

Яндекс

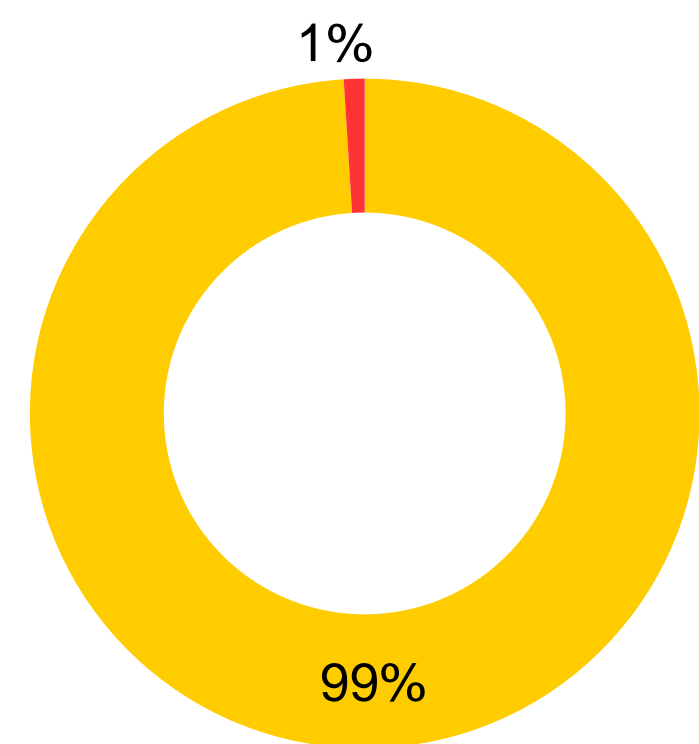
Аналитика индустрии недвижимости

Обзор индустрии



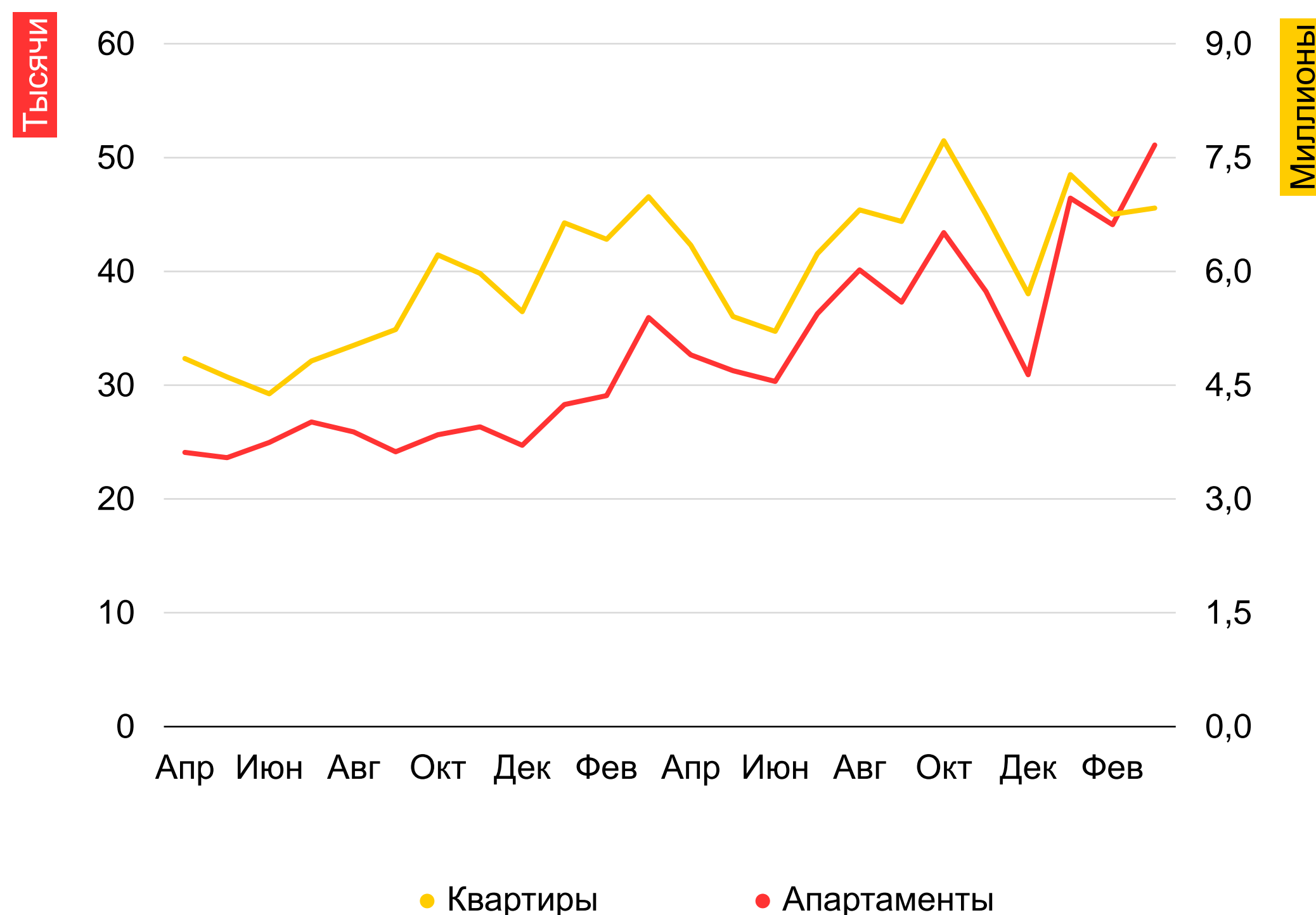
В 2019 году активно растёт интерес к апартаментам

Структура запросов по виду недвижимости

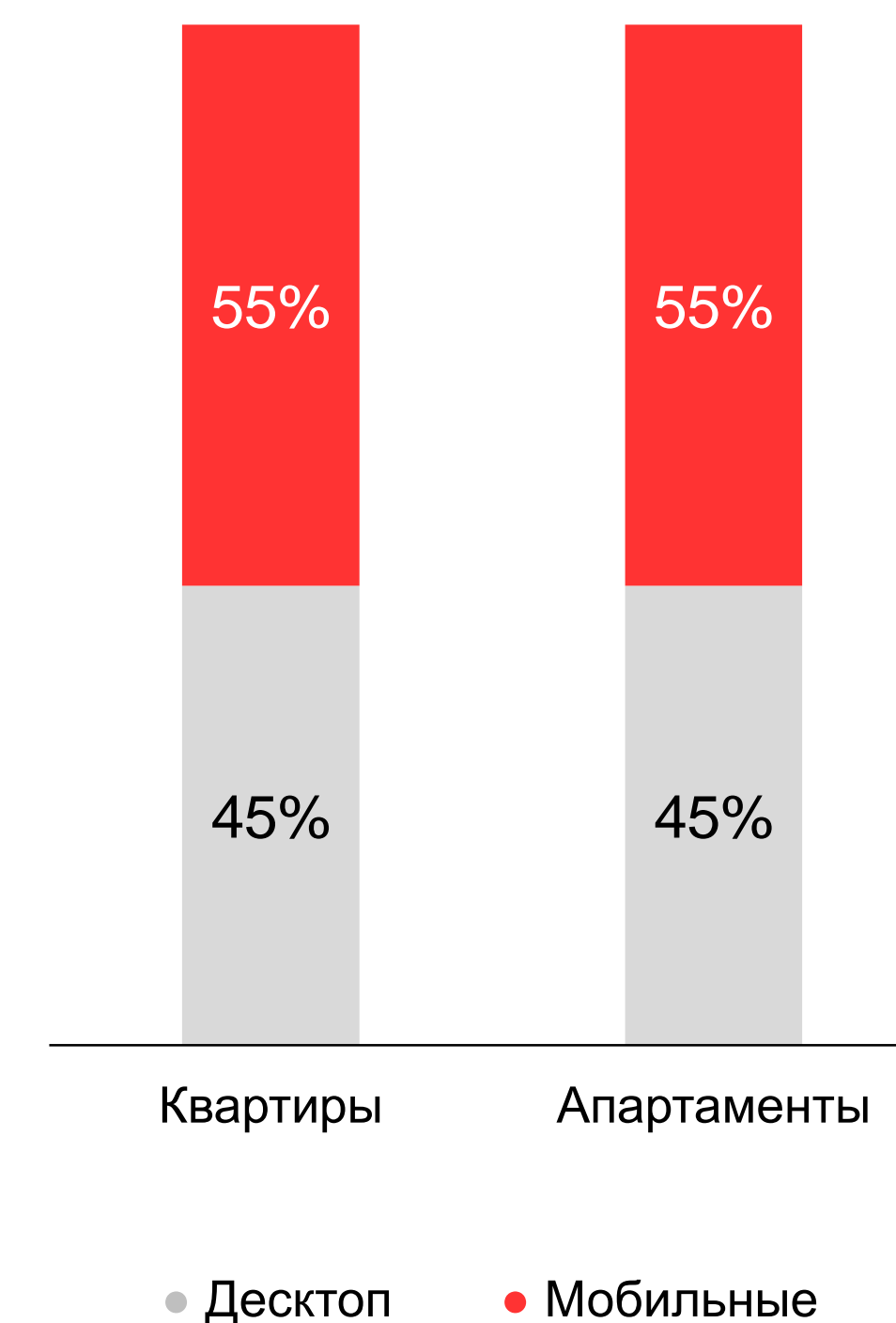


● Апартаменты	+52%
● Квартиры	+4%

Динамика запросов



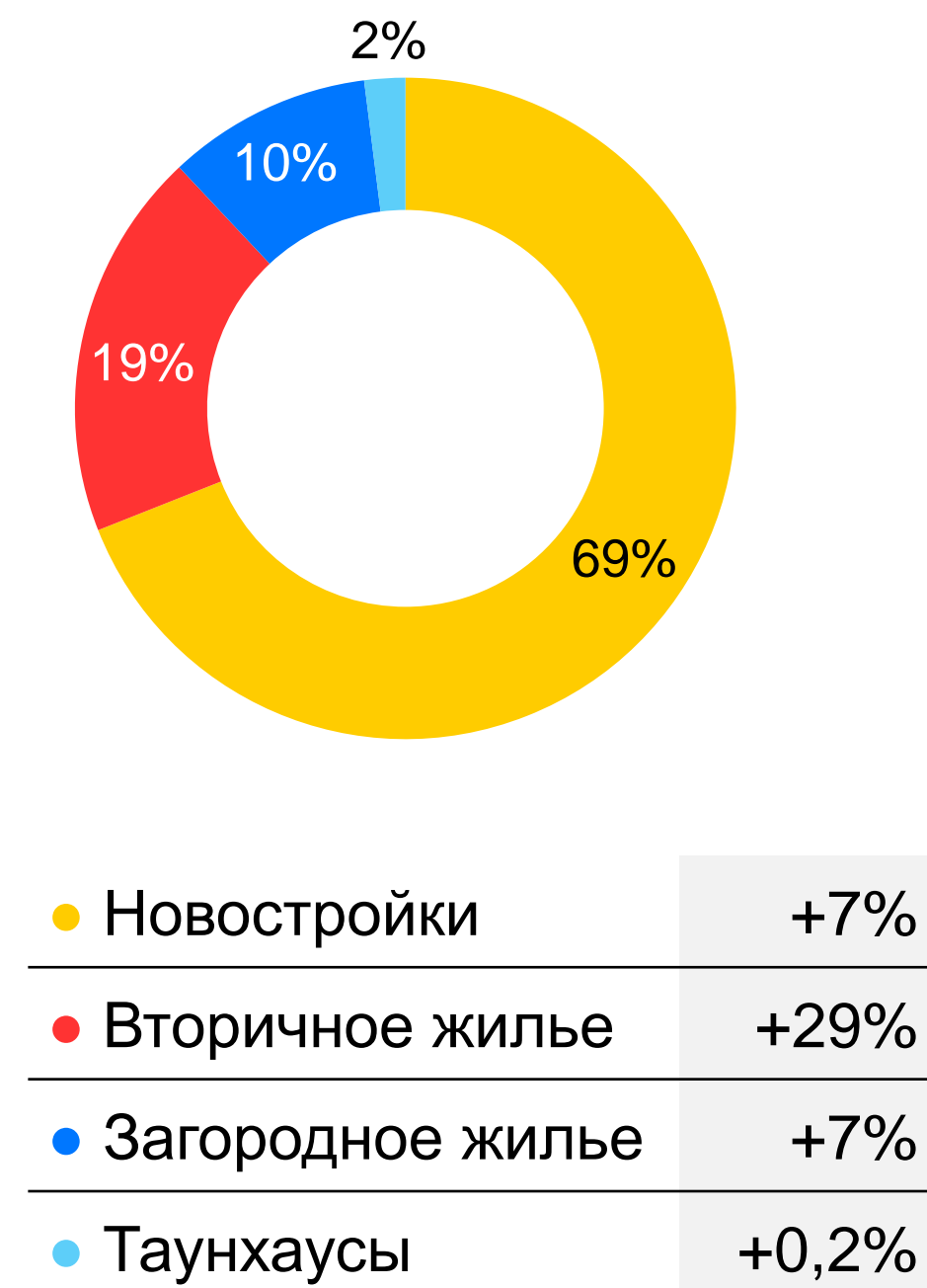
Структура запросов по устройствам



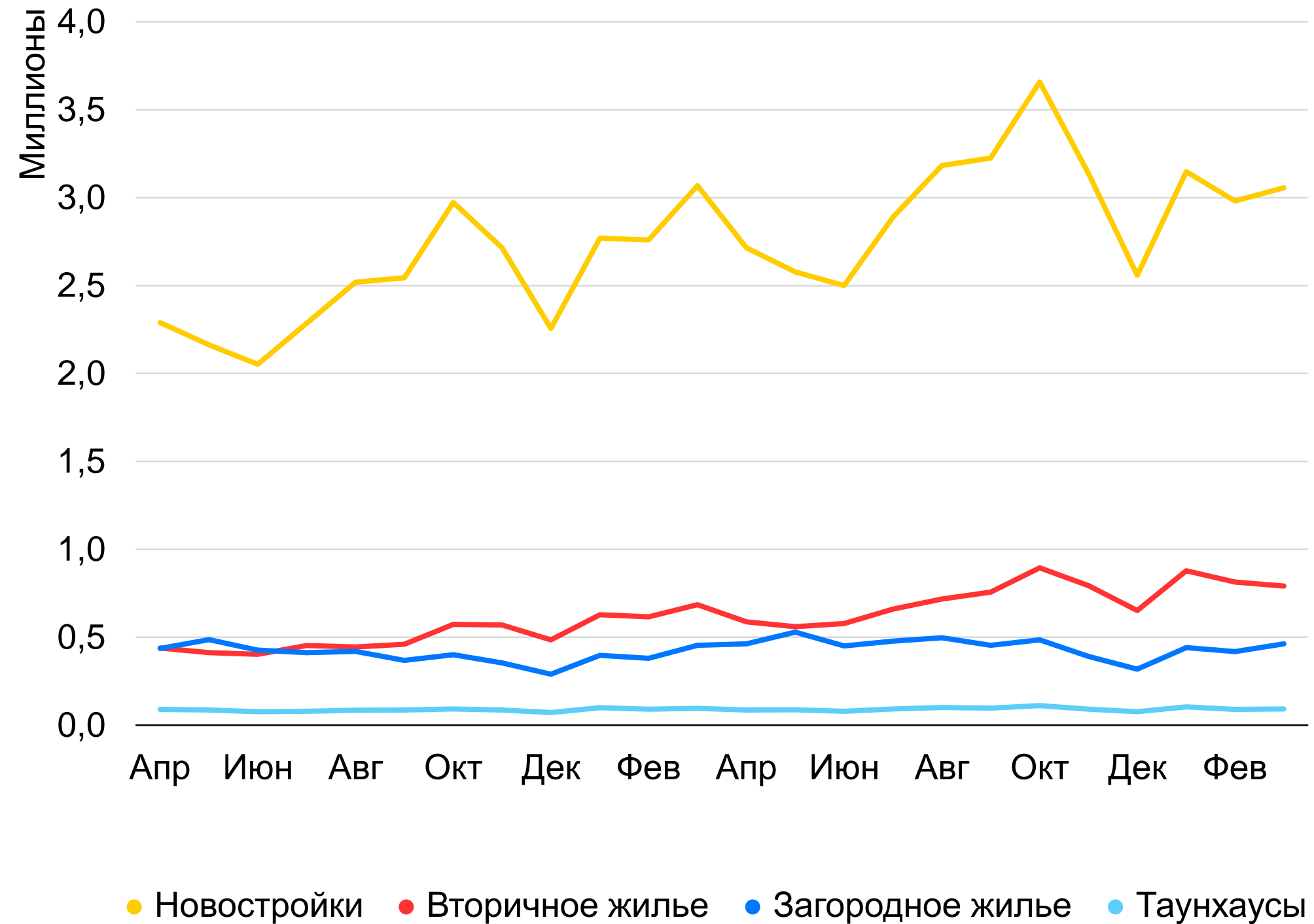
По данным сервиса «Подбор слов», запросы по Москве и области.
Доля по устройствам рассчитана за Q1 2019. Прирост посчитан за Q1 2019 относительно Q1 2018

Интерес к покупке квартир в новостройках сохраняется

Структура запросов по типу недвижимости



Динамика запросов



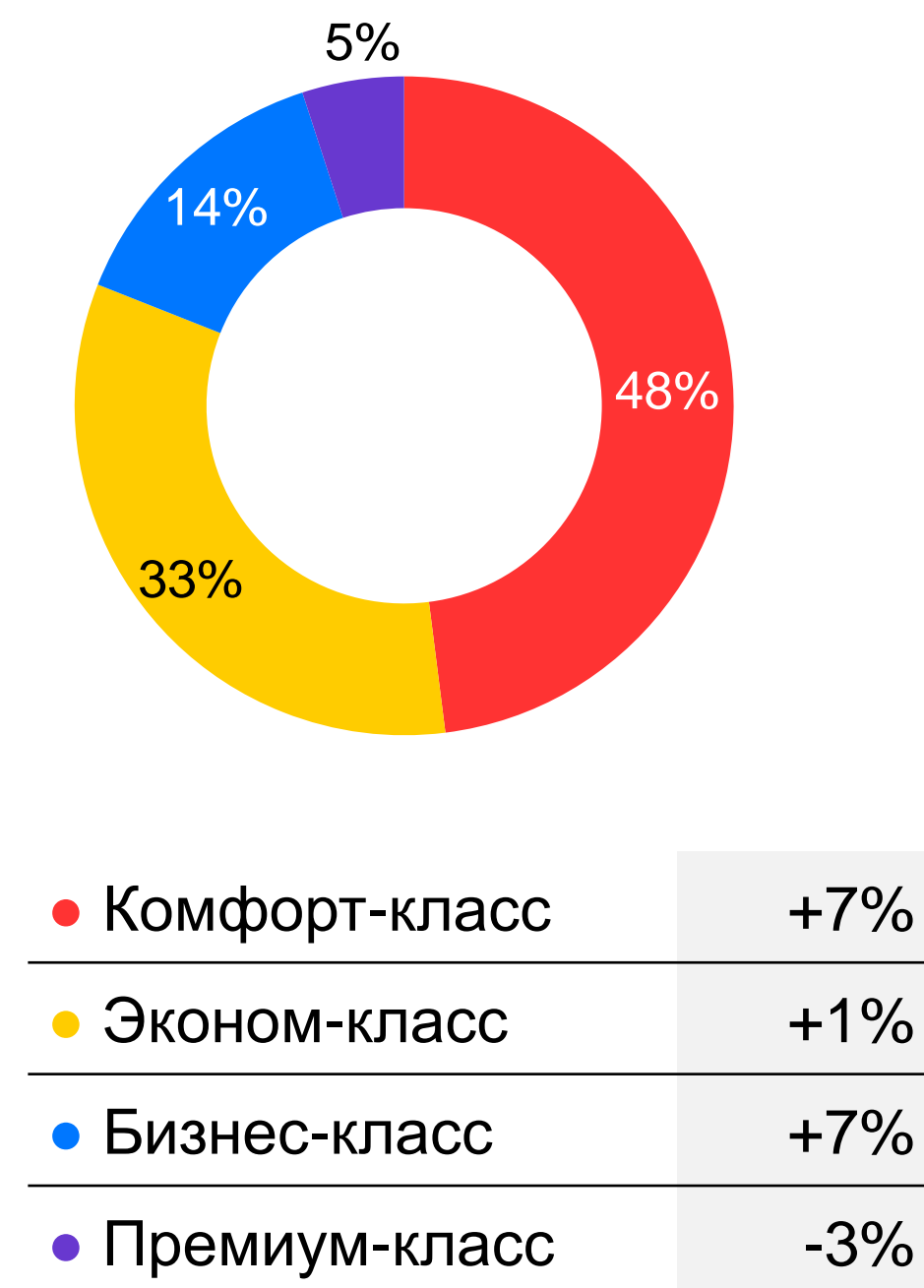
Структура запросов по устройствам



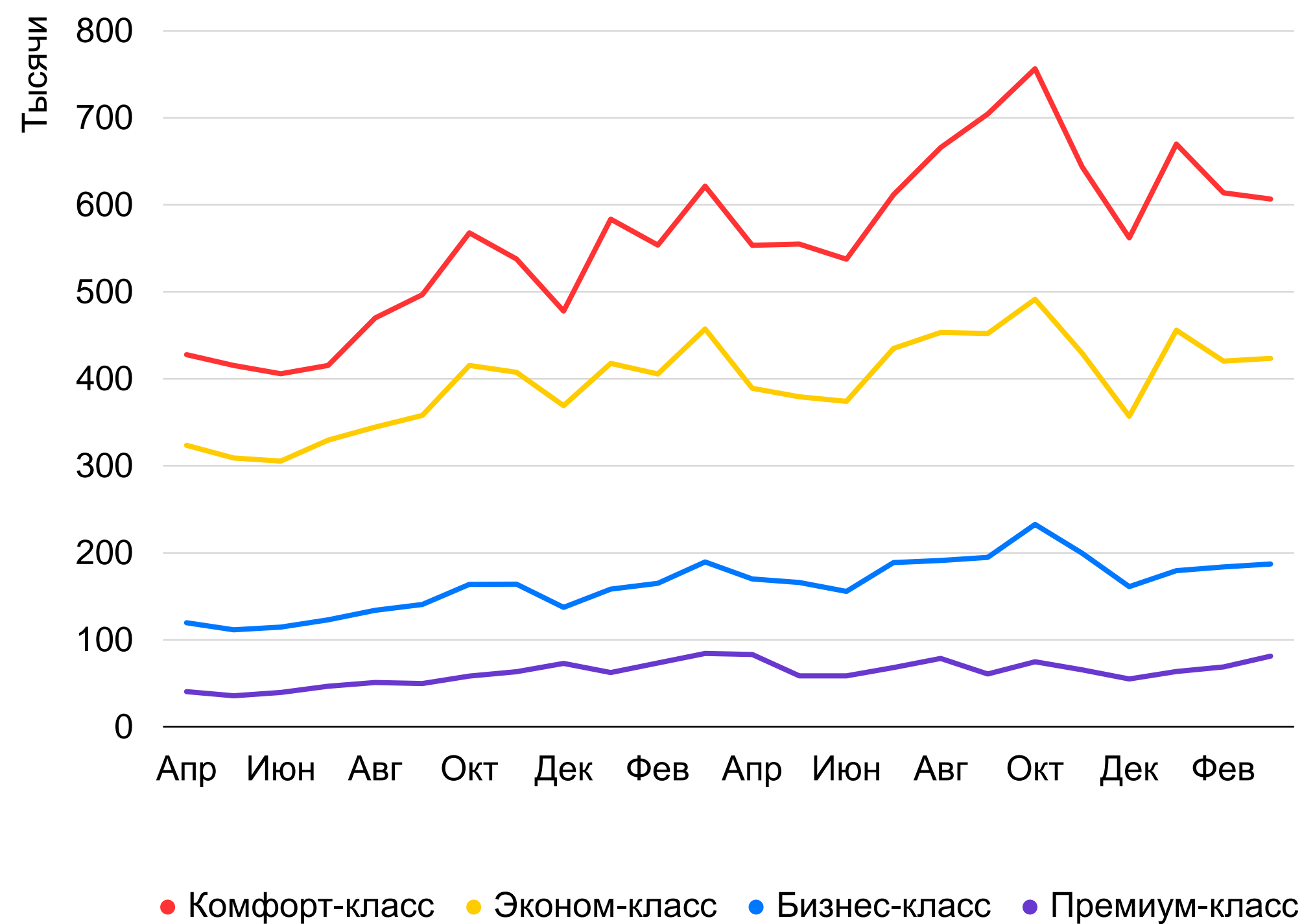
По данным сервиса «Подбор слов», запросы по Москве и области.
Доля по устройствам рассчитана за Q1 2019. Прирост посчитан за Q1 2019 относительно Q1 2018

