

Начало нового учебного года: от школьника к студенту

Как Авито ловит момент
перехода во взрослую жизнь

Исследование поведения школьников,
родителей, студентов и готовые решения
Авито Рекламы для кампаний Back to School

 **Avito Реклама**



Почему начало нового учебного года важно не только для «школьных тематик»

1

Back to School — триггер для ключевых жизненных решений: жилье, работа, транспорт, техника

2

Интересы вчерашних школьников — нынешних студентов — выходят далеко за рамки рюкзаков и тетрадей

3

Авито фиксирует рост запросов, звонков и сообщений в смежных категориях: аренда, мебель, работа

Эти данные позволяют **увидеть тренды и выделить категории, в которых релевантная коммуникация конвертируется в сделки**

От школьника к студенту

Поступление в вуз запускает цепочку «первых самостоятельных решений»: выбор жилья, мебели, подработки и личного транспорта

В этот период растет спрос
в следующих категориях:
аренда жилья, поиск работы,
покупка мебели и техника



Для рекламодателя
это окно возможностей,
чтобы сформировать первую
лояльность к бренду или сервису



От просмотров — к действиям

Рост звонков в 2,8 раза при росте кликов на 12%:
намерение конвертируется в контакт

Новые студенты не просто ищут товары — они активно связываются с продавцами и покупают.
Сигнал готовности к сделке растет значительно быстрее, чем объем трафика



+12%

клики



+35%

сообщения



×2,8

звонки



+11%

заказы

Спрос перетекает во «взрослые» категории



Растет спрос на категории «самостоятельной жизни»

Недвижимость, работа, обустройство дома, транспорт и услуги — базовые потребности нового этапа

«Школьные» категории уходят на второй план

Личные вещи, электроника, хобби — покупки, которые раньше определяли подростковую корзину

Путешествия — рост +479% с низкой базы

Планы первых самостоятельных поездок — новая модель поведения, которой не было в школе



Аренда жилья — первый и самый громкий сигнал взросления



Долгосрочная аренда квартир

+447% звонков арендодателям

+224% сообщений

+153% кликов по объявлениям

Объем запросов об аренде жилья растет

×2,5 раза



Агентства недвижимости, ЖК, застройщики — коммуникация об аренде и покупке, направленная на новых студентов

Продажа жилья растет вслед за арендой: +67% кликов, +355% звонков

Первая квартира собирает целую корзину покупок

Вслед за арендой жилья взрывным ростом отвечают категории обустройства

Кухонные гарнитуры

+104%

клики +104%, звонки +221%

Шкафы, комоды и стеллажи

+50%

клики +50%, звонки +248%

Кровати, диваны и кресла

+47%

клики +47%, звонки +149%

Столы и стулья

+42%

клики +42%, звонки +154%

Производителям и продавцам мебели стоит рассматривать начало нового учебного года как отдельный микросезон с набором предложений «для первой квартиры»



Услуги: перевезти, отремонтировать, обустроить

Начало учебного года драйвит спрос не только на товары,
но и на сервисы

Перевозки и доставка

+115%

клики +115%, звонки +495%, сообщения +163%

Установка техники

+89%

клики +89%, звонки +645%, сообщения +149%

Ремонт и отделка

+56%

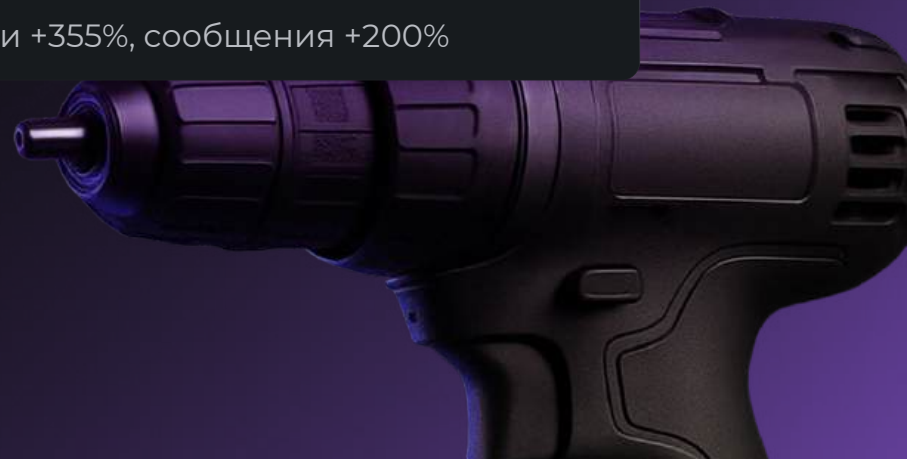
клики +56%, звонки +204%, сообщения +210%

