

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ПРОИЗВОДСТВО

Реклама пошива одежды на заказ в Яндекс Директе: СКОЛЬКО СТОИТ заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, август 2026 · вся Россия

68 101

показов в месяц — ёмкость спроса

164 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном
бюджете — от 57 ₽

1 430–3 814 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

98 384 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

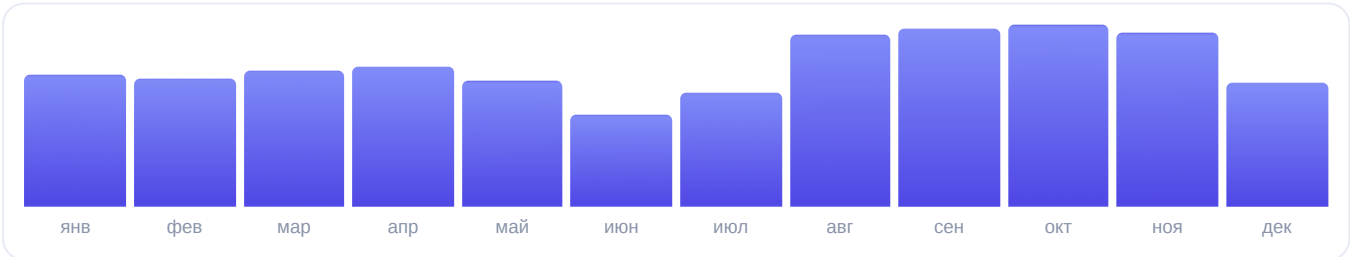
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-poshiv-odezhdy-na-zakaz
Регион разбора	вся Россия

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
пошив одежды	37 972	149–174
швейное производство	27 642	95–113
производство одежды	17 870	138–168
швейный цех	11 596	110–119
швейное предприятие	3 734	70–76
изготовление одежды	3 594	240–307
пошив футболок	2 965	272–307
пошив одежды на заказ	2 694	270–321
швейный завод	2 091	49–50
производитель поло	1 818	67–91
пошив костюмов на заказ	1 356	396–514
швейная компания	1 351	81–113
худи на заказ	1 350	361–380
заказать бомбер	809	143
производство пуховиков	768	51
пошив одежды цена	715	49–56
производство одежды россия	640	117–138
пошив верхней одежды	586	79–140
услуги пошива одежды	568	82–117
пошив одежды оптом	544	235–325

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 64 015, февраль — 61 972, март — 65 377, апрель — 67 420, май — 61 291, июнь — 44 266, июль — 55 162, август — 83 083, сентябрь — 85 126, октябрь — 87 169, ноябрь — 83 764, декабрь — 59 248 показов.

● Сколько это стоит

164 ₹

цена клика при полном охвате

2 288 ₹

цена обращения
оценка до запуска

196 768 ₹

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₹	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₹
Поиск	100%	57	2 288

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	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
11 000	5	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
21 000	9	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
41 000	18	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
79 000	34	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
99 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
151 000	66	Кампания наберёт данные	1	4
197 000	86	Рабочая кампания	1	4
291 000	127	Рабочая кампания	1	4
558 000	244	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 2 288 ₹ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 98 384 ₹/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

контрактное производство одежды **тёплый**

Кто: владельцы брендов, менеджеры по закупкам, ищущие производителя одежды полного цикла

Что мешает: нужен надежный производитель для выпуска партий, ателье не справляется с объемами, нет собственного производства

О чём говорить: швейное производство полного цикла: от разработки лекал до упаковки и доставки

пошив худи на заказ **горячий**

Кто: предприниматели, стартапы, ищущие производство худи оптом или партиями

Что мешает: необходим быстрый и качественный пошив партии худи с возможностью брендинга

О чём говорить: пошив худи на заказ с контролем качества, брендинг и упаковка

пошив толстовок на заказ **горячий**

Кто: владельцы брендов уличной одежды, корпоративные клиенты, заказывающие толстовки с логотипом

Что мешает: требуется пошив толстовок с кастомизацией, соблюдение сроков

О чём говорить: пошив толстовок на заказ: качественные материалы, полный цикл

пошив футболок на заказ **горячий**

Кто: бренды одежды, мерч-проекты, компании, ищущие пошив футболок оптом

Что мешает: нужен производитель для регулярного пошива футболок, контроль качества

О чём говорить: пошив футболок на заказ от проверенного производителя с полным циклом

пошив поло на заказ **горячий**

Кто: корпоративные клиенты, бренды casual-одежды

Что мешает: поиск производителя поло с опытом, возможность нанесения логотипов

О чём говорить: пошив поло на заказ: премиальное качество, брендинг

пошив жилеток на заказ **горячий**

Кто: компании, заказывающие корпоративную одежду, бренды верхней одежды

Что мешает: необходим пошив партии жилеток с учётом корпоративного стиля

О чём говорить: пошив жилеток на заказ с полным циклом производства

● Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия

Максимум кликов

Когда переключаться

После настройки цели в Метрике и набора ≥ 10 конверсий → конверсионная стратегия.

