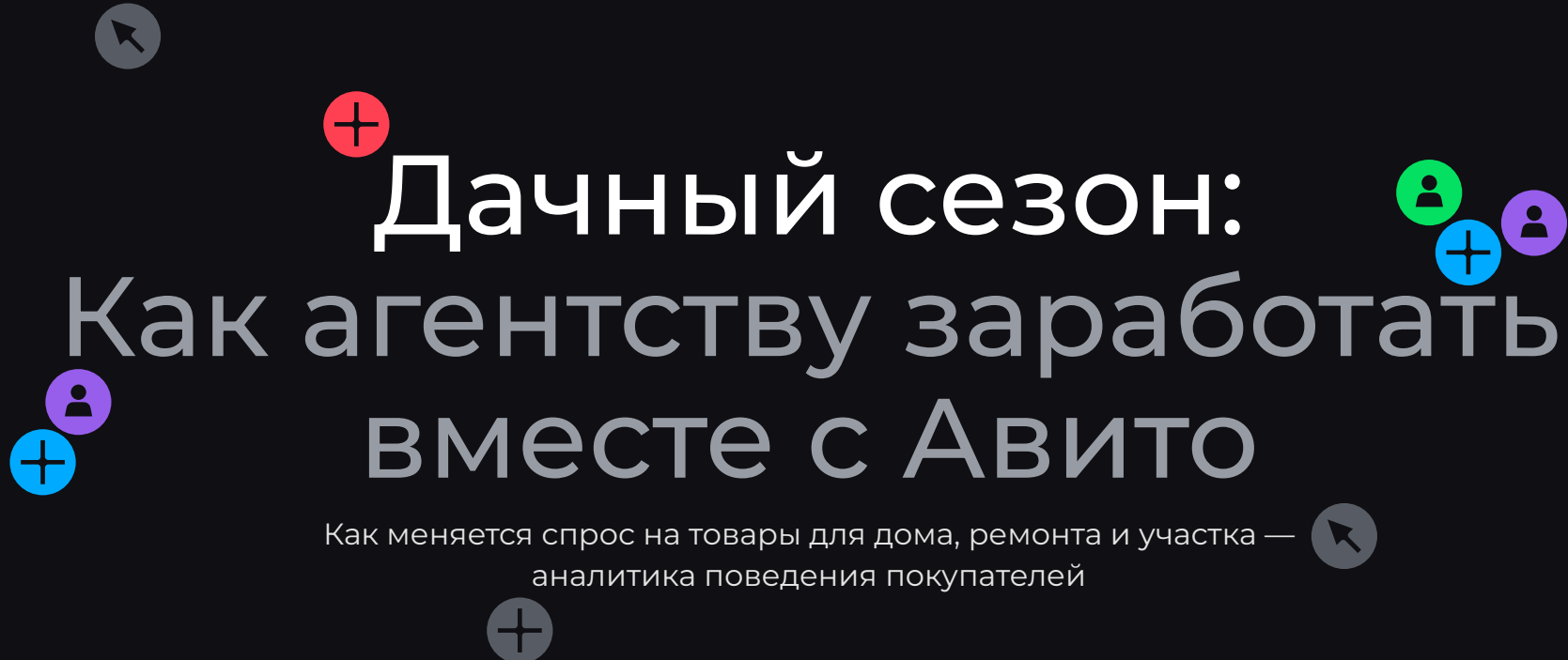
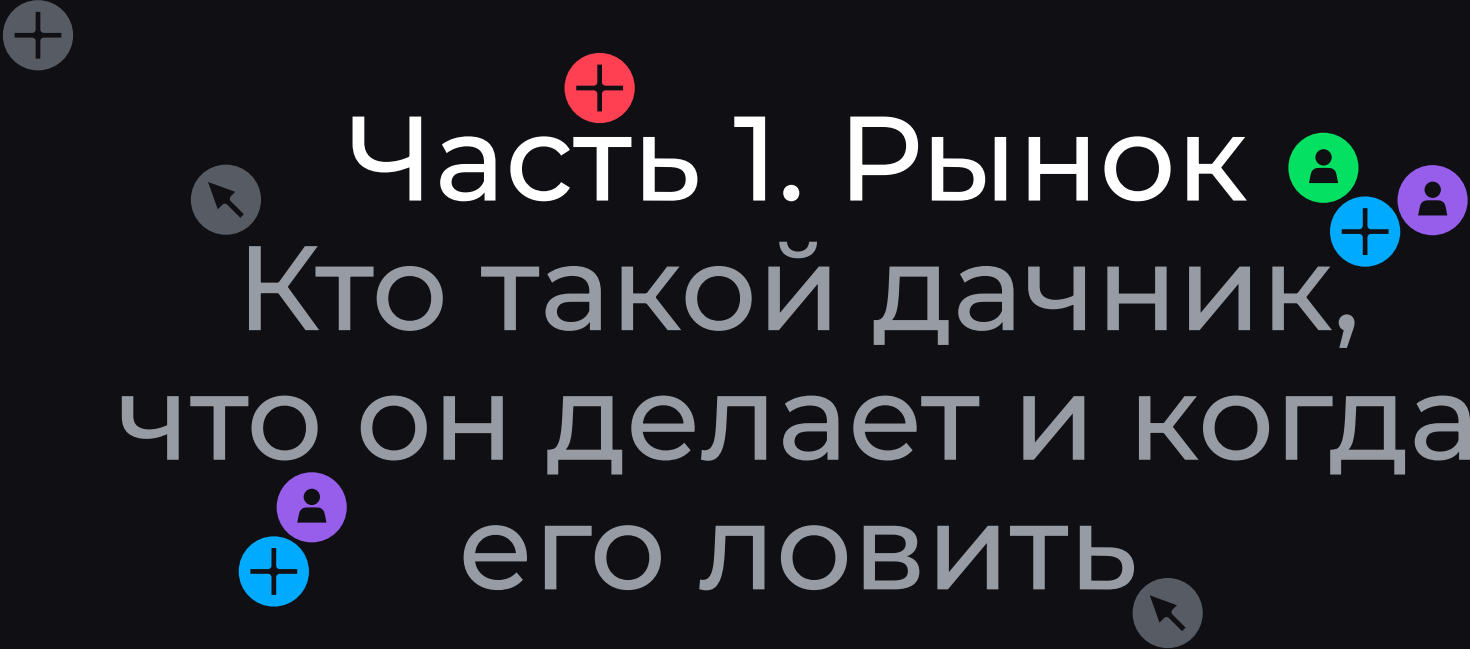




