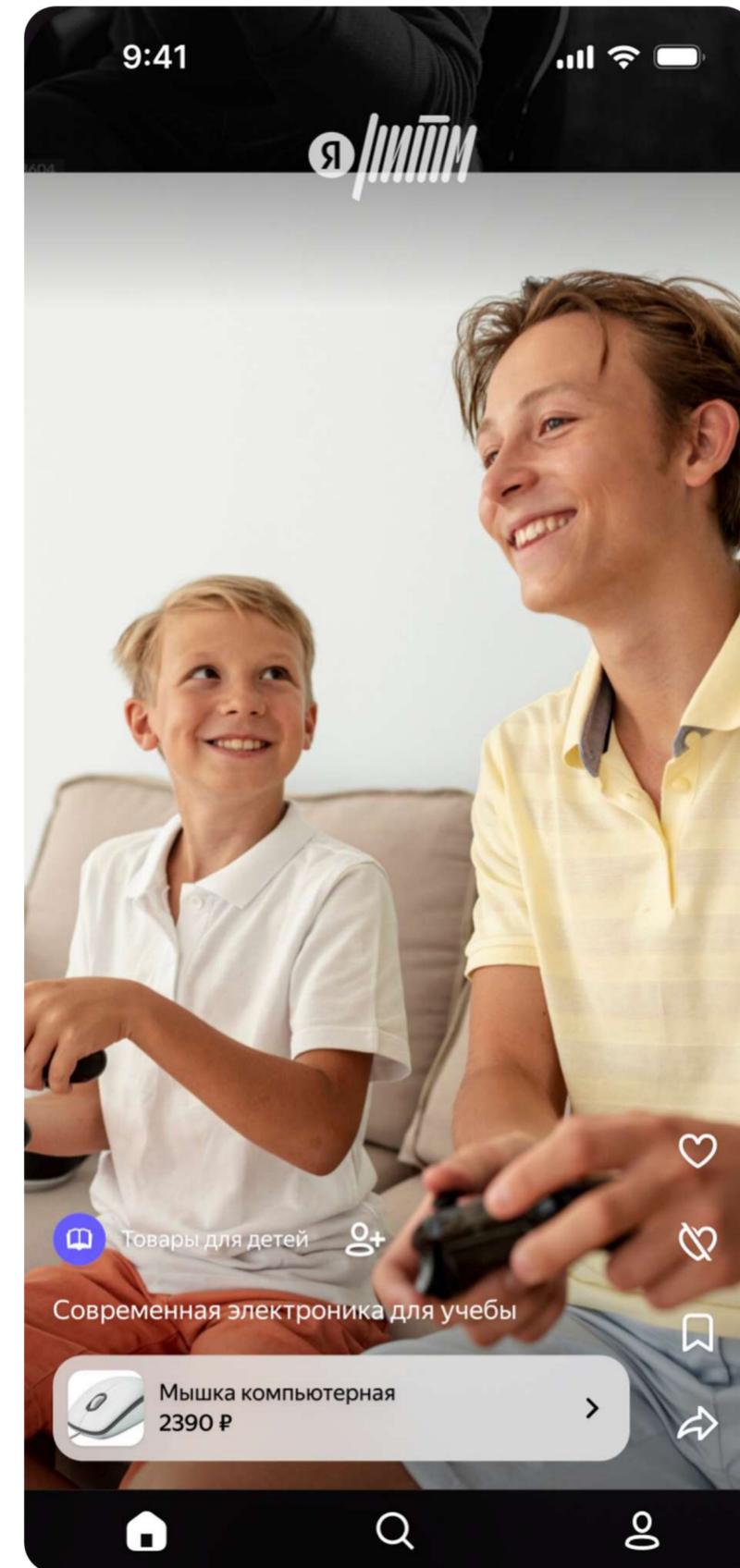
Вдохновляйте на покупки с помощью контента в Яндекс Ритме^β **beta** **new**

Компании публикуют фото и видео о своих товарах. В рекомендательной ленте Ритма их увидят пользователи, которым понравится такой контент



Присоединяйтесь
к закрытой бете, чтобы

- Растить знание о вашем бренде
- Привлечь дополнительный трафик на сайт
- Задавать тренды и формировать спрос с помощью визуального контента



Выделите свои товары в Поиске

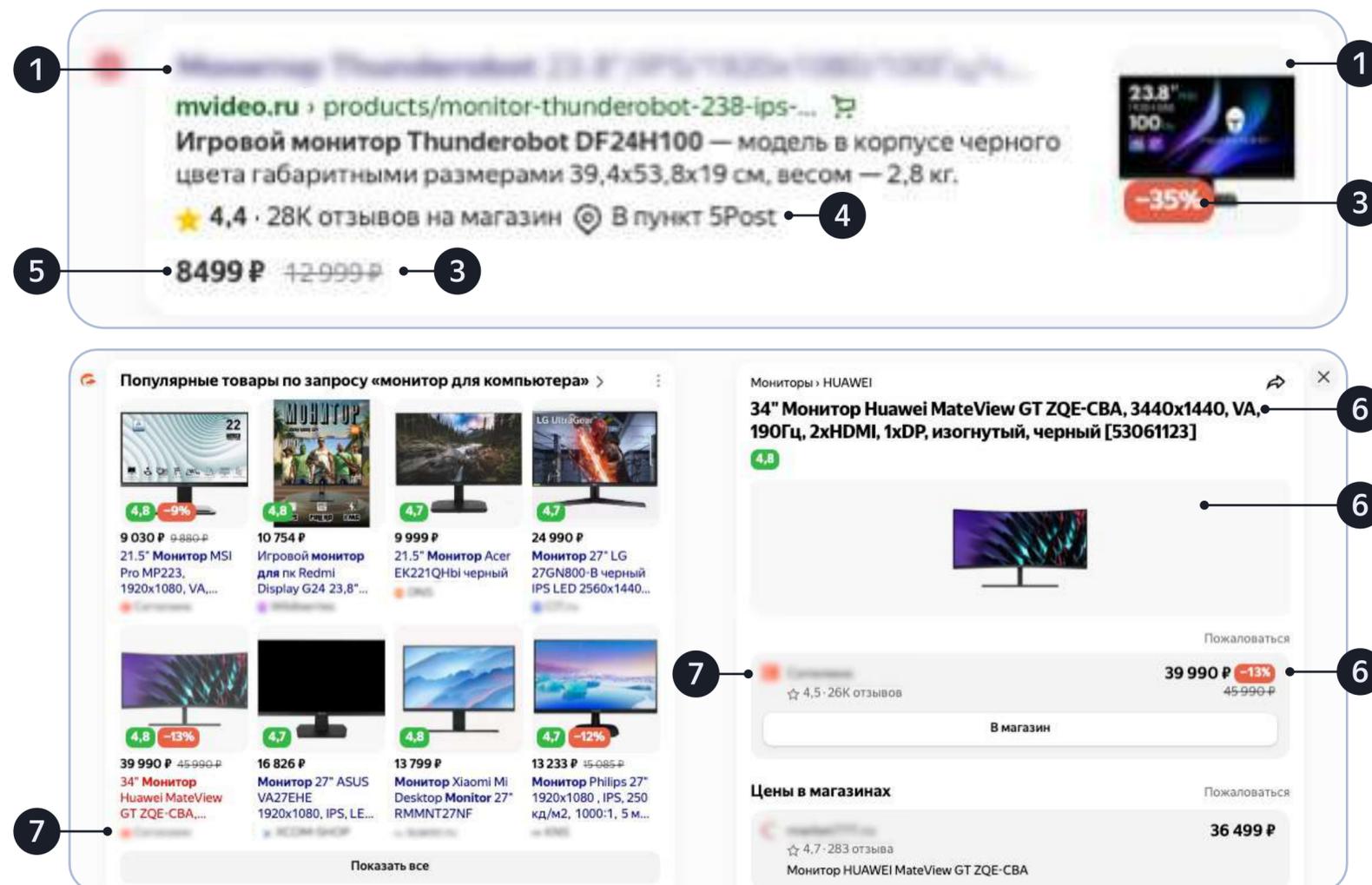
Чтобы получить дополнительный целевой трафик и растить продажи — управляйте отображением товаров и страниц сайта магазина в Поиске с помощью:

- Микроразметки на сайте
- Передачи данных о товарах и магазине в Яндекс Товары

Чем больше данных о ваших товарах передаётся в Поиск и чем лучше проработан их контент, тем выше вероятность появления в товарных блоках, например в формате отдельной карточки.

[Тестируйте новый бесплатный инструмент](#)

[Подробнее обо всех местах показа — в Справке](#)



1 Заголовок

2 Картинка

3 Размер скидки

4 Способ доставки

5 Цена

6 Картинки, заголовок, цена, скидка — данные от магазина

7 Фокус на продавце

Досуг

7



Школьники регулярно смотрят телевизор

По мере взросления телесмотрение снижается

Раз в неделю



6 раз

Младшие классы



4 раза

Ученики 9–11-х классов

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года,
1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками
из городов России с населением более 100 тыс. человек

Q: Как часто ваш ребёнок смотрит телевизор?

* 1% затруднились с ответом



База (те, у кого есть дома телевизор): 1 283 чел.

80%

владельцев телевизоров могут
выйти с них в интернет

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года,
1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками
из городов России с населением более 100 тыс. человек.
База (те, у кого есть дома телевизор): 1 283 чел.

Q: С какой целью ваш ребёнок использует интернет на телевизоре?

Топ-7



База (те, у кого есть интернет на телевизоре): 1 021 чел.

Дети смотрят телевизор вместе с близкими

Q: С кем ваш ребёнок смотрит онлайн-контент с телевизора?

 Родители — 51%

 Другие члены семьи — 44%

 Смотрит самостоятельно — 30%

 Друзья — 19%

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (смотрят онлайн-контент): 913 человек

Q: Какой онлайн-контент ваш ребёнок смотрит с телевизора?

Кино, фильмы, сериалы

Мультфильмы

Телепередачи

Образовательный контент

Новости

Другое

  Значимо выше/ниже, чем тотал

	Тотал	 1–4-е классы	 5–8-е классы	 9–11-е классы
Кино, фильмы, сериалы	70%	56% 	72%	82% 
Мультфильмы	64%	90% 	68%	34% 
Телепередачи	27%	22%	27%	31%
Образовательный контент	25%	25%	25%	24%
Новости	6%	2% 	5%	10% 
Другое	4%	5%	3%	3%



Только треть родителей пользуется детским контролем на телевизоре. Чаще это родители учеников 1–4-х классов. В этом сегменте детский контроль использует половина родителей

База (смотрят онлайн-контент): 913 чел.

