

# 10 ошибок которые съедают бюджет

Разбор типичных ошибок в Яндекс Директ и Авито

Большинство рекламодателей теряют 40–60% бюджета на одних и тех же ошибках. Проверьте каждый пункт — возможно, деньги уходят прямо сейчас.

#  
1

## Нет минус-слов

Объявление показывается по нерелевантным запросам: "бесплатно", "своими руками", "отзывы", "форум". Люди кликают, бюджет тратится, заявок нет.

### Как исправить:

Зайдите в Директ → Статистика → Поисковые запросы. Найдите мусорные запросы и добавьте их в минус-слова. Делайте это каждую неделю.

#  
2

## Широкое соответствие без контроля

Ключевая фраза "ремонт квартир" в широком соответствии может показать рекламу по запросу "ремонт квартиры своими руками видео бесплатно". Все клики — ваши деньги.

### Как исправить:

Используйте точное или фразовое соответствие для дорогих ключевых слов. Широкое соответствие требует постоянного контроля поисковых запросов.

#  
3

## Одно объявление на всю кампанию

Без А/Б тестирования невозможно понять какой заголовок работает лучше. Вы упускаете возможность повысить CTR и снизить цену клика.

### Как исправить:

Создайте минимум 2 варианта объявлений для каждой группы. Через 2 недели отключите менее эффективный и создайте новый конкурент.

#  
4

## Реклама без UTM-меток

Без UTM-меток Яндекс Метрика не знает какое объявление принесло заявку. Вы тратите деньги, но не знаете что работает.

### Как исправить:

Добавьте UTM-метки ко всем объявлениям. Используйте шаблон: `?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign={campaign_id}&utm_content={ad_id}`

#  
5

### Не настроены цели в Метрике

Если цели не настроены — вы не видите конверсий. Непонятно что работает, оптимизация невозможна, деньги уходят вслепую.

#### Как исправить:

Настройте цели до запуска рекламы: отправка формы, клик по телефону, переход на страницу "Спасибо". Проверьте что цели срабатывают.

#  
6

### Реклама на всю Россию

Если вы работаете только в Москве — зачем платить за клики из Владивостока? Широкий регион = размытый бюджет и высокий CPL.

#### Как исправить:

Ограничьте показы нужным регионом. Если работаете в нескольких городах — создайте отдельные кампании для каждого.

#  
7

### Реклама работает круглосуточно

Ночные клики стоят денег, но если ваш отдел продаж не работает ночью — заявки теряются, а деньги потрачены.

#### Как исправить:

Настройте расписание показов. Анализируйте в Метрике в какие часы приходят конверсии и отключите показы в нерабочее время.

#  
8

### Низкокачественная посадочная страница

Реклама приводит людей, но сайт их не удерживает: медленно грузится, непонятно что делать, форма не работает. Деньги потрачены, заявки потеряны.

#### Как исправить:

Проверьте скорость загрузки сайта (PageSpeed Insights). Убедитесь что СТА заметен, форма работает, телефон кликабелен на мобильном.

#  
9

### Слишком частые изменения кампании

Алгоритм Директа обучается на данных. Если менять настройки каждый день — обучение сбрасывается, эффективность падает, CPL растёт.

#### Как исправить:

Дайте кампании поработать минимум 7-14 дней перед оценкой. Вносите изменения не чаще раза в неделю, небольшими шагами.

#  
1  
0

## Игнорирование площадок в РСЯ

Некоторые площадки в РСЯ генерируют массу кликов с нулевой конверсией — это боты или нецелевая аудитория. Бюджет уходит, заявок нет.

### Как исправить:

Еженедельно проверяйте отчёт по площадкам в Директе. Площадки с 30+ кликами и 0 конверсий — отключайте без жалости.

Нашли у себя несколько ошибок? Напишите — сделаю быстрый аудит и покажу где именно теряется ваш бюджет. Telegram: @boleee18 | +7 981 739-91-44 | morozovaee1808@yandex.ru

*Елена Морозова — специалист по интернет-рекламе | [www.elena-ads.ru](http://www.elena-ads.ru)*