Каналы

Только Поиск, сети выключены

Что считаем обращением

Отправка формы заявки, Сообщение в чат

■ Что отсекаем минус-словами

курсы

что такое

выкройка

бесплатно

обучение

вакансия

работа

скачать

торрент

реферат

курсовая

диплом

вакансии

резюме

своими руками

бу

б у

Спрос и продвижение пошива одежды на заказ: сколько ищут и какими словами

В месяц по тематике «пошив одежды на заказ» набирается 68 101 показ и 3 405 кликов. Основную массу трафика дают общие запросы: «пошив одежды» — 37 972 показа, «швейное производство» — 27 642, «производство одежды» — 17 870. Они приводят тёплую аудиторию. Горячие запросы уже с готовностью к заказу: «пошив футболок» — 2 965, «пошив одежды на заказ» — 2 694, «пошив костюмов на заказ» — 1 356. Сезонность заметная: в августе спрос на 22% выше среднегодового уровня, потому что бренды начинают готовить осенне-зимние коллекции. Пик приходится на октябрь — выше среднегодового уровня, минимум на июнь — 35% ниже. Для продвижения пошива одежды на заказ август — удачный старт: спрос уже растёт, а рекламная конкуренция ещё не разогрелась.

Сколько стоит реклама пошива одежды на заказ: клик, заявка и бюджет на обучение

Цена клика в тематике — 164 ₽. Цена обращения (заявки) — 2 288 ₽, прогнозная вилка — от 1 430 до 3 814 ₽. Автоматической стратегии для обучения нужно 10 конверсий (целевых действий — заявок) в неделю. В деньгах это 22 880 ₽ в неделю или 98 384 ₽ в месяц. При бюджете 3 000–21 000 ₽ в месяц кампания получает 0,3–2,1 обращения в неделю — алгоритм не набирает статистику, заявки дорожают. Уверенная работа начинается с 196 768 ₽ в месяц, когда кампания получает 20 конверсий в неделю — вдвое выше порога.

Как настроить Яндекс Директ для пошива одежды на заказ: каналы и структура

Поисковая реклама — основа для тематики: в ней 100% показов приходится на Поиск. Человек сам пишет «пошив худи», «швейное производство» — и получает предложение, которое уже соответствует потребности. Рекламная сеть Яндекса (РСЯ) на старте не нужна: её подключают, когда поисковый спрос исчерпан. Потолок поискового спроса в тематике — 558 420 ₽ в месяц; дальше растут только охватные форматы. Структура кампаний:

- Сначала одна кампания на Поиске по горячим запросам, чтобы быстрее набрать 10 конверсий в неделю. - После выхода на 20 конверсий в неделю кампании делят на Поиск, РСЯ и ретаргетинг. - Автоподбор (автотаргетинг) отключить в Поиске нельзя — Яндекс требует хотя бы одну активную категорию. Ограничьте его целевыми запросами, а нецелевые добавьте в минус-слова.

Как рекламировать пошив одежды на заказ: что писать в объявлениях

Семантика — список запросов, по которым вы показываетесь. Для пошива одежды на заказ нужны три группы. Первая — общие производственные: «пошив одежды» — 37 972 показа, «швейное производство» — 27 642, «производство одежды» — 17 870. Они дают охват на раннем этапе выбора подрядчика. Вторая — товарные: «пошив футболок» — 2 965, «худи на заказ» — 1 350, «пошив костюмов на заказ» — 1 356. Это запросы с высокой готовностью заказать партию. Третья — корпоративные: «швейный цех» — 11 596, «швейное предприятие» — 3 734, «швейная компания» — 1 351. Так ищут производителя для регулярных поставок. В минус-слова — «ателье», «ремонт одежды», «своими руками», «выкройка», «б/у». Частный запрос на одну вещь дорого обходится, если ваш бизнес — контрактные партии.