Интерес к жилью комфорт- и бизнес-класса растёт быстрее всего

Структура запросов по классу недвижимости



Динамика запросов



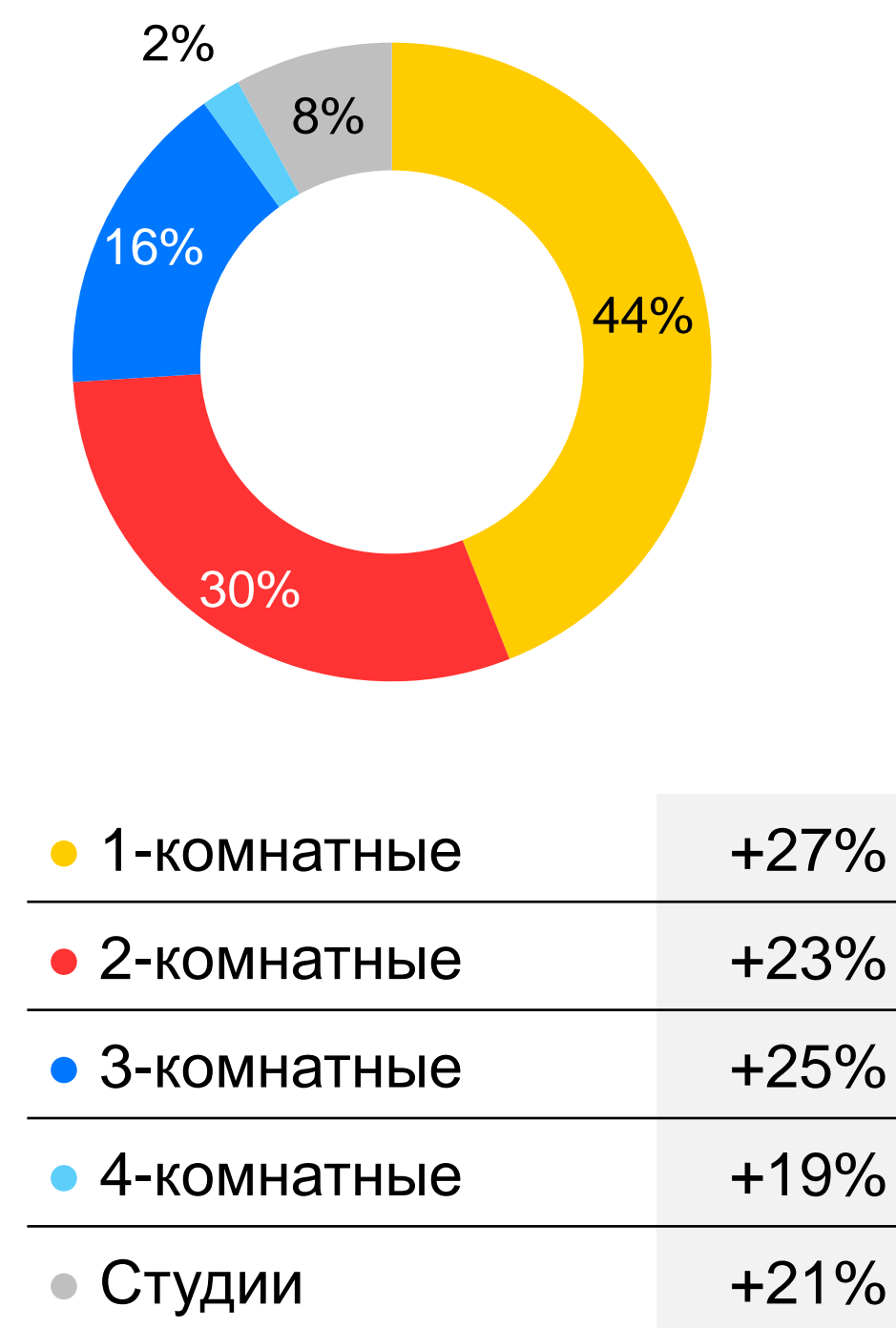
Структура запросов по устройствам



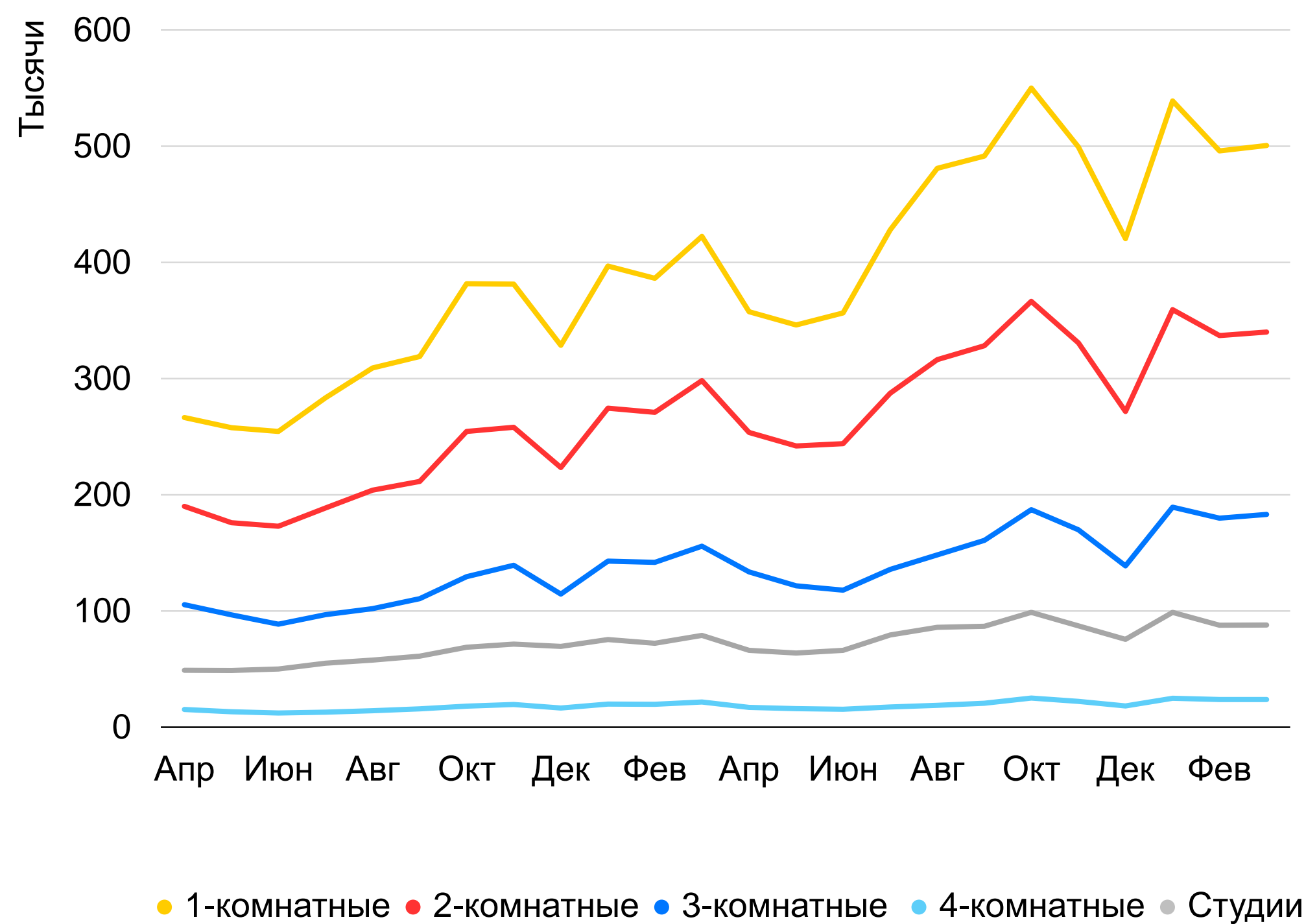
По данным сервиса «Подбор слов», запросы по Москве и области.
Доля по устройствам рассчитана за Q1 2019. Прирост посчитан за Q1 2019 относительно Q1 2018

Однокомнатные квартиры — лидеры по количеству запросов и их росту

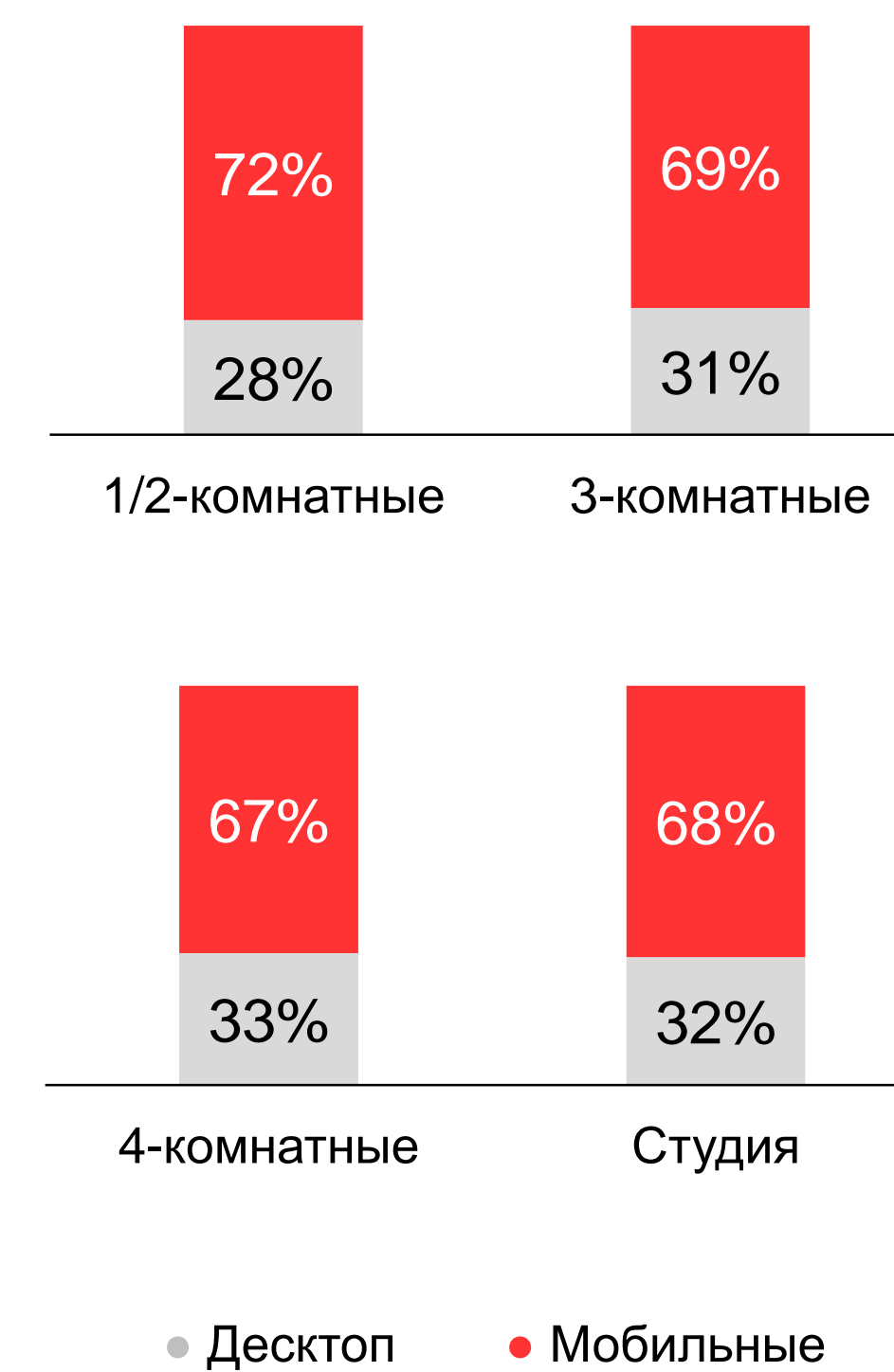
Структура запросов по количеству комнат



Динамика запросов



Структура запросов по устройствам

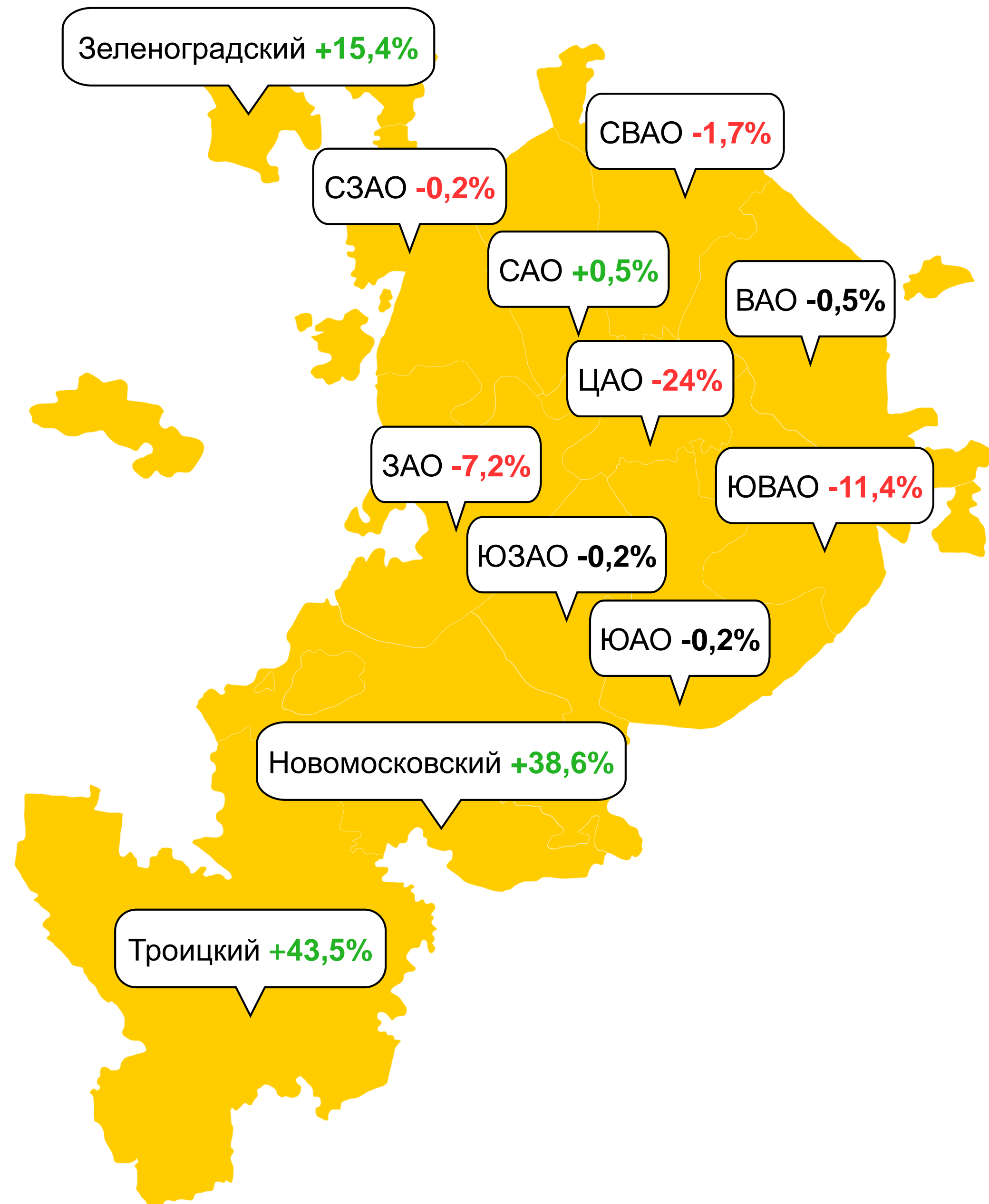


По данным сервиса «Подбор слов», запросы по Москве и области.
Доля по устройствам рассчитана за Q1 2019. Прирост посчитан за Q1 2019 относительно Q1 2018

В каких районах и округах жильё стали искать чаще

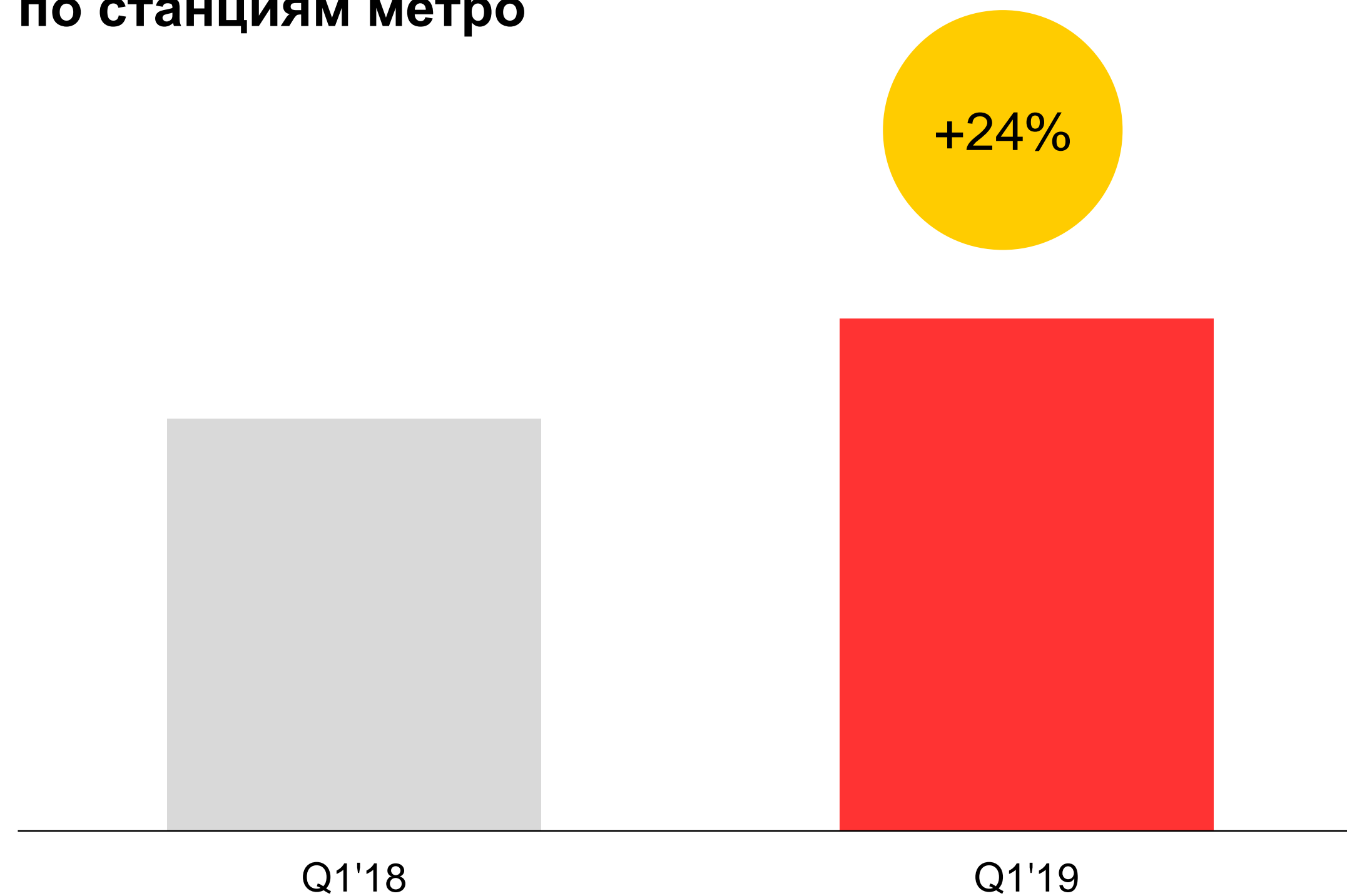
1	Поселение Московский
2	Дмитровский
3	Воскресенское поселение
4	Северный
5	Можайский
6	Богородское
7	Рязанский
8	Отрадное
9	Лосиноостровский
10	Измайлово

По данным сервиса «Подбор слов», запросы по Москве и области.
Рейтинг построен за Q1 2019 по количеству запросов к районам



Жильё чаще всего стали искать у станций Домодедовская и Коломенская

Прирост запросов по станциям метро

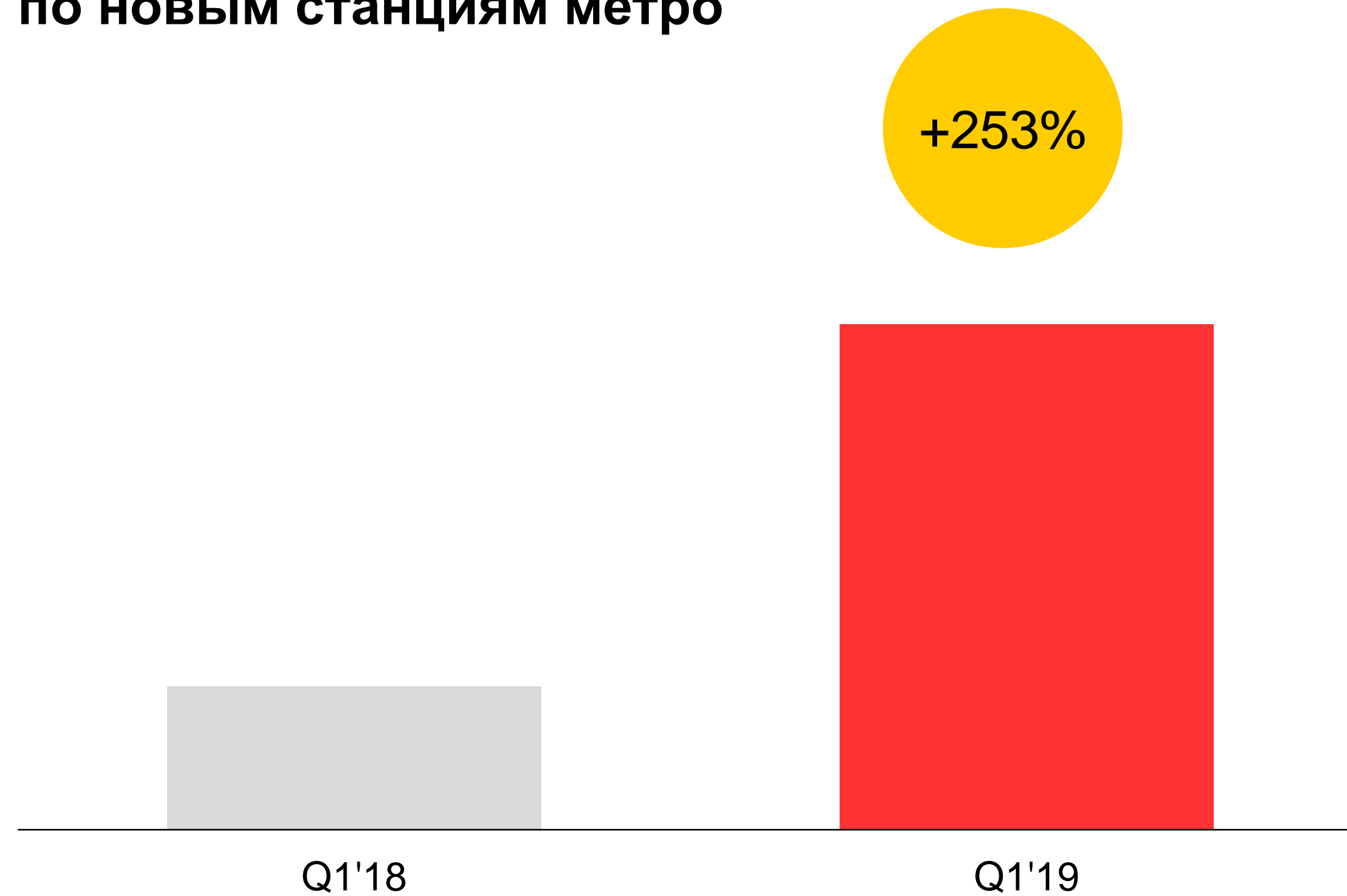


- 1 ● Домодедовская
- 2 ● Коломенская
- 3 ● Щёлковская
- 4 ● Молодёжная
- 5 ● Бабушкинская
- 6 ● Сходненская
- 7 ● Отрадное
- 8 ● Первомайская
- 9 ● Октябрьское поле
- 10 ● Котельники