Сборка и ремонт мебели

+67%

клики +67%, звонки +355%, сообщения +200%

Бытовые сервисы становятся неотъемлемой
частью переезда. Бизнесу важно перехватывать
целевой спрос пакетными предложениями
«под переезд и старт учебы»



Первый автомобиль: от мечты — к звонку продавцу

Конверсия в действие растет в 3–6 раз быстрее кликов:
это подготовка к покупке, а не витринный интерес

Авто с пробегом

+56%

клики +56%, звонки +204%, сообщения +210%

Шины, диски и колеса

+115%

клики +115%, звонки +495%, заказы +118%

Запчасти

+87%

клики +87%, заказы +91%

Автосервис, аренда

+140%

клики +140%, звонки +411%

Автодилерам и страховым компаниям выгодно
использовать начало учебного года для предложения
оферов в концепции
«первый личный транспорт для учебы и жизни»



Работа: первый доход и финансовая самостоятельность

Категория «Работа» — второе по масштабу изменение в поведении после жилья. Поиск подработки начинается в первый же студенческий семестр

+60%

КЛИКОВ
ПО ВАКАНСИЯМ

+228%

ЗВОНКОВ
РАБОТОДАТЕЛЯМ

×2,8

ОТКЛИКОВ-СООБЩЕНИЙ

Самый горячий сегмент — линейные и рабочие позиции: +76% кликов, +251% звонков. Первые деньги превращают студента в платежеспособного покупателя

HR-брендам и работодателям важно выстраивать коммуникацию в ключе «работа как первый шаг во взрослую жизнь»

Окно первого выбора открыто

Вчерашний школьник впервые выбирает банк, оператора, мебель, автомобиль — у него еще нет сформированных брендовых привычек



