

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ

Реклама дверной фурнитуры в Яндекс Директе: сколько СТОИТ заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, август 2026 · Санкт-Петербург

108 841

показов в месяц — ёмкость спроса

14 ₹

цена клика по прогнозу Яндекса

362–967 ₹

цена обращения (оценка до запуска)

24 940 ₹

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

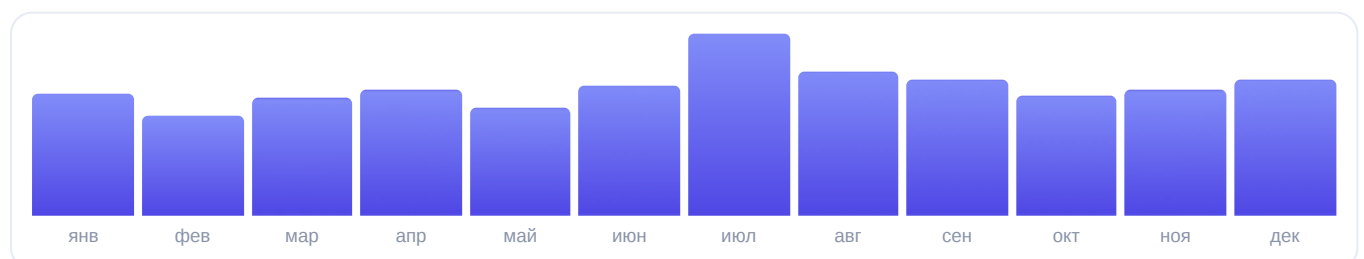
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	https://kdirect.ru/reklama/reklama-dvernaya-furnitura-sankt-peterburg
Регион разбора	Санкт-Петербург

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	ЦЕНА КЛИКА, ₽
дверные ручки	14 057	88–97
мебельная фурнитура	13 756	80–84
замки для дверей	8 999	107–116
замки дверные	8 871	335–361
отбойники	7 592	90–115
мебельная фурнитура спб	6 767	89–92
ручки для дверей	6 274	67–72
петли мебельные	5 721	57–63
дверные петли	4 827	77–86
ручки межкомнатные	4 523	90–99
петли для дверей	3 988	76–87
ручки межкомнатных дверей	3 108	95–107
скрытые петли	2 962	97–105
защёлка межкомнатная	1 686	79–90
защелки межкомнатные	1 686	79–90
ручки для межкомнатных дверей	1 620	71–73
замок для двери купить	1 564	114–119
замки для дверей купить	1 564	114–119
купить дверные ручки	1 261	65–67
фурнитура для дверей	1 243	78–87

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 102 311, февраль — 84 896, март — 99 045, апрель — 107 753, май — 91 426, июнь — 109 929, июль — 153 466, август — 120 814, сентябрь — 115 371, октябрь — 101 222, ноябрь — 107 753, декабрь — 115 371 показов.

● Сколько это стоит

14 ₽

цена клика

580 ₽

цена обращения
оценка до запуска

49 880 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	14	583

Цена обращения в строке посчитана по своему каналу — складывать столбец нельзя.

● Сценарии бюджета

что получится при разных суммах

БЮДЖЕТ, ₽ /МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	5	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
4 000	7	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
7 000	12	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
10 000	17	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
15 000	26	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
23 000	40	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
25 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
34 000	59	Кампания наберёт данные	1	4
50 000	87	Рабочая кампания	1	4
51 000	89	Рабочая кампания	1	4
76 000	133	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 580 ₽ (отраслевой бенчмарк — ориентировочно). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 24 940 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Петли скрытые Morelli HH горячий

Кто: Профессионалы и частные мастера, точно знающие модель скрытых петель

Что мешает: Нужны качественные скрытые петли конкретной серии для установки или замены

О чём говорить: Оригинальные скрытые петли Morelli HH в наличии, быстрая доставка

Комплекты раздвижных систем Morelli MHS горячий

Кто: Установщики и частные лица, ищущие комплекты для раздвижных дверей Morelli

Что мешает: Требуется полный комплект раздвижной системы определённой модели

О чём говорить: Комплекты Morelli MHS – всё необходимое для раздвижных дверей в одном наборе

Ручки дверные Morelli горячий

Кто: Покупатели, ищущие ручки Morelli по модели или бренду, ценят дизайн

Что мешает: Нужна стильная и надёжная ручка от проверенного производителя

О чём говорить: Дверные ручки Morelli в ассортименте – премиальное качество и дизайн