По данным сервиса «Подбор слов», запросы по Москве и области.
Прирост посчитан за Q1 2019 относительно Q1 2018, рейтинг построен за Q1 2019 по количеству запросов

Открытие новых станций метро — драйвер интереса к покупке жилья

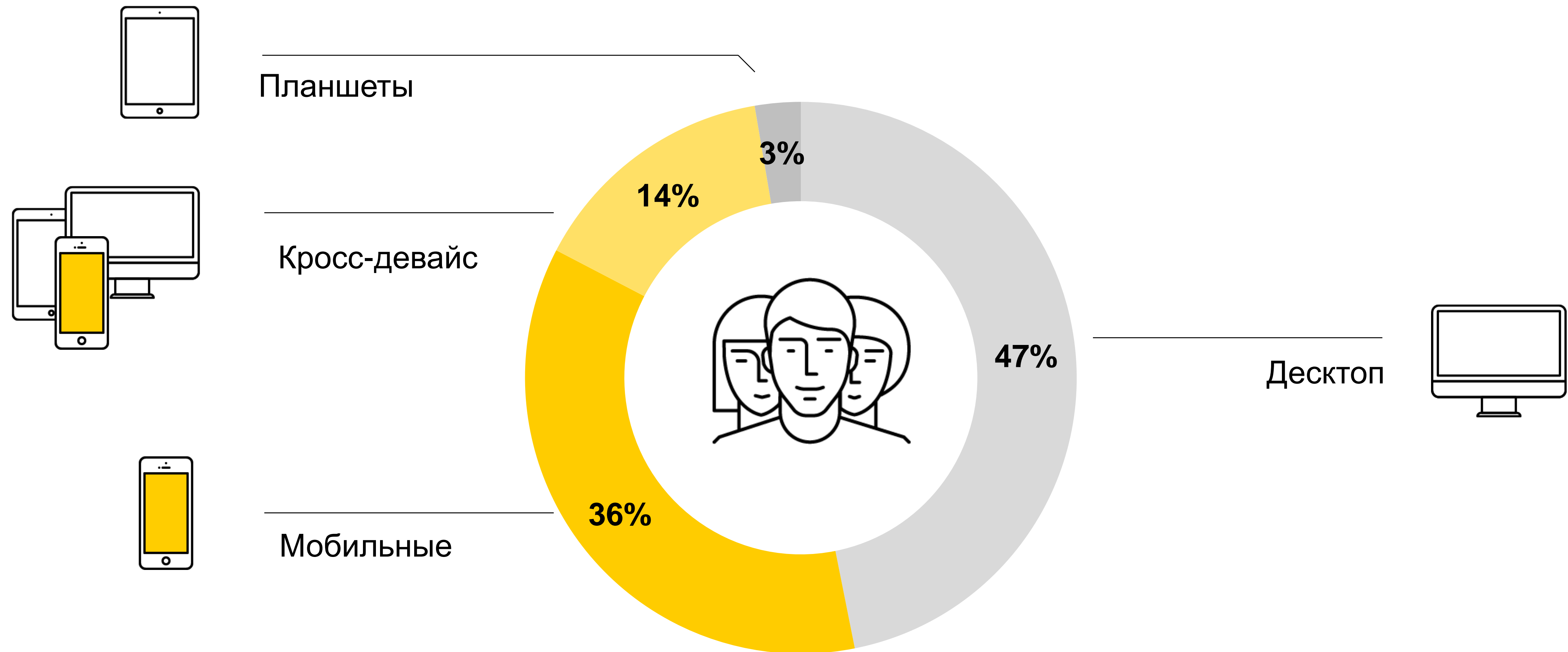
Прирост запросов по новым станциям метро



- 1 ● Некрасовка
- 2 ● Коммунарка
- 3 ● Филатов Луг
- 4 ○ Прокшино
- 5 ● Лухмановская
- 6 ● Нижегородская
- 7 ● Столбово
- 8 ● Ольховая
- 9 ○ Ватутинки
- 10 ● Деловой центр

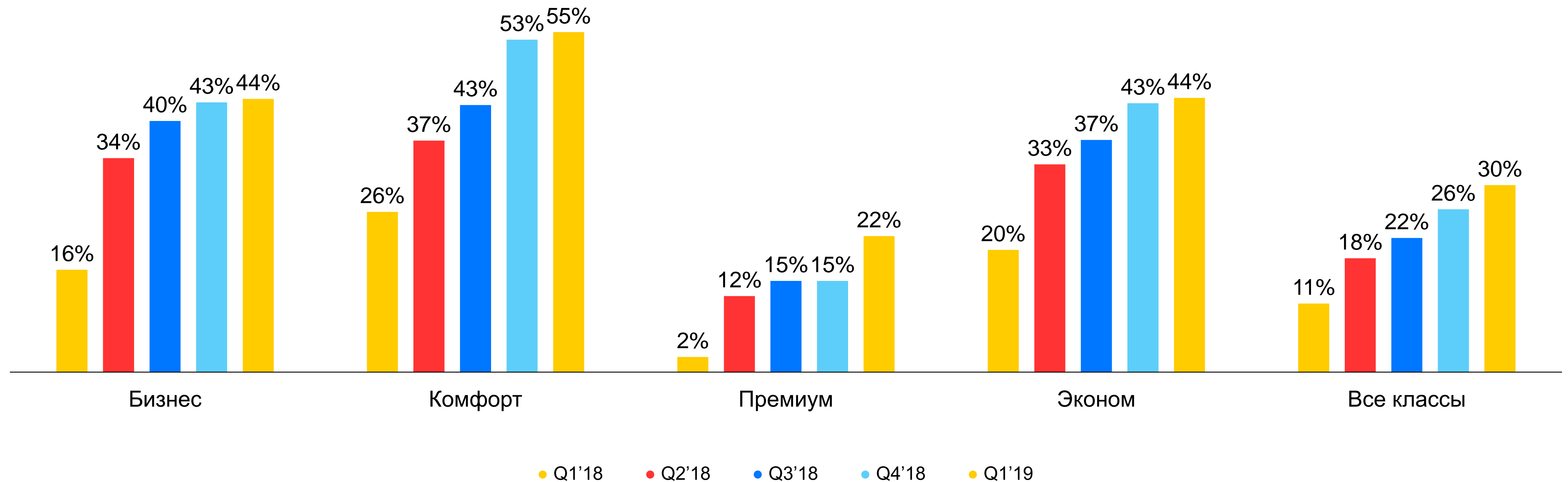
По данным сервиса «Подбор слов», запросы по Москве и области.
Прирост посчитан за Q1 2019 относительно Q1 2018, рейтинг построен за Q1 2019 по количеству запросов

50% конверсий совершается с использованием мобильных



Доля рекламодателей, подключивших смарт-баннеры

Доля рекламодателей по классам недвижимости



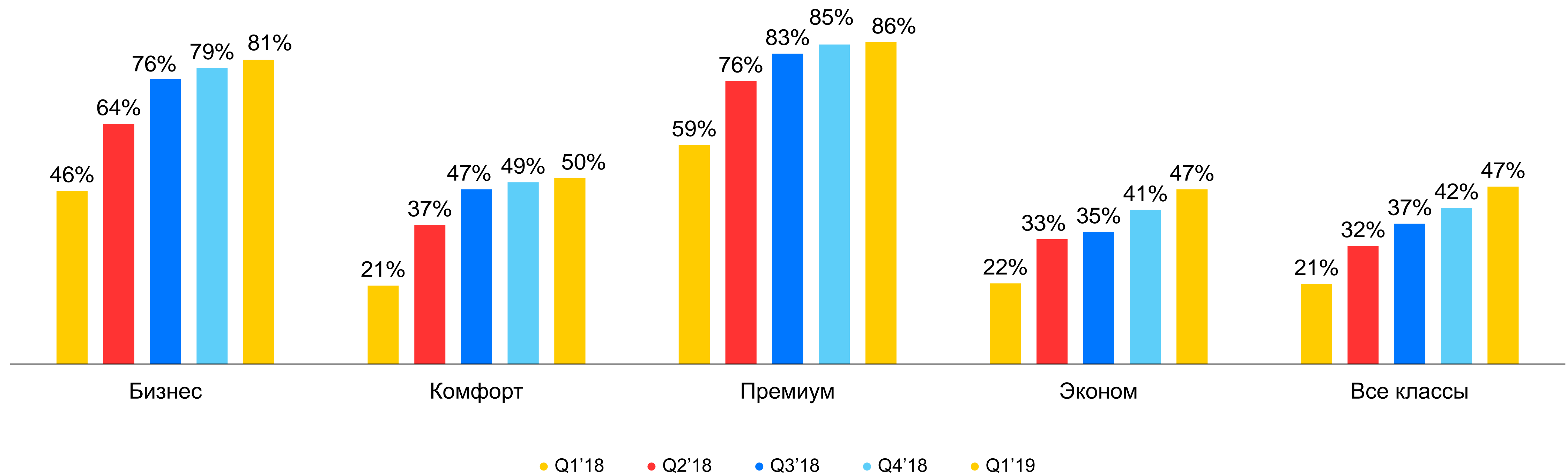
По данным Яндекса, январь – март 2019. Москва и область.

Статистика по рекламодателям с подключенной передачей данных из колл-трекеров в Яндекс.Метрику.

На графике с накоплением отражена динамика увеличения числа рекламодателей, подключивших смарт-баннеры

Доля рекламодателей, подключивших баннеры на поиске

Доля рекламодателей по классам недвижимости



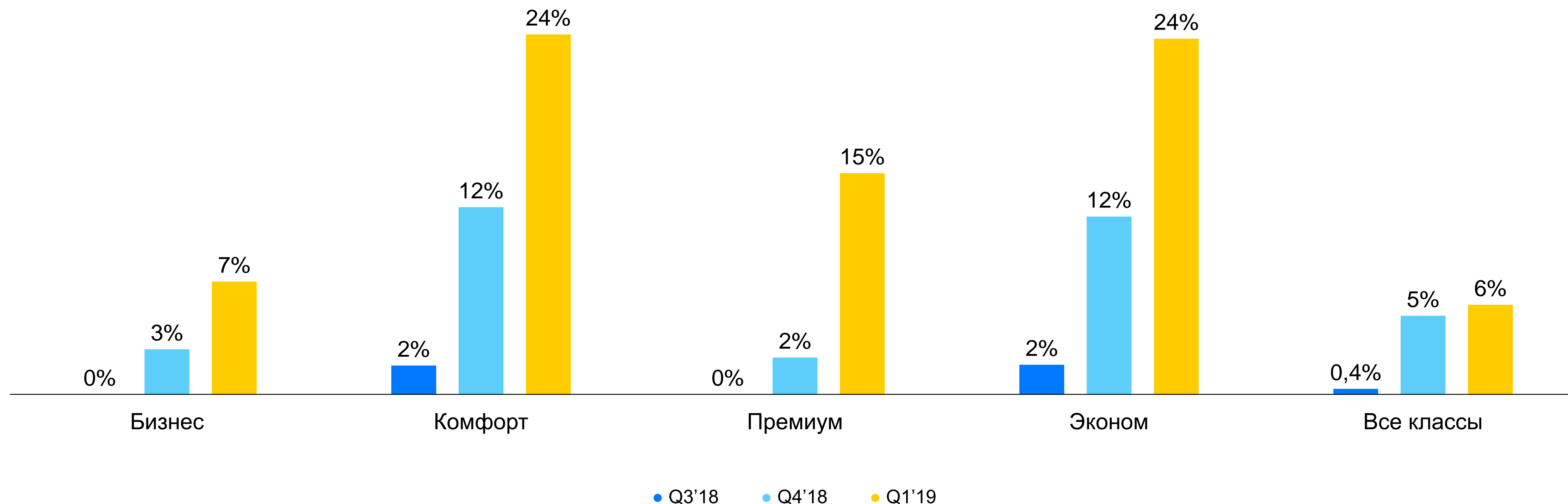
По данным Яндекса, январь – март 2019. Москва и область

Статистика по рекламодателям с подключенной передачей данных из колл-трекеров в Яндекс.Метрику.

На графике с накоплением отражена динамика увеличения числа рекламодателей, подключивших смарт-баннеры

Доля рекламодателей, подключивших видеообъявления

Доля рекламодателей по классам недвижимости



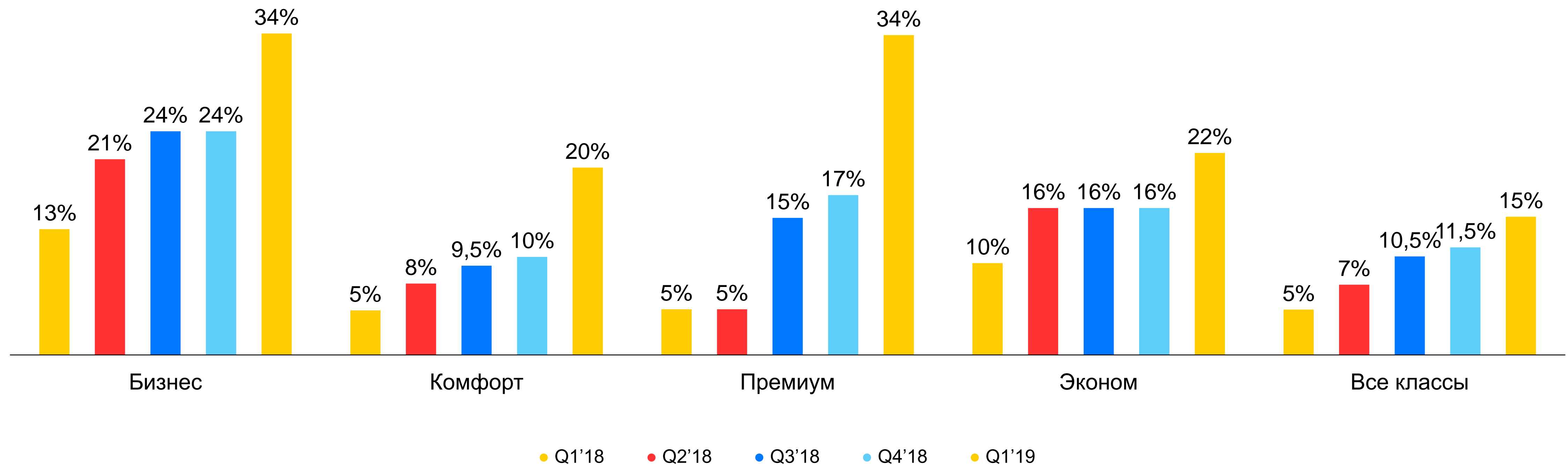
По данным Яндекса, январь – март 2019. Москва и область.

Статистика по рекламодателям с подключенной передачей данных из колл-трекеров в Яндекс.Метрику.

На графике с накоплением отражена динамика увеличения числа рекламодателей, подключивших смарт-баннеры

Доля рекламодателей, подключивших видеодополнения

Доля рекламодателей по классам недвижимости

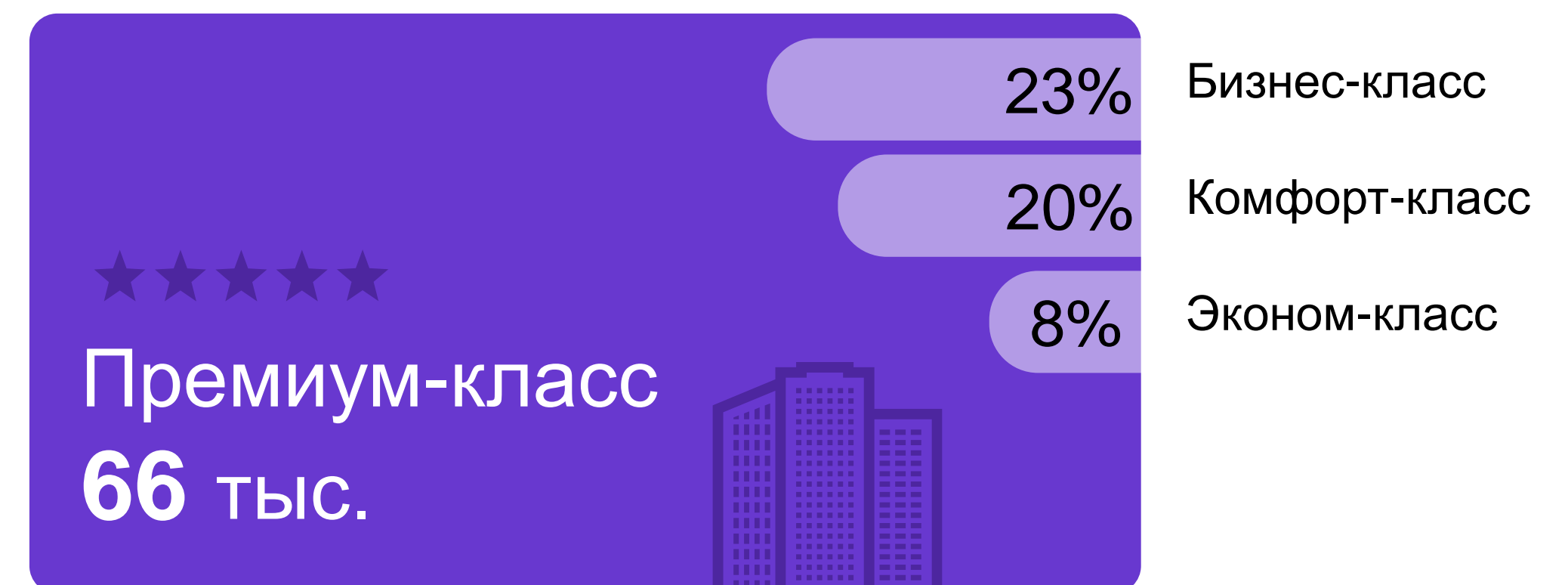
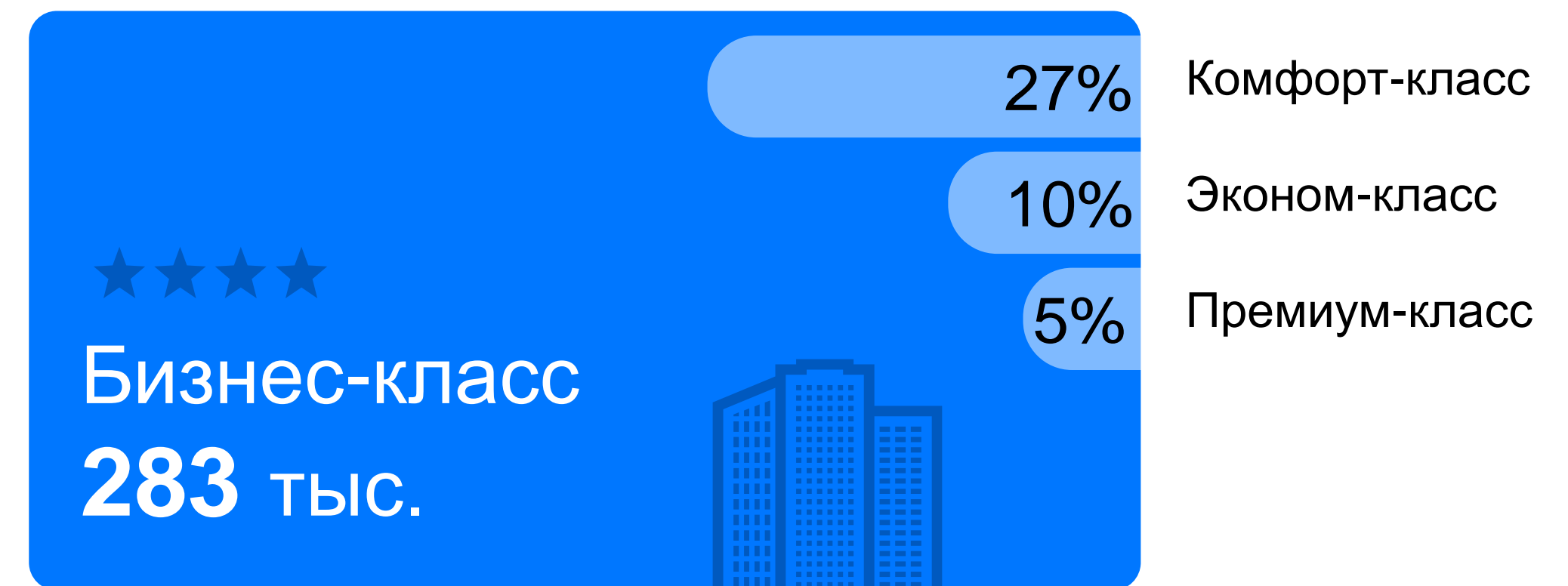
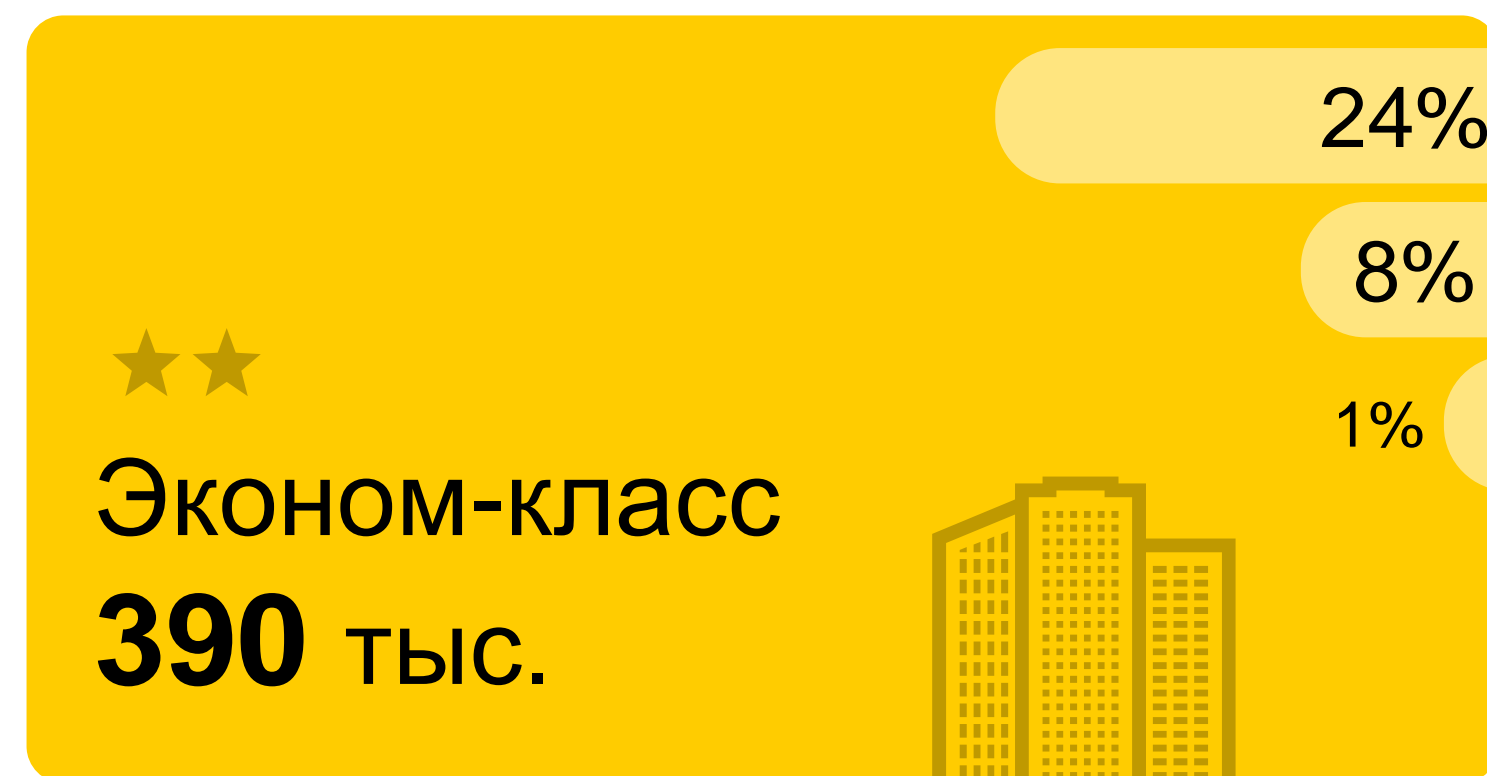


По данным Яндекса, январь – март 2019. Москва и область.