Что писать в объявлениях о пошиве одежды на заказ

Объявление должно сразу говорить, что вы справляетесь с партией. Владелец бренда, который пришёл с запросом «швейное производство», нужно полный цикл: от лекал до упаковки и доставки. Стартапу и мерч-проекту — «пошив худи на заказ с брендированием и упаковкой». Корпоративному заказчику — «пошив поло, толстовок и жилетов с логотипом». Не пишите абстрактных обещаний. Напишите производственный факт: полный цикл, контроль качества, брендирование и упаковка. Пользователь сравнивает несколько производств и выбирает по конкретике.

Что измерять в рекламе пошива одежды на заказ

Запуск без настроенной цели бессмыслен: вы не увидите, сколько стоит обращение и чему учить алгоритм. Установите в Метрике цель «заявка» и передайте её в Директ. Ориентир по нише — 2 288 ₽, вилка 1 430–3 814 ₽. Если после обучения фактическая цена выше верхней границы, исправляйте объявления и посадочную. Дальше следите за двумя вещами: доля рекламных расходов в заказе (считается от вашего среднего чека, единой цифры для отрасли нет) и доля заявок, которые доходят до оплаты. Если менеджеры не обрабатывают обращения, алгоритм видит нецелевой трафик и цена заявки растёт.

Типичные ошибки: пошив одежды на заказ

- Запускать с бюджетом 21 000 ₽ в месяц и ждать обучения: при таком бюджете кампания даёт 2,1 заявки в неделю, а нужно 10.
- Искать в настройках кнопку, которая полностью отключает автоподбор в поисковой кампании. Её нет: ограничьте категории автоподбора целевыми запросами.
- Мешать в одну кампанию запросы «швейное производство» и «пошив платья на вечер»: корпоративный и частный спрос имеют разную цену обращения.
- Писать в объявлениях абстрактные обещания вместо фактов полного цикла и контроля качества.
- Смотреть на цену клика 164 ₽ и думать, что заявка стоит столько же.

Чек-лист перед запуском

1. Соберите семантику по трём группам: общие, товарные, корпоративные запросы.
2. Настройте цель «заявка» в Метрике и передайте её в Директ.
3. Заложите на обучение 98 384 ₽ в месяц, лучше — 196 768 ₽.
4. Запустите одну поисковую кампанию по горячим запросам: «пошив худи», «пошив футболок», «пошив костюмов на заказ».
5. Внесите минус-слова: ателье, ремонт одежды, своими руками, б/у.

Как продавать пошив одежды на заказ через Яндекс Директ?

Поисковая кампания по горячим запросам «пошив худи на заказ» (1 350 показов) и «пошив костюмов на заказ» (1 356) быстрее наберёт конверсии, чем кампания по общим фразам. Заложите на обучение 98 384 ₽ в месяц — это минимальный месячный бюджет при 10 конверсиях в неделю.

Продвижение пошива одежды на заказ: с чего начать?

С одной поисковой кампании: в тематике на Поиск приходится 100% показов. Возьмите запросы «пошив футболок» (2 965 показов) и «пошив одежды на заказ» (2 694), поставьте цель «заявка» и бюджет 22 880 ₽ в неделю.

Как рекламировать пошив одежды на заказ?

Разделите объявления по аудитории. Владельцам брендов — «полный цикл от лекал до упаковки», мерч-проектам — «пошив худи с брендированием», корпоративным клиентам — «пошив поло и жилетов с логотипом». Для уверенного обучения стратегии нужно 196 768 ₽ в месяц — при таком бюджете кампания получает 20 конверсий в неделю.

Как продвинуть пошив одежды на заказ в интернете?

Соберите три группы запросов: общие (пошив одежды — 37 972 показа), товарные (пошив костюмов на заказ — 1 356) и корпоративные (швейное предприятие — 3 734). Общие слова вроде «ателье» и «ремонт одежды» добавляйте в минус-слова, чтобы не платить за частные обращения.

Сколько стоит реклама пошива одежды на заказ?

Клик — 164 ₽, обращение — 2 288 ₽. Вилка по нише — 1 430–3 814 ₽. Обучение автостратегии — 22 880 ₽ в неделю или 98 384 ₽ в месяц.

Когда подключать рекламную сеть для пошива одежды на заказ?

Когда поиск исчерпан: потолок поискового спроса — 558 420 ₽ в месяц. Ниже этого бюджета сети не дадут нужных 10 конверсий в неделю для обучения и только размажут деньги по нецелевым показам.

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, kupaslova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «пошив одежды 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.