Дачный сезон: Как агентству заработать вместе с Авито

Как меняется спрос на товары для дома, ремонта и участка —
аналитика поведения покупателей



Часть 1. Рынок

Кто такой дачник, что он делает и когда его ловить

Дачники — это половина страны

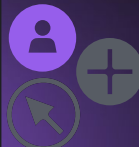


**Более 50% россиян
имеют дачу**

каждый второй —
потенциальная аудитория
бренда

**+10 п. п. рост интереса
к загородной жизни
с 2022 года**

дача стала стилем жизни,
а не сезонной необходимостью



28 000 Р**

средний бюджет россиянина
на подготовку к дачному сезону

39% покупают онлайн**

дачники активно закупаются
на есот-площадках, включая Авито



* По данным опроса Всероссийского центра
изучения общественного мнения (ВЦИОМ), 2024

** По данным независимого инструмента для
маркетинговых онлайн-исследований
Онлайн-панель независимого исследовательского
агентства, март 2025

Дачный сезон начинается весной



Март — Апрель

- Участок и подготовка
- Садовая техника
- Услуги на участке
- Растения

1



Май — Июнь

- Активный сезон
- Растут категории: досуг, аренда, ремонт, наем

2



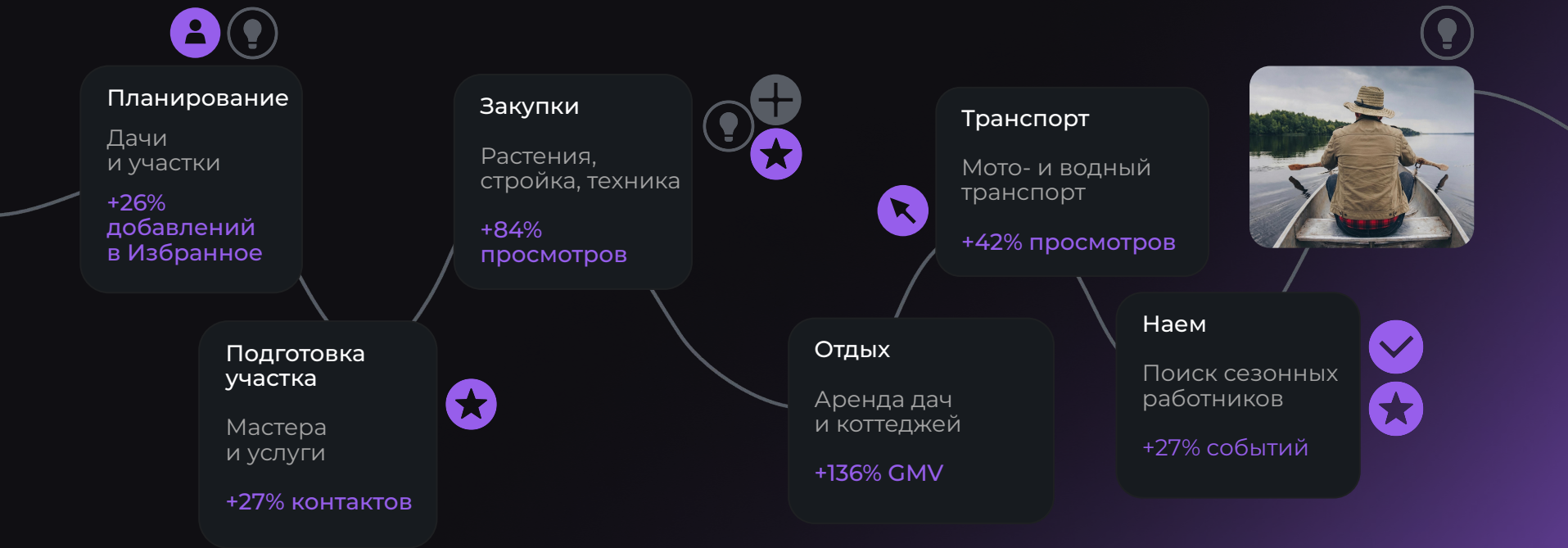
Июль — Август

- Пик выездного отдыха
- Аренда, мото- и водный транспорт, кемпинг — ключевые отрасли

3



Жизненное событие — «открытие дачного сезона». Авито видит пользователя с разных сторон



Часть 2. Какие категории растут

Где больше потенциала к покупкам

Карта растущих отраслей по дачному сезону



Месяц	Сегмент	Данные Авито, МоМ	Потенциал
Июнь	Аренда дач и коттеджей	+113% GMV	Высокий
	Растения и садовый сезон	+67% просмотров	Высокий
	HR и сезонный наем	+21% событий	Высокий
	Водный транспорт	+62% просмотров	Высокий
	Мотоциклы и мото	+33% просмотров	Средний