Статистика по рекламодателям с подключенной передачей данных из колл-трекеров в Яндекс.Метрику.

На графике с накоплением отражена динамика увеличения числа рекламодателей, подключивших смарт-баннеры

При поиске квартиры пользователь рассматривает несколько классов жилья

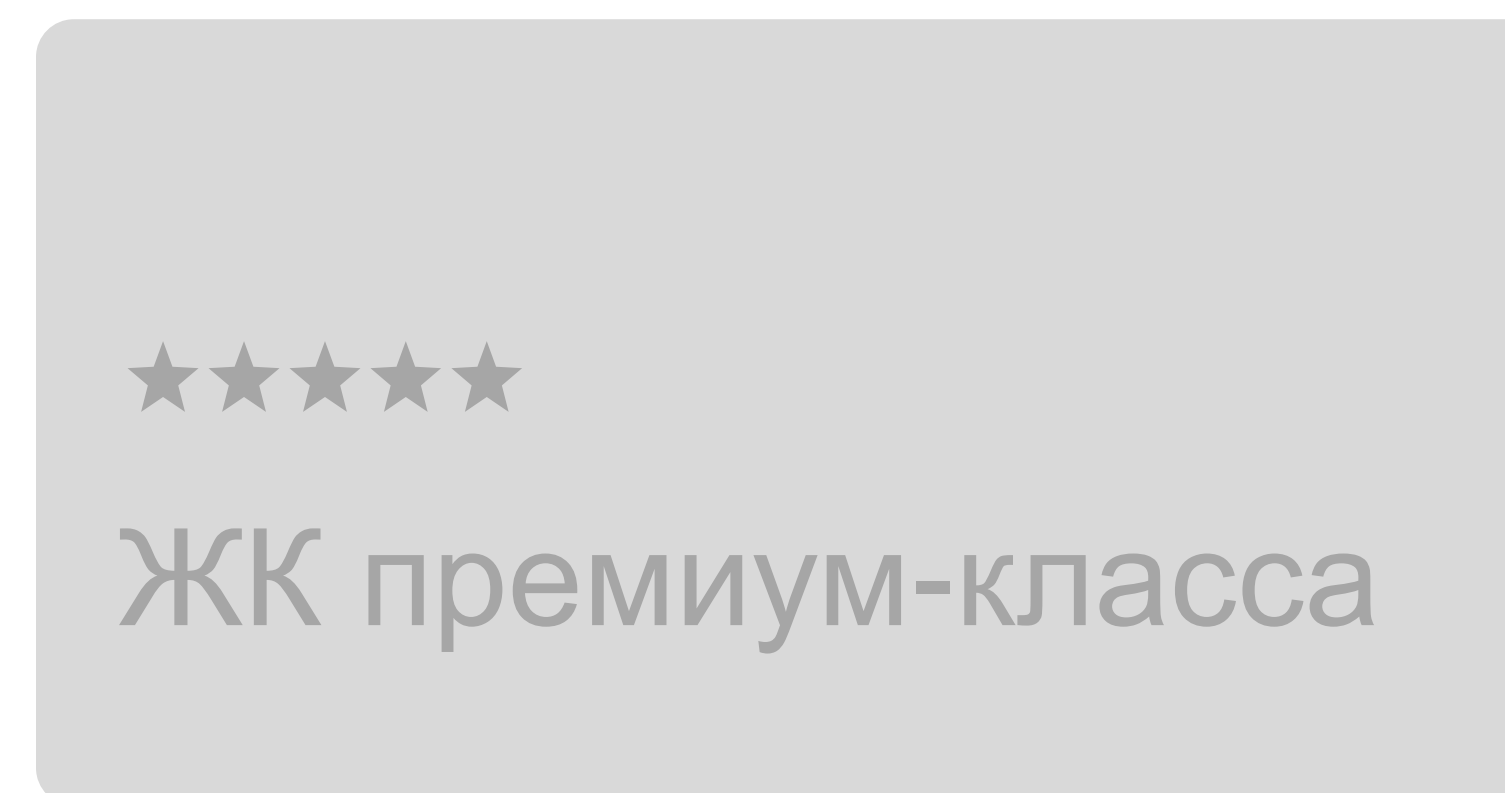
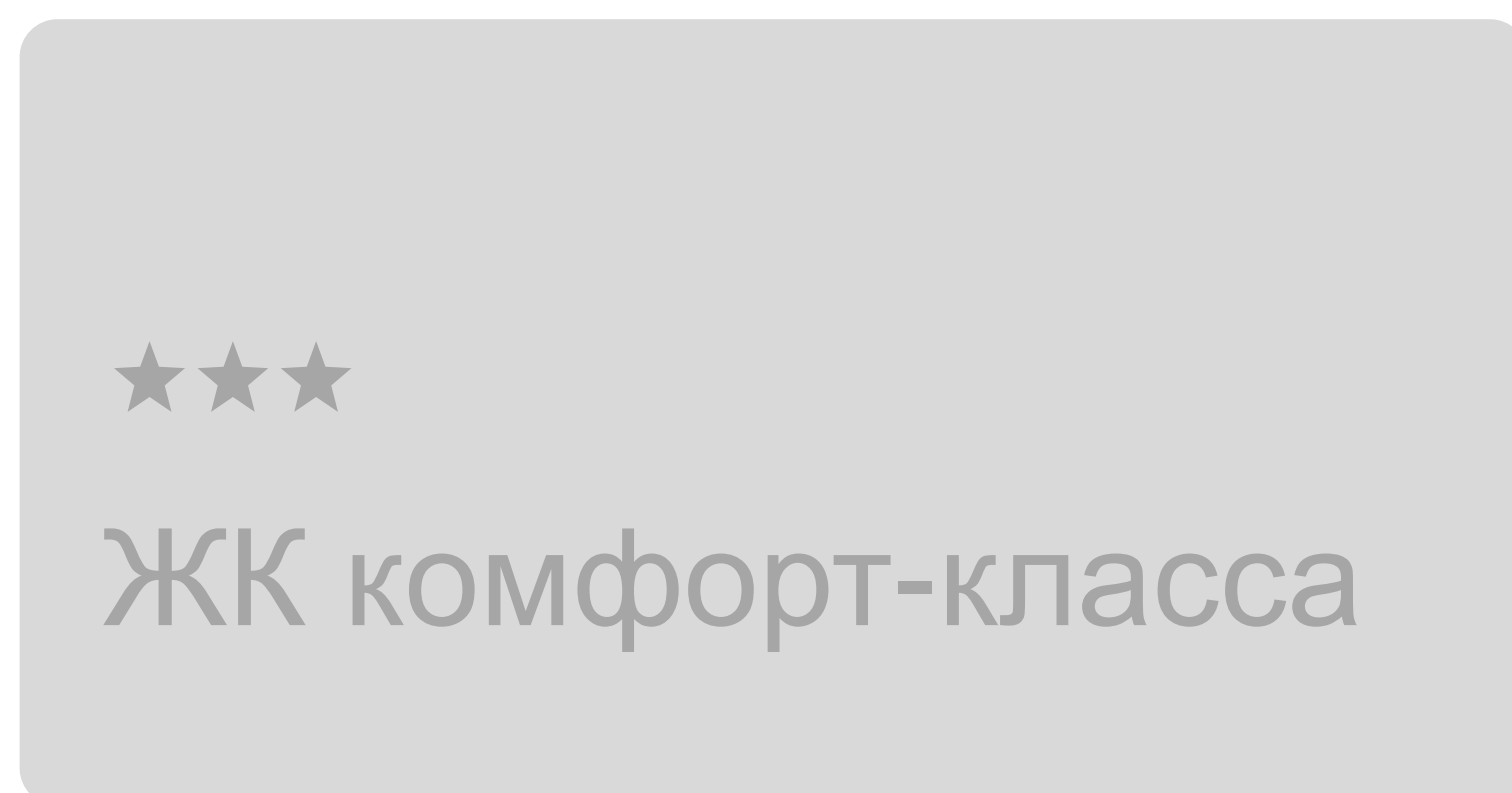
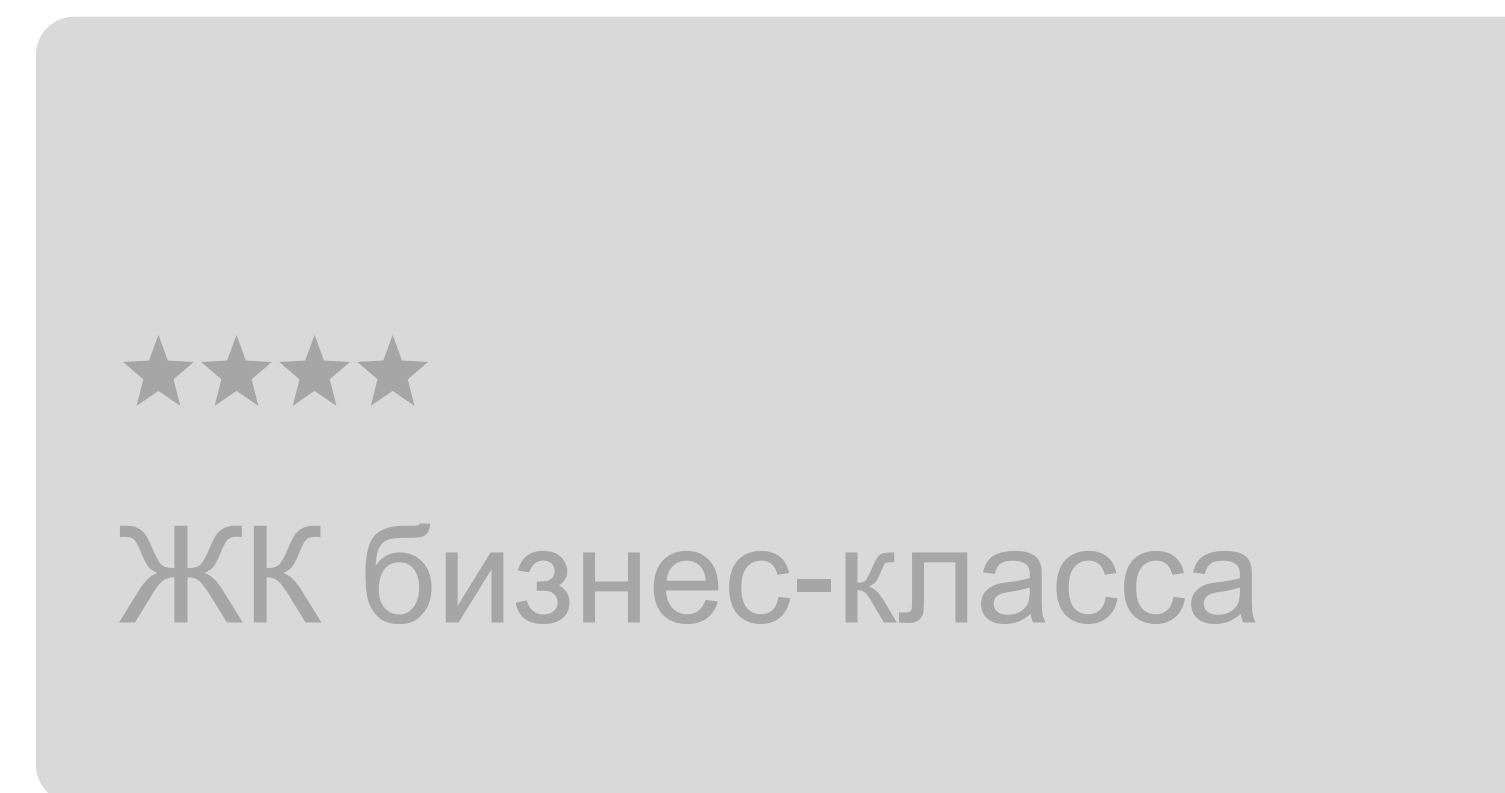
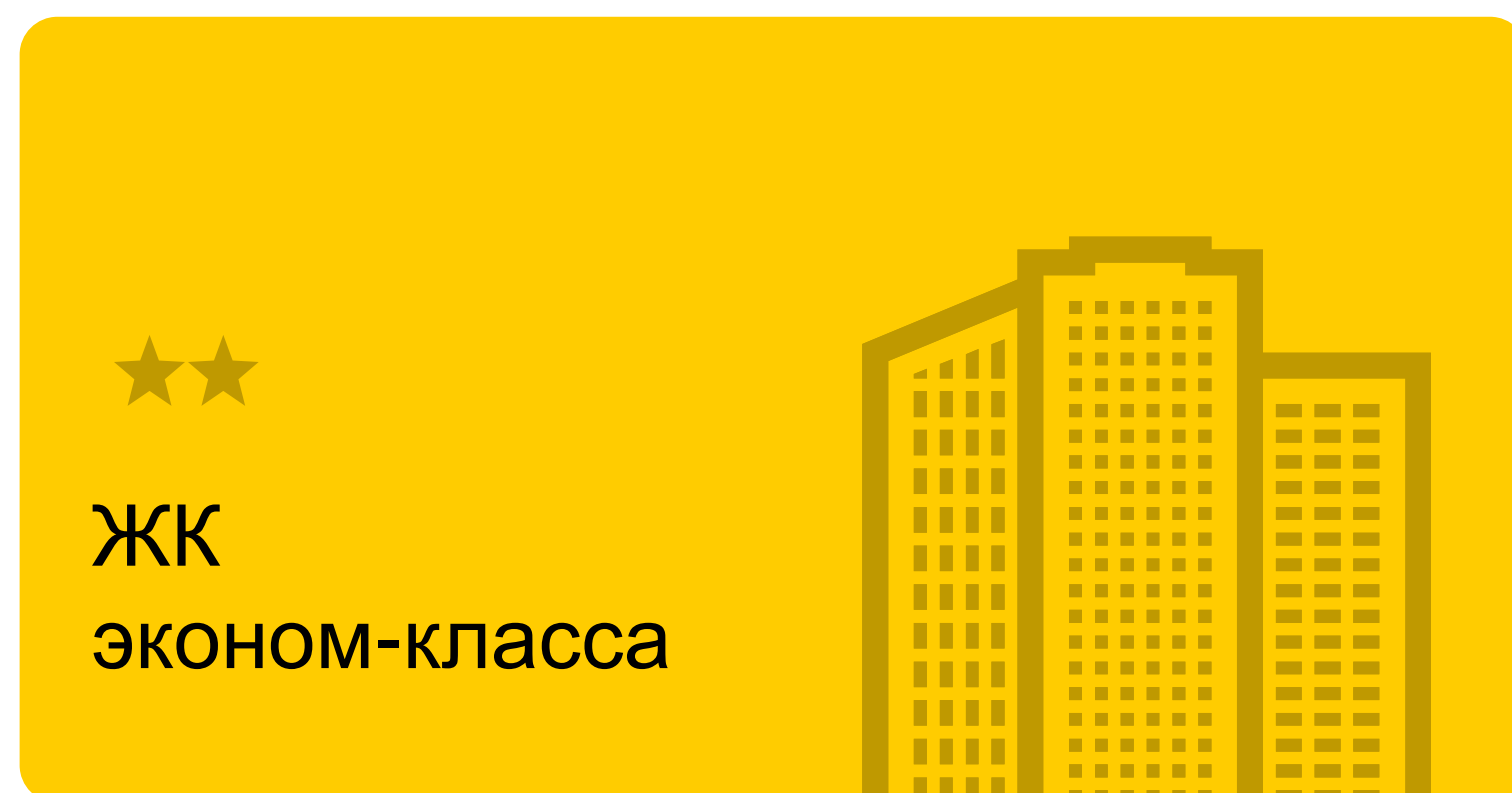


По данным Яндекса, январь 2019 – март 2019. Москва и Московская область. На графиках отображен основной класс недвижимости при поиске квартиры и смежные, которые пользователь рассматривает параллельно

ЖК разных классов

СРА-аналитика

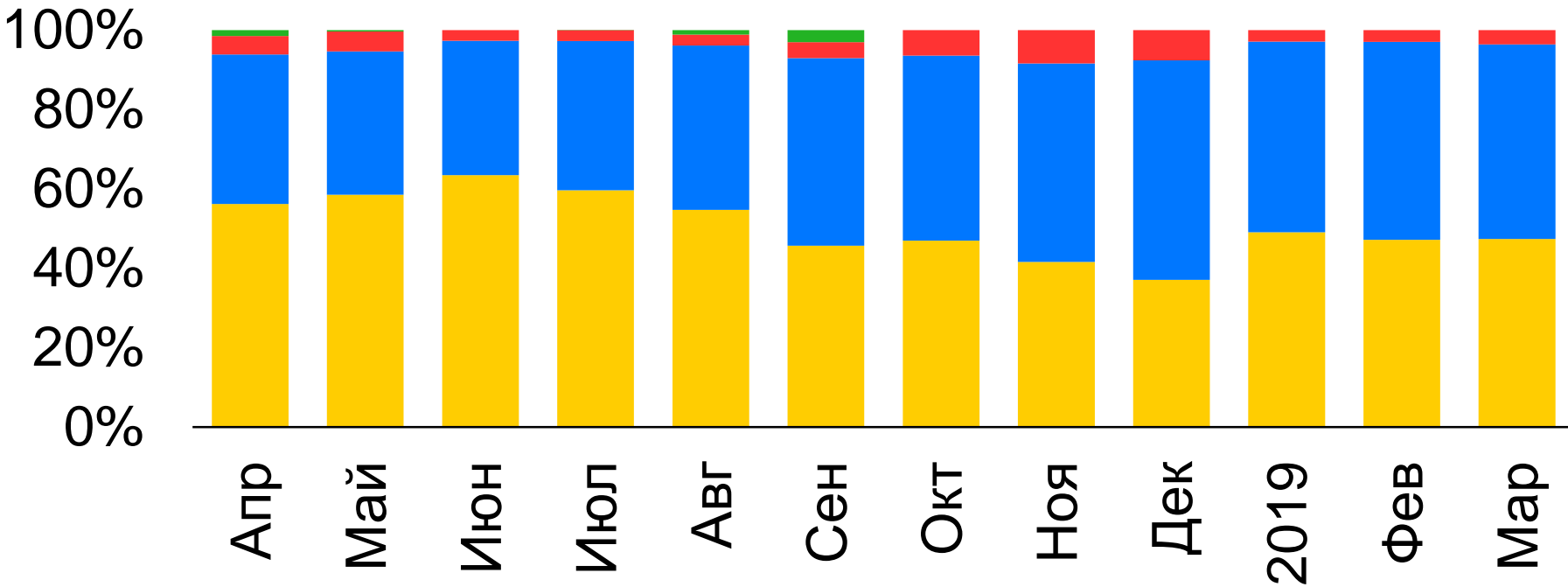




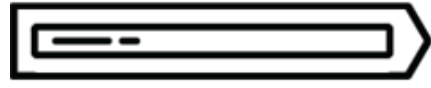
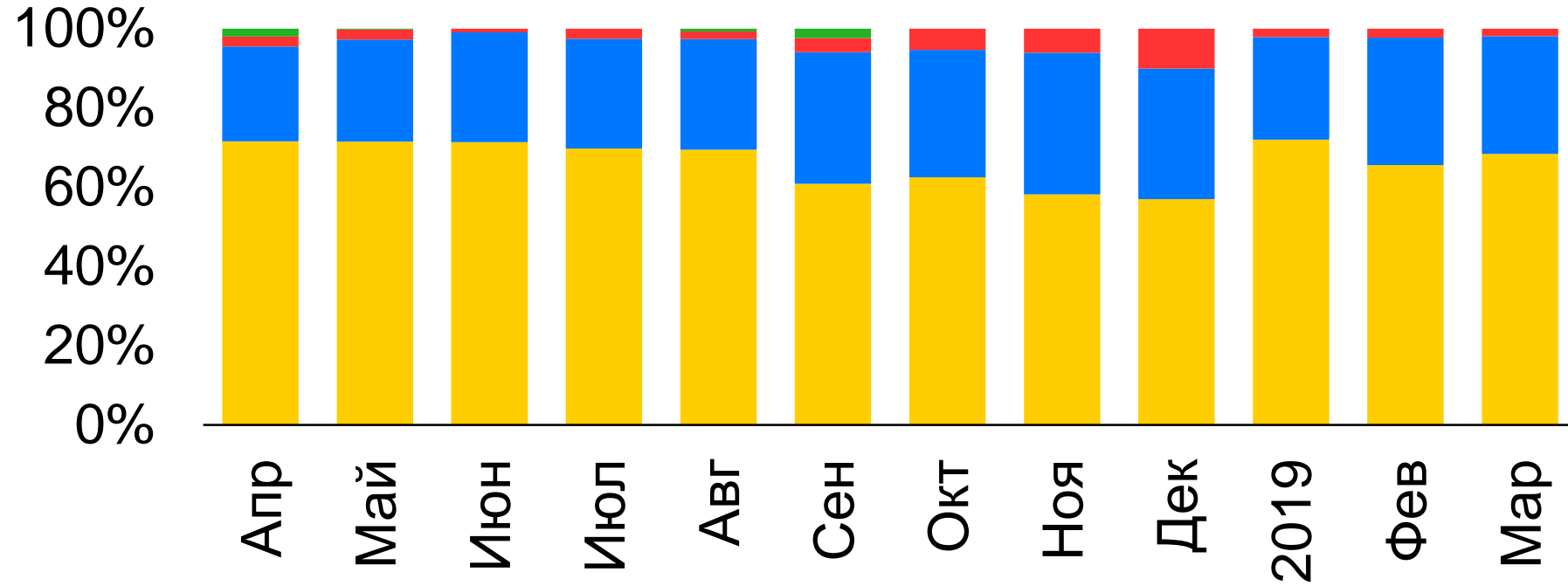
Распределение доли звонков и кликов между типами запросов в категории жилья эконом-класса

