

СЕКРЕТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ

КАК ПРОДВИГАТЬ УСЛУГИ НА АВИТО!

СОЗДАЁМ
ЭФФЕКТИВНОЕ
ОБЪЯВЛЕНИЕ

ПРИВЛЕКАЕМ
КЛИЕНТОВ

ПОЛУЧАЕМ
ОПЛАЧЕННЫЕ
ЗАКАЗЫ



✓ ЗАКАЗ
ОПЛАЧЕН

ОТ ОБЪЯВЛЕНИЯ ДО
ОПЛАЧЕННОГО ЗАКАЗА

Елена Дым

Елена Дым

**Как продвигать услуги
на Авито: от объявления
до оплаченного заказа**

«Автор»

2026

Дым Е.

Как продвигать услуги на Авито: от объявления до оплаченного заказа / Е. Дым — «Автор», 2026

Ваше объявление может собирать просмотры, сообщения и списания — и при этом не приносить оплаченных заказов. Почему так происходит и где именно теряются деньги? Эта книга проведёт по всему пути продажи услуги на Авито: от выбора предложения и оформления карточки до первого ответа, согласования, выполнения работы и получения оплаты. Вы разберётесь, как назначать цену, выбирать фотографии и формулировки, работать с тарифами и продвижением, отличать перспективное обращение от неподходящего и не платить за поток, который бизнес не способен превратить в заказы. Отдельное внимание — переписке, записи, отзывам, работе с авитологом, автоматизации и расчёту экономики продвижения. Цель — не просто получить больше сообщений, а построить систему, в которой Авито приводит работу, способную приносить деньги.

© Дым Е., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Введение. За обращением ещё нужно увидеть работу	5
Глава 1. Заказ, для которого стоит размещать объявление	7
Объявление должно открывать определённый разговор	8
Конец ознакомительного фрагмента.	9

Как продвигать услуги на Авито: от объявления до оплаченного заказа

Введение. За обращением ещё нужно увидеть работу

«Сколько будет стоить?» — самое короткое сообщение в переписке и иногда самое дорогое для исполнителя. За ним может стоять готовый заказ, просьба сравнить несколько вариантов, работа за пределами вашей специализации или человек, который неверно понял цену на карточке. Ответ займёт минуту. Выяснение обстоятельств — ещё десять. Выезд, который не следовало назначать, способен занять полдня.

В этой книге мы будем учиться различать такие ситуации раньше: в выборе объявления, его оформлении, первом уточнении и решении о следующем расходе. Нам нужен понятный путь от предложения на Авито до выполненной и оплаченной услуги. На каждом участке этого пути есть собственный результат. Просмотр говорит, что объявление открыли. Сообщение — что появился повод обратиться. Согласованный заказ — что стороны определили предстоящую работу. Деньги после её завершения позволяют проверить, стоило ли привлекать именно такие заказы.

Представим вымышленную мастерскую Леонида, которая принимает бытовые швейные машины. В объявлении написано «Ремонт швейного оборудования», а на первой фотографии стоит впечатляющая промышленная машина. Снимок привлекает владельцев небольших производств. Леонид отвечает на вопросы о выезде на фабрику, ремонте многоголовочных установок и ночном обслуживании. Всего этого мастерская не делает. За неделю она получает немало обращений, однако нужных домашних машин приносят мало.

Леониду можно посоветовать быстрее отвечать или увеличить продвижение. Но сначала стоит исправить предмет разговора, который начинает сама карточка. Чужая промышленная фотография и слишком широкое название вызывают ожидания, которым мастерская не соответствует. В результате исполнитель оплачивает и своим временем поддерживает спрос на другую работу.

Теперь представим другую ситуацию. К Леониду обращается хозяйка подходящей бытовой машины. Её устраивают место приёма и условия диагностики, но мастер не может закончить работу к нужной дате. Это уже подходящий заказ, потерянный из-за доступности. Объявлять его «нецелевым обращением» удобно для отчёта и бесполезно для решения. Возможно, продвижение запущено не в ту неделю; возможно, обещанный срок устарел; возможно, текущую очередь пока нельзя расширять.

