

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ПРОИЗВОДСТВО

Реклама кухонь на заказ в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, сентябрь 2026 · Москва и область

416 536

показов в месяц — спрос по семантике плана

122 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 14 ₽

348–927 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

23 908 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

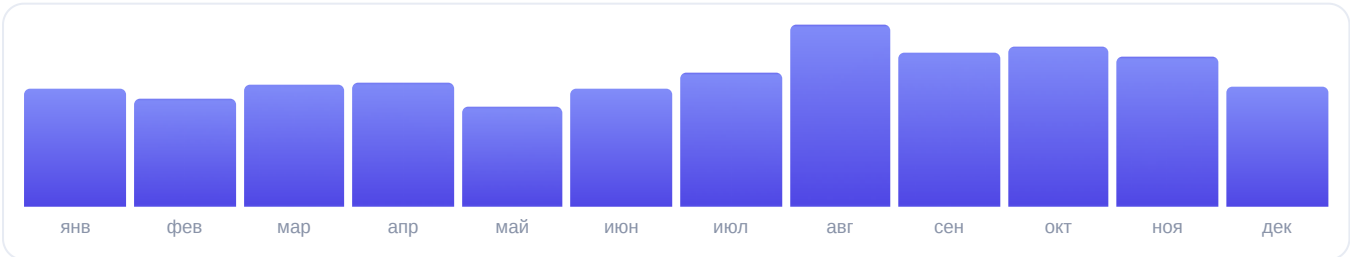
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-kuhni-na-zakaz-moskva
Регион разбора	Москва и область

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
купить мебель	77 678	171–200
магазин мебели	60 564	209–235
каталог мебели	56 808	142–155
мебель цены	35 058	203–233
мебель официальный каталог	30 595	159–172
мебель сайт каталог	30 278	160–173
купить кухню в москве	22 285	240–272
мебель на заказ	19 932	658–770
кухни на заказ	18 909	854–968
мебель недорого	17 316	615–688
купить кухонный гарнитур	10 137	193–210
заказать кухню	8 714	749–821
кухни от производителя	6 777	628–679
угловой кухонный гарнитур	5 269	197–210
шкаф-купе на заказ	5 107	794–864
купить угловую кухню	4 921	212–232
заказать мебель	4 325	582–644
кухни от производителя москва	4 163	616–678
кухни на заказ москва	3 898	1 031–1 167
мебель от производителя	3 888	290–354

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 370 408, февраль — 341 275, март — 382 894, апрель — 391 218, май — 316 304, июнь — 370 408, июль — 420 351, август — 570 179, сентябрь — 486 941, октябрь — 499 427, ноябрь — 474 456, декабрь — 374 570 показов.

● Сколько это стоит

122 Р

цена клика при полном охвате

556 Р

цена обращения
оценка до запуска

47 816 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	100%	14	556

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

● Сценарии бюджета

что получится при разных суммах

БЮДЖЕТ, Р/МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	14	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
14 000	25	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
24 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
40 000	72	Кампания наберёт данные	1	4
48 000	86	Рабочая кампания	1	4
68 000	122	Рабочая кампания	1	4
114 000	205	Рабочая кампания	3	16
191 000	344	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 556 Р (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндексa нужно 10 обращений в неделю на обучение — 23 908 Р/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Кухня на заказ от производителя **горячий**

Кто: Владелец квартиры/дома в Москве и МО, который планирует установку или замену кухни и ищет производителя с собственным производством, а не салон-посредник

Что мешает: Готовая мебель не встает в габариты (трубы, вентиляция, неровные стены), страх переплатить салону и получить срыв сроков

О чём говорить: Собственное производство: 700+ вариантов, кухня под ключ от замера до установки, за погонный метр с основным наполнением, гарантия до 5 лет. Головной родовой спрос — бюджетный/стилевой сегмент уходит в заголовки и на посадочную, а не в ключи

Кухня на заказ — цена и недорого **горячий**

Кто: Считает бюджет, гуглит «сколько стоит кухня на заказ», цену за погонный метр, эконом-класс, рассрочку; сравнивает варианты

Что мешает: Непонятно, из чего складывается цена; боится, что на замере «раскрутят» на допы и итог выйдет дороже

О чём говорить: Прозрачный расчёт по погонным метрам с наполнением; рассрочка, столешница в подарок, скидки пенсионерам и молодожёнам, скидка месяца — офферами в тексты и быстрые ссылки, без отдельных групп под каждую акцию

Вызов замерщика (бесплатный замер) **горячий**

Кто: Человек уже выбрал исполнителя или почти готов: хочет снять размеры, увидеть материалы и получить точную смету в своих габаритах