● Брендные запросы ● Конкурентные запросы ● Общие запросы ● Ретаргетинг

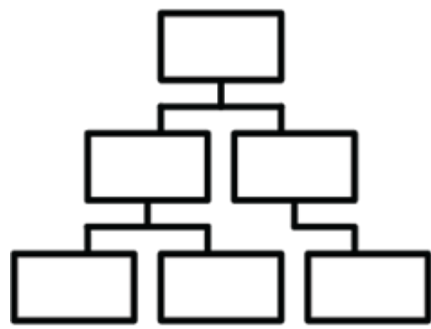
Динамика доли кликов



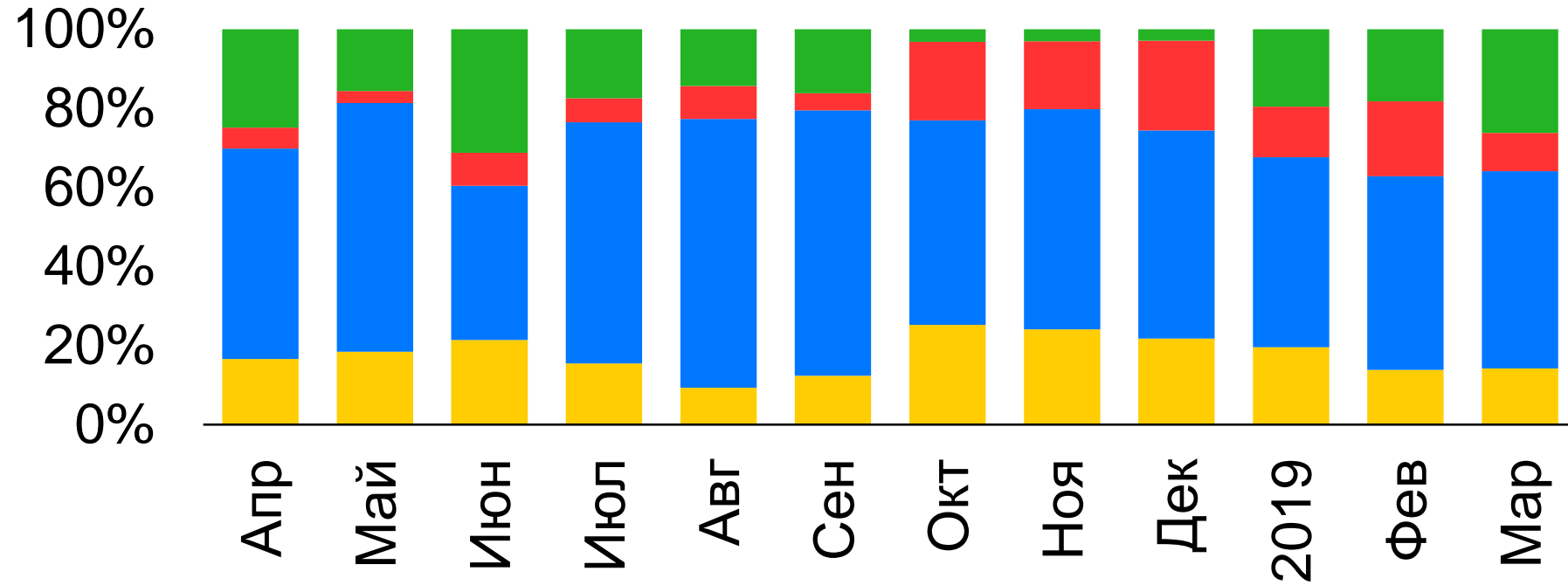
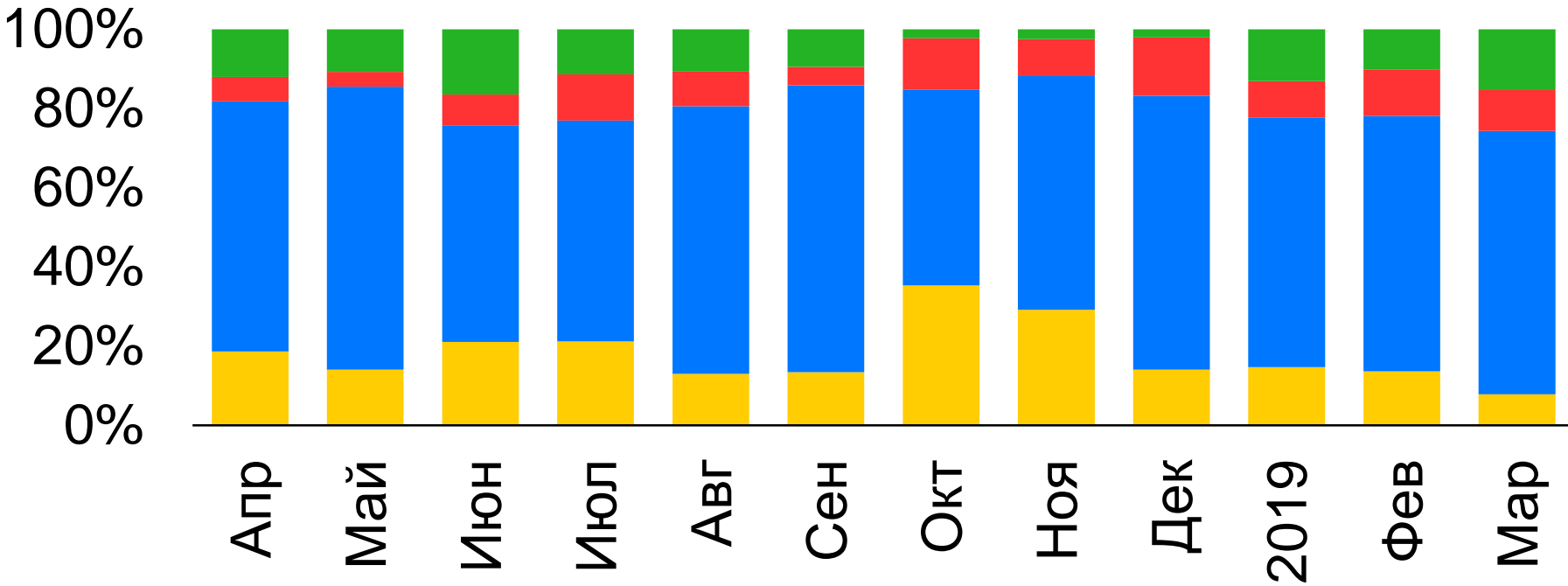
Динамика доли звонков



Поиск



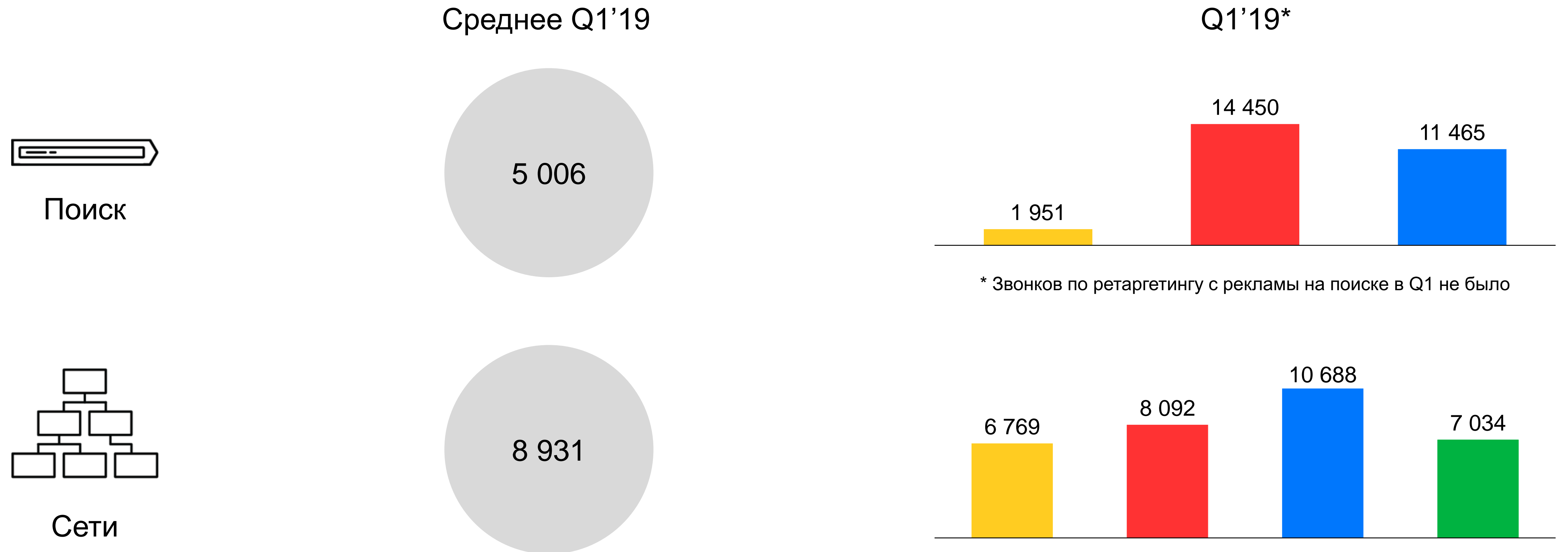
Сети



По данным Яндекса за Q2 2018 – Q1 2019, Москва и область. Под ретаргетингом в сетях подразумевается показ объявлений по условиям ретаргетинга и подбора аудитории, а на поиске – корректировка ставок по условиям подбора аудитории

Средняя стоимость звонка на поиске и в сетях по типам запросов в категории жилья эконом-класса

● Брендные запросы ● Конкурентные запросы ● Общие запросы ● Ретаргетинг



По данным Яндекса, январь 2018 – март 2019, Москва и область. Стоимость звонка указана в рублях. Под ретаргетингом в сетях подразумевается показ объявлений по условиям ретаргетинга и подбора аудитории, а на поиске — корректировка ставок по условиям подбора аудитории



ЖК эконом-класса



ЖК бизнес-класса



ЖК
комфорт-класса

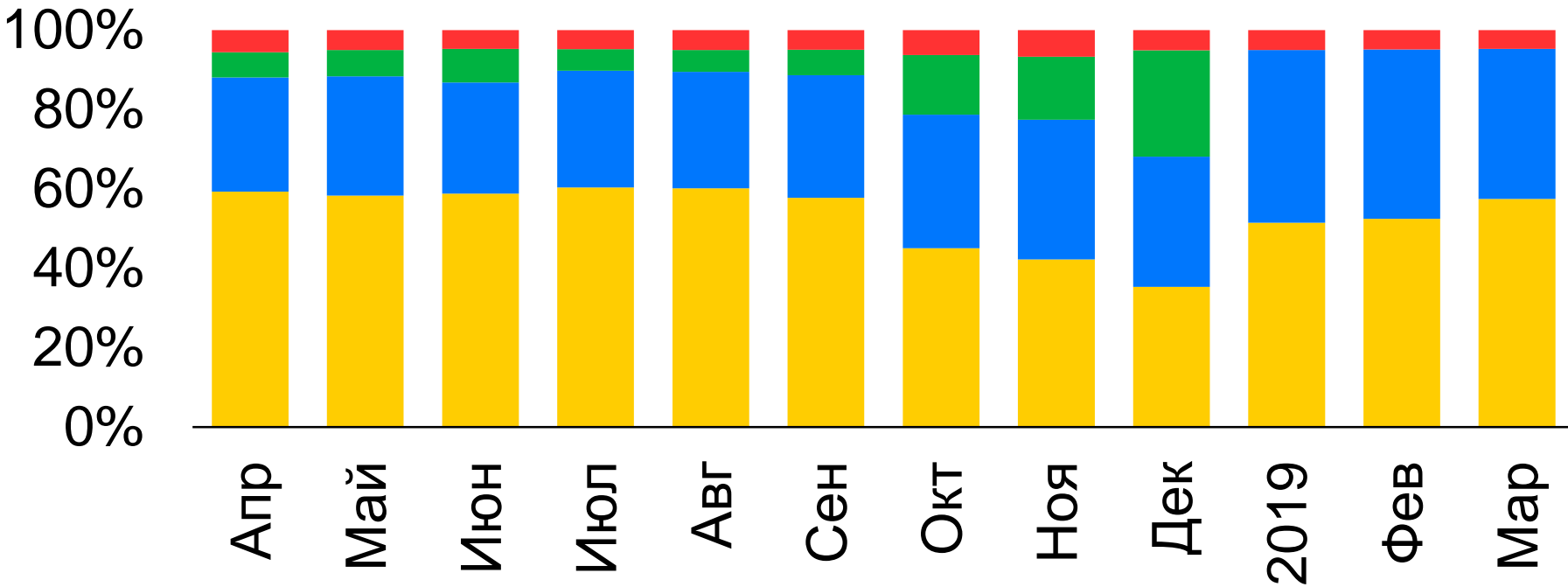


ЖК премиум-класса

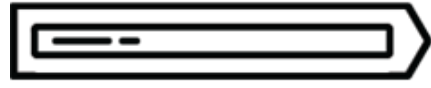
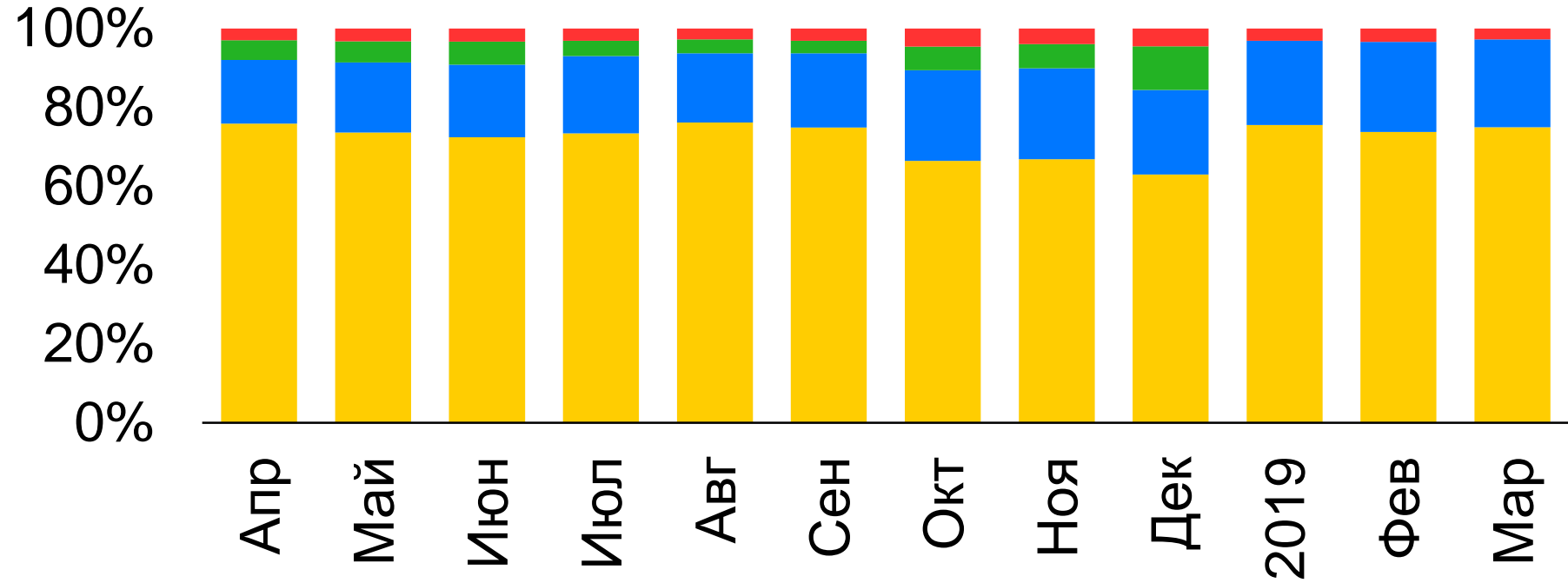
Распределение доли звонков и кликов между типами запросов в категории жилья комфорт-класса

● Брендные запросы ● Конкурентные запросы ● Общие запросы ● Ретаргетинг

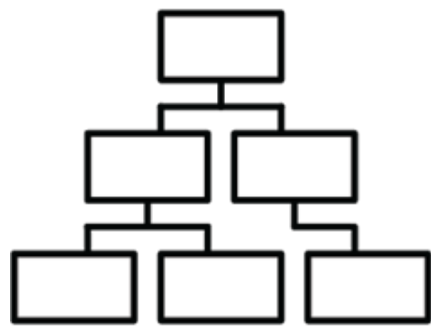
Динамика доли кликов



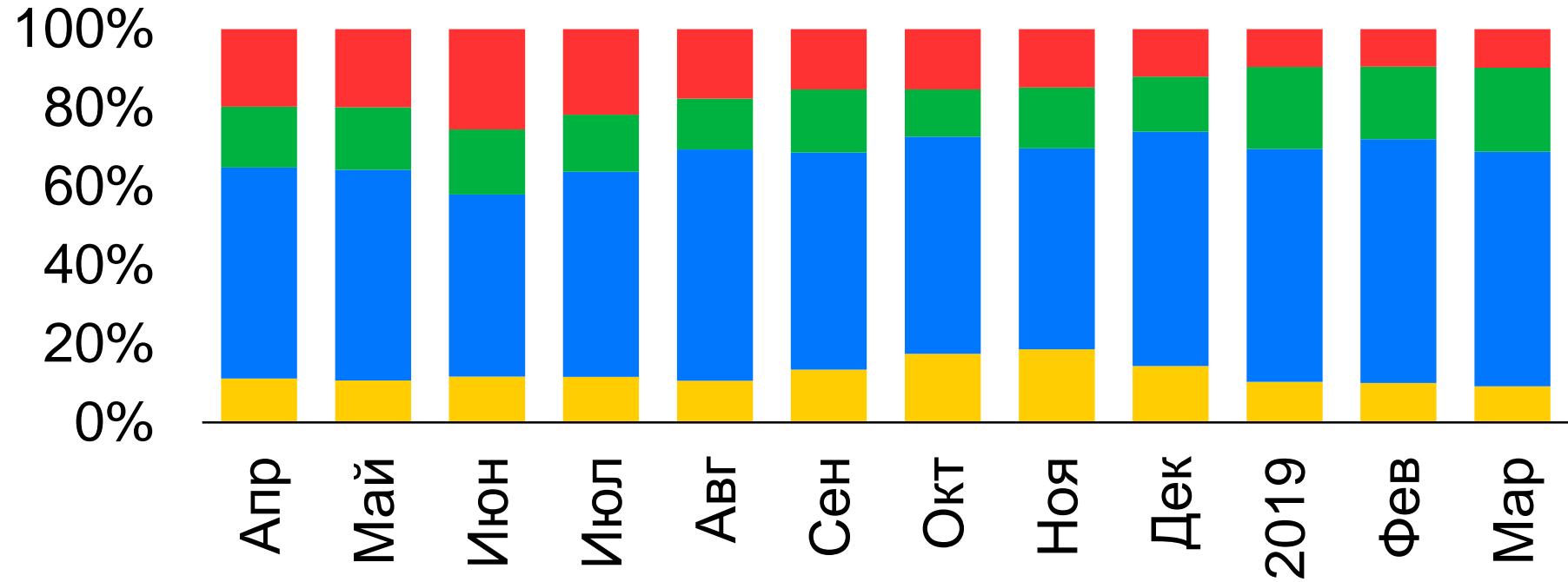
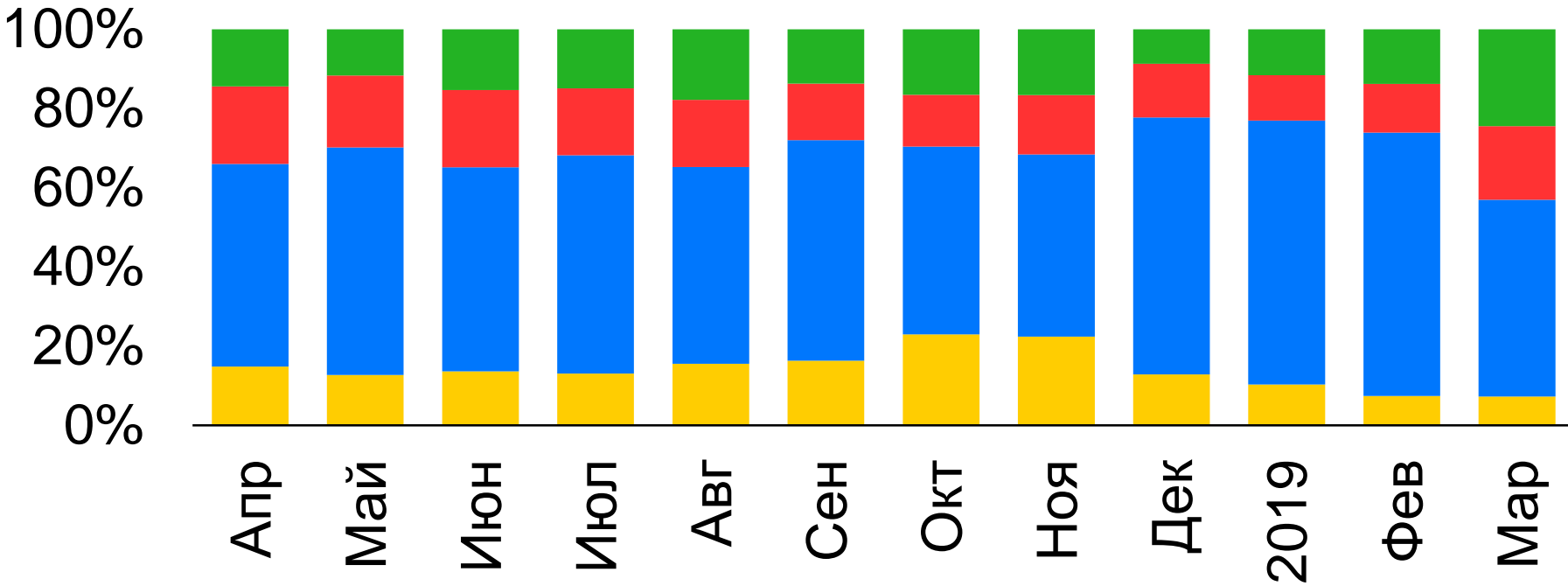
Динамика доли звонков