Недвижимость и аренда

Пик спроса — первый учебный квартал:
+447% звонков

Продукты для аренды жилья
и сервисы заселения



Мебель, DIY, ретейл

Корзина обустройства с нуля:
кухни +104%, мебель +42–50%

Стартовые наборы и рассрочка



Авто и автосервисы

Первый автомобиль с пробегом +
обслуживание

Продукты для покупки, ТО и страхования

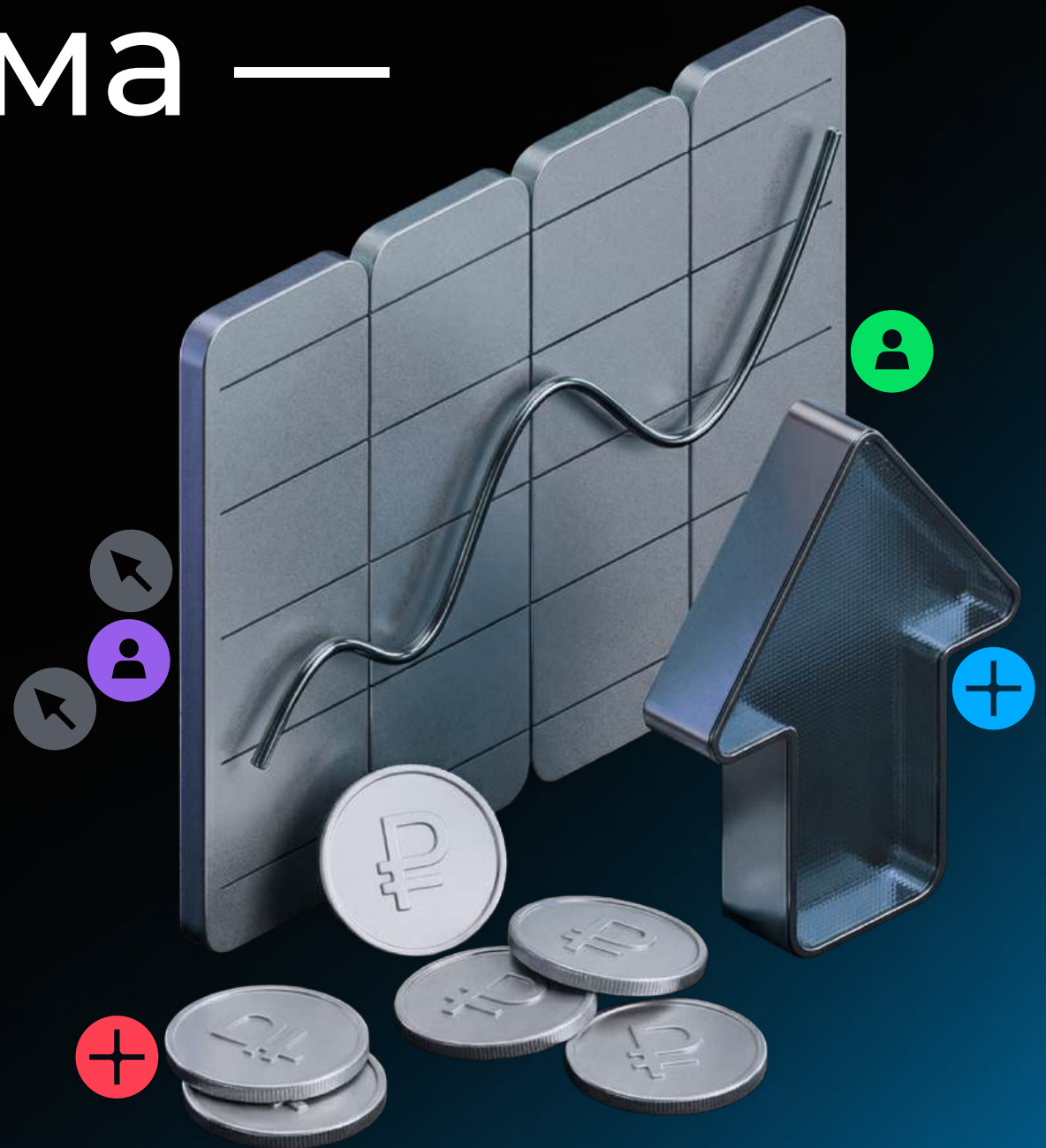


Финансы и сервисы

Первые деньги (+228% звонков по
вакансиям) — момент выбора первой
карты, страховки

Авито Реклама —

таргетированная
реклама
на аудиторию Авито



Авито Реклама ВХОДИТ В ТОП-3 ЛУЧШИХ

комплексных
платформенных
решений по версии
AdIndex
Digital Index 2026



Запуск рекламы от 1 ₽ за клик

Более 8 000 таргетингов
аудитории

Статистика в реальном времени

Прогноз размещения

API



Фокусы внимания Авито Рекламы

01

Развитие
self-service-кабинета

Автоматизация
и личный кабинет.
Чтобы
рекламодатель сам
мог запустить
кампанию

02

Повышение
качества работы
с текущими фичами

Конструктор
таргетингов, API,
новые таргетинги,
оптимизация
за целевые действия
и т. п.