Что мешает: Страх ошибиться в размерах самому и заказать «не то»; нужна точная цена до заказа

О чём говорить: Бесплатный выезд дизайнера-замерщика, замер + консультация по материалам на месте, смета сразу; единственный СТА — записаться на замер

Угловая кухня на заказ **горячий**

Кто: Владелец типовой квартиры (П-/Г-образная планировка), которому нужно выиграть место и вписать мойку, плиту и вентиляцию в угол

Что мешает: Угол занят коммуникациями, готовые гарнитуры не встают или «съедают» рабочую зону

О чём говорить: Угловые гарнитуры по вашим размерам (модель «Олимпия угловая»), металлическая фурнитура, мойка из нержавеющей стали; гео и сроки — ключами внутри группы

Шкаф-купе на заказ **горячий**

Кто: Владелец квартиры в Москве/МО, обустроивший хранение в прихожей, спальне или гостиной и ищущий шкаф по индивидуальным размерам

Что мешает: Стандартные шкафы не встают в проём/нишу и не совпадают по высоте потолка

О чём говорить: Шкаф-купе на заказ от того же производителя: размер под стену, зеркала, ящики, фотопечать, гарантия 5 лет, доставка и сборка 1–2 дня

Шкаф-купе в прихожую / в нишу **горячий**

Кто: Обустроивает узкий коридор или нестандартную нишу: «шкаф купе в нишу по размеру», «шкафы на заказ в прихожую»

Что мешает: Узкая прихожая и ниша: готовая мебель не подходит по ширине, глубине, мешает проём или выступ

О чём говорить: Проектируем шкаф под ваш проём и высоту потолка, встроенные решения, зеркальные двери

● Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Целевая стратегия	Максимум конверсий
Когда переключаться	Когда кампания набирает 10 конверсии в неделю и держит их две недели подряд — алгоритму хватает данных, и стратегию переводят на «Максимум конверсий».
Каналы	Только Поиск, сети выключены
Что считаем обращением	Лид: отправка формы / сообщение в чате, Звонок с сайта
Без чего запускать бессмысленно	Подключить подменный номер на телефон или отдельную кнопку «Позвонить менеджеру за консультацией»; звонок = конверсия. Настроить цель «Звонок» в Метрике через Call Tracking или, как быстрый вариант, цель «Клик по телефону» на.

● Что отсекаем минус-словами

порно	авито	секс	бу	ремонт	своими руками	скачать	китайск	б у	обои	инструкц
что такое	форум	курсы	обучение	бесплатно	торрент	реферат	курсовая	диплом		
вакансия	вакансии	резюме								

Продвижение кухонь на заказ: спрос в Москве и области

Кухни и мебель в Москве и области ищут 416 536 раз в месяц — столько показов собирает спрос, 49 568 из них заканчиваются кликом. Большая часть объёма — не заказ, а выбор: «купить мебель» — 77 678 показов, «магазин мебели» — 60 564, «каталог мебели» — 56 808. Заказ начинается ниже:

- «купить кухню в москве» — 22 285 показов;
- «мебель на заказ» — 19 932;
- «кухни на заказ» — 18 909;
- «купить кухонный гарнитур» — 10 137;
- «заказать кухню» — 8 714;
- «кухни от производителя» — 6 777;
- «шкаф-купе на заказ» — 5 107. Последний запрос — соседний спрос: владелец квартиры часто закрывает кухню и шкаф одной сделкой, поэтому продвижение кухонь на заказ почти всегда тянет за собой шкафы-купе. Сезон: сентябрь идёт с коэффициентом 1,17 к среднему году — 486 941 показ, то есть спрос выше обычного. Выше только август (1,37), октябрь (1,2) и ноябрь (1,14); провал — май (0,76) и февраль (0,82). Спрашивают при этом не только про рекламу: запросы вроде «как продавать мебель в магазине» — про офлайн-точку, а в интернете сценарий другой — человек ищет производителя и замерщика, а не прилавок. Кейсы продвижения мебели из других регионов и форматов сюда переносятся плохо: структура спроса в Москве своя.

