

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ

Реклама серебряных украшений в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные одного медиаплана, июль 2026 · Москва

81 360

показов в месяц — спрос по семантике плана

59 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 20 ₽

500–1 335 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

34 443 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

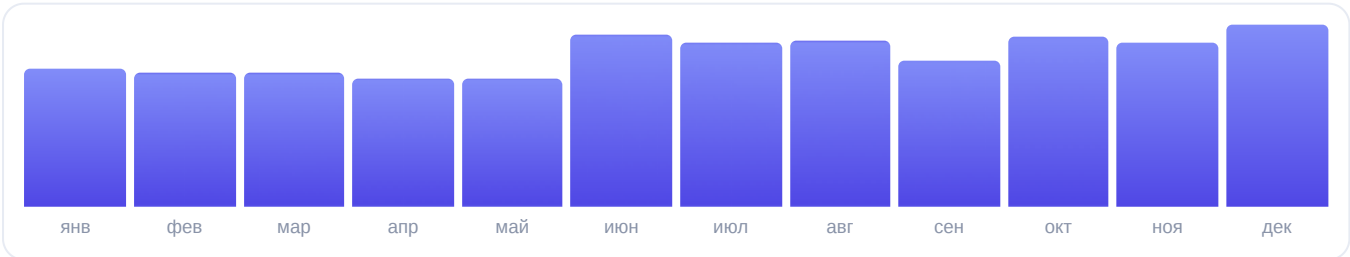
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-serebryanye-ukrasheniya-moskva
Регион разбора	Москва

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
ювелирные украшения	27 785	189–200
серебряные кольца	10 379	87–88
серебро 925	8 183	116–117
серебряный браслет	6 863	77–78
серебряные серьги	5 097	75–76
серебряные украшения	3 800	140–146
украшения из серебра	2 999	109–112
кольца из серебра	2 853	94–99
купить кольцо	2 735	109–114
подвески серебряные	2 285	65–68
браслет из серебра	2 280	83–87
серьги из серебра	1 904	85–90
украшения ручной работы	1 318	75–82
ювелирные украшения москва	1 291	420
купить серебряное кольцо	1 281	71–73
кольца с жемчугом	1 230	105–107
купить ювелирные украшения	1 055	166–167
купить серебряные серьги	1 030	69–72
серебряные браслеты купить	1 000	69–70
серебро 925 купить	745	77–82

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 73 346, февраль — 71 716, март — 71 716, апрель — 68 456, май — 68 456, июнь — 92 090, июль — 88 015, август — 88 830, сентябрь — 78 236, октябрь — 91 275, ноябрь — 87 201, декабрь — 96 980 показов.

● Сколько это стоит

59 ₽

цена клика при полном охвате

801 ₽

цена обращения
оценка до запуска

68 886 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	100%	20	801

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	4	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
9 000	11	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
16 000	20	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
27 000	34	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
35 000	44	Кампания наберёт данные	1	4
46 000	58	Кампания наберёт данные	1	4
69 000	86	Рабочая кампания	1	4
80 000	100	Рабочая кампания	1	4
139 000	174	Рабочая кампания	3	16
240 000	300	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 801 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 34 443 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Итальянские серебряные серьги горячий

Кто: Женщины 25–45 лет, которые ищут стильные серьги из итальянского серебра 925 пробы — с позолотой, родиевым покрытием, с камнями или без. Основной запрос: «купить итальянские серьги из серебра»

Что мешает: Хочу настоящие итальянские серьги, которые не будут выглядеть как бижутерия, но при этом качественные, долговечные и подчеркивающие индивидуальность.

О чём говорить: Акцент на итальянское происхождение, ручную работу, пробу 925 и варианты покрытий. Показываем конкретные модели с фото, доставку и скидку на первый заказ.

Итальянские серебряные кольца горячий

Кто: Женщины и девушки, ищущие кольца из итальянского серебра — повседневные, с эмалью, жемчугом или покрытием. Запросы: «итальянское кольцо из серебра купить», «серебряное кольцо ручной работы». Часто

Что мешает: Надоела бижутерия, хочу качественное серебряное кольцо с уникальным дизайном, которое прослужит долго и не вызовет аллергии.

О чём говорить: Подчеркиваем эксклюзивность дизайна, пробу 925, наличие авторских моделей, гарантию итальянского качества и возможность примерки через «оплата долями».

Итальянские серебряные колье и подвески горячий

Кто: Женщины, выбирающие акцентное украшение на шею — для себя или в подарок. Ищут «итальянская подвеска из серебра», «серебряное колье ручной работы», «кулон из итальянского серебра». Внимательны

Что мешает: Хочу элегантное украшение, которое будет заметно и не потеряет вид. Важно, чтобы металл был чистым и не темнел.

О чём говорить: Делаем упор на вневременную ценность, ручную работу итальянских мастеров, наличие сертификатов и варианты с родиевым покрытием (защита от потускнения).