03

Performance-
инструменты

Таргетинг
на пользователей
с интендом к покупке

Форматы с оплатой
за результат

04

Внешняя сеть

Поиск нового
и полезного
инвентаря для рынка

Обновления рекламного кабинета

Q1

Автобид

автоматические ставки за клик и показ

Раздел аудитории

загрузка CRM-контактов, look-alike

B2B-аудитории

таргетинг по интересам

Управление частотой показов

Баннер в профиле продавца
в рекламном кабинете

Рекомендации прогноза

подсказки на основе ответов

Трекер Adjust

мобильный post-click-трекер для отслеживания конверсий

Конструктор аудиторий

Расширение частотных настроек показов

Верификация показа и клика Sizmek

Q2

Public API

статистика, ключи, доступы

Рекомендации по креативам

для роста CTR

Автотаргетинг

автоматическая стратегия подбора аудитории

Конструктор аудиторий

ретаргетинг по действиям, выбор устройств в настройках

Аудиторный таргетинг

распродажи, скидки, акции

Планы по развитию рекламного кабинета в 2026 году

Q3

Оптимизация конверсий

Таргетинг
по ключевым словам

Конструктор аудиторий
умные подсказки

Баннер в Избранном
в рекламном кабинете

Public API
старт, стоп, пауза для РК и групп

Brandlift в интерфейсе
рекламного кабинета

Q4

API управления РК

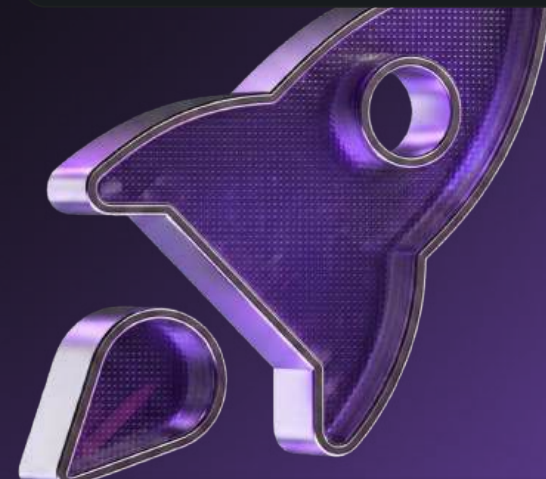
Запуск рекламы
самозанятые

Запуск рекламной
сети Авито

Баннер в поисковых подсказках
новый формат

Новые способы оплаты
банковская карта, кошелек Авито

Баннер на странице после
создания объявления

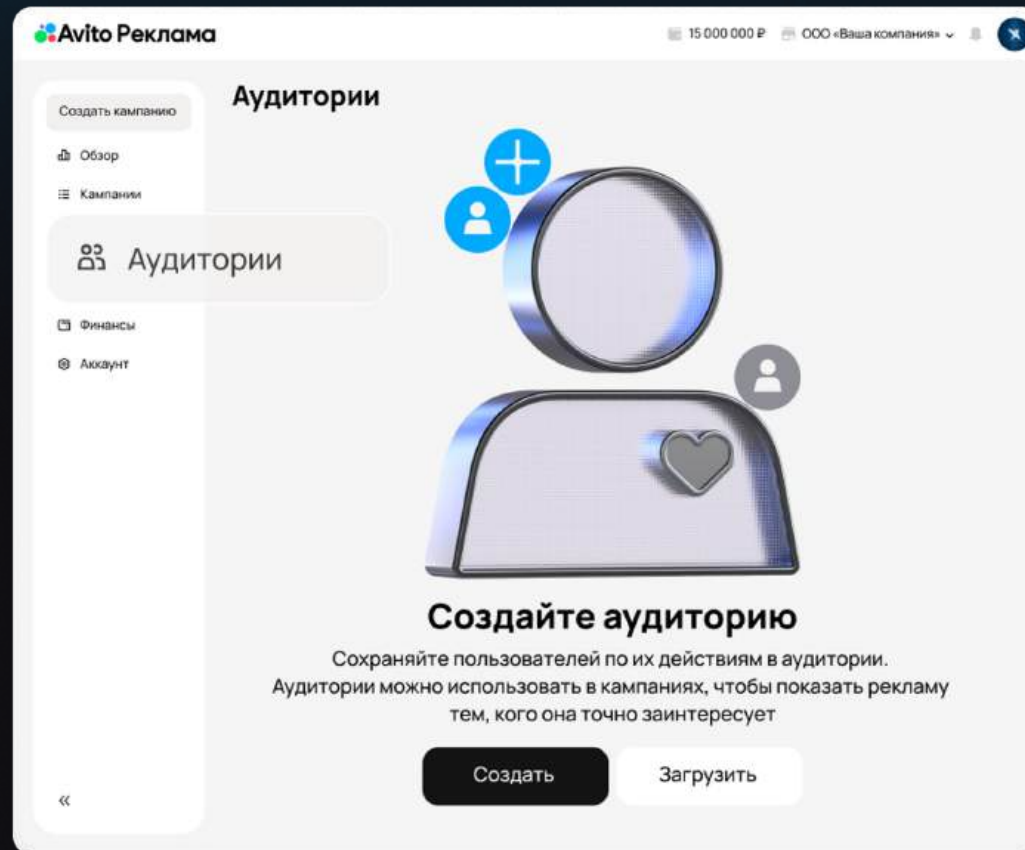


Конструктор аудиторий

Раздел «Аудитории» —
новый инструмент
для гибкой настройки таргетинга

Создавайте собственные сегменты:

- комбинируйте поведенческие параметры
- используйте вложенные условия
- загружайте обезличенные CRM-данные
- находите пользователей, похожих на существующих клиентов



Упаковывайте ваш бренд в летний контекст

вручную

Настроенная вручную

- ✓ Полный контроль над составом аудитории
