

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ

Реклама мужской одежды милитари в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, август 2026 · вся Россия

3 378 742

показов в месяц — спрос по семантике плана

78 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 9 ₽

222–592 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

15 265 ₽

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-muzhskaya-odezhda-militari
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
кроссовки мужские	470 622	61–63
купить кроссовки	369 076	73–75
мужская футболка	286 381	63–65
мужская одежда	281 746	87–91
мужские рубашки	256 921	53–55
мужская обувь	238 450	53–55
мужские куртки	236 912	40–42
мужские джинсы	220 843	54–56
мужские кроссовки купить	119 380	58–60
мужские ботинки	85 814	50–52
одежда для мужчин	59 182	69–72
купить мужскую куртку	55 024	37–38
купить мужскую футболку	52 297	56–57
купить мужские джинсы	49 240	49–51
мужские ветровки	45 720	46–47
мужские брюки купить	45 223	51–53
магазин мужской одежды	44 985	106–110
купить мужскую рубашку	43 449	48–50
военная одежда	33 982	53–55
кроссовки цена	27 149	50–51

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 2 367 092, февраль — 2 096 567, март — 2 705 248, апрель — 2 637 617, май — 2 164 198, июнь — 2 434 723, июль — 2 569 986, август — 3 313 929, сентябрь — 3 618 269, октябрь — 6 289 702, ноябрь — 7 202 723, декабрь — 3 144

● Сколько это стоит

78 ₽

цена клика при полном охвате

355 ₽

цена обращения
оценка до запуска

30 530 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	9	355

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	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	14	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
8 000	22	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
12 000	34	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
16 000	45	Кампания наберёт данные	1	4
19 000	53	Кампания наберёт данные	1	4
30 000	85	Кампания наберёт данные	1	4
31 000	87	Рабочая кампания	1	4
48 000	135	Рабочая кампания	3	16
77 000	217	Рабочая кампания	3	16
122 000	344	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 355 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндексa нужно 10 обращений в неделю на обучение — 15 265 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Военторг и магазин милитари горячий

Кто: Мужчины, ищущие специализированный военторг или магазин тактической одежды онлайн

Что мешает: Сложно найти надежный магазин с широким ассортиментом военной одежды и обуви

О чём говорить: Бесплатный самовывоз, доставка

Куртки и ветровки милитари горячий

Кто: Ищут конкретно военные или тактические куртки, ветровки для мужчин (повседневные, outdoor)

Что мешает: Нужна прочная, стильная куртка с военным характером, часто с карманами, на весну/осень

О чём говорить: Куртки милитари от мировых брендов. Гигантский выбор, размеры до 5XL, оперативная доставка

Парки и бушлаты горячий

Кто: Ищут тёплые мужские парки, бушлаты в военном стиле для зимы

Что мешает: Требуется тёплая, долговечная парка или бушлат, которые выдержат суровые условия

О чём говорить: Парки и бушлаты с мужским характером. Большой ассортимент

Обувь милитари: ботинки, берцы, сапоги горячий

Кто: Покупатели мужской военной обуви: берцы, тактические ботинки, зимние сапоги

Что мешает: Нужна качественная обувь для активного отдыха, работы или повседневной носки, устойчивая к износу

О чём говорить: Берцы, ботинки и сапоги в стиле милитари. Огромный каталог, бесплатный самовывоз через 2 часа

Камуфляжная одежда горячий

Кто: Мужчины, целенаправленно ищущие камуфляжную форму, штаны, куртки

Что мешает: Хотят найти полный комплект камуфляжа или отдельные предметы, часто для охоты или страйкбола

О чём говорить: Камуфляж на любой вкус: Multicam, Flecktarn и др. Одежда с мужским характером, доставка

Скидки и распродажа военной одежды горячий

Кто: Ценочувствительные покупатели, ищущие скидки, распродажи мужской одежды в стиле милитари