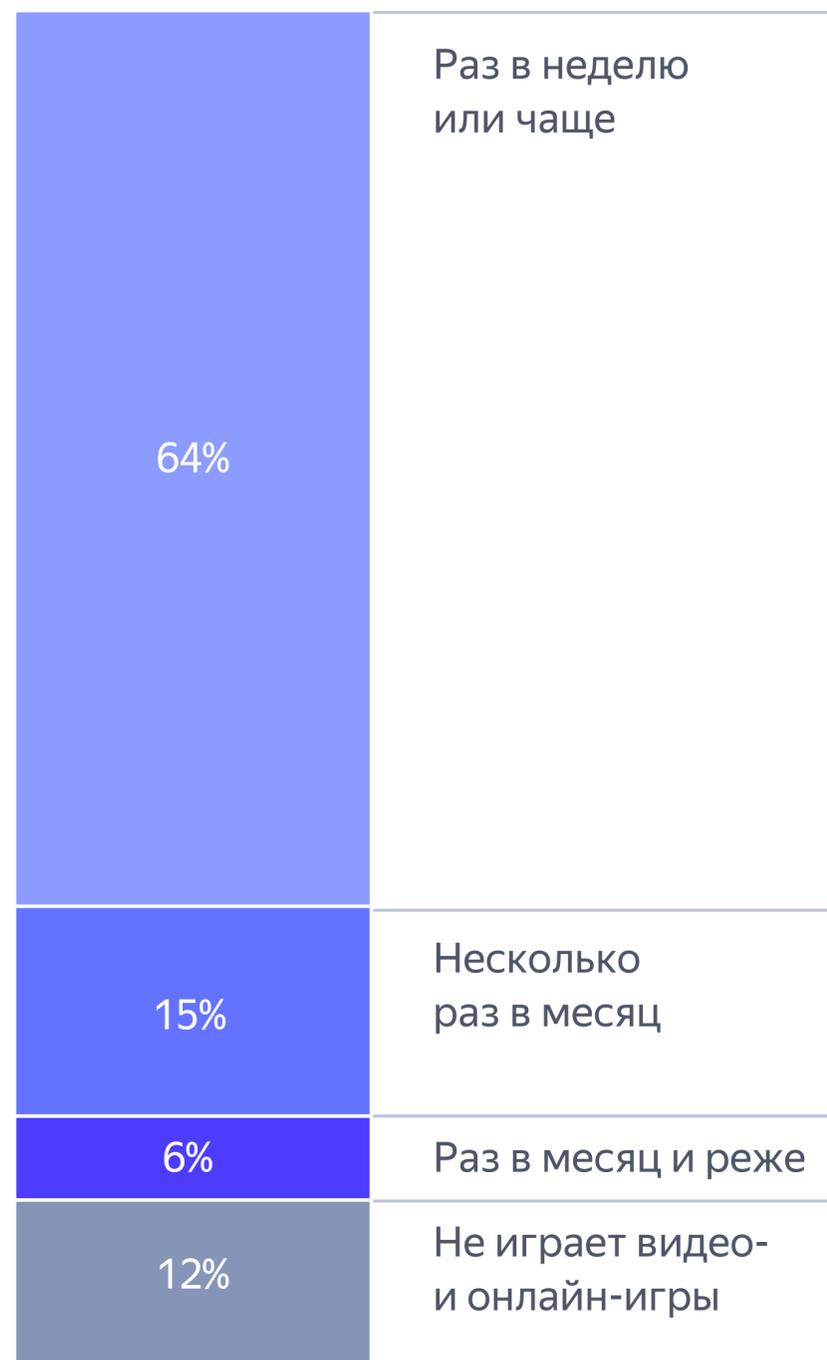


4 из 5 школьников играют в онлайн-игры

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года

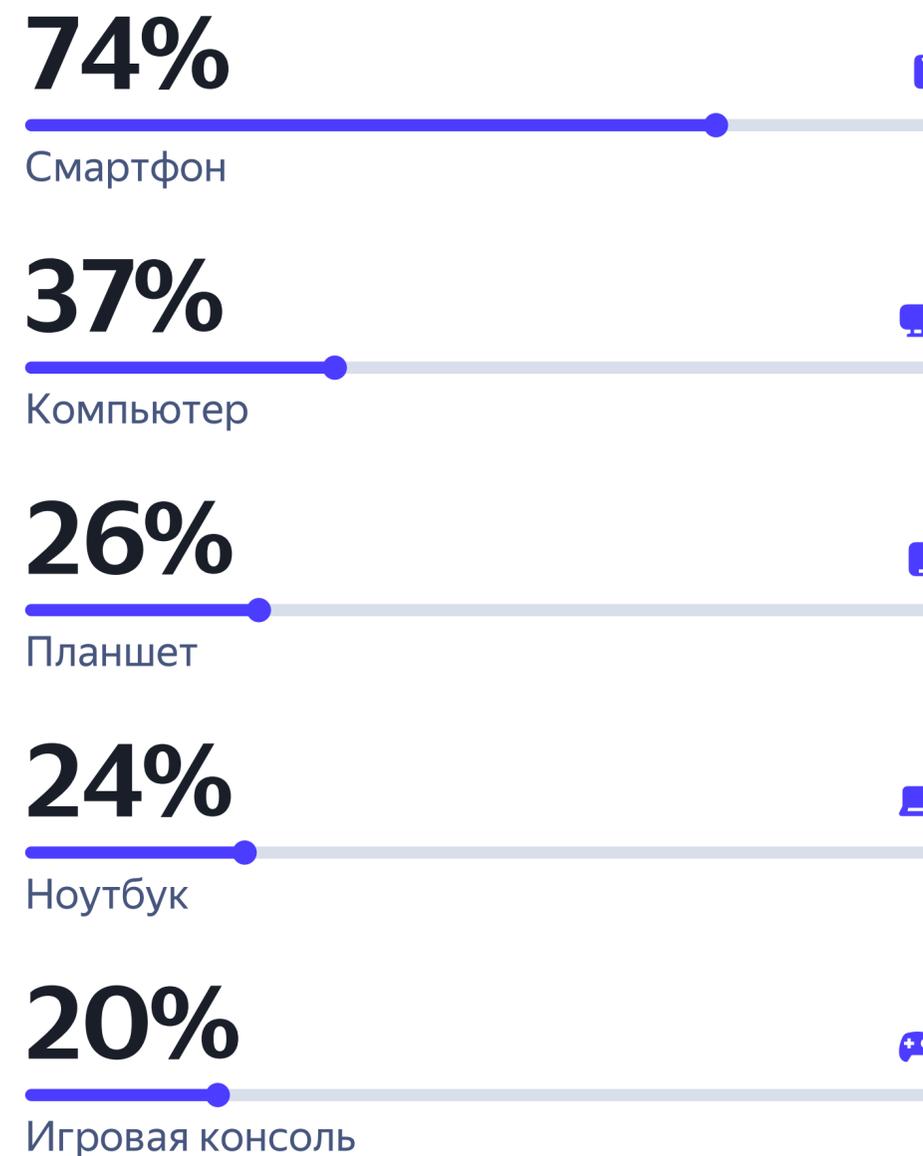
Q: Как часто ваш ребёнок играет в компьютерные или онлайн-игры?

* 4% затруднились с ответом



Q: На каких устройствах ваш ребёнок играет в компьютерные или онлайн-игры?

Топ-5



База (играют в онлайн-игры): 1 161 человек.

Как увеличить продажи



Куда инвестировать дополнительный бюджет

- Перфоманс-продвижение
- Продвижение услуг специалистов

Идеи настроек

Продвигайте товары и предложения в Рекламной сети Яндекса с помощью товарных объявлений на основе фида и тексто-графических объявлений с видео. Так объявления смогут показываться в привлекательных и заметных форматах.

Запустите аукционную видеорекламу или ТВ-билборд на Smart TV, чтобы расширить охват и привлечь внимание вовлечённых пользователей, которые настроены на развлечения.

Аукционная видеореклама будет показываться в онлайн-кинотеатрах и рекламных роликах внутри эфирного ТВ онлайн-кинотеатров, а также в веб-приложениях и сервисах видео по запросу (VOD).

ТВ-билборд появится на устройствах с операционной системой YaOS: на домашней странице при включении телевизора, под строкой поиска и на странице выбора ТВ-каналов.