Украшения из итальянского серебра ручной работы (широкий спрос) тёплый

Кто: Пользователи, которые ищут общую категорию: «итальянские серебряные украшения купить», «ювелирный магазин итальянского серебра», «интернет-магазин итальянских украшений». Могут быть как новички, так

Что мешает: Хочу найти надёжный источник качественных итальянских украшений из серебра — чтобы не сомневаться в подлинности и иметь выбор.

О чём говорить: Позиционируем магазин как эксперта по итальянскому серебру, с личным отбором изделий и прямыми связями с мастерами

Подарочные серебряные украшения из Италии тёплый

Кто: Мужчины и женщины, выбирающие подарок (девушке, жене, маме, подруге). Запросы: «подарок девушке из серебра итальянское», «серебряные серьги в подарок», «что подарить из серебра». Бюджет часто выше

Что мешает: Хочу найти уникальный и качественный подарок, который будет памятным и не «китайским». Важно, чтобы подарок выглядел дорого и вручался в красивой коробке.

О чём говорить: Акцент на эксклюзивность, итальянское происхождение, подарочную упаковку, возможность скидки ко дню рождения. Рекомендуем комплекты серьги+кольцо.

Уход за итальянским серебром и выбор холодный

Кто: Покупатели на стадии исследования: «как чистить серебро с позолотой», «что такое родирование», «итальянское серебро 925 проба», «как отличить подделку». Это холодный трафик, который может

Что мешает: Боюсь купить подделку или испортить украшение неправильным уходом. Хочу узнать, почему итальянское серебро лучше и как продлить его блеск.

О чём говорить: Даём полезный контент (статьи/видео) на сайте, показываем экспертность, в конце — мягкий призыв посмотреть каталог. Используем ремаркетинг для тех, кто зашёл в блог.

■ 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 отсекаем минус-словами

авито

ремонт

скачать

diy

своими руками

вакансия

обучение

курсы

бесплатно

торрент

реферат

курсовая

диплом

вакансии

резюме

бу

б у

Спрос на серебряные украшения: с чего начать продвижение

Базовый объём спроса на серебряные украшения в Москве — 81 360 показов в месяц. Покупатель ищет конкретное изделие, и это готовые точки входа для рекламы:

- «серебряные кольца» — 10 379 показов;
- «серебро 925» — 8 183;
- «серебряный браслет» — 6 863;
- «серебряные серьги» — 5 097. Общий запрос «ювелирные украшения» даёт 27 785 показов, но он слишком широкий для старта: под ним смешаны и золото, и бижутерия. Первые кампании запускайте на фразы с типом изделия, а общую категорию оставьте на потом. Сезонность видна по коэффициентам: декабрь — 1,19 (пик), июнь — 1,13, июль — 1,08; низкий сезон — апрель и май — 0,84. На месяцы бюджет лучше сокращать, а к декабрю наращивать.

Сколько стоит реклама серебряных украшений: клик, обращение, бюджет на обучение

Клик по поисковой рекламе серебряных украшений в Москве стоит около 59 ₽ — это уровень цены при полном охвате. Ставка входа в аукцион у отдельных фраз бывает выше: по «ювелирные украшения москва» — до 420 ₽, по «подвески серебряные» — от 65 ₽. Но это плата за вход, а списывается меньше. Целевое обращение по отраслевому бенчмарку оценивается в 801 ₽; разброс прогноза — 500–1 335 ₽. Точную цифру вы увидите после запуска. Для обучения алгоритм должен получать 10 конверсий в неделю. Под это нужен бюджет 8 010 ₽ в неделю — это 34 443 ₽ в месяц. Ниже порога кампания остаётся в зоне неточной работы. Рабочий бюджет с запасом — 68 886 ₽ в месяц.

Как настроить Яндекс Директ для серебряных украшений: каналы и структура

На этом этапе каналы — только поиск. Рекламные сети (РСЯ) в кампанию не добавляем: поисковый спрос ещё не исчерпан. Полное исчерпание поиска в Москве — около 240 012 ₽ в месяц; до суммы сети отвлекают деньги без роста продаж. Запустите одну кампанию и разбейте её на группы по типам изделий: кольца, серьги, браслеты, подвески и колье. Стартовая стратегия — «Максимум кликов»: алгоритм быстрее соберёт первые данные. Когда кампания две недели подряд держит 10 конверсий в неделю, переключайте её на «Максимум конверсий». Автоподбор (автотаргетинг) отключить нельзя: Яндекс требует хотя бы одну активную категорию. Ограничьте его целевыми категориями — кольца, серьги, браслеты, подвески, колье. Так автоматика не поведёт трафик на запросы про ремонт и изготовление украшений своими руками.

Как продавать серебряные украшения через Яндекс Директ: запросы и объявления

Семантику собирайте по группам изделий. - Кольца: «серебряные кольца», «кольца из серебра», «купить серебряное кольцо». - Серьги: «серебряные серьги», «серьги из серебра». - Браслеты: «серебряный браслет», «браслет из серебра». - Подвески и колье: «подвески серебряные», «купить колье». Отдельно поставьте уточнение «серебро 925» — его ищут покупатели, которые уже понимают пробу. Минус-слова отсекают нецелевые запросы: «авито», «бу», «б у», «ремонт», «скачать», «diy», «своими руками», «бесплатно», «обучение», «курсы», «вакансия», «резюме», «реферат», «курсовая», «диплом», «торрент».