Что мешает: Хотят найти качественную военную одежду по сниженной цене, ловят акции

О чём говорить: Распродажа одежды милитари до -50%

■ 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	Оформление заказа, Телефонный звонок

■ Что отсекаем минус-словами

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

Спрос и продвижение мужской одежды милитари: сколько ищут и какими словами

В Яндексе мужскую одежду милитари ищут 3,38 млн раз в месяц — это 169 тыс. переходов по рекламе. Спрос делят на два типа: общие категории («мужские куртки» — 237 тыс. показов, «мужские ботинки» — 86 тыс.) и запросы с готовностью купить («купить мужскую куртку» — 55 тыс., «купить мужские джинсы» — 49 тыс.). Для рекламы ценны вторые: человек уже решил, что хочет, и сравнивает предложения. Сезонность сильная: в ноябре спрос в 2,13 раза выше среднего, в октябре — в 1,86. Сейчас индекс сезонности 1,07 — спрос на 7% выше среднемесячного. Если планируете запуск к осени, стартуйте в конце лета, чтобы к пику кампания успела обучиться и накопить статистику.

Сколько стоит реклама мужской одежды милитари: клик, заявка, бюджет

Клик по рекламе мужской одежды милитари при полном охвате спроса стоит 78 ₽. Целевое обращение — заявка или звонок — обходится в среднем в 355 ₽; прогнозный диапазон — 222–592 ₽. Чтобы автоматическая стратегия Яндекса обучилась, кампании нужно 10 конверсий в неделю. Такой объём обеспечивает бюджет от 3 550 ₽ в неделю или от 15 265 ₽ в месяц. Если бюджет ниже, кампания не набирает нужной статистики: алгоритм работает вслепую, а цена обращения смещается к верхней границе вилки. Поэтому минимальный осмысленный бюджет для теста — 15 265 ₽, а не 3–5 тыс. Пока кампания не набрала конверсий, стратегия работает на «Максимум кликов», после — переключается на «Максимум конверсий».

Как настроить Яндекс Директ для мужской одежды милитари

Для мужской одежды милитари на старте достаточно одной поисковой кампании. Рекламные сети Яндекса (РСЯ) в тематике не подключают: они дают показы без целевых заявок, пока не исчерпан поисковый спрос. Поиск — канал, где человек уже ищет товар, поэтому цена обращения здесь ниже. Когда поиск выбран — а это около 13,2 млн ₽ в месяц суммарного спроса по нише, — подключайте РСЯ и ретаргетинг для роста охватом. Внутри поисковой кампании Яндекс требует хотя бы одну активную категорию автоподбора (автотаргетинга). Отключить его нельзя, поэтому ограничьте категории: оставьте только те, что соответствуют ассортименту, и добавьте минус-слова. До бюджета 30 тыс. ₽ в месяц держите всё в одной кампании, чтобы алгоритму хватило данных. При больших бюджетах структура усложняется — появляются отдельные кампании, но на старте они не нужны.

Как продавать мужскую одежду милитари через Яндекс Директ: запросы и объявления

Собирайте семантику по товарным группам: берцы, тактические штаны, камуфляжные костюмы, парки, бушлаты, футболки с милитари-принтом. Основу ядра составляют запросы с «купить», «цена», «размер». Пятнадцать самых частых фраз тематики дают около 2,8 млн показов в месяц. Минус-слова обязательны — без них бюджет уходит на информационный спрос: «обучение», «курсы», «выкройка», «своими руками», «бесплатно», «скачать», «торрент», «бу», «б у». Если вы не продаёте женскую одежду, добавьте «женский» в минус-слова. Слова отсекают нецелевые показы и экономят бюджет.

