

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ

Реклама контактных линз в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

703 073

показов в месяц — ёмкость спроса

94 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 39 ₽

964–2 572 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

66 349 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

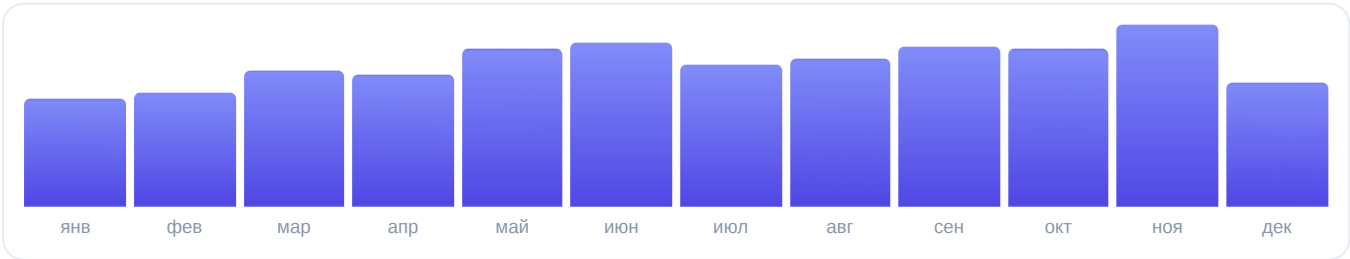
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-kontaktnye-linzy
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
контактные линзы	106 292	233–241
проверка зрения	96 377	182–187
линзы для глаз	54 106	162–165
растворы для линз	47 145	170–174
проверить зрение	42 337	191–196
цена линз	26 143	131–134
однодневные линзы	23 423	272–281
мультифокальные линзы	21 960	228–236
цветные линзы	19 541	146–150
контактные линзы купить	12 787	242–249
купить контактные линзы	12 787	242–249
подбор линз	11 260	489–497
двухнедельные линзы	9 948	234–244
где купить линзы	9 375	180–182
диагностика зрения	8 559	341–349
увлажняющие капли для линз	8 161	119–120
где проверить зрение	7 168	175–179
контейнеры для линз	7 109	172–181
линзы при астигматизме	6 157	138–139
линзы на месяц	5 819	154–156

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 534 335, февраль — 555 428, март — 667 919, апрель — 646 827, май — 766 350, июнь — 801 503, июль — 689 012, август — 724 165, сентябрь — 780 411, октябрь — 773 380, ноябрь — 885 872, декабрь — 611 674 показов.

● Сколько это стоит

94 ₽

цена клика при полном охвате

1 543 ₽

цена обращения
оценка до запуска

132 698 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	70%	39	1 538
РСЯ	20%	12	1 116
Ретаргетинг	10%	23	2 417

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	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
11 000	7	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
21 000	14	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
40 000	26	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
67 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
76 000	49	Кампания наберёт данные	1	4
133 000	86	Рабочая кампания	1	4
146 000	95	Рабочая кампания	1	4
278 000	180	Рабочая кампания	3	16
530 792	344	Рабочая кампания	5	297

Расчёт по цене обращения 1 543 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 66 349 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Купить контактные линзы горячий

Кто: Пользователи, которые уже знают, что им нужны контактные линзы, и ищут место для покупки, часто без указания конкретной модели.

Что мешает: Хочу быстро и недорого купить качественные линзы, боюсь попасть на подделку или переплатить.

О чём говорить: Крупнейший склад, оригинальная продукция напрямую от производителей

Купить Acuvue Oasys горячий

Кто: Владельцы линз Acuvue Oasys (или те, кому их порекомендовали), ищут конкретную модель с упаковкой 12 или 24 шт.

Что мешает: Нужна именно эта модель, важно наличие и цена за упаковку, часто срочно.

О чём говорить: цена ниже среднего, быстрая доставка, проверка срока годности перед отправкой

Купить Acuvue TruEye горячий

Кто: Пользователи однодневных линз, знающие бренд Acuvue TruEye, ищут упаковку 30 шт.

Что мешает: Ищут конкретную модель однодневок, важны цена за упаковку, срок годности и скорость доставки.

О чём говорить: Огромный выбор однодневных линз Acuvue, доставка день в день

Купить Soflens Daily Disposable горячий

Кто: Пользователи, которые регулярно покупают Soflens Daily 30 или 90 шт, либо ищут бюджетную альтернативу однодневок.

Что мешает: Нужны надежные недорогие однодневки, важен объем упаковки (30 или 90 шт) и постоянное наличие.

О чём говорить: Soflens Daily по самой низкой цене, упаковки 30 и 90 шт в наличии, профессиональная консультация и быстрая доставка.

Купить однодневные линзы горячий

Кто: Люди, которые хотят купить однодневные линзы, но еще не выбрали бренд/модель.

Что мешает: Хочу удобство однодневок, но теряюсь в выборе и боюсь ошибиться, ищу хороший ассортимент и цену.