Мебель и товары для дома

8



Август и сентябрь — период повышенного интереса к мебели для учёбы

Я Мебель для учёбы

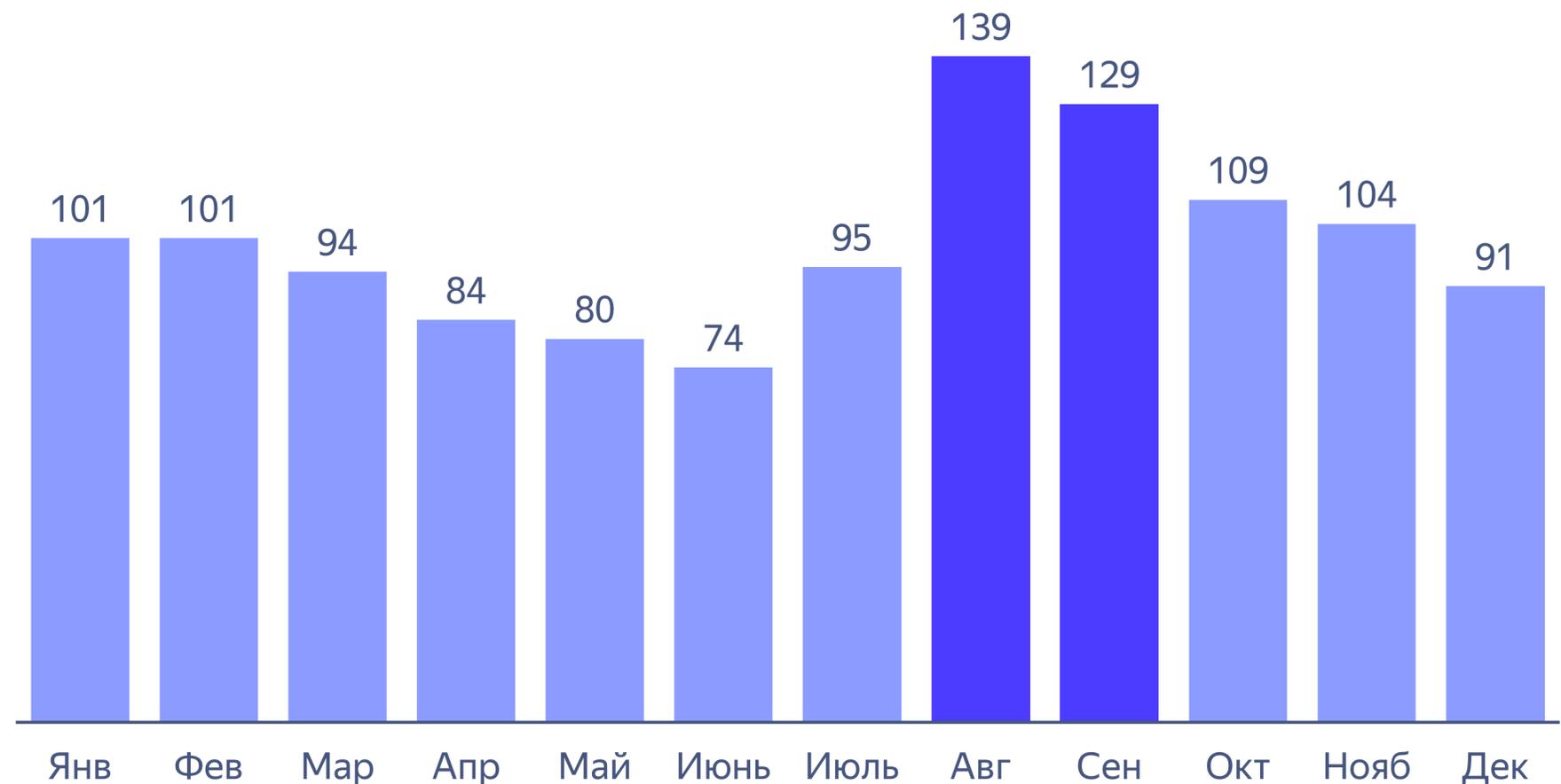
Найти

+39%

Рост поисковых запросов о мебели для учёбы в августе



Индекс аффинитивности к запросам «Мебель для учёбы»



Покупка мебели более актуальна для учеников младших классов

Покупатели категории¹



73%
Женщины



27%
Мужчины

Роль в покупке категории

Вместе, последнее слово за ребёнком — 37%

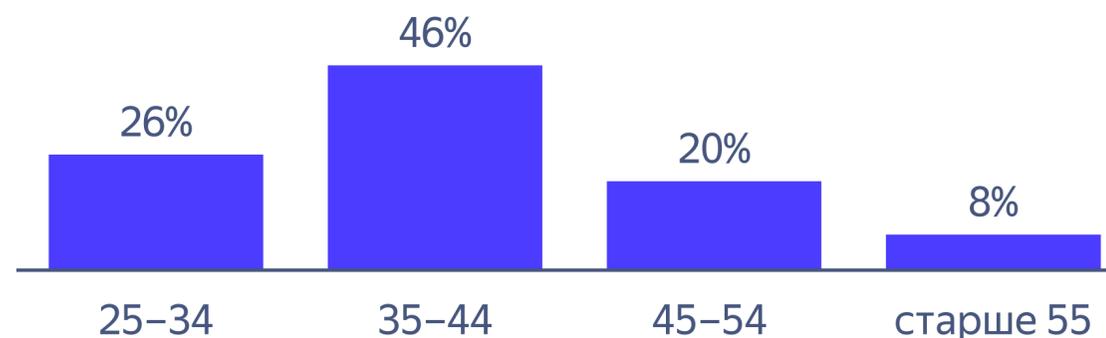
Вместе, последнее слово за родителем — 33%

Только родитель — 21%

Только ребёнок — 8%

Затрудняюсь ответить — 1%

Возраст родителей

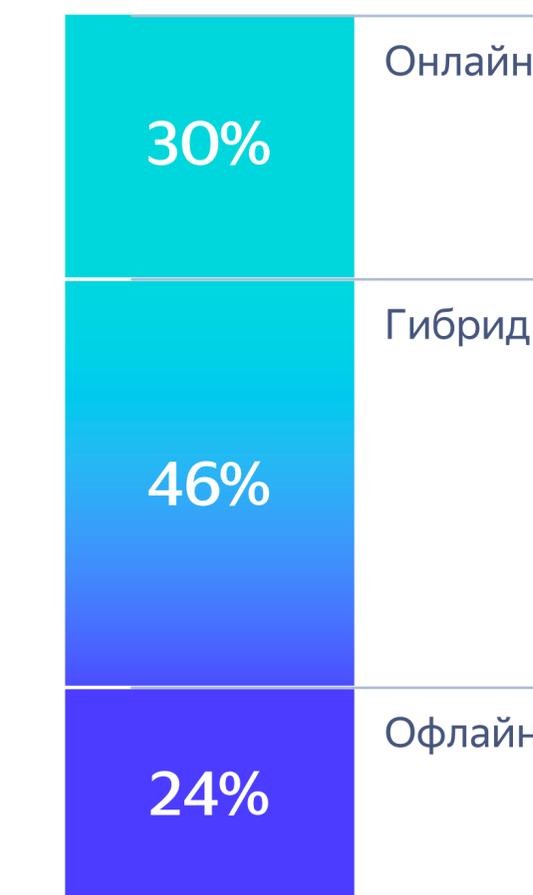


Класс обучения

▲▼ Значимо выше/ниже, чем вся выборка родителей



Доли каналов²



¹ Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (планируют купить мебель перед началом учебного года): 312 чел.

² База (планируют купить мебель перед началом учебного года, без З/О): 276 чел.

Организация рабочего места — важная часть подготовки к учебному году

Q: Какую мебель вы планируете купить к учебному году?¹

 Рабочий стул, кресло — 64%

 Рабочий стол, парта — 52%

 Стеллаж, полка для книг — 39%

 Мягкая мебель — 23%

 Тумбочка, комод — 18%

44%

Будут искать готовые комплекты мебели и модульные решения²

25 500 ₽

В среднем планируют потратить на мебель для школы²



Рост поисковых запросов³

Найти

Кресло	+55%
Стул	+50%
Парта	+49%
Школьный стол	+42%
Растущая мебель	+24%

¹ Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (планируют купить мебель перед началом учебного года): 212 чел.

² Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (планируют купить мебель перед началом учебного года): 212 чел.