Разница между этими двумя историями определяет всё дальнейшее руководство. Мы будем отделять несоответствие услуги от недостатка информации, отсутствие спроса от недостатка показов, платное событие от отдельного клиента, отказ от ещё не завершённого выбора. Благодаря этому рекламный кабинет перестанет быть единственным местом, где оценивается работа объявления.

Книга рассчитана на специалиста, который уже умеет оказывать свою услугу, и на владельца небольшой компании. Она пригодится и тому, кто ведёт Авито самостоятельно, и тому, кто поручает размещение администратору или подрядчику. Для применения не требуется становиться аналитиком. Потребуется сохранять несколько существенных сведений и принимать решения по известным обстоятельствам, не заполняя неизвестное удобными объяснениями.

Через книгу проходят три вымышленных бизнеса. Марина выезжает на чистку мягкой мебели. Леонид ремонтирует бытовые швейные машины в мастерской. Ксения приводит в порядок готовые презентации для выступлений. У них разный способ исполнения, разные

ограничения и разные причины потери заказа. Эти ситуации нужны для проверки решений, а не для доказательства, будто одна профессия всегда выгоднее другой. Все имена, суммы, показатели, объявления и разговоры в учебных разборах придуманы. Они не являются статистикой Авито, реальными результатами клиентов автора или предложениями действующих исполнителей.

Сначала мы выберем, какую работу выводить на площадку и как исследовать окружение объявления. Затем соберём карточку и профиль, разберём публикацию, тариф и продвижение. После этого свяжем обращения с исполнением, оплатой и расходами. В последних главах проверим рост, передачу работы помощнику и автоматизацию. Приложения содержат развёрнутые образцы и задачи с решениями: их можно использовать отдельно, когда конкретное затруднение уже возникло.

Практические рекомендации автора отделены от правил площадки. Там, где речь идёт о проверенном внешнем положении, стоит номер источника. Библиография находится в конце. При подготовке использованы открытые материалы, доступные 15 сентября 2026 года. Интерфейсы, цены, перечни категорий и доступность функций могут меняться. Индивидуальный тариф и условия конкретной операции нужно читать в своём кабинете до подтверждения расхода. Название инструмента в книге не означает, что он уже доступен каждому пользователю.

Особенно внимательно мы будем относиться к словам «бесплатно», «контакт», «заказ», «гарантия» и «защита». Их бытовой смысл может не совпадать с правилами списания или условиями отдельного сервиса. Книга не присваивает площадке обязательств, которых она не принимала, и не предлагает переносить механизм продажи товаров на услуги.

И последнее условие нашей работы: честная карточка иногда получает меньше обращений. Если исчезли запросы на то, чего вы действительно не делаете, это может быть полезным изменением. Если исчезли подходящие заказы, причины предстоит найти. В обоих случаях недостаточно радоваться красивой цифре. Нужно увидеть, какая работа теперь приходит, сколько стоит её получить и что остаётся после выполнения.

Глава 1. Заказ, для которого стоит размещать объявление

Начинать с перечня всех своих умений соблазнительно. У Марины есть оборудование для чистки мебели, опыт работы с разными материалами и готовность ездить по городу. В черновике объявления появляются диваны, кресла, матрасы, ковры, офисные стулья, салоны автомобилей и ещё несколько услуг, которые она когда-то выполняла. Каждая строка кажется дополнительной возможностью заработать. Вместе они образуют предложение, для которого трудно выбрать фотографию, цену и следующий вопрос клиенту.

Для первого размещения полезнее выбрать повторяемый заказ: конкретную работу в таких условиях, где вы заранее понимаете основные действия, ограничения и способ расчёта. Это уже существующая услуга, которую нужно точно представить на площадке. Не требуется заново придумывать весь бизнес. Требуется решить, какой участок своей работы вы сейчас готовы сделать предметом публичного сравнения.

Объявление должно открывать определённый разговор

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.