О чём говорить: от Acuvue до Bausch+Lomb, помогаем подобрать по параметрам зрения и кошелек

Купить линзы при астигматизме горячий

Кто: Люди с астигматизмом, ищущие торические линзы (например, Air Optix for Astigmatism, Biofinity Toric).

Что мешает: Ограниченный выбор в обычных магазинах, сложно найти нужные параметры (цилиндр, ось), дорого.

О чём говорить: Все модели торических линз в наличии, подбор по рецепту, точная доставка — если товара нет на складе, сообщим сразу.

● Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Когда переключаться	После настройки цели в Метрике и набора ≥ 10 конв/нед → конверсионная стратегия.
Каналы	Поиск и РСЯ — разными кампаниями
Что считаем обращением	Заявка на покупку линз/ухода, Звонок с сайта
Без чего запускать бессмысленно	Установите на сайте отслеживаемый номер телефона (например, через коллтрекинг) и добавьте СТА-кнопку «Позвонить менеджеру за консультацией». Цель: клик по кнопке звонка = конверсия.

● Что отсекаем минус-словами

бесплатно	скачать	инструкция	как сделать	своими руками	diy	реферат	курсы	обучение
вакансия	работа	проверка зрения	подбор	диагностика	мастер-класс	ремонт	самодельный	
установка	для windows	приложение	диплом	монтаж	игрушка	игра	однодневные	
двухнедельные	традиционные	квартальные	годовые	пробные				

Продвижение контактных линз: спрос и сезон

Продвижение контактных линз в Яндексe начинается с ответа на вопрос, сколько людей ищут товар. По всей России тематика даёт 703 073 показа и 35 154 клика в месяц. Самый частотный запрос «контактные линзы» — 106 292 показа; это люди, которые ещё выбирают, где купить. Дальше идут готовые к покупке формулировки: «контактные линзы купить», «однодневные линзы», «двухнедельные линзы», «мультифокальные линзы», «цветные линзы» и «растворы для линз». Каждая такая фраза с меньшим объёмом, но с более горячим намерением. Спрос в контактных линзах заметно меняется по сезонам. В ноябре коэффициент сезонности 1,26 — спрос на 26% выше среднего, в январе 0,76. Кампанию расширяют заранее, до пика, а в низкий сезон не снижают бюджет ниже порога обучения.

Сколько стоит реклама контактных линз: клик, заявка и бюджет обучения

Сколько стоит реклама контактных линз: клик — 94 ₽, обращение — 1 543 ₽. Обращением считаем заявку на покупку или звонок с сайта. Прогнозная вилка цены обращения — от 964 до 2 572 ₽, поэтому в финансовой модели удобно брать среднее значение 1 543 ₽. Для обучения автостратегии нужно 10 конверсий в неделю. Недельный бюджет под это — 15 430 ₽, месячный — 66 349 ₽. Меньше порога алгоритм работает в режиме максимума кликов и не учится отличать покупателя от случайного посетителя. При месячном бюджете 132 698 ₽ кампания выходит на уверенную работу и стабильно приносит обращения. Интерфейс допускает бюджет 3 000 ₽ в месяц, но при нём выходит около двух обращений в месяц, и кампания не проходит порог обучения.

Как настроить Яндекс Директ для контактных линз

Как настроить Яндекс Директ для контактных линз? Поиск и рекламную сеть Яндекса (РСЯ) запускают отдельными кампаниями. У того, кто ищет «купить контактные линзы», другое намерение, чем у человека, который видит объявление на тематическом сайте; смешение каналов в одной кампании не даёт алгоритму чистых сигналов. Сначала соберите одну поисковую кампанию по самым горячим запросам. Когда она наберёт 10 конверсий в неделю, добавьте РСЯ и ретаргетинг отдельными кампаниями. Потолок поискового спроса по контактным линзам — 3 304 476 ₽ в месяц; дальше охват растут сетями. В поисковой кампании ограничьте категории автоподбора и оставьте целевые запросы. Полностью отключить автоподбор нельзя, но без ограничений он начнёт показывать объявления по другим смыслам слова «линзы» — от объективов до игр.

Как продавать контактные линзы через Яндекс Директ: запросы и объявления

Семантика для контактных линз делится на товарную и служебную. Товарную группу собирают вокруг покупки: «контактные линзы купить», «купить контактные линзы», «однодневные линзы», «двухнедельные линзы», «мультифокальные линзы», «цветные линзы», «растворы для линз». Запрос «однодневные линзы» даёт 23 423 показа в месяц, «растворы для линз» — 47 145, «контактные линзы купить» — 12 787. К товарной группе добавляют названия моделей и брендов из ассортимента: по ним приходят люди, которые уже решили, что купить. Минус-слова сохраняют бюджет. «Проверка зрения» приносит 96 377 показов, но человек с запросом ищет офтальмолога, а не магазин линз. В минус отправляют «проверка зрения», «подбор линз», «диагностика», «бесплатно», «скачать», «инструкция», «своими руками», «реферат», «курсы», «вакансия», «мастер-класс». Слово «линзы» неоднозначно, поэтому в минус уходят и «для windows», «приложение», «игра», «игрушка». Если типы замены выделены в отдельные кампании, в общей кампании их тоже минусуют, чтобы кампании не спорили за один показ.