Поиск



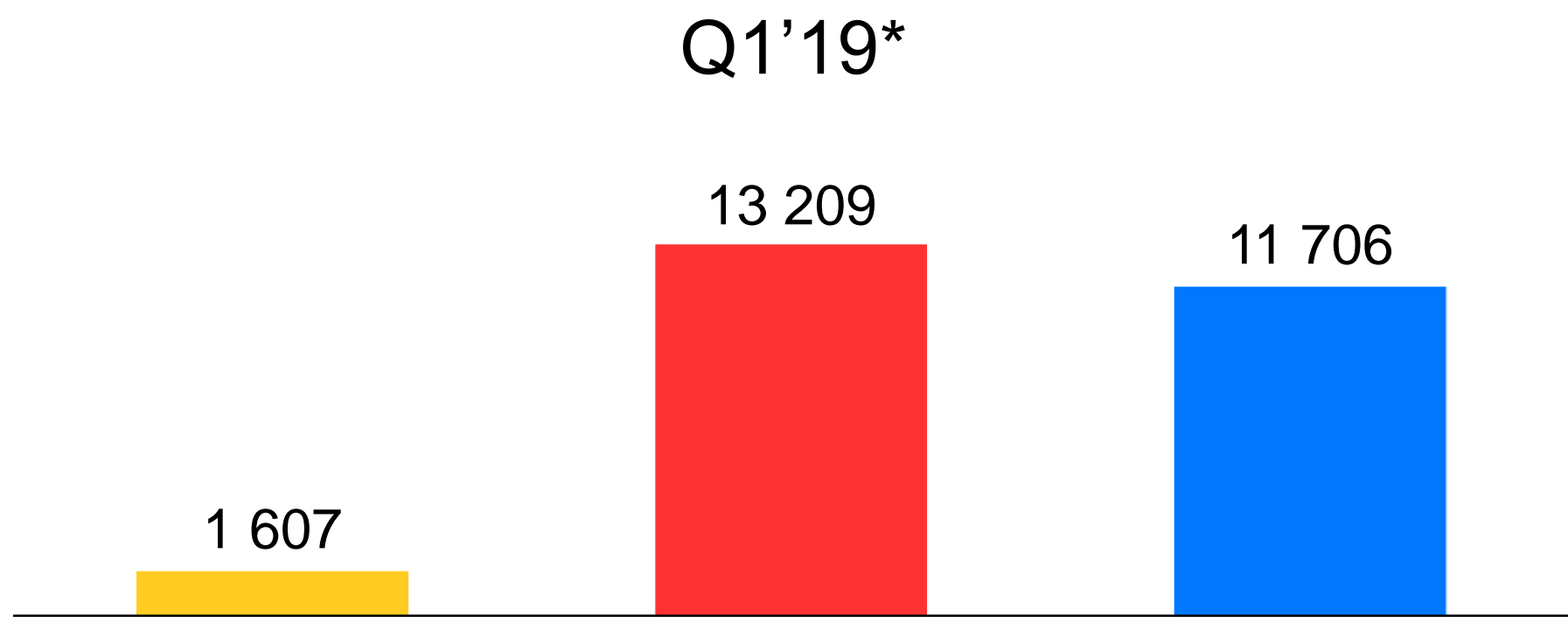
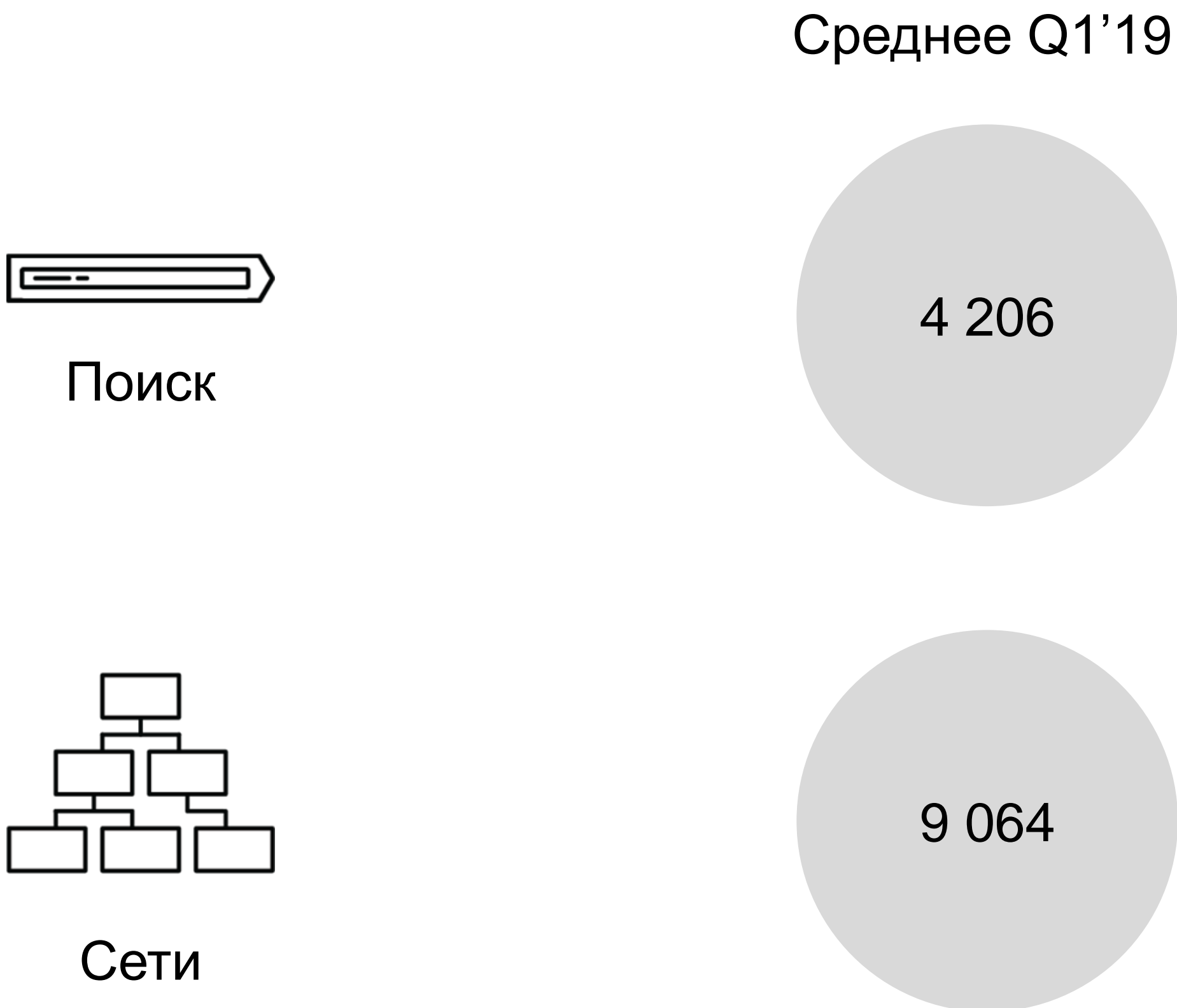
Сети



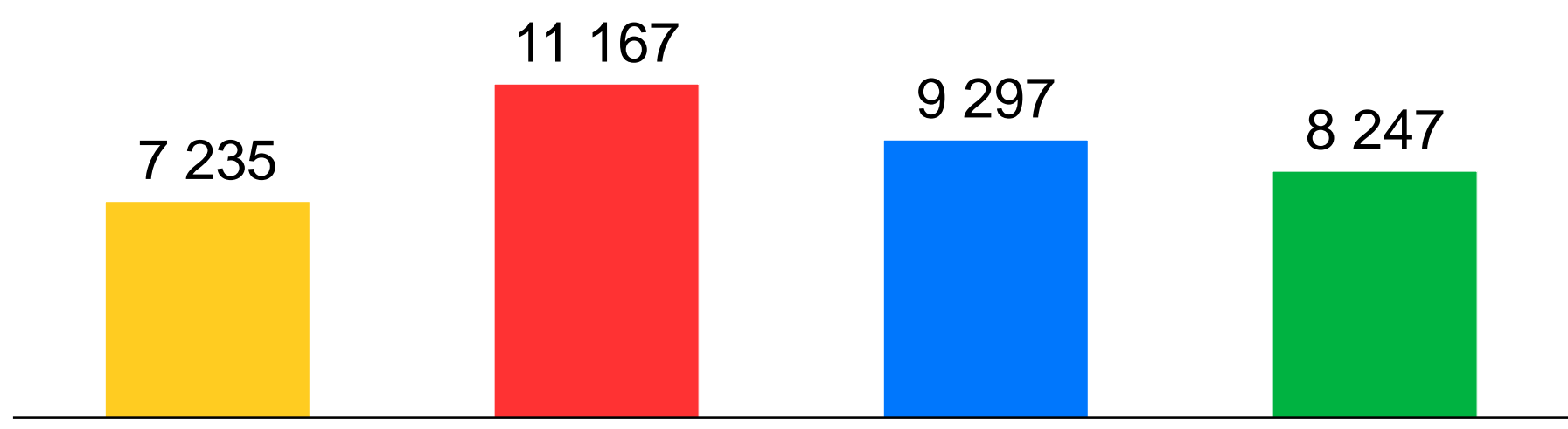
По данным Яндекса за Q2 2018 – Q1 2019, Москва и область. Под ретаргетингом в сетях подразумевается показ объявлений по условиям ретаргетинга и подбора аудитории, а на поиске – корректировка ставок по условиям подбора аудитории

Средняя стоимость звонка на поиске и в сетях по типам запросов в категории жилья комфорт-класса

● Брендные запросы ● Конкурентные запросы ● Общие запросы ● Ретаргетинг



* Звонков по ретаргетингу с рекламы на поиске в Q1 не было



По данным Яндекса, январь 2018 – март 2019, Москва и область. Стоимость звонка указана в рублях. Под ретаргетингом в сетях подразумевается показ объявлений по условиям ретаргетинга и подбора аудитории, а на поиске — корректировка ставок по условиям подбора аудитории



ЖК эконом-класса



ЖК
бизнес-класса



ЖК комфорт-класса

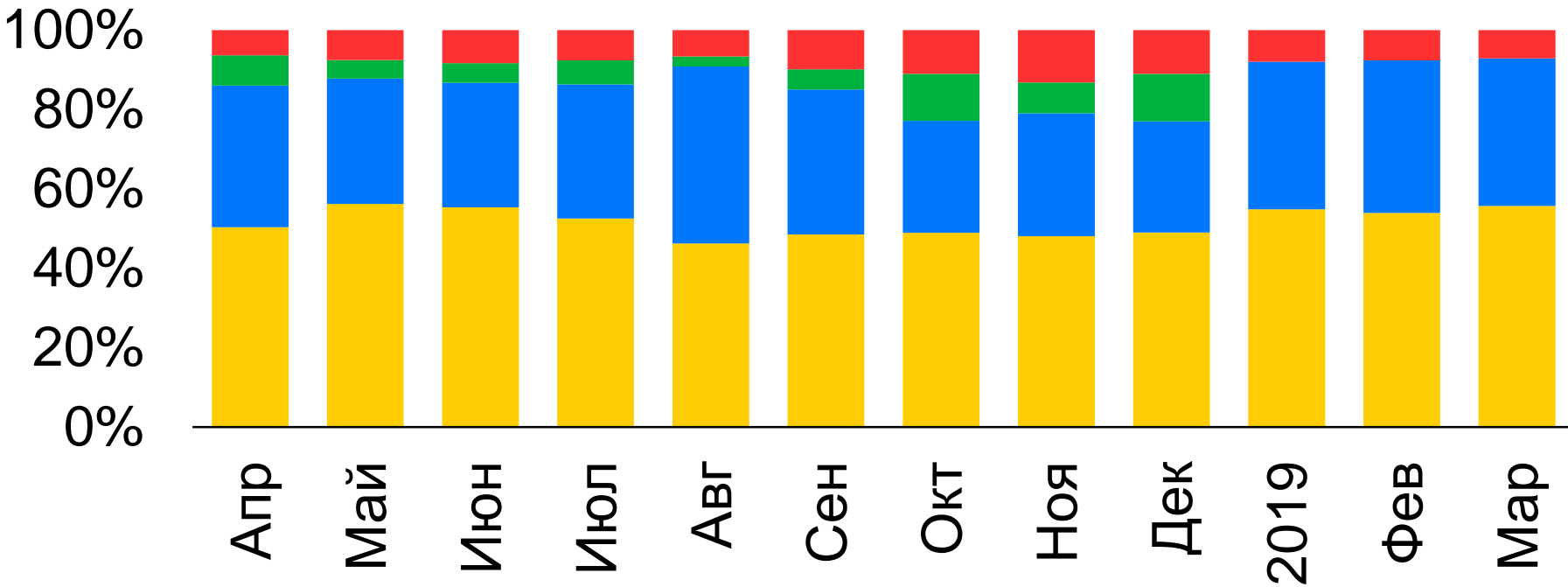


ЖК премиум-класса

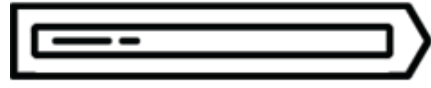
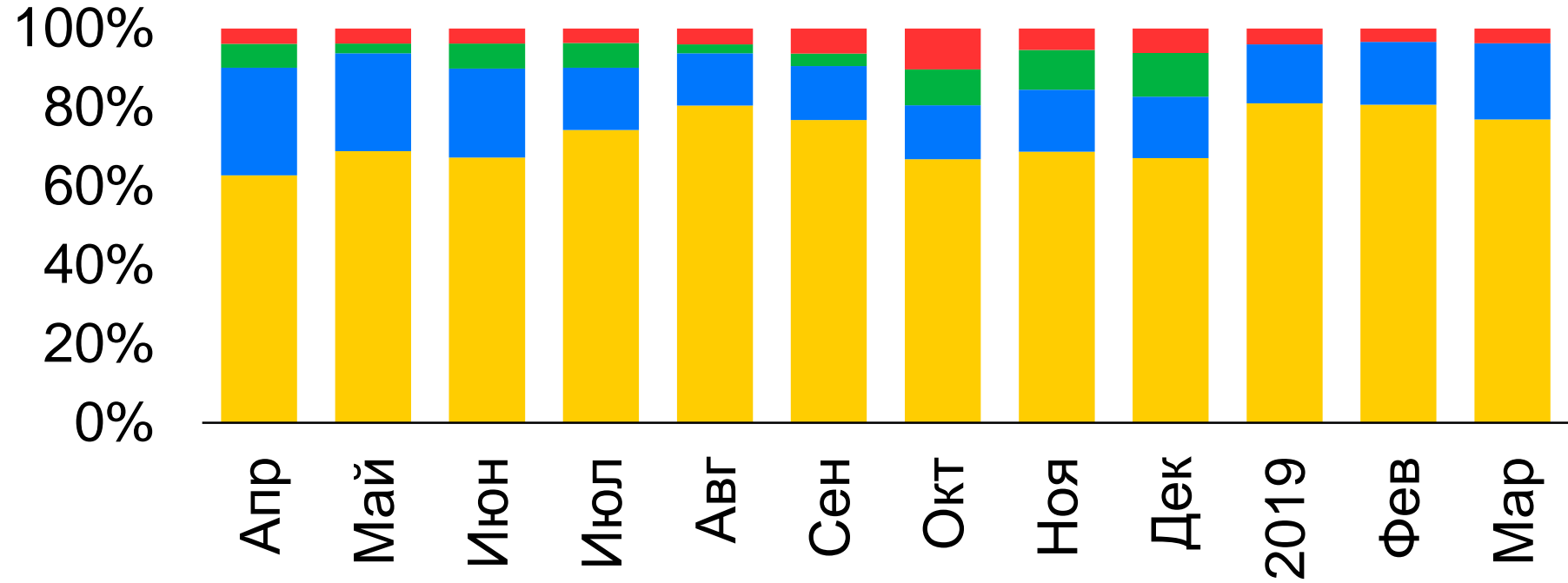
Распределение доли звонков и кликов между типами запросов в категории жилья бизнес-класса

● Брендные запросы ● Конкурентные запросы ● Общие запросы ● Ретаргетинг

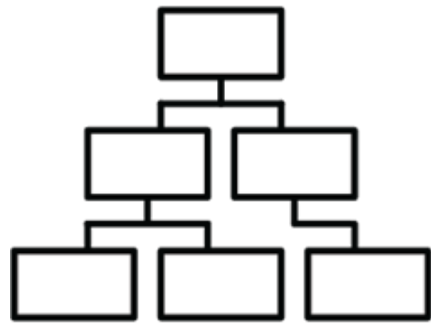
Динамика доли кликов



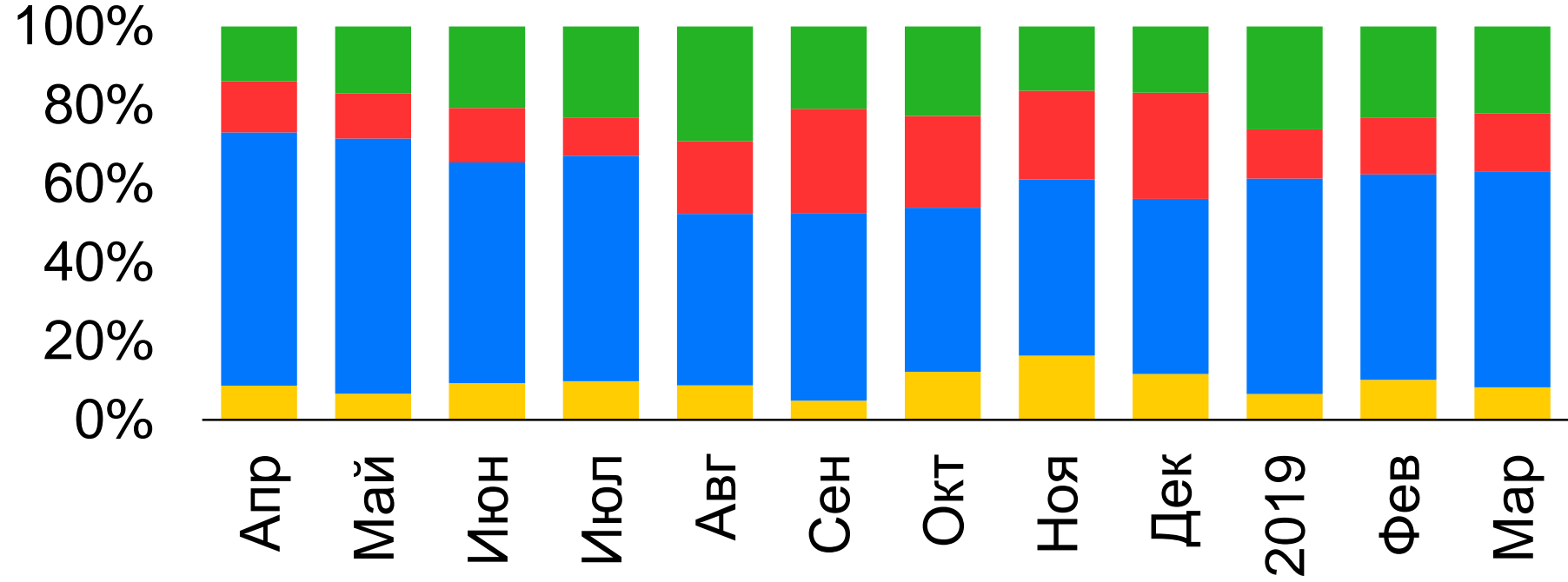
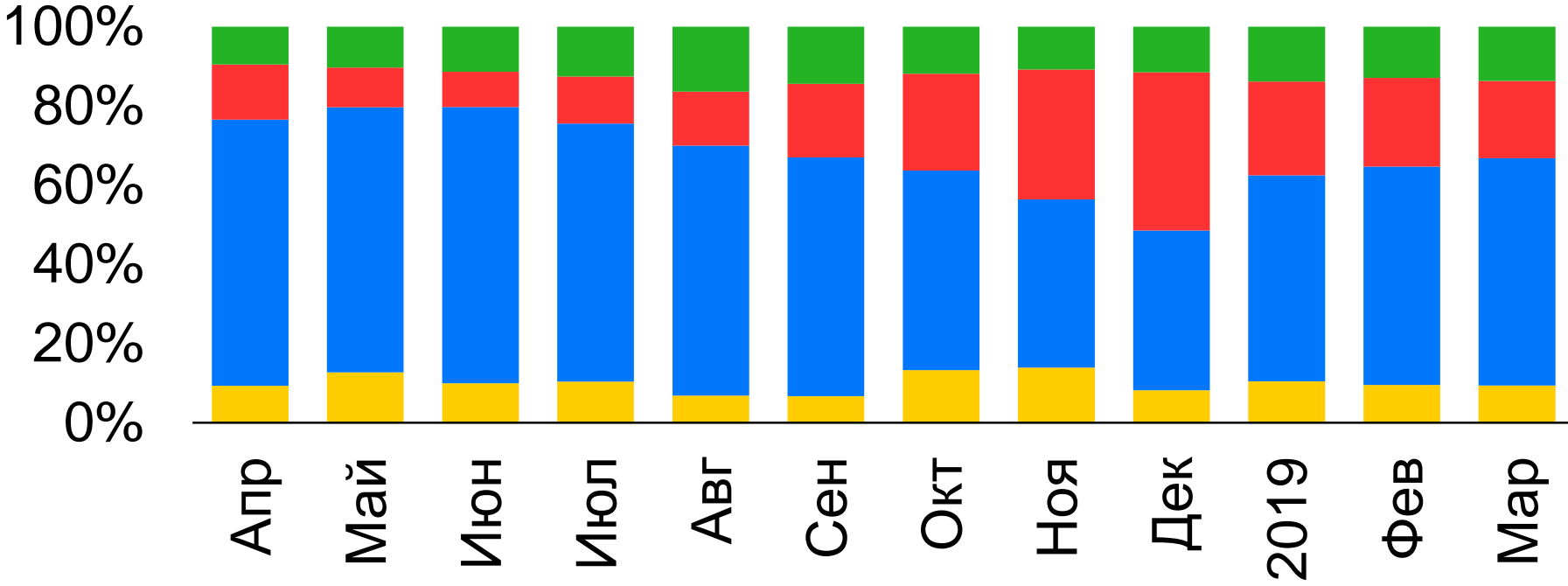
Динамика доли звонков