³ Данные поиска Яндекса. Январь 2024 г. — декабрь 2024 г. Россия

Стоимость, удобство и долговечность

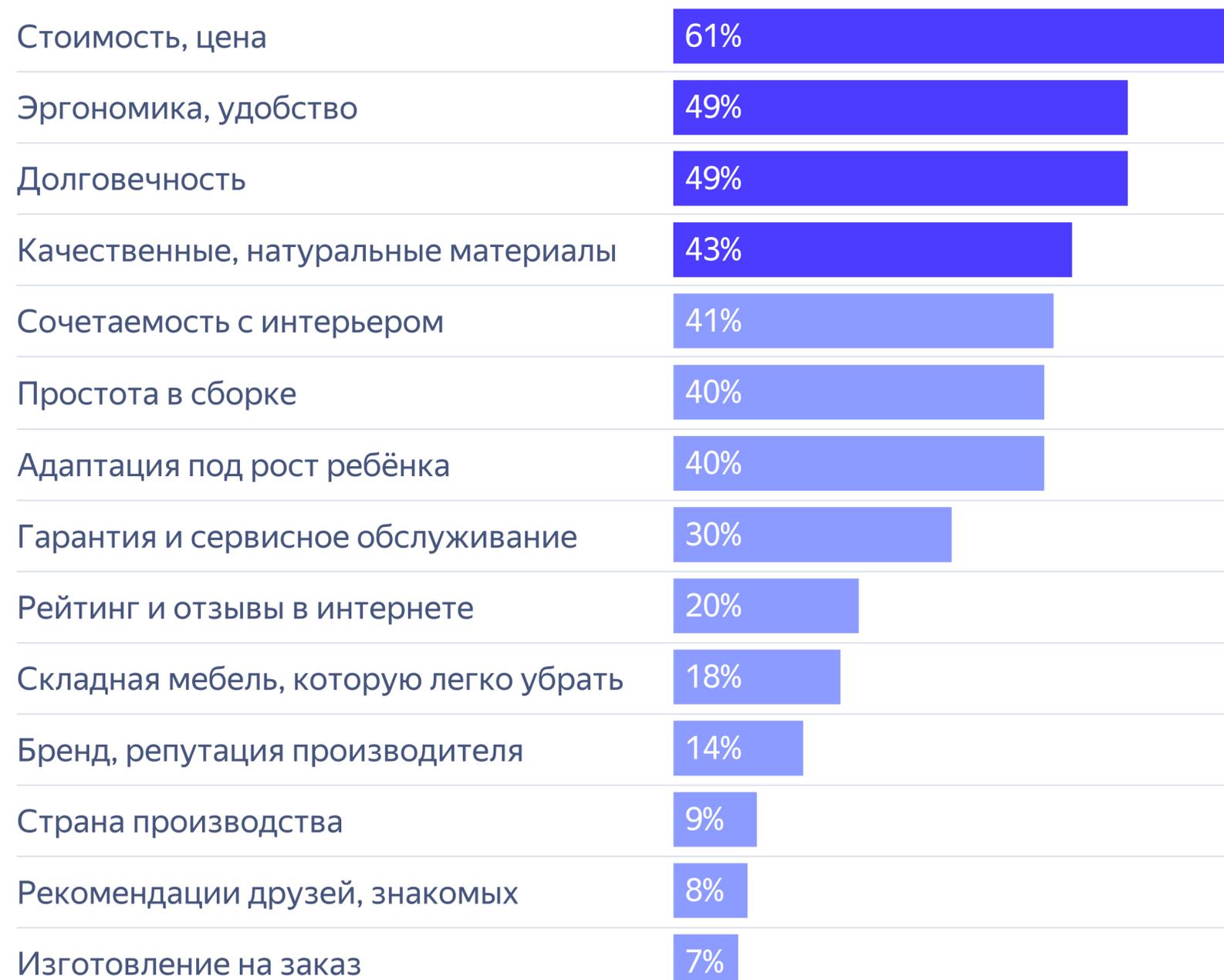
Важные факторы
при покупке мебели

~4–5 лет

Средний срок службы мебели
для ребёнка, на который
рассчитывают родители*

* Q: На какой срок службы мебели, которую вы планируете
купить к новому учебному году, вы рассчитываете?
Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года,
1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками
из городов России с населением более 100 тыс. человек. База
(планируют купить мебель перед началом учебного года): 212 чел.

Q: На что вы будете обращать внимание при выборе
и покупке мебели для вашего школьника?



Рабочее место для учёбы обустроят и с помощью товаров для дома

Q: Какие именно товары для дома вы планируете купить к новому учебному году?

72%

Освещение
Например,
настольная лампа



51%

Контейнеры, ящики
для хранения



32%

Предметы
интерьера



42%

Текстильные
изделия



16%

Ковры



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (планируют купить товары для дома началом учебного года): 138 чел.

Как увеличить продажи

₽

Куда инвестировать дополнительный бюджет

- Медийная кампания
- Перфоманс-продвижение
- Галерея услуг

Идеи настроек

Запустите кампанию с Баннером на Яндекс Погоде, чтобы привлечь внимание потенциальных клиентов, сформировать знание о бренде и повысить запоминаемость рекламы. Таргетинг по погодным условиям поможет настроить размещение под ваши цели, например в пасмурную погоду можно предложить дополнительное освещение рабочего стола.

Используйте дополнительные элементы в медийных видео, чтобы стимулировать продажи.

Подключайте умные стратегии медийной рекламы, чтобы работать на всех этапах воронки, — от роста брендовых метрик и поискового интереса до увеличения посещаемости сайта и конверсий.

Продвигайте готовые комплекты мебели и модульные решения с помощью страниц каталога в Единой перфоманс-кампании.

В креативах акцентируйте внимание на дополнительных услугах: сборке и установке, вывозе старой мебели, создании дизайн-проекта.

Покажите свои объявления в галерее услуг над поисковой выдачей. Это место показа подойдет организациям и частным специалистам, которые работают в сфере услуг, связанных с доставкой, перевозкой и установкой мебели.