Что писать в объявлениях о серебряных украшениях

В объявлениях используйте признаки качества, по которым покупатель отличает украшение от бижутерии: «серебро 925 пробы», «ручная работа», «родиевое покрытие — не темнеет», «позолота и натуральные камни». Если речь про итальянское серебро, слово «итальянское» можно выносить в заголовок. Для тех, кто ищет подарок, упоминайте подарочную упаковку и комплекты; для тех, кто боится подделки, — сертификаты. Каждое объявление ведите на страницу с конкретным изделием, а не в общий каталог: человек печатал «серебряное кольцо» — и должен попасть на кольцо.

Что измерять в рекламе серебряных украшений, чтобы не сливать бюджет

До запуска настройте в Яндекс Метрике цель «заявка» — отправка формы, клик по телефону или переход в мессенджер. Без цели Яндекс не видит обращения и не сможет оптимизироваться по заявкам. Первые недели следите, чтобы кампания получала 10 конверсий в неделю при бюджете 8 010 ₽. Если конверсий меньше — поднимите бюджет. Когда кампания держит этот уровень две недели, переключайте стратегию с «Максимум кликов» на «Максимум конверсий». Цена обращения 801 ₽ — предварительный ориентир из бенчмарка. Фактическая цена появится в отчёте Метрики и должна попасть в вилку 500–1 335 ₽; если выходит за неё, ищите узкое место в объявлениях или на посадочной странице.

Типичные ошибки: серебряные украшения

- Запускать продвижение серебряных украшений с бюджета 3 000 ₽/мес. Кампании нужно 8 010 ₽ в неделю — 34 443 ₽ в месяц — иначе она не набирает статистику для обучения.
- Оставлять без минус-слов «авито», «бу», «ремонт»: на запросы приходят не покупатели новых украшений, и бюджет уходит на клики без продаж.
- Настраивать автоподбор без ограничения категорий. Яндекс сам приводит трафик по «diy» и «своими руками», если не задать категории «кольца, серьги, браслеты, подвески».
- Писать в объявлениях только «серебряные украшения» без пробы 925 и конкретного вида изделия — покупатель не понимает, что вы продаёте именно то, что он искал.
- Запускать рекламу без цели «заявка» в Метрике: вы не увидите фактическую цену обращения и не сможете перевести кампанию на «Максимум конверсий».

Чек-лист перед запуском

1. Настроена цель «заявка» в Метрике на отправку формы, звонок и переход в мессенджер.
2. Кампания собрана по группам «кольца», «серьги», «браслеты», «подвески и колье».
3. В минус-словах есть «авито», «бу», «б у», «ремонт», «своими руками», «обучение», «бесплатно».
4. Бюджет первого месяца — не меньше 34 443 ₽ (8 010 ₽/нед).
5. Автоподбор ограничен категориями с названиями изделий; стратегия стартует с «Максимум кликов».

Как продавать серебряные украшения через Яндекс Директ?

Соберите коммерческие запросы с названием изделия — «серебряные кольца», «серьги», «браслеты», «подвески» — и добавьте минус-слова «авито», «бу», «ремонт». Клик обойдётся около 59 ₽, а чтобы кампания набрала 10 конверсий в неделю, нужен бюджет от 8 010 ₽. Ориентируйтесь на цену обращения 801 ₽.

Сколько стоит реклама серебряных украшений?

Реклама серебряных украшений стоит в среднем 59 ₽ за клик и около 801 ₽ за обращение; разброс прогноза 500–1 335 ₽. На обучение закладывайте 8 010 ₽ в неделю — это 34 443 ₽ в месяц.

Как продвинуть серебряные украшения в интернете, если бюджет небольшой?

Начинайте с одной поисковой кампании и бюджета 34 443 ₽ в месяц (8 010 ₽/нед). Ниже суммы кампания не получает 10 конверсий в неделю и не обучается. Уверенный уровень — около 68 886 ₽ в месяц.

Какие запросы выбирать для рекламы серебряных украшений?

Те, где названо изделие: «серебряные кольца» — 10 379 показов, «серебро 925» — 8 183, «серебряный браслет» — 6 863, «серебряные серьги» — 5 097. Общий запрос «ювелирные украшения» (27 785 показов) оставьте на потом — по нему большая конкуренция и неочевидный покупатель.

Как рекламировать серебряные украшения, чтобы не слить бюджет на нецелевые клики?

Поставьте минус-слова «авито», «бу», «б у», «ремонт», «скачать», «своими руками», «бесплатно», «обучение», «курсы», «реферат». В месячном спросе 81 360 показов, и минус-слова не дают деньгам утекать на запросы, которые не ведут к покупке нового украшения.

Стоит ли подключать РСЯ в рекламе серебряных украшений?

Пока поисковый спрос не исчерпан — в Москве это около 240 012 ₽ в месяц — реклама серебряных украшений работает на поиске. Сети добавляют охват только после того, как поиск полностью выбран; раньше они не нужны.

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 «серебряные украшения», 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.