

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ

Реклама ортопедических матрасов в Яндекс Директе: СКОЛЬКО СТОИТ заявка и как ЗАПУСТИТЬ

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · вся Россия

6 066 951

показов в месяц — ёмкость спроса

55 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 33 ₽

827–2 205 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

56 889 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

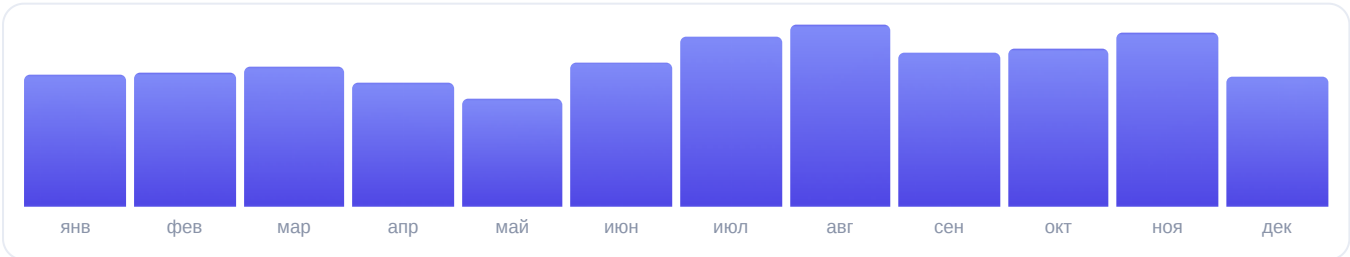
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-ortopedicheskie-matrasy
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
подушка	2 378 488	81–84
матрас	1 922 952	154–159
купить матрас	374 867	178–185
подушка купить	148 787	79–81
ортопедическая подушка	108 180	75–77
ортопедический матрас	97 270	167–174
ортопедические матрасы	97 270	167–174
подушка для сна	91 163	69–72
матрас 160x200	64 126	218–224
пружинный матрас	39 328	142–147
беспружинный матрас	38 404	171–177
матрас недорого	32 584	166–170
купить матрас недорого	28 522	166–170
матрас цена	28 367	88–92
матрас 140x200	22 881	209–219
ортопедический матрас купить	21 680	196–200
купить ортопедический матрас	21 680	196–200
ортопедическая подушка для сна	21 251	78–80
подушка для шеи	19 256	56–57
анатомическая подушка	18 243	86–89

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 5 460 256, февраль — 5 581 595, март — 5 824 273, апрель — 5 217 578, май — 4 550 213, июнь — 6 006 281, июль — 7 037 663, август — 7 523 019, сентябрь — 6 370 299, октябрь — 6 552 307, ноябрь — 7 219 672, декабрь — 5 399

● Сколько это стоит

55 Р

цена клика при полном охвате

1 323 Р

цена обращения
оценка до запуска

113 778 Р

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	100%	33	1 323

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	2	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	5	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
11 000	8	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
20 000	15	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
37 000	28	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
57 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
69 000	52	Кампания наберёт данные	1	4
114 000	86	Рабочая кампания	1	4
130 000	98	Рабочая кампания	1	4
243 000	184	Рабочая кампания	3	16
455 000	344	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 1 323 Р (оценка). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 56 889 Р/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Ортопедический матрас горячий

Кто: Взрослые от 25 до 55 лет, которые ищут качественный ортопедический матрас для здорового сна. Запросы: «купить ортопедический матрас», «ортопедический матрас цена», «ортопедический матрас недорого».

Что мешает: Хотят решить проблемы со спиной, улучшить качество сна. Нужен надёжный интернет-магазин с удобными условиями покупки, доставкой и возможностью возврата.

О чём говорить: Широкий выбор ортопедических матрасов с технологией TPE, гарантия 300 дней, скидки до 50%, бесплатная доставка.

Гибридный матрас горячий

Кто: Люди, целенаправленно ищущие гибридные матрасы (сочетание пружин и современных пен). Запросы: «гибридный матрас купить», «гибридный матрас отзывы», «лучший гибридный матрас».