Заголовки объявлений о контактных линзах обязаны снимать страх подделки и переплаты. Работают факты: «оригинальные линзы напрямую от производителя», «проверяем срок годности перед отправкой», «доставка в день заказа». Общие слова не работают: они одинаковы у всех, а убеждают факты вроде «оригинальные линзы напрямую от производителя». Для запроса «растворы для линз» объявление должно говорить о растворах, а не о линзах: человек уже носит линзы, ему нужен расходник. В заголовок выносите «растворы для линз в наличии», в текст — сроки доставки. Для запроса «однодневные линзы» сработает акцент на гигиене и комфорте. Если человек ищет конкретную модель, название модели в заголовке важнее слова «купить».

Что измерять в рекламе контактных линз

Без учёта обращений запуск контактных линз теряет смысл. До старта настройте в Метрике цель «заявка на покупку линз или ухода» и «звонок с сайта», подключите коллтрекинг или динамический номер. Если сквозной аналитики ещё нет, временно считайте конверсией клик по кнопке звонка: это лучше, чем не учитывать звонки вообще. Промежуточные события — добавление в корзину, просмотр корзины, просмотр карточки товара — используйте как аналитику воронки, но не как цель для обучения. После запуска следите за недельной динамикой: для обучения нужно 10 конверсий в неделю. Если конверсий меньше, поднимайте недельный бюджет до 15 430 ₽, а не переписывайте объявления ежедневно.

Типичные ошибки: контактные линзы

- Запускать рекламу без целей «заявка» и «звонок» и без коллтрекинга: алгоритм не видит результат и учится на кликах, а не на покупках.
- Не убирать в минус информационный спрос «проверка зрения» и «диагностика»: в месяц это 96 377 и 8 559 показов, которые не приводят к заказу линз.
- Оставлять автоподбор без ограничений: Яндекс начнёт показывать «линзы» по объективам и играм и потратит бюджет на случайных людей.
- Смешивать Поиск и РСЯ в одной кампании; охватные каналы в тематике настраивают отдельно.
- Ждать продаж при бюджете 3 000 ₽ в месяц: получается около двух обращений в месяц, и кампания не проходит порог обучения.

Чек-лист перед запуском

1. Настроены цели «заявка на покупку» и «звонок с сайта» в Метрике, подключён коллтрекинг.
2. Собран список товарных запросов: купить, типы замены, растворы, названия моделей.
3. Минус-слова добавлены: «проверка зрения», «диагностика», «бесплатно», «скачать», «игра».
4. Запущена одна поисковая кампания с ограниченным автоподбором; недельный бюджет на старте — 15 430 ₽.
5. РСЯ и ретаргетинг настроены отдельными кампаниями и добавлены после 10 конверсий в неделю.

Продвижение контактных линз в Яндекс: с чего начать?

С настройки целей «заявка на покупку» и «звонок с сайта» и коллтрекинга. Без них Яндекс не увидит заявки и не сможет обучить автостратегию; порог обучения — 10 конверсий в неделю, недельный бюджет под это 15 430 ₽.

Сколько стоит реклама контактных линз в Яндекс Директе?

Клик стоит 94 ₽, обращение — 1 543 ₽. Прогнозная вилка цены обращения — от 964 до 2 572 ₽, поэтому среднее значение 1 543 ₽ закладывают в расчёты.

Как продавать контактные линзы через Яндекс Директ?

Запускайте отдельные кампании: поиск — по запросам с «купить», рекламную сеть и ретаргетинг — на тех, кто уже был на сайте. На обучение автостратегии заложите 66 349 ₽ в месяц; пока бюджет меньше, алгоритм будет работать на клики.

Как продвинуть контактные линзы в интернете при маленьком бюджете?

При 3 000 ₽ в месяц поисковая кампания приносит около двух заявок — для обучения мало. Лучше собрать одну кампанию по самым горячим запросам и поднять недельный бюджет хотя бы до 15 430 ₽.

Какие запросы по контактным линзам самые перспективные?

«Однодневные линзы» дают 23 423 показа, «растворы для линз» — 47 145, «контактные линзы купить» — 12 787. Добавляйте к ним запросы с названиями моделей из вашего ассортимента: там конкуренция ниже, а намерение купить выше.

Когда подключать рекламную сеть Яндекса в тематике?

Когда поисковый спрос выбран, а это около 3 304 476 ₽ в месяц. Дальше охват растут сетями и ретаргетингом, но основой остаётся поисковая кампания.

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, kupilova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «контактные линзы», 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.