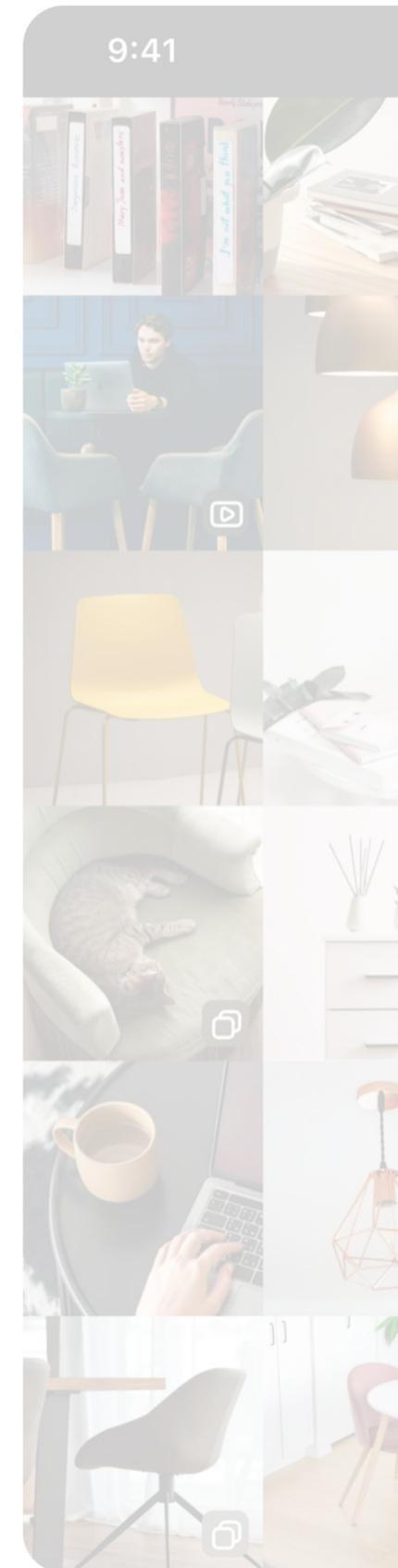
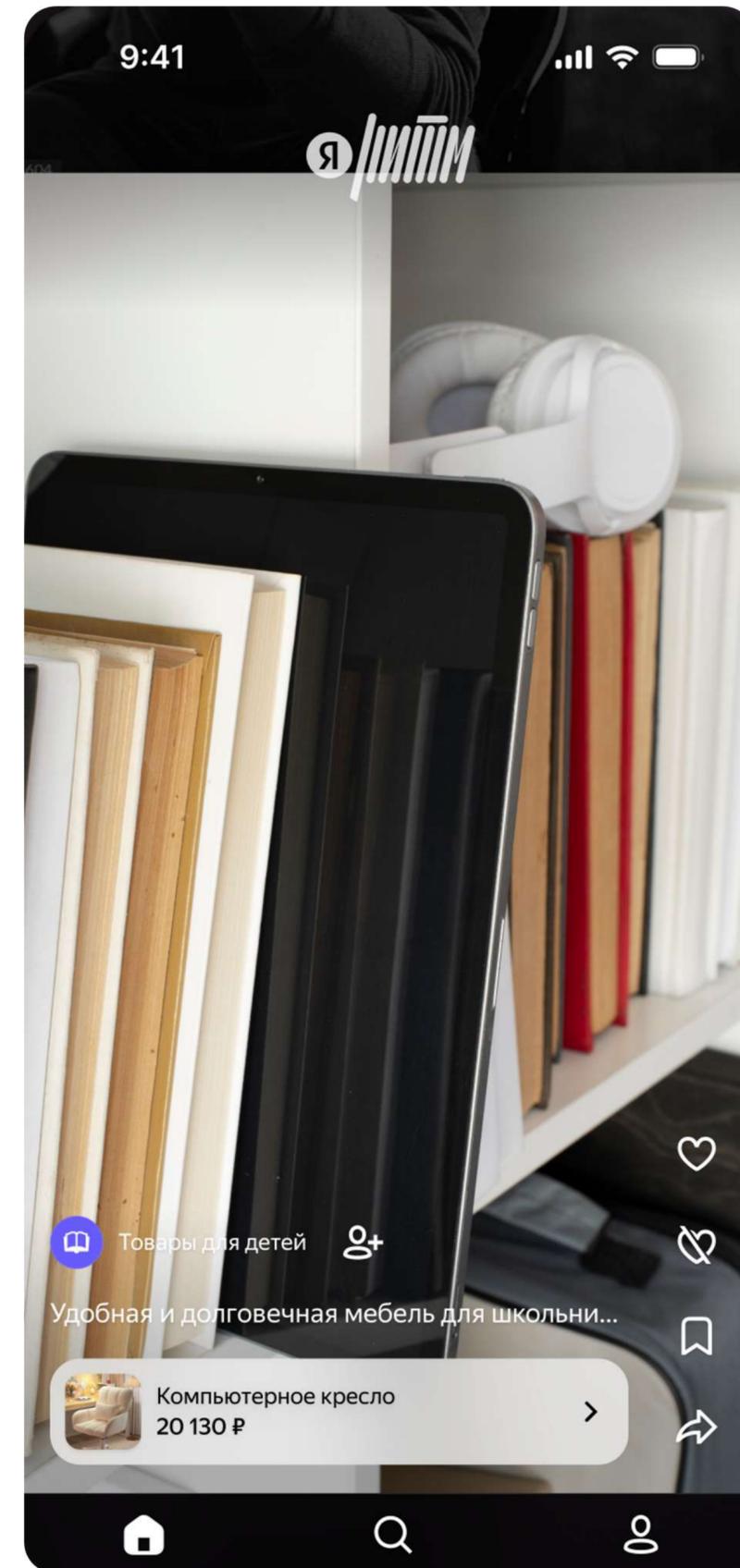
Вдохновляйте на покупки с помощью контента в Яндекс Ритме^β beta new

Компании публикуют фото и видео о своих товарах. В рекомендательной ленте Ритма их увидят пользователи, которым понравится такой контент



Присоединяйтесь к закрытой бете, чтобы

- Растить знание о вашем бренде
- Привлечь дополнительный трафик на сайт
- Задавать тренды и формировать спрос с помощью визуального контента



Выделите свои товары в Поиске

Чтобы получить дополнительный целевой трафик и растить продажи, управляйте отображением товаров и страниц сайта магазина в Поиске с помощью:

- Микроразметки на сайте
- Передачи данных о товарах и магазине в Яндекс Товары

Чем больше данных о ваших товарах передаётся в Поиск и чем лучше проработан их контент, тем выше вероятность появления в товарных блоках, например в формате отдельной карточки.

[Тестируйте новый бесплатный инструмент](#)

[Подробнее обо всех местах показа — в Справке](#)

1 **Письменный стол Кайт дуб сонома, А-А МЕБЕЛ**
Столы и стулья > Столы 🛒
Шариковые направляющие **ящиков** обеспечивают плавное открывание, а просторные выдвижные **ящики** помогут вам организовать...