Июль	Водный транспорт	+79% просмотров	Высокий
	Аренда дач и коттеджей	стабильный пик	Высокий
	Активный досуг и кемпинг	+47% событий	Высокий
	Растения	+46% просмотров	Средний
	Ремонт и строительство	+13% просмотров	Средний
Август	Водный транспорт	+64% просмотров	Высокий
	Растения и сад	+28% просмотров	Средний
	Ремонт и строительство	+4% просмотров	Низкий

Посуточная аренда: сезон в самом разгаре

Рост на платформе



Устойчивый рост с апреля по июль

- GMV +113%

Инсайт

- Люди не покупают дачу — они арендуют ощущение загородной жизни
- Особенно молодые семьи и горожане

Каким бизнесам

- Базам отдыха и глэмпингам

Досуг и пикник: выезд на природу — новый массмаркет

Рост на платформе

Организация досуга:
+47% событий МоМ

Автодома: +27%

Мангалы в топе покупок
у 26% дачников



Инсайт

- Выезд на природу — альтернатива отпуску: доступно, быстро, без визы
- Аудитория охотно тратит на развлечения и отдых



Каким бизнесам

- Производителям мангалов и оборудования для уличной кухни
- Кемпинг-брендам, продавцам садовой мебели



HR и сезонный наем: кадровый вопрос в разгаре

Рост на платформе



Работники сельского
и рыбного хозяйства:
+113%

Обслуживающий
персонал в общепите:
+39%

Складские работники:
+20%

Инсайт

- Лето — время повышенного спроса на персонал в аграрном секторе, HoReCa и логистике
- Бизнес ищет сотрудников срочно

Каким бизнесам

- Агрохолдингам и тепличным комплексам
- Сетям общепита и службам доставки

Климат и дом: жара пришла — покупки стали импульсивнее

Рост на платформе



Системы охлаждения:
+22% GMV

Вентиляторы: +15%
поисковых запросов



Инсайт

- Климатическую технику не планируют, ее покупают, когда уже жарко
- Люди идут к знакомым брендам — важно показать рекламу в этот момент