Поиск



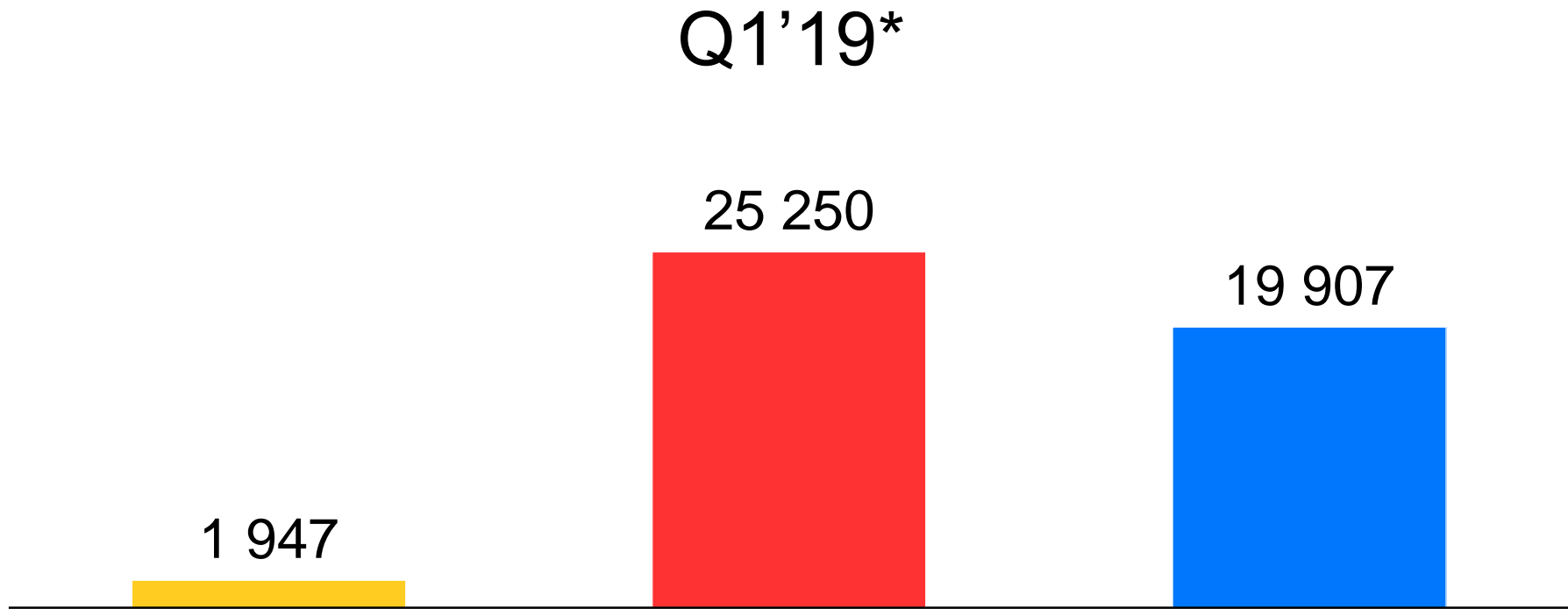
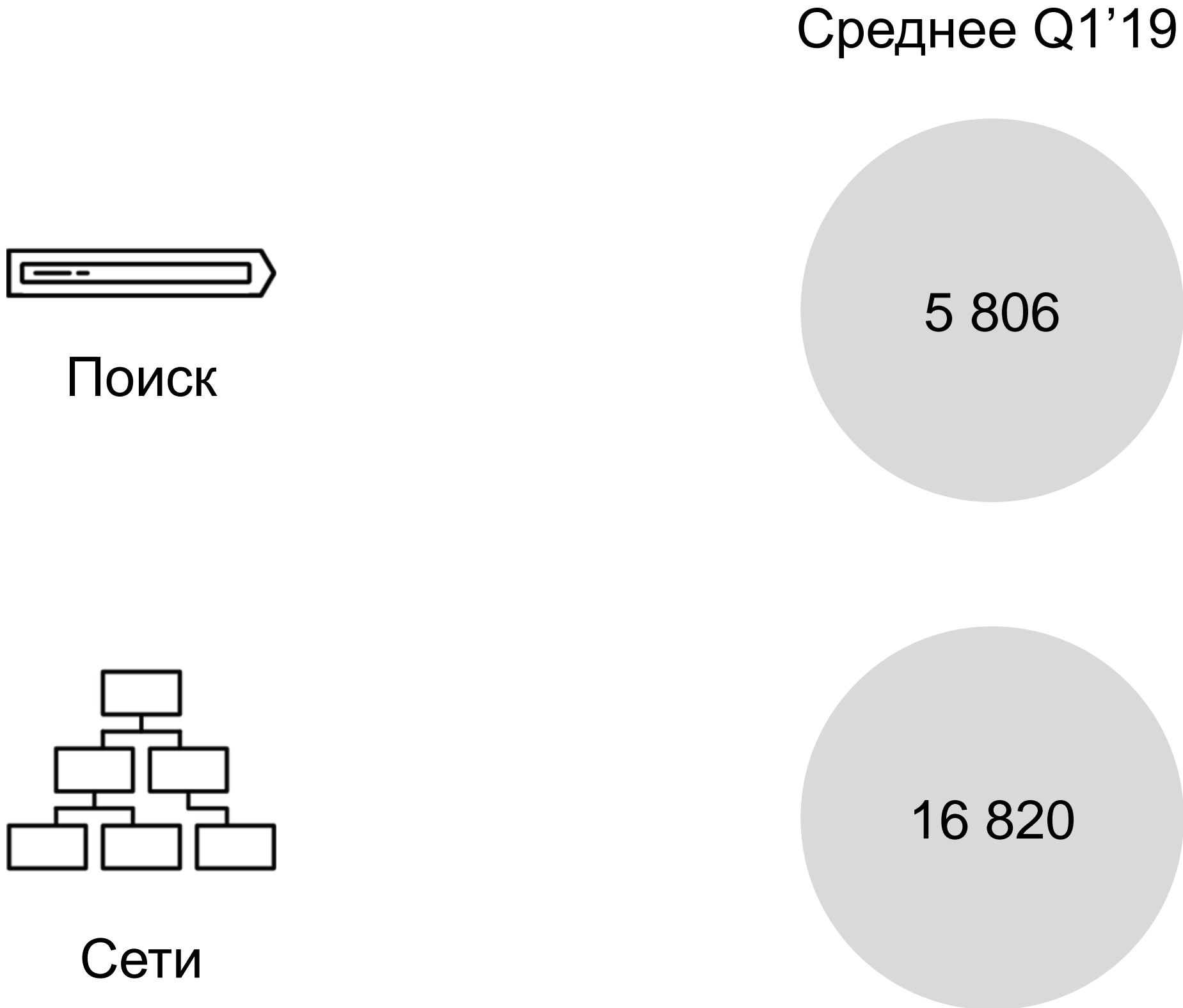
Сети



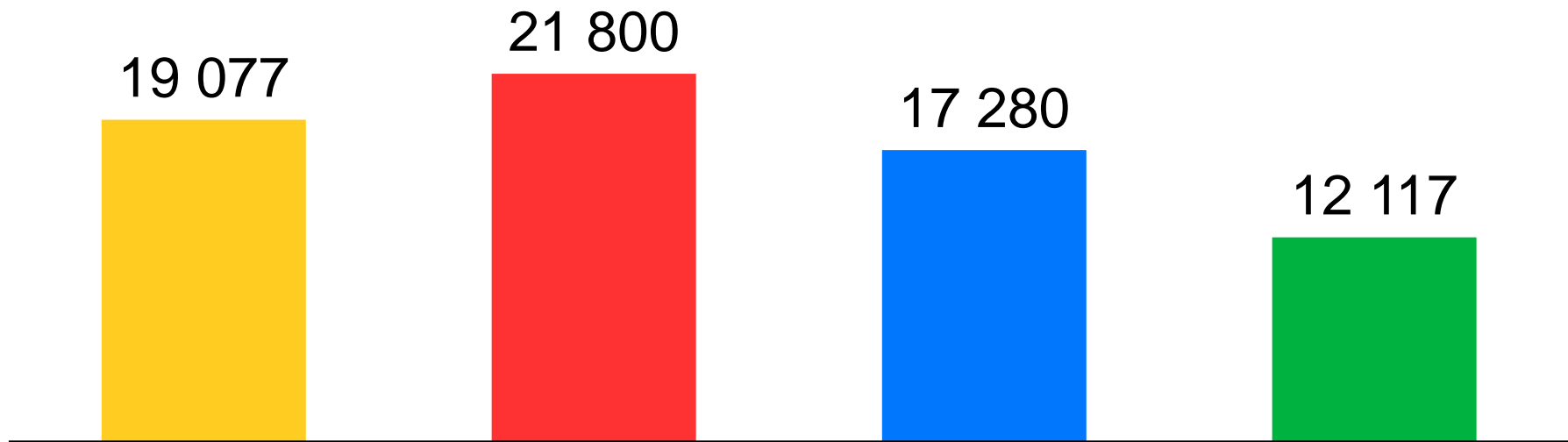
По данным Яндекса за Q2 2018 – Q1 2019, Москва и область. Под ретаргетингом в сетях подразумевается показ объявлений по условиям ретаргетинга и подбора аудитории, а на поиске – корректировка ставок по условиям подбора аудитории

Средняя стоимость звонка на поиске и в сетях по типам запросов в категории жилья бизнес-класса

● Брендные запросы ● Конкурентные запросы ● Общие запросы ● Ретаргетинг



* Звонков по ретаргетингу с рекламы на поиске в Q1 не было



По данным Яндекса, январь 2018 – март 2019, Москва и область. Стоимость звонка указана в рублях. Под ретаргетингом в сетях подразумевается показ объявлений по условиям ретаргетинга и подбора аудитории, а на поиске — корректировка ставок по условиям подбора аудитории



ЖК эконом-класса



ЖК бизнес-класса



ЖК комфорт-класса



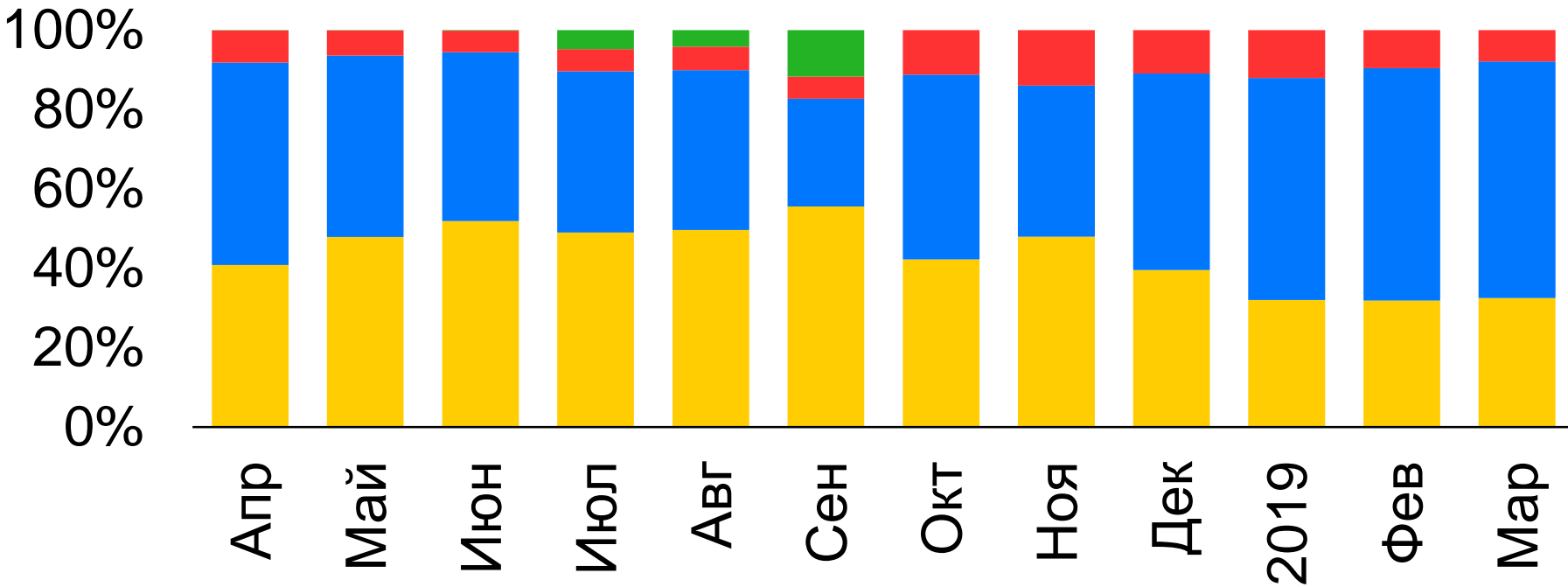
ЖК
премиум-класса



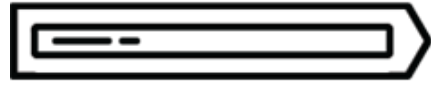
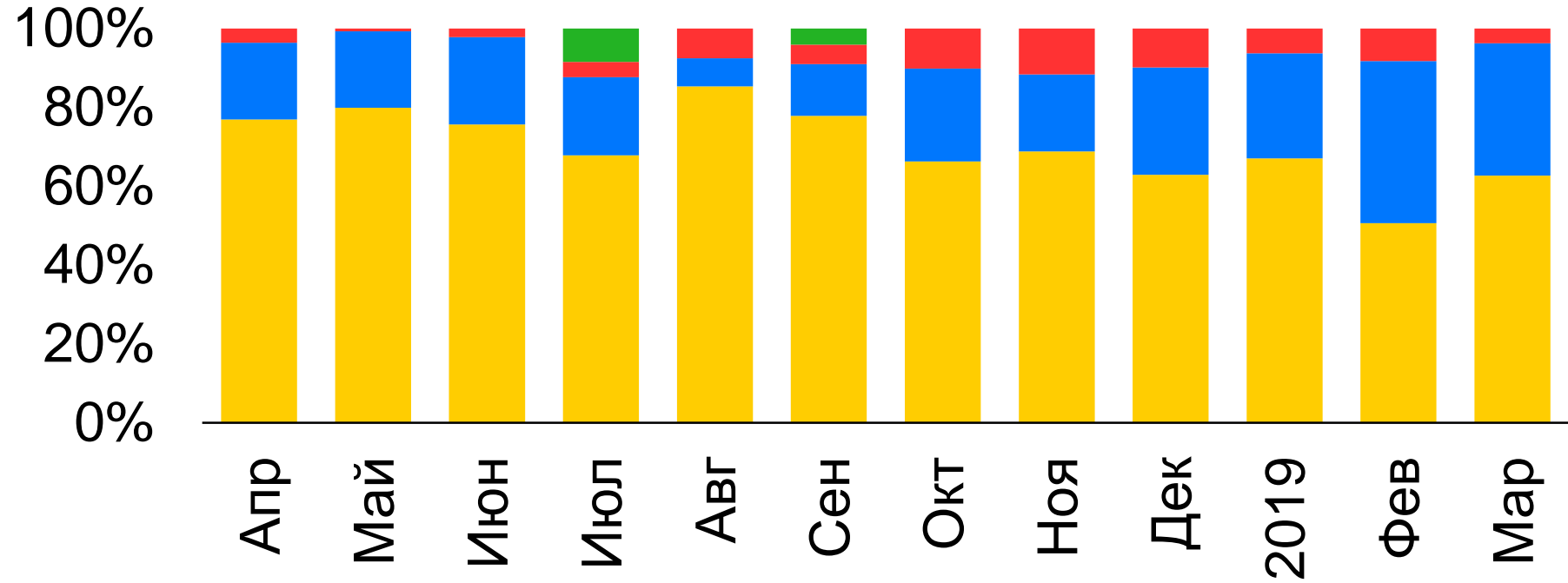
Распределение доли звонков и кликов между типами запросов в категории жилья премиум-класса

● Брендные запросы ● Конкурентные запросы ● Общие запросы ● Ретаргетинг

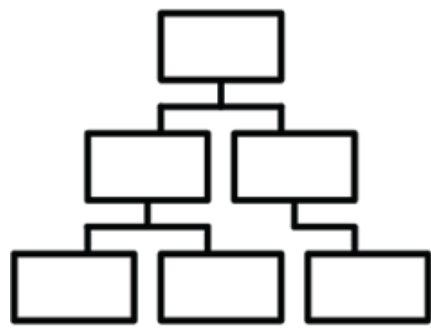
Динамика доли кликов



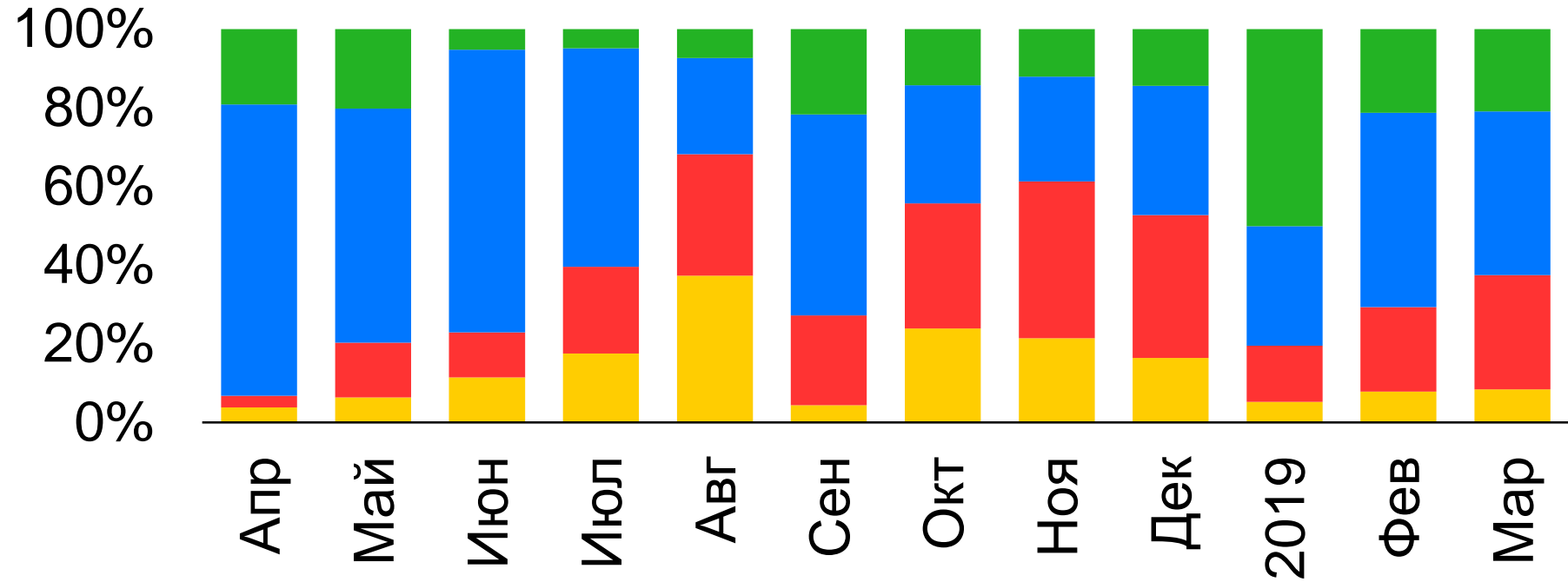
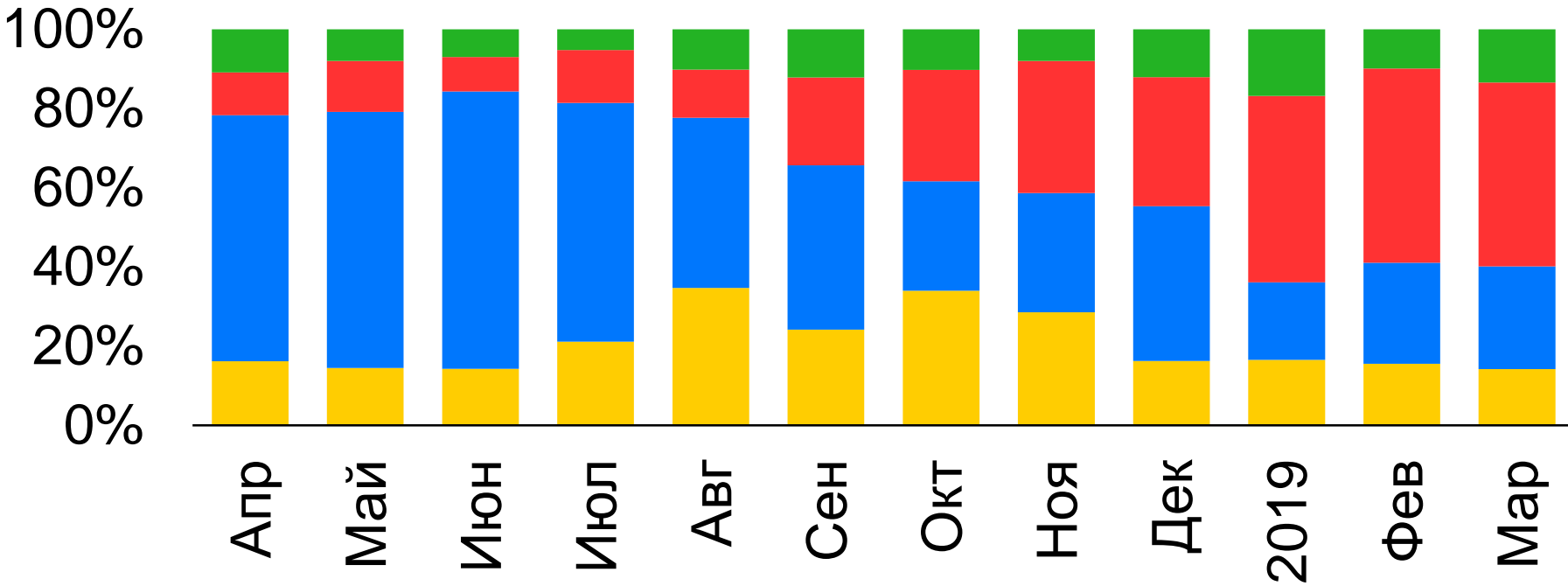
Динамика доли звонков



Поиск



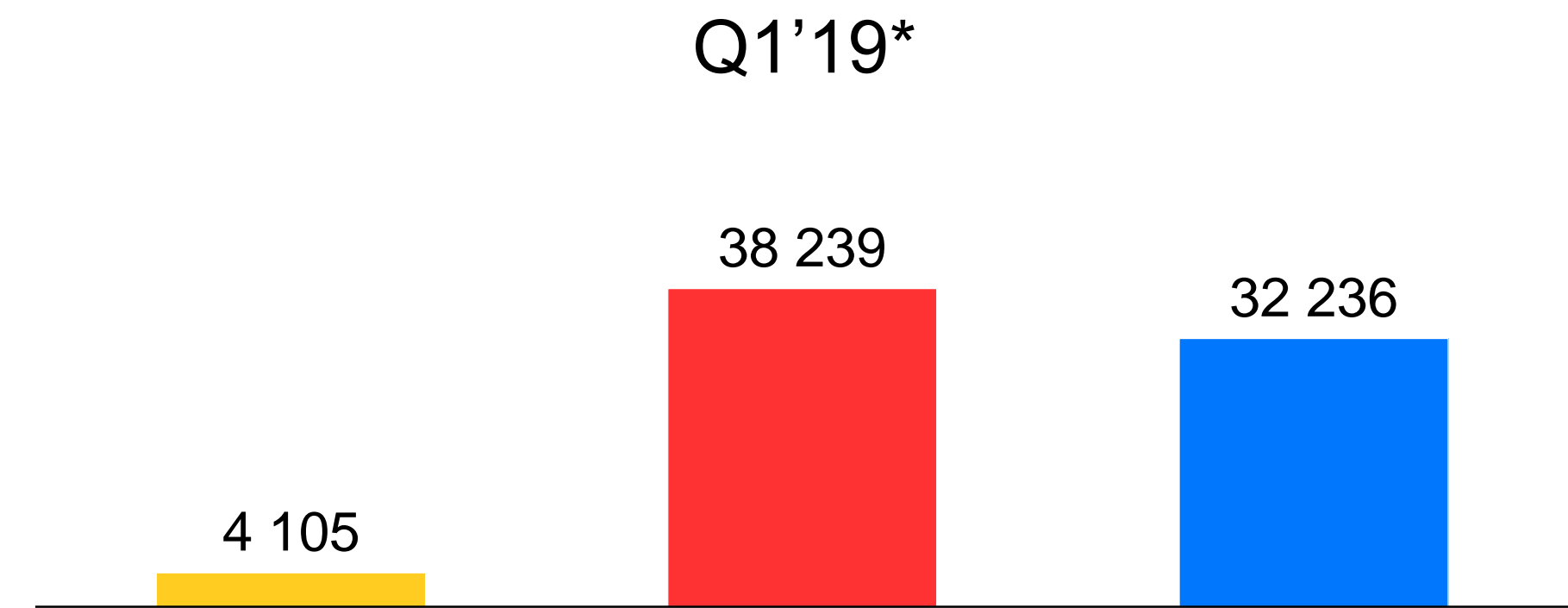
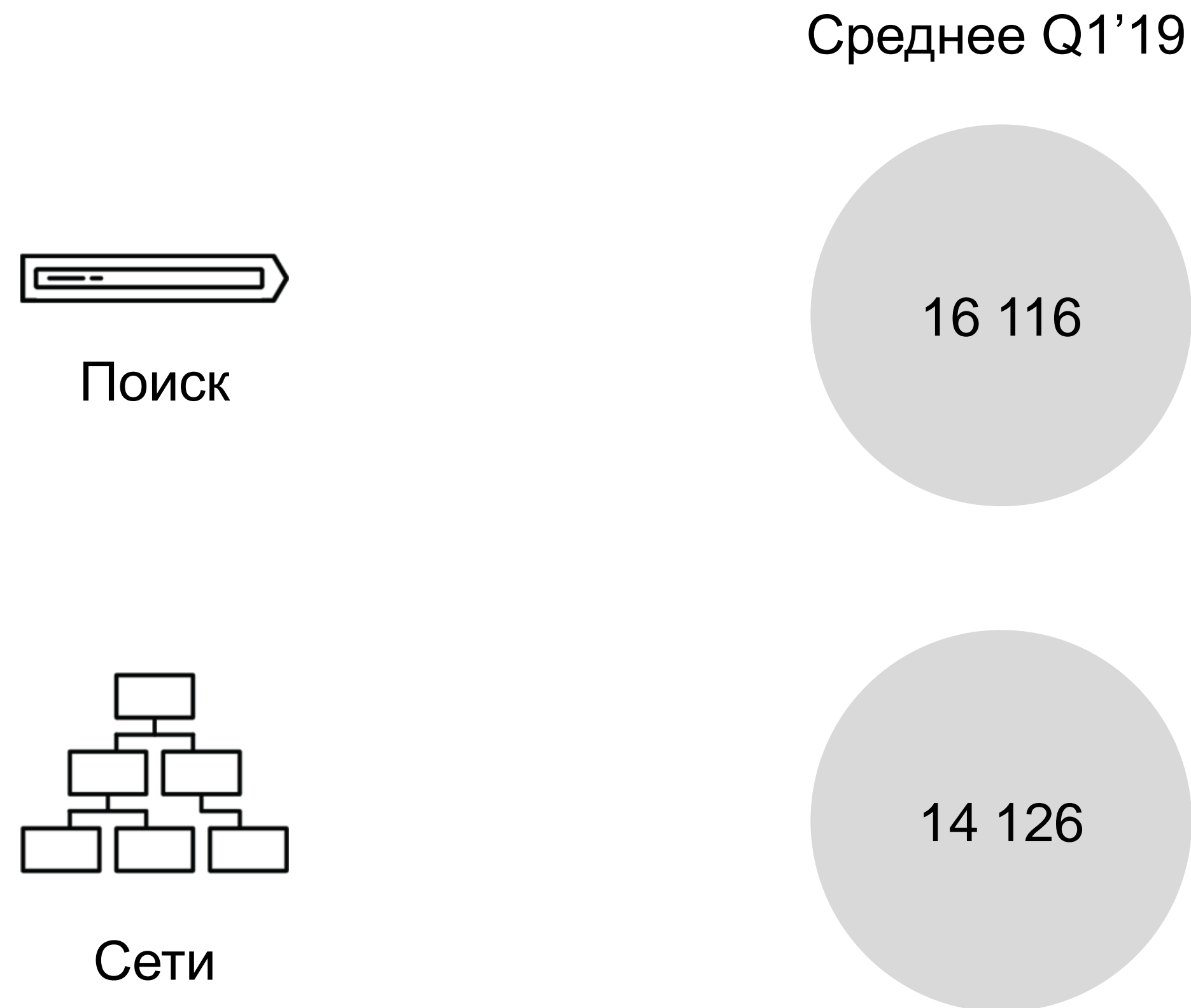
Сети



