

Чек-лист по работе с оплатой за просмотр на Авито

Формат «оплата за просмотр» — это когда вы платите не за размещение объявления или за клики, а именно за каждый просмотр карточки объявления заинтересованным пользователем. Механика работает через ставок-аукцион: вы задаёте цену за просмотр или даёте системе выбрать её автоматически, и ваша ставка + качество объявления влияют на частоту показов и позиции.

Важно понимать: **ручная настройка** и **автоматическая настройка** ставки дают разный эффект — и выбор зависит от ниши, конкуренции, бюджета и целей.

Что нужно знать:

- При **автоматическом режиме** система сама подбирает цену за просмотр, исходя из бюджета и конкуренции.
- При **ручной настройке** вы сами задаёте цену за просмотр и лимит ежедневных затрат — тем самым получаете больше контроля, но и берёте больше ответственности за результат.
- Автоматический режим часто даёт **более высокие показы**, особенно если ставка выше среднего по нише — но может и привести к большим расходам без гарантии контактов.
- Ручная ставка может дать более «щадящий» расход и меньше нецелевых показов, но и меньше охват, особенно если ниша активно конкурирует.
- Каждая ниша индивидуальна: в некоторых случаях автоматика работает лучше, где-то ручная настройка даёт преимущество.
- Несмотря на то, что оплата за просмотр позиционируется как регулярное продвижение, но в основном оно также ориентировано на время. Лучше делать поднятия по часам из анализа рынка

1. Понимание механики

- Механика ведёт себя непредсказуемо: высокая ставка \neq гарантированные обращения.
- В некоторых нишах низкая ставка наоборот даёт прирост.
- Колебания показов — норма.
- Регулярный контроль и корректировки — обязательны.

 Типовой сценарий:

- **1–3 день:** идут контакты.
 - **4–10 день:** начинается «сжигание просмотров» без заявок.
→ Решение: **менять или отключать услугу** вовремя.
-

2. С чего начинать подключение

География:

- Открой **Avito Pro** → **статистика по городам**.
- Определи **города с наибольшим числом контактов**.
- Далее добавь **города-миллионники** — они дают устойчивый трафик.

Определи **объявления с наибольшей конверсией из показа в просмотр, они лучше всего будут подниматься в выдаче**.

Стартовые параметры:

- Начни с небольших ставок **7–20 Р за просмотр**.
 - Это позволит обойти **20–25% конкурентов**.
 - Поставь **дневной лимит** — не жди равномерного расхода.
 - часть объявлений быстро «съест» лимит,
 - часть — почти не потратится.
-

3. Мониторинг и оптимизация

- Проверь статистику **несколько раз в день**.
 - Корректируй ставки **опытным путём**.
 - Обычно оптимальная ставка стабилизируется
-

4. Распределение бюджета

- Если ты поставил автоматическую платную услугу, то лимит на аккаунте не должен быть меньше, чем лимит на самой услуге. Иначе объявление скроется
 - Количество активных услуг подбирай **экспериментом** — часть может не открываться и их придется отключить.
 - В маленьких городах при стабильных контактах можно **снизить ставку** без потери охвата.
-

Быстрый чек-лист

- Подобраны города с наибольшим спросом
- Ставка 15–20 ₹ на старте, оптимизация до ~30 ₹
- Дневной лимит установлен
- Мониторинг 2–3 раза в день
- Выбраны объявления с высокой конверсией
- Поднятия сделаны по часам из анализа рынка

Важные дополнения

1. Проверка и качество объявления

- Заголовок и описание должны быть продающими: заголовок должен цеплять и содержать ключевые слова.

- Сделайте **несколько объявлений** под одну услугу, но с разными заголовками/акцентами: алгоритм платформы любит тесты, сравнение.
- Фотографии и визуальный контент = важны. Даже в платных услугах качество объявлений влияет на эффективность.

2. Детальная аналитика и метрики

- Используйте кабинет Авито Pro (если у вас бизнес-аккаунт) для анализа: просмотры, запросы контактов, добавления в избранное, конверсии.
- Смотрите метрики не только «сколько просмотрели», но «сколько из просмотров перешли в контакт». Если пропорция падает — надо корректировать.
- Проверьте временные паттерны: когда чаще контакты, в какие дни/время, и попробуйте под это подстраиваться.

3. Тестирование и обновление объявлений

- Объявление нормально работает первые дни, затем может «зажечься» просмотрами без контактов — значит оно устарело или система «обжилась». Тогда либо меняем объявление, либо ставку.
- Не держите одно и то же объявление на бесконечное время без изменений. Меняйте фотографию, заголовки, текст, либо временно гасите услугу.
- Тестируйте разные районы/города и разные ставки — то, что работает в одном регионе, может не работать в другом.

4. Учет конкуренции и сезонности

- Высокая конкуренция = необходима более высокая ставка либо более «уникальное» предложение.

- Ниши с меньшей конкуренцией дают шанс работать на меньшей ставке и получать более выгодную рентабельность.
- Сезонность и региональный спрос — всегда учитывайте: зимой-летом, в крупных-маленьких городах спрос отличается.

5. Бюджет, лимиты и ротация услуг

- Установите дневной лимит (как мы писали) и **не запускайте всё сразу** — часть объявлений может не открыться, часть «съест» бюджет быстро.
- Делайте ротацию услуг: если одна услуга долго работает без откликов — отключайте, переключайте на другую.
- Следите, чтобы баланс не опустился до нуля — если бюджет исчерпан, объявления исчезают из выдачи.

6. Уровень сервиса и фактор доверия

- Авито оценивает «Уровень сервиса» продавцов: это влияет на размещение и видимость объявления.
- Чем выше рейтинг, тем больше доверия, тем выше шанс, что платная услуга будет приносить контакт. Поэтому работа с отзывами, ответами, качеством обслуживания — часть маркетинга.
- Профиль исполнителя — должен быть заполнен корректно, с фото, логотипом (если компания), отзывами — это помогает.

7. Контроль по времени и структуре

- Мониторинг ежедневный + еженедельный аудит (уже есть в вашем чек-листе) — важно, но добавлю: **отслеживайте часы с наибольшей активностью и дни недели**, когда либо эффект падает.
- Помните: если услуга запущена и нет контактов 4-10 дней — это сигнал к корректировке.