- ✓ Комбинируйте до 10 параметров сразу
- ✓ Точность: от широких сегментов до узких ниш
- ✓ Видите охват еще до запуска кампании
- ✓ Подходит даже для небольших ниш

Нет базы — хочу описать ЦА вручную

CRM

Загруженная из CRM

- ✓ Работаете с реальными, проверенными клиентами
- ✓ Данные клиентов остаются защищены (хеширование)
- ✓ Узнаете портрет своей базы — даже если не знали его раньше
- ✓ Сочетается с любыми ручными таргетингами
- ✓ Решает сразу несколько задач: возврат, допродажи, реактивация

Есть своя база — хочу работать с ней

LAL

Look-alike (похожая)

- ✓ Расширяет базу в 2–3 раза без потери качества
- ✓ Сохраняет поведенческие паттерны лучших клиентов
- ✓ Не нужно искать новых клиентов вручную
- ✓ Масштабирует то, что уже работает

Хочу найти новых, похожих на лучших

Как создать аудиторию

Вручную

- 01 Аудитории → «Создать» → «Настроенная вручную»
- 02 Добавьте группы условий: пол, география, интересы, возраст
- 03 Настройте логику «И» / «ИЛИ» / «НЕ»
- 04 Проверьте охват (минимум 5 000) → Сохранить
- 05 Подключите к группе объявлений

Загрузка CRM

- 01 Подготовьте CSV: телефон и/или e-mail, хеш SHA-256
- 02 Аудитории → «Создать» → «Загруженная»
- 03 Загрузите файл (до 1 ГБ)
- 04 Дождитесь статуса «Готово» (~12 часов)
- 05 Изучите портрет → запустите кампанию

Look-alike

- 01 Нужна собранная аудитория со статусом «Готово»
- 02 В списке аудиторий → «...» → «Создать похожую»
- 03 Дождитесь статуса «Готово» (~2 часа)
- 04 Подключите к группе объявлений

10 групп условий для точечной настройки



География

Регионы и города



Интересы

16 категорий +
подкатегории



Пол и возраст

Группы и диапазоны



Доход

Низкий → премиум



Семейный статус

В браке / нет



Родительский статус

Дети / возраст
ребенка



Устройства

Desktop / Mobile /
Tablet



Бизнес

B2B-сегменты
и роли



Профессиональный профиль

Статус,
образование, опыт



Каталог брендов

Мода и электроника
(будет расширяться)