Сколько стоит реклама кухни на заказ

Цена клика при полном охвате — 122 ₽. По отдельным запросам аукцион запрашивает другие суммы за вход: «кухни на заказ» — от 854 до 968 ₽, «заказать кухню» — от 749 до 821 ₽, «мебель на заказ» — от 658 до 770 ₽, «купить кухню в москве» — от 240 до 272 ₽. Это ставка входа, а не цена клика: столько запрашивают за право участвовать в аукционе, списывается меньше, а итог по кампании держится около 122 ₽ за клик при полном охвате. Цена обращения — 556 ₽. Это ориентировочная оценка до запуска по отраслевому бенчмарку, собственных измерений по счётчику ещё нет; вилка прогноза — от 348 до 927 ₽. Доля рекламных расходов заложена в 2 % выручки. Бюджет обучения автостратегии — 5 560 ₽ в неделю, или 23 908 ₽ в месяц: при нём кампания набирает 10 конверсий в неделю, и алгоритм переходит с кликов на заявки. Бюджет 3 000 ₽ в месяц даёт 1,3 заявки в неделю, 14 000 ₽ — 5,9 заявки; мало: автоматика работает неточно, и заявки выходят дороже. Уверенная работа начинается с 47 816 ₽ в месяц — вдвое выше порога обучения.

Как настроить Яндекс Директ для кухонь на заказ

В плане для кухонь на заказ работает только Поиск — он занимает 100 % каналов, рекламные сети выключены: тематические площадки спрос не добирают. На старте это одна кампания только по самому горячему спросу — бюджет концентрируется, и кампания быстрее набирает статистику. Правильно начинать с поиска, а не с охвата. Стартовая стратегия — «Максимум кликов»: данных по заявкам ещё нет, кампания учится на кликах. Переход на «Максимум конверсий» делают, когда кампания набирает 10 конверсий в неделю и держит их две недели подряд. Сети — не часть старта, а ступень роста: просить тематические площадки имеет смысл, когда поисковый спрос выбран, а это 6 047 296 ₽ в месяц. Первая ступень — от 24 000 ₽ в месяц, когда в план добавляется немного сетей. Дальше состав растёт: от 114 000 ₽ в месяц в плане появляются отдельные кампании на Поиск, сети и ретаргетинг. Автоподбор в поисковой кампании отключить нельзя — Яндекс требует хотя бы одну активную категорию. Его ограничивают: оставляют только целевые категории под кухни, шкафы-купе и замер, а широкие мебельные запросы

отсекают. Ретаргетинг собирается из трёх аудиторий: были на сайте и не оставили заявку; смотрели кухню и не дошли до формы; похожие на тех, кто заявку оставил.

Как продавать кухни на заказ через Яндекс Директ: запросы и объявления

Ядро — запросы, где человек уже выбирает исполнителя: «кухни на заказ» (18 909 показов), «мебель на заказ» (19 932), «заказать кухню» (8 714), «кухни от производителя» (6 777), «купить кухню в москве» (22 285), «купить кухонный гарнитур» (10 137). Рядом — соседний спрос: «угловой кухонный гарнитур» (5 269) и «шкаф-купе на заказ» (5 107) — угловая планировка и узкая прихожая решаются у того же производителя. Широкие мебельные запросы — «купить мебель» (77 678 показов), «магазин мебели» (60 564), «каталог мебели» (56 808), «мебель цены» (35 058) — отдельными группами не берут: это поиск любой мебели, кухонь на заказ среди таких кликов мало. Их подключают только в связке со словами «на заказ» или «кухня». Минус-слова отсекают четыре потока:

- вторичка — «бу», «б у», «авито»;
- самодел и инструкции — «своими руками», «инструкц», «что такое», «скачать», «торрент»;
- учёба и документы — «курсы», «обучение», «реферат», «курсовая», «диплом», «форум»;
- соискатели и соседние темы — «вакансии», «резюме», «обои», «ремонт», «китайск». Отдельно отсекают мусорный трафик «порно» и «секс». Без списка показы уходят на чужие интенды, и цена обращения растёт: 556 ₽ превращаются в верхнюю часть вилки.

Что писать в объявлениях о кухнях на заказ

Объявление адресуется тому, кто уже выбирает исполнителя. От заявки удерживают три страха: кухня не встанет в габариты из-за труб, вентиляции и неровных стен; на замере «раскрутят» на допы, и итог выйдет дороже расчёта; салон-посредник сорвёт сроки. Эти страхи и закрывает текст:

- собственное производство и расчёт по погонному метру с наполнением;
- бесплатный выезд дизайнера-замерщика со сметой сразу на месте;
- изготовление под ваши размеры, включая угол с коммуникациями и узкую нишу под шкаф-купе;
- один замер и один договор, если кухня и шкаф заказываются вместе;
- рассрочка и доставка с монтажом для того, кто обустраивает новостройку с нуля. Заголовок для группы «купить кухню в москве» и заголовок для «заказать кухню» должны быть разными: в первом случае человек ещё выбирает модель, во втором — готов звать замерщика. Для горячих запросов действие в объявлении одно — записаться на замер. Для холодных, вроде «дизайн-проект кухни», шаг мягче: консультация и проект.

