

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ

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

Данные обезличенного медиаплана, август 2026 · вся Россия

4 186 490

показов в месяц — ёмкость спроса

9 ₽

цена клика по прогнозу Яндекса

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	https://kdirect.ru/reklama/reklama-muzhskaya-odezhda
Регион разбора	вся Россия

Как ищут: запросы и цена клика

прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	ЦЕНА КЛИКА, Р
кроссовки мужские	470 622	61–63
купить кроссовки	369 076	73–75
мужская футболка	286 381	63–65
мужские футболки	286 378	63–65
мужская одежда	281 746	87–91
мужские рубашки	256 921	53–55
мужская рубашка	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
мужские куртки купить	55 024	37–38
купить мужскую футболку	52 297	56–57
мужские футболки купить	52 297	56–57
футболка мужская купить	52 297	56–57
купить мужские джинсы	49 240	49–51
мужские ветровки	45 720	46–47

Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 3 014 273, февраль — 2 637 489, март — 3 432 922, апрель — 3 349 192, май — 2 763 083, июнь — 3 349 192, июль — 3 474 787, август — 4 186 490, сентябрь — 4 605 139, октябрь — 7 954 331, ноябрь — 9 126 548, декабрь — 3 977 166 показов.

Сколько это стоит

9 ₽
цена клика

355 ₽
цена обращения
оценка до запуска

30 530 ₽
бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА, ₽	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	23	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
12 000	34	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
15 000	43	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
19 000	54	Кампания наберёт данные	1	4
30 000	86	Кампания наберёт данные	1	4
31 000	88	Рабочая кампания	1	4
48 000	136	Рабочая кампания	3	16
77 000	219	Рабочая кампания	3	16
122 000	347	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 355 ₽ (отраслевой бенчмарк — ориентировочно). Автоматике Яндекса 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: Самый большой выбор одежды в стиле милитари с 2007 года. Бесплатный самовывоз в Москве, доставка по РФ

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, скидка 15% постоянным

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 по РФ

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%. Дисконтная программа: постоянная скидка 15%

■ 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	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: сколько ищут и какими словами

Мужская одежда — стабильно востребованная тема в интернет-рекламе. В месяц пользователи вводят в Яндекс около 4 186 490 запросов, связанных с мужской одеждой. Самый частый запрос — «кроссовки мужские» — набирает 470 622 показа в месяц. Почти столько же — «купить кроссовки» (369 076), «мужская футболка» (286 381), «мужские рубашки» (256 921). Запросы быстро переходят в покупку: большая часть формулировок содержит слово «купить»: «купить кроссовки», «купить мужские джинсы», «купить мужскую куртку». Это значит, что реклама на поиске работает на уже готовую аудиторию.

Сезонность в мужской одежде выражена сильно. За точку отсчёта возьмём август: спрос на него равен 1. В октябре интерес вырастает до 1,9, в ноябре — до 2,18. Это пик продаж осенью: люди утепляются, покупают куртки, джинсы, ботинки. В феврале спрос падает до 0,63 от августовского — это глухой сезон, когда рекламный бюджет лучше сокращать или переносить на подготовку к весне.

Кто ищет и на какой стадии решения

По модели поведения мужская одежда относится к повторным покупкам: человек покупает джинсы не один раз в жизни, а регулярно. Это значит, что рекламу можно показывать не только новым клиентам, но и возвращать тех, кто уже покупал. Средний ценовой сегмент подразумевает покупателей, которые сравнивают цены и читают отзывы. Мужская одежда — это в основном продажи конечным покупателям: люди ищут для себя, а не для перепродажи. Большая часть запросов — с явным намерением купить: «купить мужские кроссовки» (119 380 показов), «купить мужскую одежду» (13 213), «магазин мужской одежды» (44 985). Встречаются и информационные запросы — например, «выбрать кроссовки» (13 742), но они дают меньше конверсий. Поэтому рекламную кампанию лучше строить вокруг «горячих» запросов с «купить», а информационные использовать для ретаргетинга.

Сколько стоит реклама в Яндекс Директе для мужской одежды

Средняя цена клика в мужской одежде — 9 рублей. Это невысокий показатель: конкуренция ниже, чем в той же электронике или недвижимости. Но по отдельным запросам цена сильно отличается. Так, «магазин мужской одежды» стоит 106–110 рублей за клик, а «мужские куртки» — 40–42 рубля. Цена за заявку (в Директе её называют CPA — стоимость целевого действия) в среднем составляет 355 рублей. Чтобы реклама работала стабильно, нужно дать алгоритмам Яндекса обучиться. Для требуется не менее 10 заявок в неделю. Исходя из средней цены заявки, ежемесячный бюджет на обучение должен быть около 15 265 рублей. Комфортный бюджет для полноценной кампании — от 30 530 рублей в месяц. Если бюджет меньше 15 000 рублей, кампания будет работать в нестабильном режиме: алгоритмы не успеют понять, кто ваш клиент, и вы будете переплачивать. Важно: средняя конверсия в заявку в нише — 2,5%. Это значит, что из 1000 кликов по рекламе вы получите в среднем 25 заявок. На основе можно прогнозировать заявки при разном бюджете.