Логика «И», «ИЛИ», «НЕ» — как комбинировать условия

Применяется:

Аудитория вручную

Загруженная CRM (в пересечениях)

Готовые сегменты (пересечения)

И

Пересечение — пользователь должен соответствовать ВСЕМ условиям

Мужчины И 65+ лет И доход «выше среднего»

В итоговую аудиторию войдут только те, у кого есть все три признака одновременно

ИЛИ

Объединение — достаточно соответствовать хотя бы одному условию

Мужчины 65+, доход «выше среднего» ИЛИ женщины с высоким доходом

Два разных сегмента объединяются в одну аудиторию — на женщин ограничение по возрасту не распространяется

НЕ

Исключение — убирает пользователей, соответствующих условию

Мужчины 65+, доход «выше среднего» НЕ интерес «животные»

Из аудитории убираются все, кто интересуется животными, независимо от других условий

Look-alike и пересечение ГОТОВЫХ СЕГМЕНТОВ

Look-alike

- ✓ ML-модель расширяет базу в 2–3 раза
- ✓ Основа — любая готовая аудитория (статус «готово»)
- ✓ Готовится до 2 часов
- ✓ Кнопка «Создать похожую» → в списке аудиторий

Пересечения ГОТОВЫХ СЕГМЕНТОВ

Возьмите готовую аудиторию как основу и добавьте к ней условия — географию, интересы, CRM-пересечение.

Пример:

«Лояльные клиенты» И «Москва» →
→ Участники лояльности из Москвы

Делитесь сегментами с командой

В списке аудиторий — кнопка «Поделиться»

Введите ID аккаунта получателя — сегмент появится у них без возможности редактирования

Три сценария — три задачи бизнеса

СЦЕНАРИЙ 1 · ПРИВЛЕЧЕНИЕ

Ищите клиентов, которых у вас еще нет

Загрузите базу текущих клиентов и постройте Look-alike — система найдет пользователей Авито с похожим поведением, которые еще не покупали у вас. Так вы расширяете воронку, не тратя бюджет на тех, кто уже есть в базе.

СЦЕНАРИЙ 2 · УДЕРЖАНИЕ

Работайте с теми, кто уже покупал

Загрузите базу и разделите ее на сегменты: «спящие» клиенты, которые давно не покупали, и активные — для повторных покупок. Реактивируйте первых отдельным предложением, а вторых стимулируйте на повтор. Загруженная аудитория комбинируется с любыми ручными таргетингами.

СЦЕНАРИЙ 3 · ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Управляйте каждым сегментом отдельно

Разделите базу на сегменты («новые», «спящие», «постоянные») — формируйте для каждого свое сообщение в креативе. Управляйте ставками и бюджетом отдельно по сегментам: больше — туда, где выше отклик и ценность клиента.

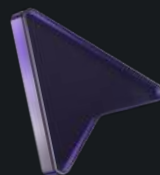
Ретаргетинг — новый инструмент Авито Рекламы

Ретаргетинг помогает возвращать «теплую» аудиторию — пользователей, которые уже проявили интерес, но не совершили целевое действие



Пользователи
видят рекламу,
**но не переходят
по ней**

Показы есть, но пользователь
не совершает целевое
действие с первого касания



Переходят на сайт,
**но не совершают
целевое действие**

Клик был, интерес
зафиксирован, но покупка
или заявка так и не случилась



Воронка теряет
аудиторию
на каждом этапе

Без повторной
коммуникации прогретые
пользователи уходят
к конкуренту — и их уже
не вернуть

Где настраивать

Путь в интерфейсе кабинета Авито Рекламы

1

Вкладка «Аудитории»

В левом меню кабинета

2

Нажать «Создать»

Кнопка в правом верхнем углу

3

Выбрать тип «Ретаргетинг»

