

Авито: 11 ошибок, из-за которых лиды дороже в 3 раза

Эти грабли мы находим почти на каждом аккаунте, когда нам приносят «дорогое Авито». Пройдитесь по списку — отметьте, что узнаете у себя.

Большинство думает: «Авито дорогой → нужно поднять ставку». На деле наоборот — ставка убивает экономику в первую очередь. Цена контакта зависит не от стоимости просмотра, а от количества объявлений, качества каждого и уровня сервиса аккаунта. Начнём с самой болезненной ошибки.

В НАСТРОЙКАХ ПРОДВИЖЕНИЯ — ОТКУДА ПОЛЗЁТ ЦЕНА КОНТАКТА

1

Доверяете рекомендации Авито по цене за просмотр

Авито любит предлагать «оптимальную» ставку 10–60 рублей за просмотр. Это не про вашу выгоду — это про прибыль Авито. Контакт получается дороже в 3–5 раз, при этом роста заявок нет.

Что делать: ставить ручную, начиная с минимальной цены (от 10 копеек). Поднимать только если заявок совсем нет, и не следовать подсказкам Авито вслепую.

2

Считаете в «просмотрах», а не в стоимости контакта

Конверсия из просмотра в контакт держится около 2 % — это базовый показатель, и от ставки он не растёт. При просмотре по 1 ₽ контакт стоит 50 ₽. При просмотре по 3 ₽ — уже 150 ₽. Дороже просмотр = дороже контакт, без всякой пользы.

Что делать: единственная честная метрика — стоимость контакта. Просмотры — внутренняя метрика Авито, не ваша. Смотрите в кабинет через эту призму.

3

Запускаете 1–2 объявления вместо 10–15

Авито активнее продвигает аккаунты с сетью объявлений. Один профиль с 15 объявлениями получает дешевле просмотры, чем тот же профиль с двумя. Алгоритм считает вас «несерьёзным» при малом количестве.

Что делать: 10–15 объявлений с разными заголовками, текстами и фотографиями. Меньше — Авито не считает вас активным продавцом и режет показы.

4

Размещаетесь только в одной категории

В смежных категориях клиент может быть теплее, конверсия выше, конкуренция ниже. Один и тот же товар в «Услугах» иногда даёт горячие заявки, а в «Товарах» — холодные.

Что делать: размещаться в 2–3 категориях параллельно. Неделю смотрите, откуда лучше пишут и какое качество лидов. Дальше концентрируетесь на лучшей.

В САМОМ ОБЪЯВЛЕНИИ — ГДЕ ТЕРЯЕТЕ КЛИКИ

5

Не заполняете объявление полностью

Чем больше полей закрыто, тем выше Авито поднимает объявление в выдаче. Пустые поля — сигнал «несерьёзный продавец». Особенно это касается фотографий: меньше 10 — алгоритм режет показы.

Что делать: минимум 10 фотографий, текст со структурой, заполненные параметры товара, цена обязательно. Если 10 фото нет — добивать инфографикой или вариациями.

6

Используете одинаковые фото в разных объявлениях

Авито банит за повторы по визуальному отпечатку. Даже одинаковое голубое небо в углу двух фото вычисляется. Объявления уходят в скрытую выдачу или снимаются совсем.

Что делать: для серии объявлений уникализировать фото массово — через Lightroom или Capture One: батч-обработка с микрокадрированием, чисткой метаданных, лёгкой цветокоррекцией. Через Фотошоп долго — только если умеете писать экшены, иначе вручную по одной не повторите масштаб.

7

Текст одной простыней

Никто не читает сплошной текст на телефоне. Аудитория Авито скроллит — нужно цеплять структурой за 5 секунд. Без структуры объявление пролистывают, не дочитав до цены.

Что делать: текст в 2 блока. Первый — 3–4 буллета преимуществ. Вторым — какой эффект получит клиент, какие отзывы это подтверждают, как именно записаться. Эмодзи и капс — вон, Авито их не любит.

8

Указываете адрес «как-нибудь», а потом меняете

Поставили сначала левый адрес «чтобы попробовать», потом захотели заменить на реальный — Авито запрашивает документы, профиль уходит на верификацию, объявления могут уйти в скрытую выдачу. Плюс нечёткий призыв «напишите на телефон» — клиенты теряются: позвонить или написать в чат?

Что делать: указывать реальный адрес сразу, с первого объявления, и больше его не менять. Призыв одной чёткой формулировкой: «Напишите в чат Авито» или «Оставьте заявку — перезвоним за 5 минут».

9

Отвечаете медленно в чате Авито

У каждого профиля есть «уровень сервиса» — производный от скорости ответа. Падает → объявления продвигаются хуже, цена за просмотр растёт. Тихий час → объявление невидимо, реклама работает в стол.

Что делать: ответ в первые минуты. Если пишут в нерабочее время — настроить автоответ с пометкой «вернёмся утром». Это поддерживает уровень сервиса даже в офлайн.

10

Не закрываете диалоги «последним словом»

Клиент написал «спасибо» — диалог считается активным, пока вы не ответите. Висит непрочитанным → бьёт по уровню сервиса так же, как медленный ответ. Большинство об этом не знает.

Что делать: всегда отвечать последним. Даже смайликом или «всегда на связи». Это 2 секунды и держит метрику в зелёной зоне.

11

Не просите отзывы

Профиль с 30+ отзывами Авито продвигает в 2–3 раза дешевле, чем профиль с пятью. Покупатели смотрят в первую очередь на количество отзывов, не на цены.

Что делать: просить отзыв после каждой завершённой сделки. Бонус за отзыв (скидка, доставка, мелкий подарок) ускоряет процесс. Накручивать почти бесполезно — Авито вычисляет.

Часть этих дыр мы закрываем за вас

Большинство этих ошибок не видно из обычного кабинета Авито. Мы как раз делаем так, чтобы стало видно и заявки стали дешевле:

- Сетка из 15–30 объявлений с уникальными фото и текстами
- Стратегия ставок вручную: минимум-минимум-минимум, поднятие только по контактам
- Размещение в 2–3 категориях с тестированием воронки
- Контроль уровня сервиса и системная работа с отзывами

Разберём ваш Авито на бесплатной диагностике →