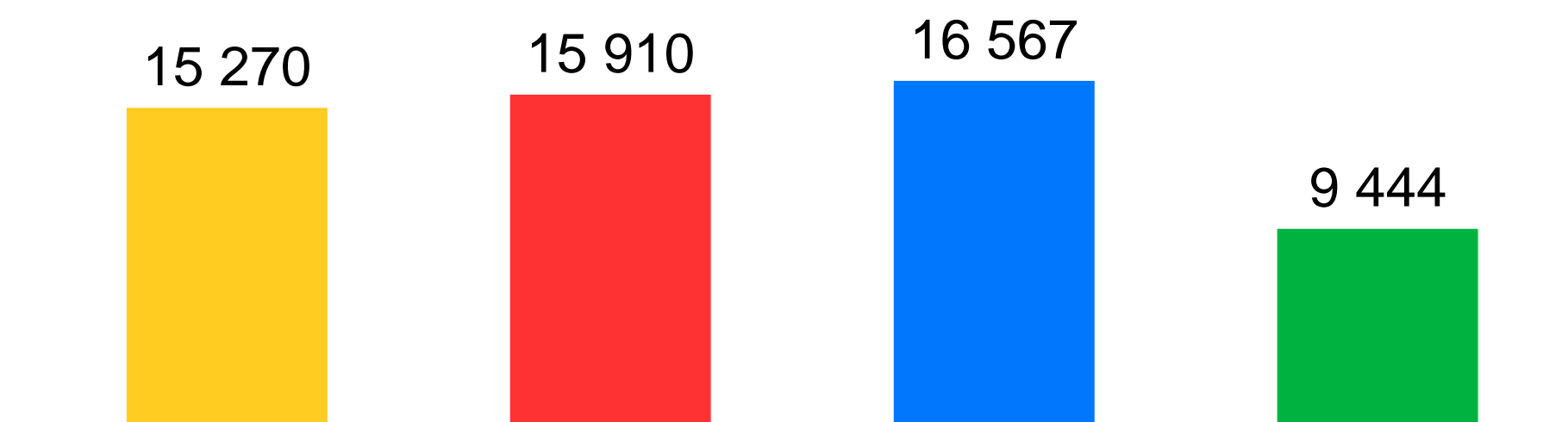
По данным Яндекса за Q2 2018 – Q1 2019, Москва и область. Под ретаргетингом в сетях подразумевается показ объявлений по условиям ретаргетинга и подбора аудитории, а на поиске – корректировка ставок по условиям подбора аудитории

Средняя стоимость звонка на поиске и в сетях по типам запросов в категории жилья премиум-класса

● Брендные запросы ● Конкурентные запросы ● Общие запросы ● Ретаргетинг

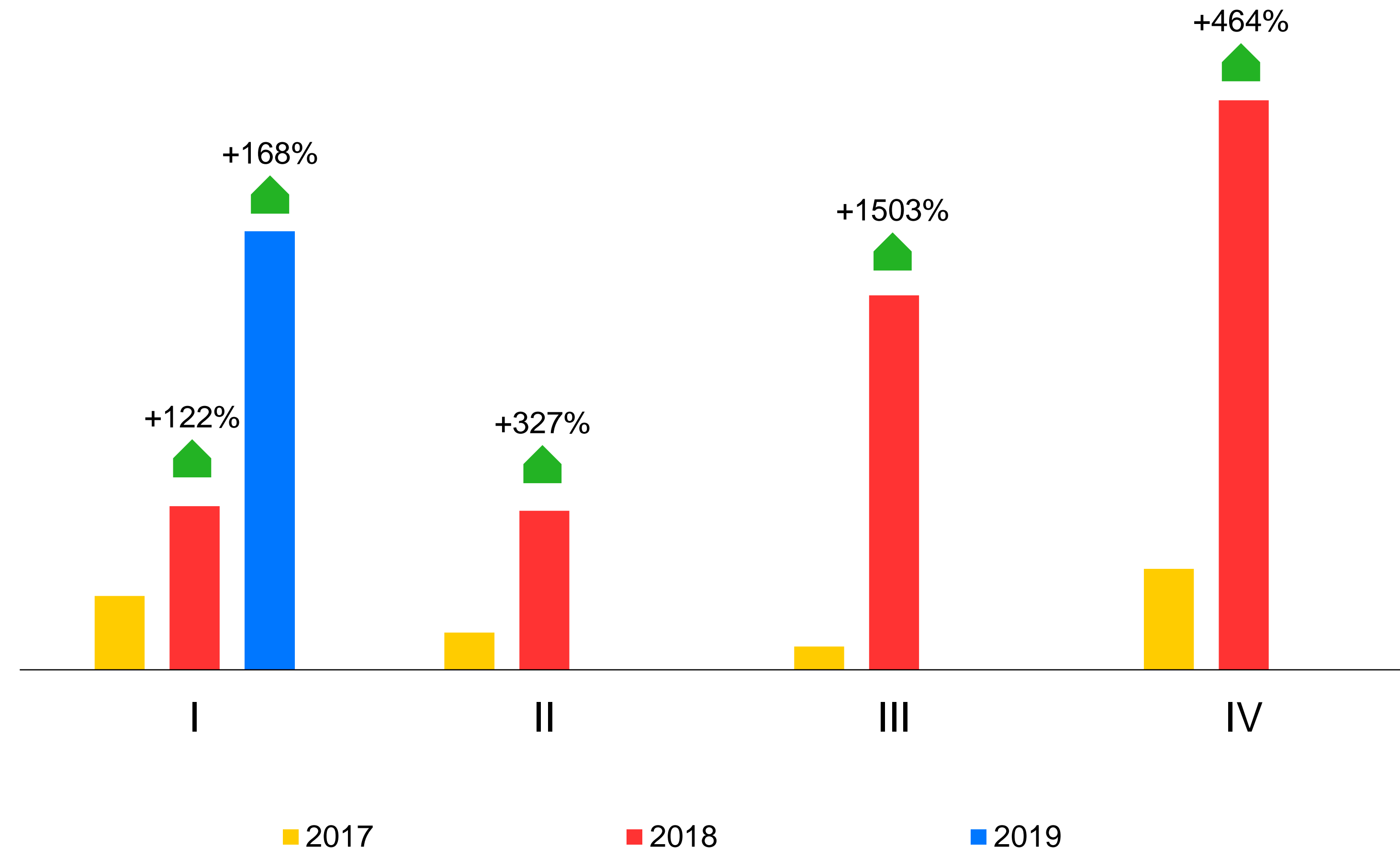


* Звонков по ретаргетингу с рекламы на поиске в Q1 не было

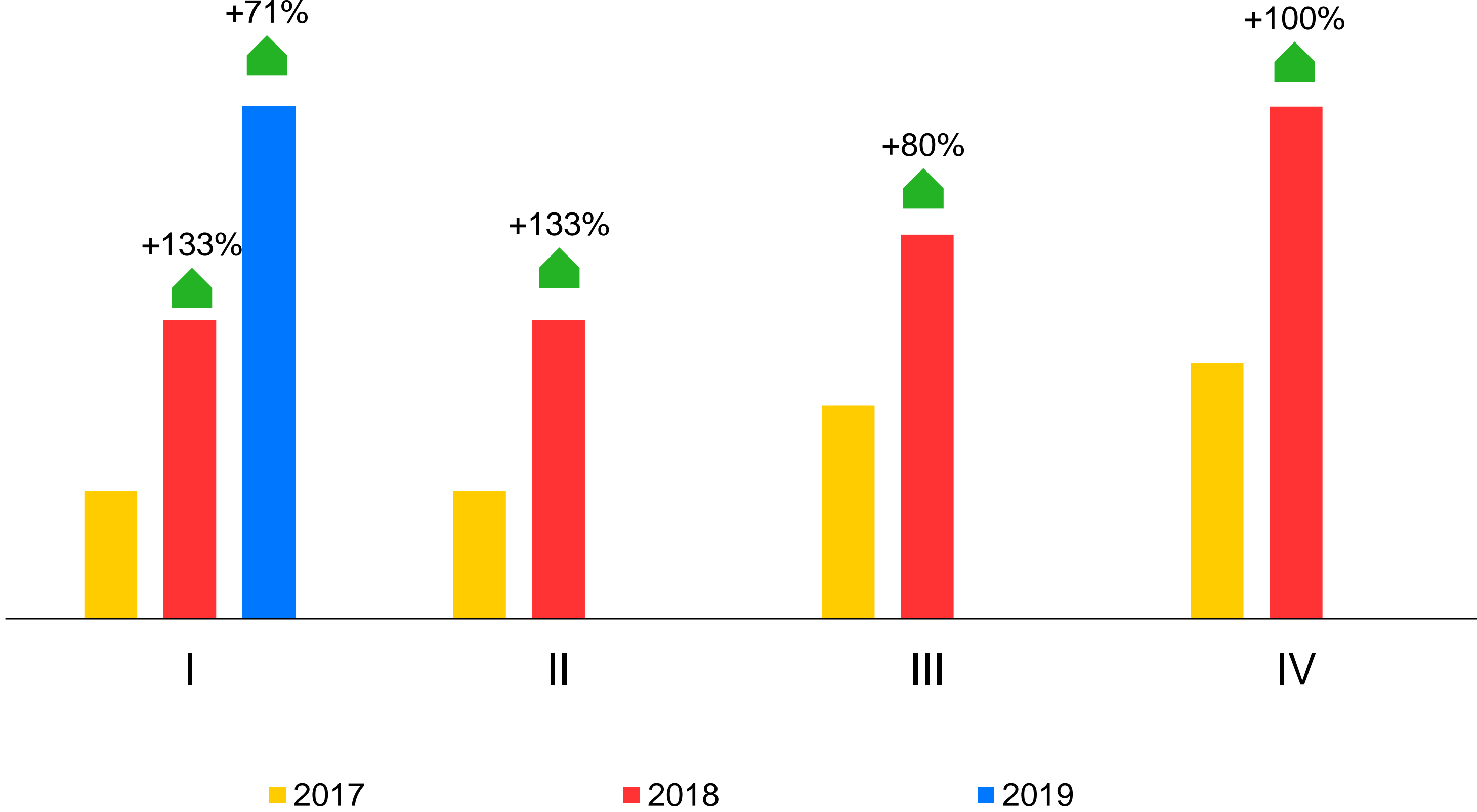


По данным Яндекса, январь 2018 – март 2019, Москва и область. Стоимость звонка указана в рублях. Под ретаргетингом в сетях подразумевается показ объявлений по условиям ретаргетинга и подбора аудитории, а на поиске — корректировка ставок по условиям подбора аудитории

Рекламодатели индустрии недвижимости активно вкладывают бюджеты в Видеосеть Яндекса

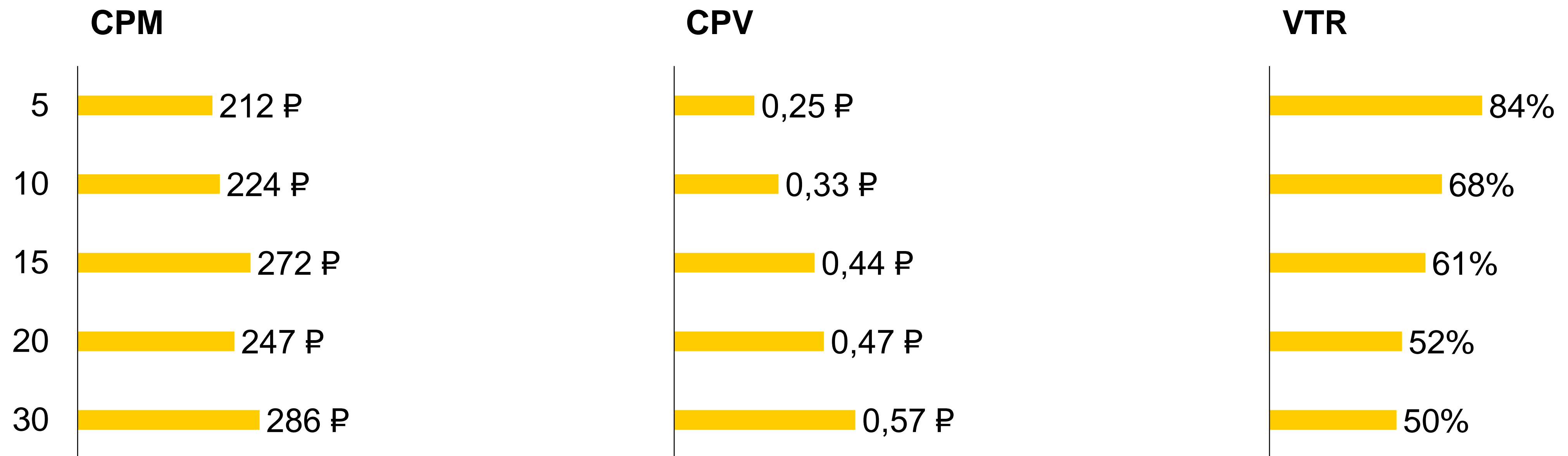


Количество рекламодателей, использующих Видеосеть, увеличивается



По данным Яндекса за Q1 2017–Q1 2019

Бенчмарки Видеосети по длинам роликов



Как реклама в Видеосети влияет на конверсии и на поисковый интерес



+20%

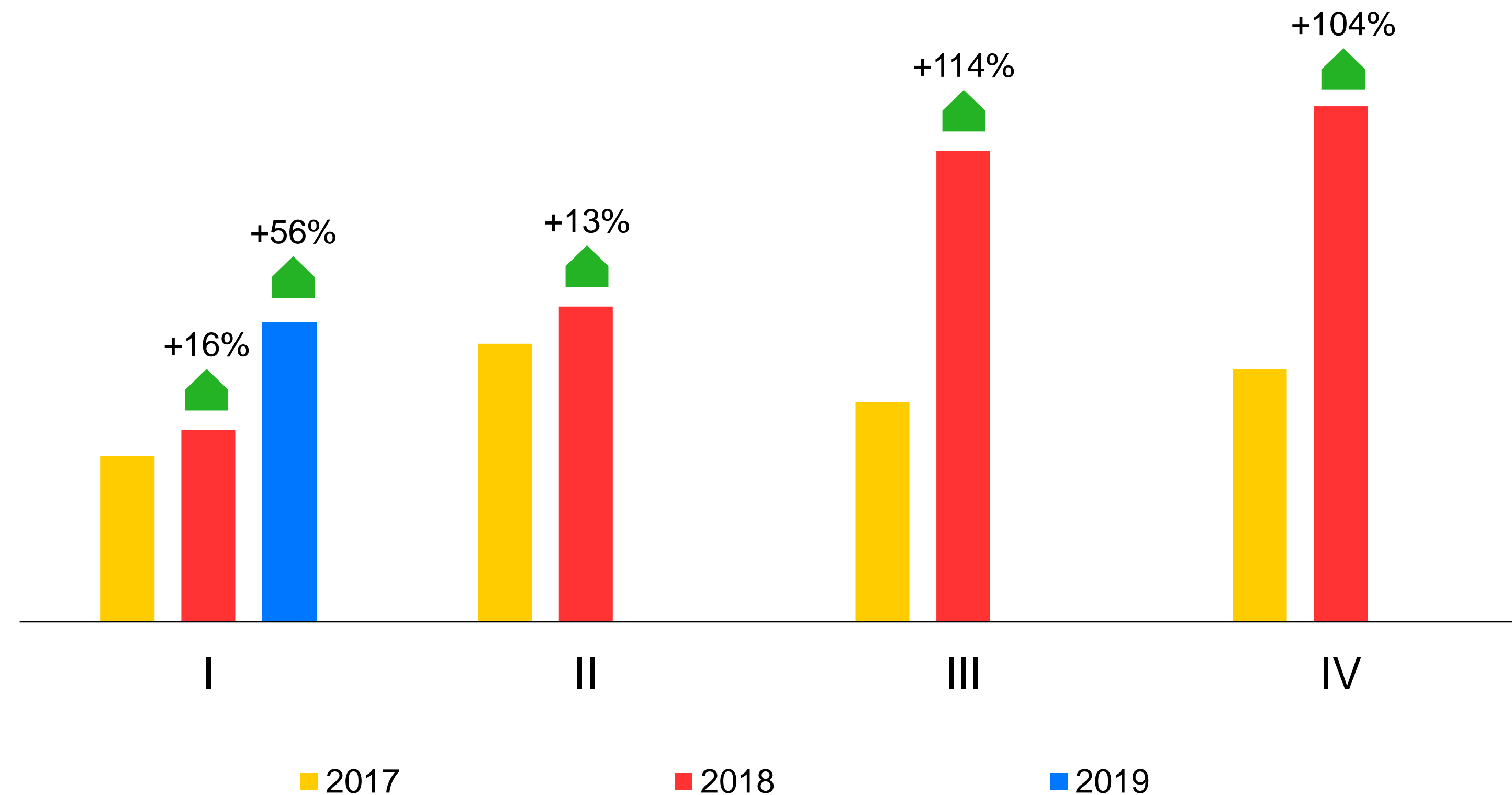
Средний рост поискового интереса среди видевших рекламу



+18%

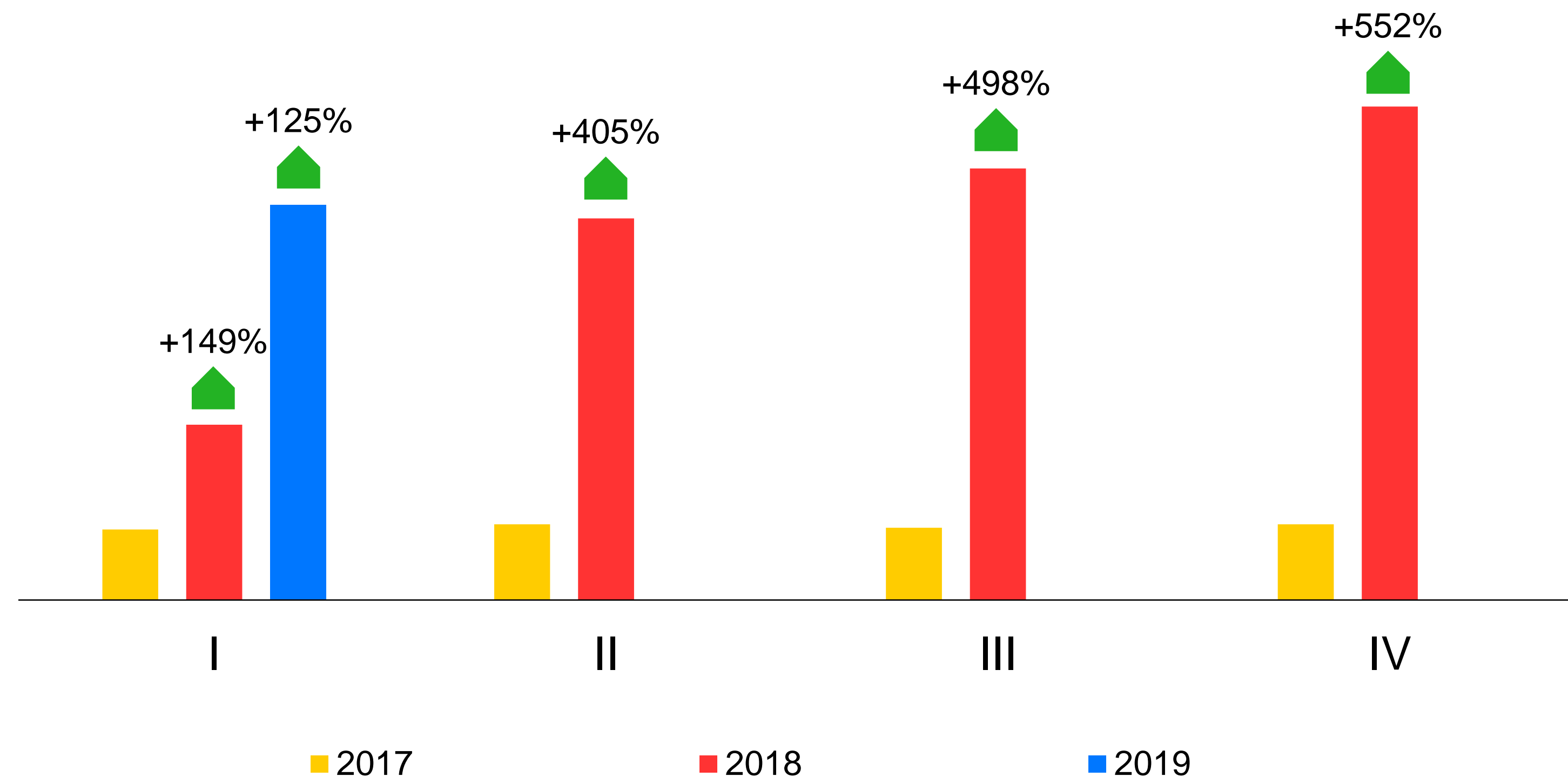
Пользователи, видевшие рекламу в Видеосети, в среднем на 18% чаще совершали конверсию — звонок

Динамика бюджетов рекламодателей недвижимости на медийные продукты



По данным Яндекса за Q1 2017 – Q1 2019.
Учтены продукты с оплатой за показы в Дисплее и Директе, включая видео

Динамика рекламодателей недвижимости, использующих медийные продукты



По данным Яндекса за Q1 2017 – Q1 2019.
Учтены продукты с оплатой за показы в Дисплее и Директе, включая видео