2 

3 - 53%

4 4,4 · 28К отзывов на магазин В пункт 5Post

5 5 073 ₽ -53% 10 877 ₽

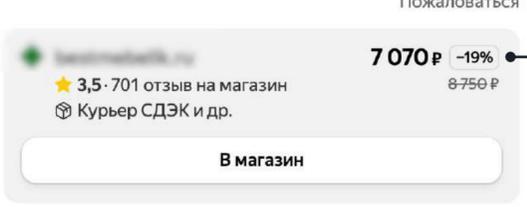
3

7 **Столы компьютерные и письменные**

6 **Письменный стол Трио ПС-03 (белый)**

6 

6 Пожаловаться

7 

6 7 070 ₽ -19% 8 750 ₽

6 **Характеристики**

Бренд	BTS
Тип	письменный стол
Ширина	123 см

Все характеристики

1 Заголовок

2 Картинка

3 Размер скидки

4 Способ доставки

5 Цена

6 Картинки, заголовок, цена, скидка — данные от магазина

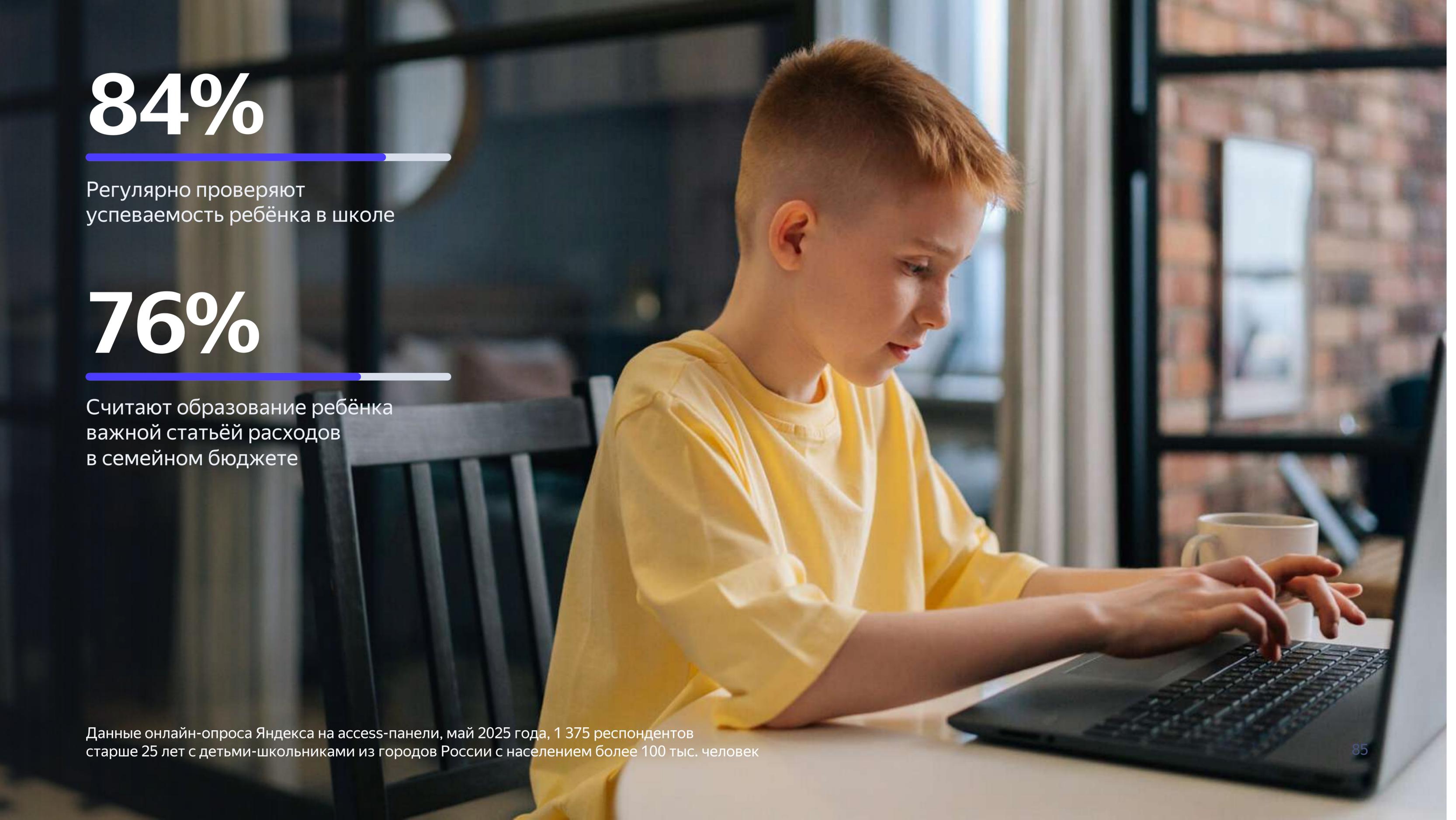
7 Фокус на продавце

Дополнительное образование

9



84%



Регулярно проверяют
успеваемость ребёнка в школе

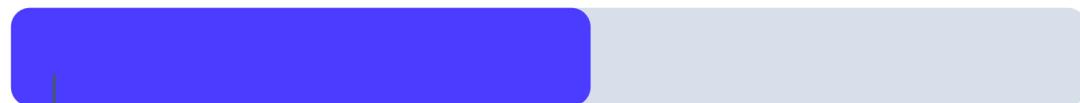
76%

Считают образование ребёнка
важной статьёй расходов
в семейном бюджете

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов
старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек

Курсы и репетиторов для школы начинают искать с конца лета

59% Планируют дополнительно заниматься школьными предметами¹

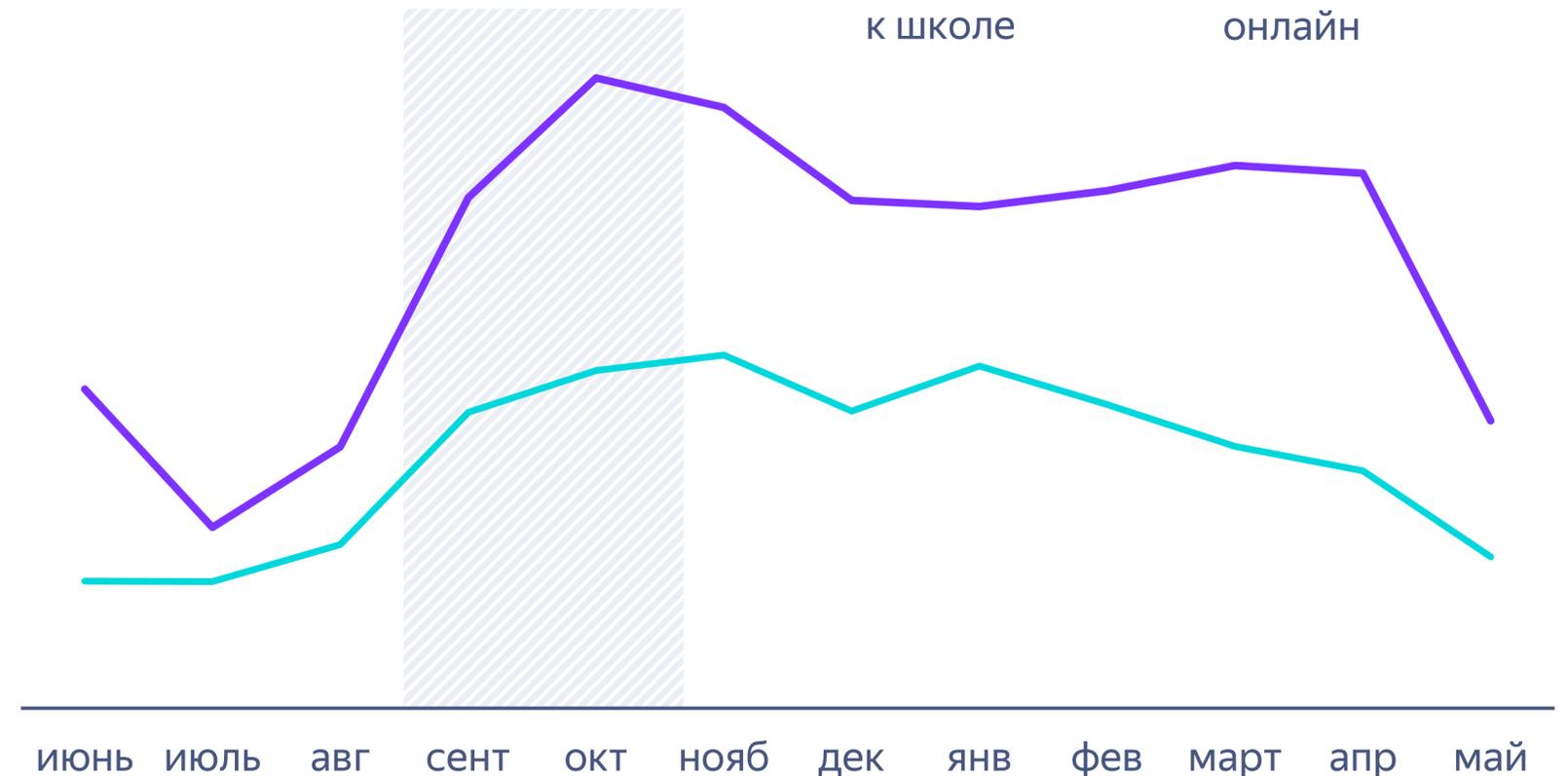


68% учеников старших классов будут заниматься в новом учебном году. Для них дополнительные занятия более актуальны²

¹ Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек.
² База (родители детей 9–11-х классов): 419 чел.

Рост поискового интереса³
Сент. — окт. 2024 г. vs 12 мес.

+25% Подготовка к школе
+55% Репетитор онлайн



51%

Среди тех, кто планирует дополнительные занятия, каждый 2-й будет искать новых репетиторов или курсы⁴

³ Данные поиска Яндекса. Июнь 2024 г. — май 2025 г., Россия
⁴ База (те, кто планирует заниматься дополнительно): 815 чел.