Защёлки межкомнатные Morelli L6 горячий

Кто: Мастера по установке дверей, нуждающиеся в конкретной защёлке Morelli

Что мешает: Ищут защёлку L6, важна совместимость и бесшумная работа

О чём говорить: Защёлки Morelli L6 – надёжность и тихая фиксация двери

Дверные ручки (общая категория) тёплый

Кто: Все, кто делает ремонт или замену, без привязки к бренду

Что мешает: Нужны новые дверные ручки, подходящие по стилю и бюджету

О чём говорить: Широкий выбор дверных ручек для любого интерьера, оптом и в розницу

Дверные петли (общая категория) тёплый

Кто: Те, кто подбирает петли для монтажа или замены, ищут надёжное решение

Что мешает: Нужны петли, которые выдержат нагрузку и не будут скрипеть

О чём говорить: Качественные дверные петли всех видов от проверенных производителей

● Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Целевая стратегия	Максимум кликов
Когда переключаться	После настройки цели в Метрике и набора ≥ 10 конв/нед → конверсионная стратегия.
Поиск и РСЯ	одной кампанией
Что считаем обращением	Отправка формы заявки, Звонок по телефону
Без чего запускать бессмысленно	Рекомендуем подключить коллтрекинг для номера и считать звонок конверсией. Добавьте СТА-кнопку «Позвонить менеджеру» на страницу, чтобы стимулировать звонки.

● Что отсекаем минус-словами

авито	инструкция	бесплатно	обучение	своими руками	курсы	вакансия	работа	скачать
торрент	реферат	курсовая	диплом	вакансии	резюме	бу	б у	

Продвижение дверной фурнитуры: спрос и сезонность

В Санкт-Петербурге дверную фурнитуру ищут 108 841 раз в месяц – это показы поисковых запросов. По рекламе в ответ кликают 5 442 раза. Самые частые запросы: «дверные ручки» (14 057), «мебельная фурнитура» (13 756), «замки для дверей» (8 999). Многие ищут с уточнением города: «мебельная фурнитура спб» – 6 767 запросов. Спрос нестабилен по месяцам: пик в июле – 153 466 показов, спад в феврале – 84 896. Текущий сезонный индекс 1,11 – спрос на 11% выше среднего. Это удачный момент для запуска или усиления рекламы.

Кто ищет дверную фурнитуру

Аудитория смешанная: и частные покупатели, и организации. Дверная фурнитура – товар повторного спроса: ручки, замки и петли покупают при ремонте, замене дверей или поломке механизма. Люди ищут сразу с намерением купить: «замок для двери купить» – 1 564, «купить дверные ручки» – 1 261, «дверные замки купить» – 993. Покупатель уже знает, что ему нужно, и выбирает магазин. Реклама по таким запросам приводит к заявке быстрее, чем информационные объявления.

Сколько стоит реклама дверной фурнитуры в Яндекс Директе

Средняя цена клика – 14 рублей, цена обращения – 580 рублей (диапазон 362–967). Но такие цифры достигаются на обученной кампании. Чтобы алгоритмы Яндекс Директа научились приводить заявки, нужно минимум 10 конверсий в неделю. Для бюджет на этапе обучения – 24 940 рублей в месяц. Если бюджет меньше, кампания не наберёт статистику, и заявки будут дороже. Для полноценной работы с ретаргетингом и сетями рассчитывайте на 49 880 рублей в месяц.

Как настроить Яндекс Директ для дверной фурнитуры

Используйте только поисковую кампанию – 100% кликов в тематике приходит из поиска. РСЯ (реклама на сайтах-партнёрах) спрос не добывает. Кампании разделите по товарным группам: ручки, замки, петли, доводчики. Это повышает качество объявлений и снижает цену клика. При бюджете 76 000 рублей в месяц в расчётах появляются три кампании – для отдельной оптимизации. Автоподбор ключевых слов используйте осторожно. Без минус-слов алгоритмы начнут тратить бюджет на смежные запросы, например «мебельную фурнитуру», если вы продаёте только дверную.

Семантика и минус-слова для дверной фурнитуры

В семантику включайте запросы с конкретным товаром и словом «купить»: «замок для входной двери купить» (565), «ручки для межкомнатных дверей» (3 108), «петли для межкомнатных дверей» (653), «доводчики для дверей» (877). Широкие запросы, например «дверные ручки», тоже берите, но под них делайте отдельные объявления с точным названием товара. Минус-слова обязательны. Если вы продаёте только дверную фурнитуру, отсекайте «мебельная фурнитура», «петли мебельные». Также исключайте запросы с брендом Morelli, если его нет в ассортименте, и информационные слова («как выбрать», «реставрация»).