Из списка типов аудиторий

4

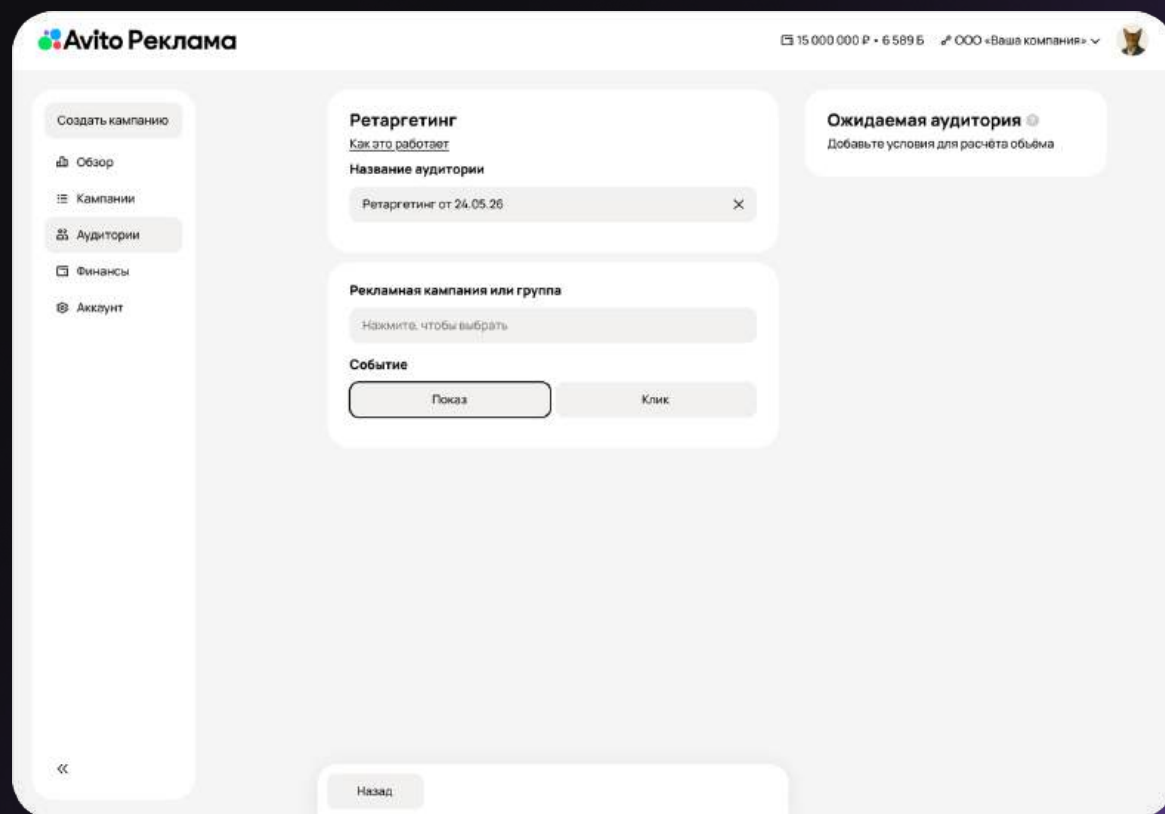
Выбрать РК/группы

Из активных кампаний своего аккаунта

5

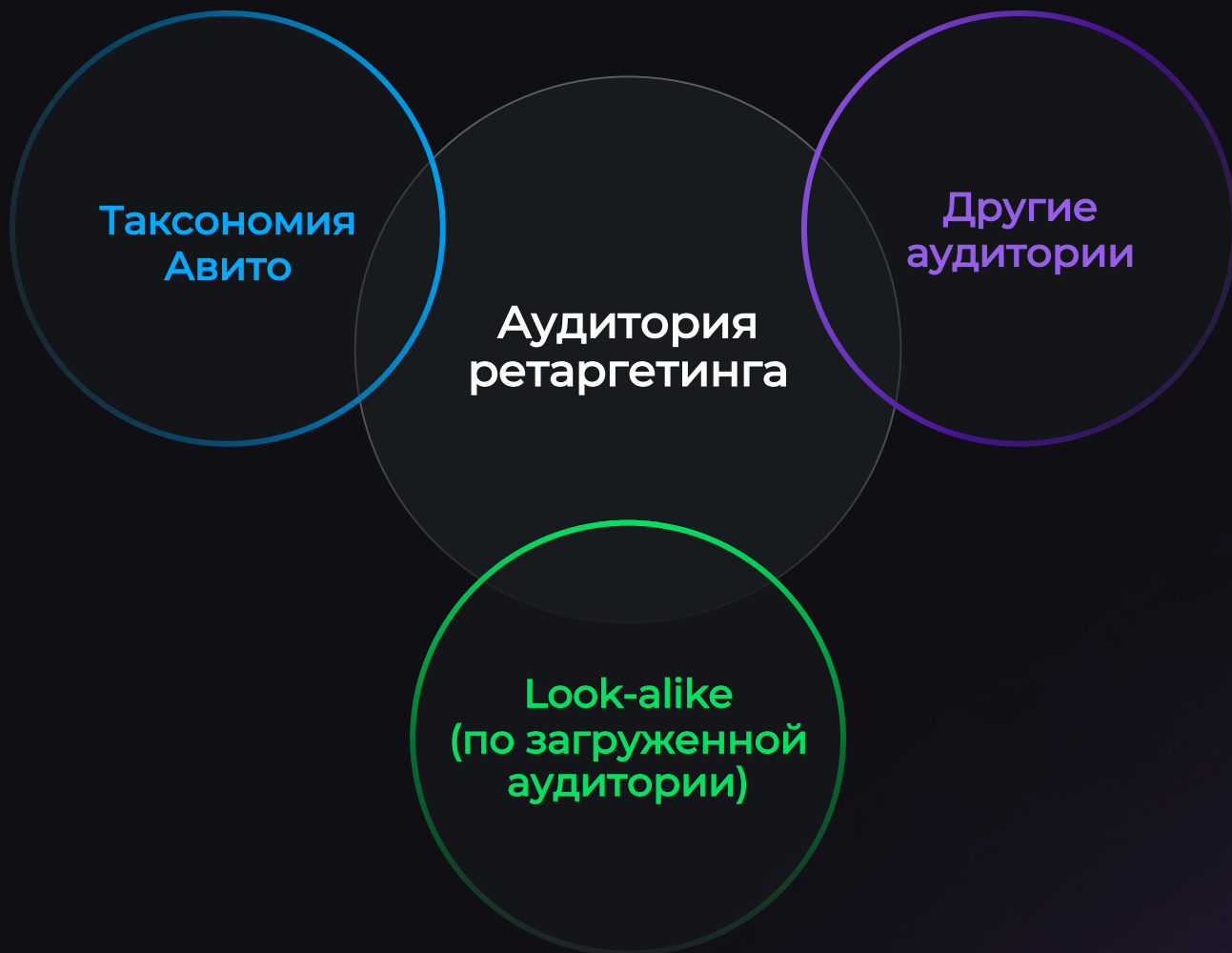
Указать событие

Показы или клики — одно из двух



Расширенные возможности

Как усилить ретаргетинговую аудиторию



Пересекайте ретаргетинг с таксономией Авито: добавляйте интересы, демографию, сегменты платформы



Пересекайте с другими аудиториями: комбинируйте разные источники данных в настраиваемой аудитории

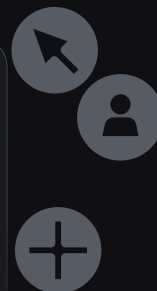


Look-alike доступен по загруженной аудитории: можно найти похожих на тех, кто уже взаимодействовал с вами



Жизненные события — самый ранний сигнал ГОТОВНОСТИ К ПОКУПКЕ

Смена сценария «школьник → студент»
перестраивает потребление за один сезон:
[жилье](#), [работа](#), [транспорт](#), [быт](#)



Авито видит этот переход в реальном покупательском поведении —
и помогает брендам встретить клиента в момент,
когда он действительно готов выбирать и покупать

[Запустить рекламу](#)