Каждый второй

будет искать репетиторов или курсы на специализированных сайтах и сервисах



53%



Будут просить
рекомендации знакомых

24%



На специализированных
сайтах по подбору репетитора

23%



Ребёнок будет заниматься
со школьным репетитором

23%



В сервисах по подбору
специалистов

19%



В онлайн-школах

4%



Затрудняюсь ответить

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года, 1 375 респондентов старше 25 лет с детьми-школьниками из городов России с населением более 100 тыс. человек. База (те, кто планирует искать новые курсы или репетиторов): 413 чел.

Индивидуальный и офлайн

Наиболее популярные форматы занятий

64% vs **37%**

Индивидуальные занятия

Групповые занятия

63% vs **42%**

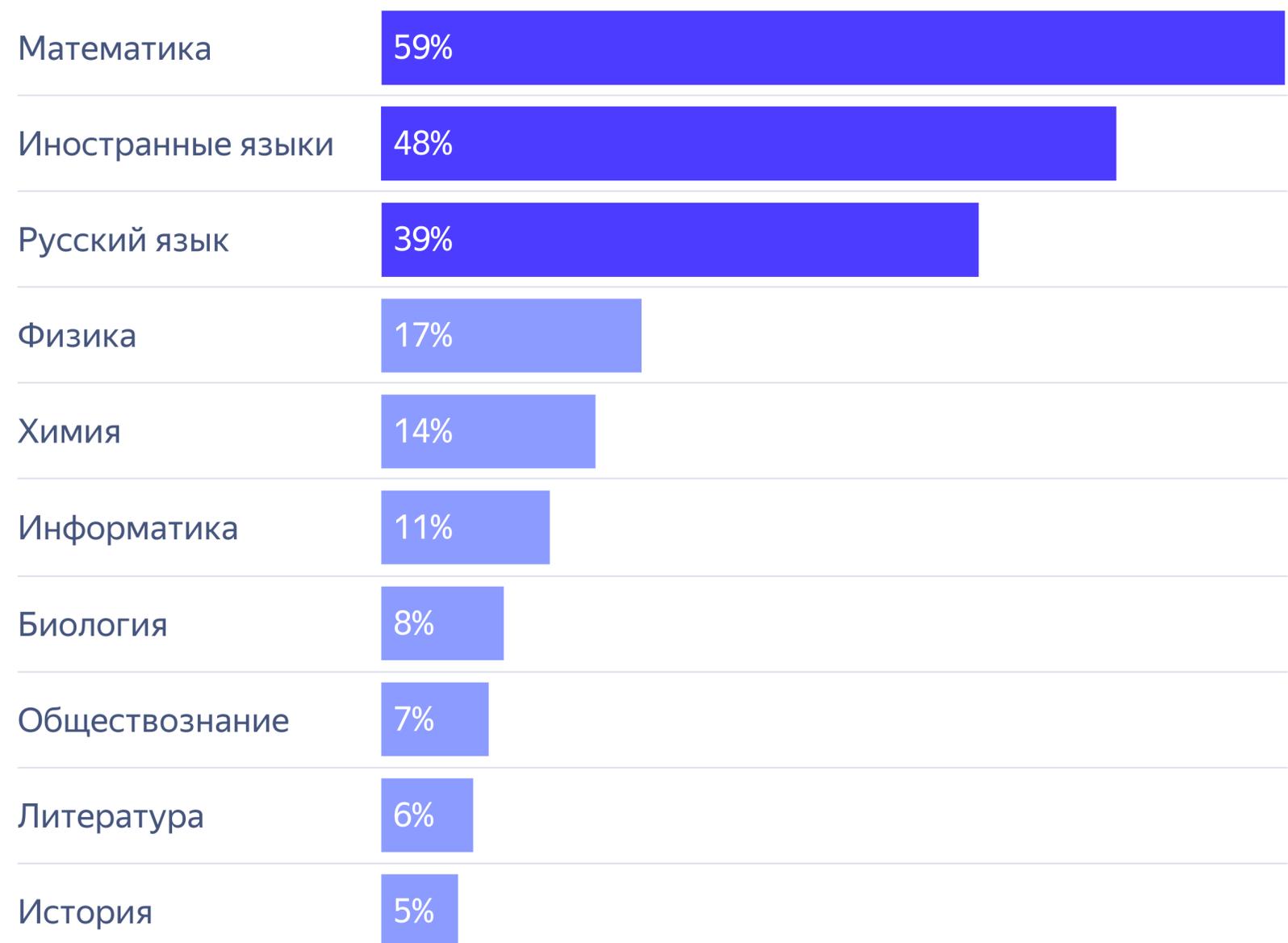
Офлайн-занятия

Онлайн-занятия

i Групповые офлайн-занятия более актуальны ученикам младших классов, а индивидуальные занятия — старшеклассникам

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, май 2025 года.
База (те, кто планирует заниматься дополнительно): 815 чел.

Топ-10 школьных предметов для дополнительных занятий



База (те, кто планирует искать новые курсы или репетиторов): 413 человек

Старшеклассники активнее пользуются сервисами для учёбы

Рост поискового интереса

Сент. — окт. vs 2024 г.

+76%

Нейро в Поиске

+35%

Школьные задания с помощью нейросетей

Топ-10 сервисов, которые используют в образовательных целях

Онлайн-переводчики

Голосовые помощники

Сервисы для просмотра видео онлайн

Учебные онлайн-платформы

Образовательный контент в платных онлайн-кинотеатрах

Сервисы для прослушивания музыки

Сервисы искусственного интеллекта

Онлайн-библиотеки

Аудиокниги

Приложения и тренажёры для обучения

Тотал	1–4-е классы	5–8-е классы	9–11-е классы
43%	36% ▼	48% ▲	48%
42%	47% ▲	42%	35% ▼
38%	31%	40%	44% ▲
31%	27%	30%	37% ▲
27%	34% ▲	25%	22% ▼
26%	23%	26%	31% ▲
19%	14% ▼	22%	24% ▲
18%	16%	17%	26% ▲
18%	17%	16%	22% ▲
17%	21%	18%	16%

▲ ▼ Значимо выше/ниже, чем тотал

Как увеличить продажи



Куда инвестировать дополнительный бюджет

- Перфоманс-продвижение
- Продвижение специалистов галерее услуг

Идеи настроек

Запускайте аукционную видеорекламу на Smart TV, чтобы обеспечить качественный контакт бренда с пользователем на выгодных условиях. Объявления будут показываться в онлайн-кинотеатрах и рекламных роликах внутри эфирного ТВ онлайн-кинотеатров. А также в веб-приложениях и сервисах видео по запросу (VOD). А новый формат ТВ-билборд поможет охватить широкую платёжеспособную аудиторию в момент, когда она настроена на отдых и развлечения.

Оптимизируйте ЕПК на несколько одинаково важных для бизнеса целей, например привлечение заявок, звонков или сообщений в чат. Это позволит привести на сайт пользователей, которые достигнут любой из них.

В креативах акцентируйте внимание на дополнительных услугах.

Привлекайте внимание к своим предложениям в момент, когда пользователи ищут услуги, связанные с репетиторством. В галерее услуг объявления представлены в виде карточек: с ценами, отзывами и контактами для связи. Они упрощают заказчику выбор и повышают шансы, что он будет именно в вашу пользу.