Что мешает: Хотят получить поддержку пружин и анатомичность пены. Важен комфорт для пар, минимальная передача движений.

О чём говорить: Гибридные матрасы Blue Sleep с уникальным слоем TPE — упругость и воздухопроницаемость. Тест-драйв 100 дней.

Беспружинный матрас горячий

Кто: Люди, предпочитающие матрасы без пружин для точечной поддержки. Запросы: «беспружинный матрас купить», «анатомический матрас», «матрас с эффектом памяти».

Что мешает: Ищут матрас для разгрузки позвоночника, часто при болях в спине. Хотят гипоаллергенность и долговечность.

О чём говорить: Беспружинные матрасы из пен с эффектом памяти и TPE — идеальная поддержка и восстановление. Рассрочка 0%.

Детский матрас горячий

Кто: Родители (обычно мамы) детей от 3 до 14 лет. Запросы: «детский ортопедический матрас купить», «матрас для ребенка», «гипоаллергенный матрас для детей».

Что мешает: Забота о правильном формировании позвоночника ребёнка, безопасность материалов, отсутствие аллергии.

О чём говорить: Детские матрасы Blue Sleep Kids с гипоаллергенными покрытиями и зональной поддержкой. Сертифицировано, доставка.

Топпер горячий

Кто: Люди, которые хотят обновить старый матрас или улучшить спальное место на диване. Запросы: «топпер на матрас купить», «наматрасник ортопедический», «топпер для дивана».

Что мешает: Недовольны жёсткостью или мягкостью существующего матраса, хотят недорогое решение для комфорта.

О чём говорить: Топперы Blue Sleep Premium — до 5 см комфорта, снимают давление, подходят для любых оснований. Доставка, примерка.

Матрас от боли в спине горячий

Кто: Люди, страдающие от болей в спине, шее, остеохондроза. Запросы: «матрас от болей в спине купить», «какой матрас при грыже», «ортопедический матрас для спины».

Что мешает: Хроническая боль в спине, желание избавиться от дискомфорта во сне, избежать операций.

О чём говорить: Матрасы Blue Sleep с зональной поддержкой и TPE — рекомендованы при болях в спине. Гарантия возврата 300 дней.

■ 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

Только Поиск, сети **выключены**

■ Что отсекаем минус-словами

матрас

наматрасник

детский

наполнитель

askona

для детей

видео

авито

надувной

детская

двухспальный

подушка

ormatek

consul

своими руками

как сделать

ремонт

пошив

бесплатно

аренда

б/у

вакансия

работа

курсы

обучение

diy

инструкция

чертеж

сшить

скачать

Спрос и продвижение ортопедических матрасов: сколько ищут и какими словами

В месяц пользователи Яндекса вводят запросы про ортопедические матрасы и связанные с ними товары около 6,1 миллиона раз. Из показов происходит примерно 303 тысячи кликов. Самые частые запросы — «матрас» (1,92 млн показов), «купить матрас» (около 375 тысяч), а также «подушка» (2,38 млн) — это смежный спрос, который важно учитывать при настройке. Сезонность в нише заметная. Спрос вырастает к августу (коэффициент 1,24 от среднего) и в ноябре (1,19). Самый низкий спрос — в мае (0,75) и апреле (0,86). Если бюджет ограничен, основные рекламные кампании планируйте на конец лета и первую половину осени: каждая тысяча показов в месяцы принесёт больше заинтересованных покупателей.

Кто ищет ортопедические матрасы и как они выбирают

Портрет покупателя в нише — взрослые от 25 до 55 лет. Это не случайные прохожие: большинство запросов содержат «купить», «цена», «заказать». Человек приходит с конкретной проблемой — боли в спине, неудобная кровать — и ищет магазин, где можно быстро выбрать матрас с доставкой и возможностью возврата. В аудитории два явных сегмента. Первый — те, кто ищет классический ортопедический матрас для здорового сна. Второй — те, кто целенаправленно запрашивает «гибридный матрас» (сочетание пружинного блока и современных пен). Для каждого сегмента нужны отдельные объявления и страницы: покупателю гибридного матраса важна комбинация упругости и анатомичности, а покупателю обычного ортопедического — поддержка позвоночника и гарантия 300 дней. В объявлениях сильнее всего работают конкретные аргументы: широкий выбор, технология ТРЕ, гарантия 300 дней, скидка до 50% и бесплатная доставка. Факторы стоит выносить в заголовки.