Что писать в объявлениях

В объявлении указывайте конкретный товар и город: «Дверные ручки в Санкт-Петербурге», «Замки для дверей с доставкой». Из спроса видно, что пользователи часто добавляют «спб» – им важен локальный магазин. Используйте быстрые ссылки на разделы с ручками, замками, петлями. Перечислите конкретные товары: ручки, замки, петли, доводчики. Показывайте объявление по одному товарному запросу, чтобы клик был точным.

Что измерять до запуска

До запуска настройте в Яндекс.Метрике цели: «заявка», «звонок», «добавление в корзину». Оценка конверсии из клика в заявку – 2,5%, но она не подтверждена: для вашего магазина результат может быть другим. Для рекламных кампаний в тематике конверсия в заявку – 50%.

переплачиваете. Без передачи данных о покупках из CRM невозможно понять, какие запросы приносят прибыль. Поэтому сначала настройте аналитику, а потом запускайте рекламу.

Типичные ошибки: дверная фурнитура

- Запуск рекламы без разделения на товарные группы – объявления не попадают в запрос, цена клика растёт.
- Игнорирование минус-слов – бюджет уходит на «мебельную фурнитуру» и другие нерелевантные запросы.
- Слишком маленький бюджет на старте (например, 10 000 рублей в месяц) – кампания не обучится, заявки будут стоить дорого.
- Использование РСЯ как основного канала – в нише поиск даёт все клики.
- Отсутствие целей в Метрике и отправки заказов в CRM – невозможно измерить окупаемость.

Чек-лист перед запуском

1. Настроить Яндекс.Метрику: цели «заявка», «звонок», «оплата».
2. Подключить электронную коммерцию или передачу заказов из CRM в Метрику.
3. Собрать коммерческие запросы: «ручки», «замки», «петли», «доводчики» + «купить».
4. Добавить минус-слова: «мебельная фурнитура», «петли мебельные», бренды вне ассортимента, информационные слова.
5. Разделить кампании по товарным группам (ручки, замки, петли).
6. Установить бюджет на обучение минимум 24 940 рублей в месяц, при возможности 49 880 рублей.
7. Запустить поисковую кампанию, РСЯ подключать только при бюджете от 49 880 рублей.
8. В объявлениях указать город и конкретный товар, добавить быстрые ссылки.
9. Постоянно следить за отчётами по словам и исключать неэффективные.

Сколько стоит реклама в Яндекс Директе для дверной фурнитуры?

Клик в среднем стоит 14 рублей, целевое обращение – 580 рублей. Но это на обученной кампании: для стабильных заявок нужен бюджет от 24 940 рублей в месяц.

Как быстро настроить Яндекс Директ без опыта?

Без опыта можно научиться: в Петербурге запросов «настройка яндекс директ обучение» – 445 в месяц. Но реклама требует постоянной оптимизации, не только настройки.

Чем отличается настройка рекламы для интернет-магазина дверной фурнитуры?

Для интернет-магазина важна передача данных о заказах в Яндекс.Метрику. Это позволяет алгоритмам видеть, какие клики приносят продажи, и корректно обучаться.

Нужно ли обучение настройке Яндекс Директа?

Если вы планируете управлять рекламой самостоятельно, обучение полезно – спрос на услугу «настройка яндекс директ обучение» составляет 445 показов в месяц. Но быстрее доверить запуск специалисту.

Можно ли продвигать дверную фурнитуру без минус-слов?

Можно, но не нужно. Без минус-слов вы заплатите за клики по «мебельной фурнитуре» и другим смежным запросам, которые не приведут к заявкам, если вы продаёте только дверные товары.

Почему заявки могут стоить дороже 967 рублей?

Если кампания не обучена, алгоритмы показывают нерелевантные объявления, цена клика и цена заявки растут. Проверьте бюджет, минус-слова и структуру кампаний.

Когда запускать рекламу: в пик или в спад сезона?

Пик спроса – июль (153 466 показов). Запускайте хотя бы за месяц до пика, чтобы кампания обучилась. В феврале спрос минимальный (84 896 показов), но конкуренция ниже.

Посчитаем то же самое по вашему сайту — бесплатно

Платформа разберёт сайт, соберёт запросы, покажет цену обращения в вашем городе за пару минут: kdirect.ru/start

Вопросы — +7 (495) 988-09-08, kupislova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «дверная фурнитура», и обезличены: имени рекламодателя, адреса сайта и цен на товары в разборе нет. Прогноз ориентировочный — точную цену обращения показывает первый месяц работы кампании по Яндекс Метрике.