Каким бизнесам

- Производителям кондиционеров и вентиляторов
- Ретейлерам бытовой техники



Садовая техника: триммеры, косилки, запчасти

Рост на платформе

 Триммеры: +121% GMV,
+366% поисковых
запросов

Запчасти для садовой
техники: +43% GMV



Инсайт

- Техника выходит из строя в сезон — ее нужно срочно починить или заменить
- Запчасти — высокочастотная категория с высоким LTV



Каким бизнесам

- Производителям триммеров и газонокосилок
- Дилерам запчастей для садовой техники



Дача и участок: подрядчики нарасхват

Рост на платформе

Земляные работы: +61%

Озеленение и уход
за садом: +54%

Фундаментные
и бетонные работы: +27%

Инсайт

- Дача превращается в полноценный второй дом
- Люди инвестируют в инфраструктуру: скважины, септики, ландшафт — весь сезон

Каким бизнесам

- Компаниям и мастерам по бурению и установке септиков
- Ландшафтным дизайнерам и строительным бригадам

Часть 3. Инструменты

Как поймать аудиторию

в момент, когда у нее появилось
намерение

Выбирайте релевантные таргетинги по интересам

Догоняем пользователей,
которые уже интересуются
растущими категориями

Растения — садовые растения 2,5 млн

Ремонт и строительство — для сада и дачи 4,4 млн

Недвижимость — дома, дачи, коттеджи 14,8 млн

Недвижимость — загородные дома премиум-класса 6,5 тыс.

Хобби и отдых — охота и рыбалка 2,5 млн

Для дома и дачи — ремонт и строительство 15,4 млн

Для дома и дачи — строительные материалы 10,4 млн

Услуги — кровельные работы 180 тыс.

Спорт и отдых — туризм и отдых на природе 2 млн

Путешествия — аренда жилья 382 тыс.

Смежные таргетинги



Зайдите раньше конкурента — до того, как пользователь начал искать

Автовладельцы 2,5 млн

С детьми дошкольного и школьного возраста 4,4 млн

Активный отдых 29 тыс.

Топ-менеджеры и /или владельцы бизнеса 103 тыс.



Успешные кейсы наших клиентов

Уборочная техника

Авито Реклама × Karcher

Задача

Привлечь аудиторию на сайт дистрибьютора или в раздел «Ближайший офлайн-магазин» на сайте Karcher

Результаты

Период РК: месяц

0,12%
CTR

9%
CR в целевое
действие

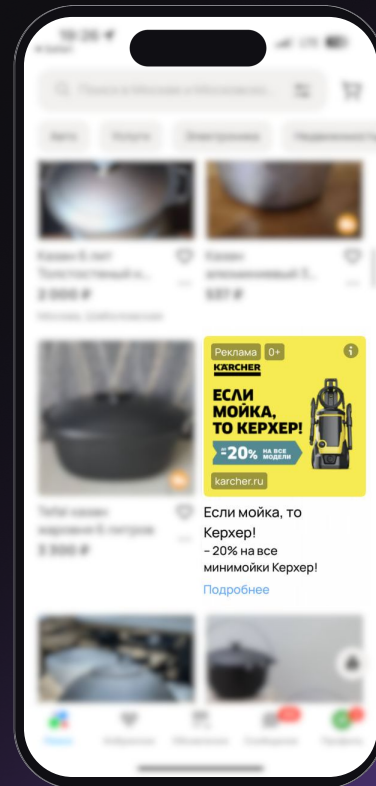
99,3 ₽
CAC

Что сделали?

1. Настроили таргетинги:

- Интерес к технике Karcher
- Интерес к премиум-товарам

2. Использовали нативный баннер с уникальным предложением — скидка 20% на все модели мини-моек



Строй-материалы

Авито Реклама
× Vetonit

Задача

Повысить узнаваемость бренда среди профессиональной аудитории, которая оказывает услуги по строительству загородных домов

Результаты

16 млн

охват

> 1 000

заявок

5:38

среднее время
в игре

80%

прошли игру
до конца

Что сделали?

1. Создали кликер-игру на строительную тематику, где по итогам прохождения можно было получить бонусы на продвижение в Авито Услугах.
2. Настроили точки входа: реклама на Авито, истории в категории «Ремонт и стройка», посты в соцсетях бренда, баннер на официальном сайте Vetonit.
3. Настроили таргетинг на профессиональную аудиторию: строителей, бригадиров и мастеров разных профессий.
4. Выбрали нативные баннеры, трафик вели не только на игру, но и на другие ресурсы: региональные сообщества в Телеграме и сайт о строительных системах компании

Период РК: июль 2025



Реклама в момент появления новых потребностей

Подписывайтесь на наши каналы



MAX



Телеграм



Хабр



VC