Сколько стоит реклама ортопедических матрасов в Яндекс

Директе

Средняя цена клика по всем запросам тематики — 33 рубля. Но по горячим коммерческим запросам она выше: «матрас» — от 154 до 159 рублей, «купить матрас» — от 178 до 185, «матрас 160x200» — от 218 до 224, «купить матрас в москве» — от 313 до 329 рублей. Запросы про подушки дешевле — от 69 до 84 рублей за клик. Цена заявки (обращения) в среднем — 1323 рубля, при разброс от 827 до 2205 рублей. Чтобы Яндекс Директ сам научился находить дешёвые заявки, алгоритму нужно видеть минимум 10 конверсий в неделю. При цене заявки 1323 рубля это около 13 200 рублей в неделю, то есть примерно 57 000 рублей в месяц. Именно с этого бюджета кампания начинает стабильно обучаться и приносить предсказуемый результат. Для полного охвата спроса и подключения всех инструментов нужно около 114 000 рублей в месяц. Минимальный бюджет 3000 рублей в месяц даст одну-две заявки — мало для обучения. Лучше не распыляться: либо выделять от 57 000, либо отложить запуск и копить бюджет.

Как настроить Яндекс Директ для магазина ортопедических матрасов

На старте единственный рабочий канал в нише — поиск. Рекламная сеть Яндекса (показы на тематических сайтах) подключается позже, когда бюджет позволяет набрать статистику: на поиске клики дороже, но конверсия выше, а в сети клики дешевле, но и заявок меньше. При бюджете до 57 000 рублей в месяц держите одну поисковую кампанию по самым горячим запросам. Не включайте автотаргетинг (автоматический подбор аудитории) на старте — он будет тратить бюджет на нецелевые показы. Когда бюджет вырастет до 114 000 рублей, добавьте рекламную сеть Яндекса. А на бюджете 243 000 рублей и выше имеет смысл раздробить кампании: отдельно поиск, отдельно сеть, отдельно ретаргетинг (показ тем, кто уже заходил на сайт), а также автотаргетинг и товарные кампании. Такая структура позволяет

кампанию на оптимизацию по заявкам, пока не накопилось хотя бы 10–20 заявок в неделю. До используйте ручные ставки или стратегию на клики.

Семантика и минус-слова в рекламе ортопедических матрасов

Семантическое ядро (набор запросов, по которым показывается реклама) делится на две группы: матрасы и подушки. Если вы продаёте только матрасы, запросы со словом «подушка» обязательно отсекайте минус-словами — иначе бюджет будет уходить на нецелевые клики. В приоритете горячие запросы: «матрас», «купить матрас», «ортопедический матрас», «матрас 160x200», «пружинный матрас» и «беспружинный матрас». В минус-слова убирайте всё, что не ведёт к покупке: информационные запросы («отзывы», «своими руками», «ремонт»), а также «б/у». Если вы работаете в премиальном сегменте, отдельно решите, нужны ли вам запросы «матрас недорого» и «купить матрас недорого» — они дают около 28–32 тысяч показов, но могут привести аудиторию, не готовую платить за премиальный товар.

Что писать в объявлениях об ортопедических матрасах

В нише работает конкретика. Покупатель ищет решение проблемы со спиной, поэтому в заголовке уместно обещание поддержки позвоночника и здорового сна. В тексте объявления обязательно покажите ассортимент, технологию ТРЕ, гарантию 300 дней, скидку до 50% и бесплатную доставку — факторы названы как решающие при выборе. Не пишите «качественные матрасы» — это штамп. Пишите: «Ортопедические матрасы ТРЕ, гарантия 300 дней» или «Скидка до 50%, бесплатная доставка». Конкретные цифры работают лучше. Если у интернет-магазина есть возврат товара, обязательно укажите это — для матрасов это важный аргумент, снимающий страх покупки вслепую.