Как настроить Яндекс Директ для мужской одежды

Структура кампании зависит от бюджета. При малом бюджете (до 15 000 рублей в месяц) запускается одна кампания только на Поиске. Она собирает статистику и позволяет обучить алгоритмы на раннем этапе. Как только бюджет переходит за 19 000 рублей, к Поиску подключается РСЯ — рекламная сеть Яндекса, то есть показ на тематических сайтах. При бюджете от 48 000 рублей кампании нужно разделить: отдельно на Поиск, отдельно на РСЯ, отдельно на ретаргетинг — показ тем, кто уже заходил на ваш сайт. На бюджете от 77 000 рублей добавляются автотаргетинг (автоматический подбор аудитории по всему Яндексу) и товарная кампания — витрина с вашими товарами. Разделение кампаний нужно, чтобы каждая решала свою задачу. Например, на Поиске вы ловите людей, которые уже ищут мужскую одежду, а на РСЯ — тех, кто ещё не знает о вас, но проявляет интерес. Ретаргетинг возвращает посетителей, которые смотрели

рекламу не тем людям. Совет: на старте не объединяйте все типы кампаний в одну. Дайте каждой отдельную задачу и бюджет.

Какие запросы брать и что отсекать

Основу семантики для магазина мужской одежды составляют запросы с «купить»: «купить кроссовки», «купить мужскую рубашку», «купить мужскую куртку». Они показывают, что человек уже выбрал товар и ищет, где его купить. Также полезны запросы с названием категории без «купить» — например, «мужские джинсы» (220 843 показа) или «мужские футболки» (286 378). Они привлекают людей на стадии выбора, но конверсия ниже. Минус-слова обязательны. Отсекайте запросы с «бесплатно», «б/у», «своими руками», «выкройка», «фото». В мужской одежде много людей ищут «военная одежда» (33 982 показа) и «тактическая одежда» (14 254), «магазин военторг» (24 469). Если ваш магазин не продаёт такие товары, добавьте слова в минус-слова, чтобы не тратить бюджет впустую. Также обратите внимание на «купить кроссовки в москве» (22 102 показа) — если у вас нет доставки в Москву или вы работаете только в своём регионе, запрос тоже нужно исключить, но если работаете по всей России — используйте.

Что писать в объявлениях для мужской одежды

В заголовке объявления обязательно используйте ключевой запрос и слово «купить». Например: «Купить мужские рубашки», «Мужские джинсы — купить». Так вы сразу показываете, что предложение соответствует запросу. В тексте объявления перечислите ключевые категории товаров: джинсы, куртки, футболки, рубашки. Если у вас есть бесплатная доставка на первый заказ или примерка при получении — напишите об этом. Важно, чтобы объявление вело на страницу, где именно товар можно купить. Если человек искал «мужские ботинки», он должен попасть на каталог ботинок, а не на главную страницу — иначе он уйдёт. Также используйте быстрые ссылки: «Каталог», «Новинки», «Распродажа», если они есть.

Что измерять и без чего запуск бессмыслен

Главный показатель в мужской одежде — доля рекламных расходов (ДРР). Это отношение затрат на рекламу к выручке с заказов. Норма для ниши — 10%. При среднем чеке 3 500 рублей цена заявки должна быть не выше 355 рублей (это 10% от чека). Если заявка дороже — кампания убыточна, нужно менять настройки. Также считайте конверсию сайта: отношение числа заявок к числу кликов. В среднем по нише она составляет 2,5%. Из 1000 кликов вы получите 25 заявок. Если конверсия ниже, проблема не в рекламе, а в сайте или предложении. Без настроенного счётчика целей (например, Яндекс Метрики) запуск рекламы бессмыслен. Вы не увидите, какие заявки пришли с рекламы, и не сможете рассчитать ДРР. Настройте цели до старта кампаний.

Типичные ошибки: мужская одежда

- Запуск рекламы без минус-слов — бюджет уходит на нецелевые запросы вроде «военная одежда» и «тактическая одежда».
- Использование одной кампании для поиска и площадок при бюджете от 48 000 рублей — алгоритмы не могут корректно обучиться.
- Отсутствие аналитики и счётчика целей — невозможно измерить окупаемость.
- Ориентация на общие запросы без «купить» — конверсия низкая.
- Запуск с бюджетом ниже 15 000 рублей и ожидание быстрых результатов.
- Неучёт сезонности: трата одинакового бюджета в феврале и ноябре.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать семантику: запросы с «купить» + категории без «купить».
2. Составить список минус-слов: бесплатно, б/у, своими руками, военная, тактическая и т.д.
3. Настроить цели в Яндекс Метрике и счётчик конверсий.
4. Определить бюджет: минимум 15 265 рублей на обучение.
5. Выбрать структуру: одна кампания на Поиск при бюджете до 15 000. отдельные кампании от 48 000.

6. Подготовить объявления с ключевыми запросами в заголовке и быстрыми ссылками.

7. Следить за ДРР: норма — 10%.

8. Пересматривать ставки и минус-слова еженедельно.

● Вопросы владельцев бизнеса

Сколько стоит реклама в Яндекс Директе для мужской одежды?

Средняя цена клика — 9 рублей, заявка — 355 рублей. Для обучения нужно от 15 265 рублей в месяц.

Как настроить Яндекс Директ для интернет-магазина одежды?

Начните с одной кампании на Поиске с бюджетом от 15 000 рублей, добавьте РСЯ при бюджете от 19 000, и разделите кампании от 48 000.

Как продвигать интернет-магазин мужской одежды?

Используйте запросы с «купить», настройте минус-слова, следите за ДРР на уровне 10%.

Нужно ли обучение для настройки рекламы?

Обучение нужно алгоритмам Яндекса: для требуется от 10 заявок в неделю. Бюджет на обучение — около 15 265 рублей.

Сколько показов у популярных запросов?

«Кроссовки мужские» — 470 622 показа, «купить кроссовки» — 369 076, «мужская футболка» — 286 381.

Что делать с сезонным спросом?

Увеличивайте бюджет в октябре и ноябре, сокращайте в феврале. Сезонность достигает 2,18 в ноябре.

Почему реклама не даёт заявки?

Возможно, бюджет ниже порога обучения (15 265 рублей/мес), или конверсия сайта ниже 2,5%.

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 «мужская одежда», 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.