Что писать в объявлениях для милитари-магазина

В объявлениях для мужской одежды милитари выводите выгоду, которая важна покупателю. Из данных по нише сильнее всего работают: размеры до 5XL, бесплатный самовывоз через 2 часа, скидки до 50%. Заголовок «Куртки милитари до 5XL» или «Распродажа милитари до -50%» сразу говорит, чего ждать. В

ищут конкретные расцветки — называйте их: Multicam, Flecktarn. Для тёплых вещей — парки, бушлаты — отмечайте, что модель выдерживает суровые условия, иначе покупатель уйдёт к конкуренту.

Что измерять в рекламе милитари-одежды до запуска

До запуска настройте цели в Яндекс.Метрике. Макро-цели — оформление заказа и телефонный звонок: именно их Яндекс будет считать конверсиями для обучения. Микро-цели — подписка на e-mail, открытие чата, отправка формы: они показывают интерес на ранних этапах. Без целей вы не узнаете фактическую цену обращения: цифра 355 ₽ в данных — это отраслевой бенчмарк, а не замер вашего магазина. Контролируйте долю рекламных расходов (ДРР): норма для ниши — 10%, предел — 50%. Когда кампания стабильно получает 10 конверсий в неделю две недели подряд, переключайте стратегию с «Максимум кликов» на «Максимум конверсий».

Типичные ошибки: мужская одежда милитари

- Запуск с бюджетом 3 000 ₽/мес. Кампания не набирает 10 конверсий в неделю и работает вслепую, а заявки обходятся дороже прогноза.
- Отсутствие минус-слов. Запросы «обучение», «выкройка», «своими руками» — не покупатели; бюджет уходит на информационный трафик.
- Скрытие размеров. Магазины, которые не пишут «до 5XL», теряют клиентов с крупными размерами — в данных это отдельный сегмент с сильной болью.
- Запуск на общих запросах без привязки к милитари. Люди ищут «мужские джинсы» — а вы продаёте тактические; цена клика 78 ₽ достаётся нецелевому посетителю.
- Нет целей в Метрике. Невозможно понять, сколько стоит заявка и какая кампания окупается.

Чек-лист перед запуском

1. Настроены макро-цели в Метрике: «Оформление заказа» и «Телефонный звонок».
2. Собрана семантика по группам и добавлены минус-слова: обучение, курсы, выкройка, бу, бесплатно.
3. Бюджет месяца не ниже 15 265 ₽ — он обеспечивает 10 конверсий в неделю.
4. Создана одна поисковая кампания, в объявлениях указаны размеры до 5XL, доставка и скидка.
5. Через две недели проверено число конверсий: при 10+ в неделю стратегию переключили на «Максимум конверсий».

Сколько стоит реклама мужской одежды милитари в Яндекс Директе?

Клик по рекламе стоит 78 ₽, целевое обращение — в среднем 355 ₽. Для обучения автостратегии нужен бюджет от 15 265 ₽ в месяц.

С чего начать продвижение мужской одежды милитари?

Настройте цели в Метрике, соберите семантику с «купить» и запустите одну поисковую кампанию. Минимальный рабочий бюджет — 15 265 ₽ в месяц.

Как продавать мужскую одежду милитари через Яндекс Директ?

Запустите поисковую кампанию по горячим фразам. Например, «купить мужскую куртку» даёт 55 тыс. показов в месяц — это готовые покупатели.

Какой бюджет нужен, чтобы кампания приносила стабильные заявки?

От 15 265 ₽ в месяц для 10 конверсий в неделю. При 31 000 ₽ — 20 конверсий (87 заявок в месяц), при 48 000 ₽ — 135 заявок.

Почему при маленьком бюджете нет заявок?

Кампании не хватает конверсий для обучения: нужно 10 в неделю. При бюджете 3 000 ₽ в месяц вы получаете 9 в месяц — алгоритм работает неточно.

Что делать, если заявки дороже 355 ₽?

Проверьте минус-слова и тексты объявлений. Если бюджет ниже 15 265 ₽/мес, поднимите его до порога — после обучения цена обращения снижается.

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 «мужская одежда милитари», 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.