Что измерять в рекламе ортопедических матрасов и без чего не обойтись

Для управления рекламой следите за тремя метриками: цена клика (сколько вы платите за каждый переход), цена заявки (стоимость одного обращения) и доля рекламных расходов (процент от выручки, который уходит на рекламу). В тематике средняя цена заявки — 1323 рубля, нижняя граница — 827, верхняя — 2205. Если ваша цена заявки выше, ищите причину в объявлениях или в настройках показов. До запуска обязательно настройте учёт конверсий. Конверсия — это доля посетителей, которые оставили заявку (в нише ожидается около 2,5%). Без Яндекс Директ не сможет оптимизировать показы: алгоритм просто не увидит, какие запросы приносят покупателей. Запуск без отслеживания заявок — это слив бюджета.

Типичные ошибки: ортопедические матрасы

- Запускать рекламу с бюджетом 3000 рублей в месяц: при цене заявки 1323 рубля вы получите 1–2 обращения, алгоритм не обучится и будет тратить бюджет неэффективно.
- Не разделять запросы про матрасы и подушки: если продаёте только матрасы, бюджет будет уходить на нецелевые клики.
- Включать автотаргетинг на старой кампании с маленьким бюджетом — автоматика начнёт показывать рекламу на нецелевую аудиторию.
- Игнорировать сезонность: запускать активную рекламу в мае, когда спрос минимален, и сворачивать её к августу.
- Переключаться на оптимизацию по заявкам раньше, чем накопится 10–20 заявок в неделю — алгоритм не сможет найти дешёвых покупателей.

Чек-лист перед запуском

1. Настроить в системе аналитики цели: заявка, звонок, оформление корзины.
2. Собрать семантическое ядро: «купить матрас», «ортопедический матрас», «матрас 160x200»,

3. Добавить минус-слова: «подушка» (если продаёте только матрасы), «отзывы», «ремонт», «своими руками», «б/у».
4. Определить бюджет: минимум 57 000 рублей в месяц для обучения алгоритма, оптимально 114 000+.
5. Запустить одну поисковую кампанию по горячим коммерческим запросам.

■ Вопросы владельцев бизнеса

Сколько стоит реклама ортопедических матрасов в Яндекс Директе?

Средняя цена клика — 33 рубля, но по горячим запросам «купить матрас» — от 178 до 185 рублей. Средняя цена заявки — 1323 рубля, диапазон от 827 до 2205 рублей.

Какой бюджет нужен для рекламы ортопедических матрасов?

Для обучения алгоритма нужно минимум 57 000 рублей в месяц (примерно 10 заявок в неделю). Комфортный бюджет — от 114 000 рублей: он позволяет задействовать поиск, сеть и ретаргетинг.

Как быстро окупится реклама ортопедических матрасов?

Срок окупаемости зависит от наценки на матрасы. Ориентир по нише — доля рекламных расходов 4%: если она у вас такая, реклама работает эффективно. Точный срок можно рассчитать только после запуска, имея данные о среднем чеке.

Что делать, если на рекламу ортопедических матрасов нет заявок?

Проверьте, настроен ли учёт конверсий: без него алгоритм не видит заявки. Уберите нецелевые запросы, увеличьте бюджет до 57 000 рублей в месяц и дайте кампании набрать хотя бы 10 конверсий в неделю.

Какие запросы использовать для рекламы ортопедических матрасов?

Берите коммерческие запросы: «купить матрас», «ортопедический матрас», «матрас 160x200», «пружинный матрас». Запросы со словом «подушка» отсекайте, если продаёте только матрасы.

Нужна ли реклама в сетях для ортопедических матрасов?

На старте нет — в нише заявки даёт только поиск. Рекламную сеть Яндекса подключайте после накопления статистики и при бюджете от 114 000 рублей в месяц.

В какое время года лучше запускать рекламу ортопедических матрасов?

Самые высокие месяцы — август и ноябрь. Май и апрель — самые низкие. Если бюджет ограничен, планируйте основную рекламу на август и сентябрь.

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, kupiloslova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «ортопедические матрасы», 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.