Что измерять при продвижении кухонь на заказ

Запускать, не настроив учёт заявок, бессмысленно: цена обращения 556 ₽ пока остаётся оценкой, и подтвердить её можно только счётчиком. Основные цели — отправка формы или сообщение в чате и звонок с сайта. Промежуточные действия, по которым видно, что человек подошёл к заявке: клик «Вызвать замерщика», открытие калькулятора и начало заполнения формы. Минимальный набор — подменный номер телефона или отдельная кнопка «Позвонить менеджеру за консультацией», где звонок считается обращением. Без этого часть заявок в тематике кухонь на заказ не видна: разговор с дизайнером-замерщиком часто начинается по телефону, а не через форму. Если счётчик видит только формы, кампания оптимизируется по неполной картине, и бюджет обучения уходит впустую: перехода на оптимизацию по заявкам не случится, потому что нужные 10 конверсий в неделю просто не соберутся.

Типичные ошибки: кухни на заказ

- Оптимизировать кампанию по кликам и не считать заявки: клики дешёвые, а цена обращения 556 ₽

- Стартовать с 3 000–14 000 ₽ в месяц: при таком бюджете выходит 1,3–5,9 заявки в неделю, автоматика работает неточно, и заявки дороже, чем в плане.
- Брать в ядро «купить мебель» и «каталог мебели» с 56 808–77 678 показами: это поиск любой мебели, доля кухонь на заказ среди таких кликов мала.
- Не минусовать «бу», «авито», «своими руками» и «ремонт»: показы уходят на вторичку и самодел, а бюджет сгорает на чужих интентах.
- Запускать без цели «звонок»: часть обращений в тематике кухонь на заказ приходит по телефону, и кампания обучается на неполных данных.

Чек-лист перед запуском

1. Поставить на сайт подменный номер или отдельную кнопку звонка и настроить цели «звонок» и «форма заявки».
2. Собрать ядро из кухонных запросов от 6 777 до 22 285 показов и отсеять вторичку, учёбу и соискателей минус-словами.
3. Ограничить категории автоподбора целевыми запросами: широкие мебельные категории тянут показы по любой мебели.
4. Запустить одну кампанию на Поиске со стратегией «Максимум кликов» и бюджетом не ниже 5 560 ₽ в неделю.
5. После 10 конверсий в неделю, продержавшихся две недели подряд, перевести кампанию на «Максимум конверсий».

Как продавать кухни на заказ через Яндекс Директ?

Начинать с Поиска: он даёт 416 536 показов в месяц по Москве и области, цена клика при полном охвате — 122 ₽, цена обращения — 556 ₽. Кампания запускается на стратегии «Максимум кликов» с бюджетом 5 560 ₽ в неделю и переходит на оптимизацию по заявкам после 10 конверсий в неделю.

С чего начать продвижение кухонь на заказ?

С цели «звонок» и формы заявки на сайте — без них обучение идёт по кликам. Второй шаг: ядро из кухонных запросов и минус-слова против вторички. Бюджет обучения автостратегии — 23 908 ₽ в месяц; на 3 000 ₽ в месяц выходит 1,3 заявки в неделю, и мало.

Как продвинуть кухни на заказ в интернете?

В плане для кухонь на заказ Поиск занимает 100 % каналов — сети спрос не добирают. Тематические площадки подключаются как ступень роста, когда поисковый спрос выбран, а это 6 047 296 ₽ в месяц; до отметки расширяться внутри Поиска дешевле.

Как рекламировать кухни на заказ?

Объявлением закрывать три страха: не встанет в габариты, раскрутят на замере, сорвут сроки. В тексте работает бесплатный замер со сметой и расчёт по погонному метру, действие — запись на замер. Вилка цены обращения — 348–927 ₽, и низ вилки дают узкие кухонные запросы, а не «купить мебель» с 77 678 показами.

Сколько стоит реклама кухни на заказ?

Клик — 122 ₽ при полном охвате, обращение — 556 ₽. Кампания обучается с 5 560 ₽ в неделю, это 23 908 ₽ в месяц; уверенная работа начинается с 47 816 ₽ в месяц — вдвое выше порога обучения.

Быстро ли появятся заявки при продвижении кухонь на заказ?

Клики идут сразу, но оптимизация по заявкам начинается после 10 конверсий в неделю, которые кампания держит две недели подряд. До этого «Максимум кликов» собирает статистику, и при бюджете 5 560 ₽ в неделю первые обращения приходят уже в первые недели.

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 «кухни на заказ», 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.