

# 10 КРИТИЧЕСКИХ ОШИБОК В GOOGLE ADS, КОТОРЫЕ СЖИГАЮТ ВАШ БЮДЖЕТ В ЧЕХИИ

Практическое руководство для предпринимателей и маркетологов чешского рынка. Уже запустили Google Ads или только планируете? Большинство рекламодателей в Чехии допускают как минимум несколько из этих ошибок — результат: слитый бюджет, низкий CTR и разочарование в рекламе.

ОСНОВАНО НА ДАННЫХ GOOGLE HELP CENTER, GROWTHBADGER, 2024–2026

ПОДГОТОВЛЕНО  M:E agency

# ОШИБКА №1: ШИРОКОЕ СООТВЕТСТВИЕ БЕЗ МИНУС-СЛОВ

## В чём проблема

Запуск кампаний на широком соответствии без проработанного списка минус-слов.

Реклама показывается по нерелевантным запросам — вы платите за клики людей, которые никогда не станут клиентами.

## ✓ Как исправить

- Используйте точное или фразовое соответствие при старте кампании
- Еженедельно анализируйте отчёт поисковых запросов и добавляйте минус-слова
- Для Чехии обязательно учитывайте чешские падежи и региональные вариации написания

# ОШИБКА №2: ИГНОРИРОВАНИЕ ГЕОТАРГЕТИНГА В ПРАГЕ И РЕГИОНАХ

Одна кампания на всю Чехию с одинаковыми ставками — типичная и дорогостоящая ошибка. Конкуренция и стоимость клика в Праге принципиально отличаются от Брно, Остравы или малых городов.

**\$2.96**

Минимальный CPC

Средний CPC по поисковой сети в 2026  
году

**\$4.22**

Максимальный CPC

Верхняя граница среднего CPC по  
поисковой сети

**2x**

Разброс регионов

Разница в стоимости клика между  
регионами может быть кратной

**✓ Как исправить:** Разделите кампании по регионам или используйте корректировки ставок. Распределяйте бюджет пропорционально конверсии из каждого региона, а не трафику.

# ОШИБКИ №3 И №4: ТЕКСТЫ И РАСШИРЕНИЯ ОБЪЯВЛЕНИЙ

## Тексты без учёта чешской специфики

Прямой перевод английских или русских объявлений на чешский. Чешские пользователи чувствуют машинный перевод — CTR падает, Quality Score снижается, а значит вы платите больше за те же позиции.

✓ **Как исправить:** Пишите тексты с носителем или опытным чешским копирайтером.

Используйте локальные триггеры: «*Praha*», «*česká firma*», «*doprava zdarma*». Тестируйте минимум 2 варианта заголовка.

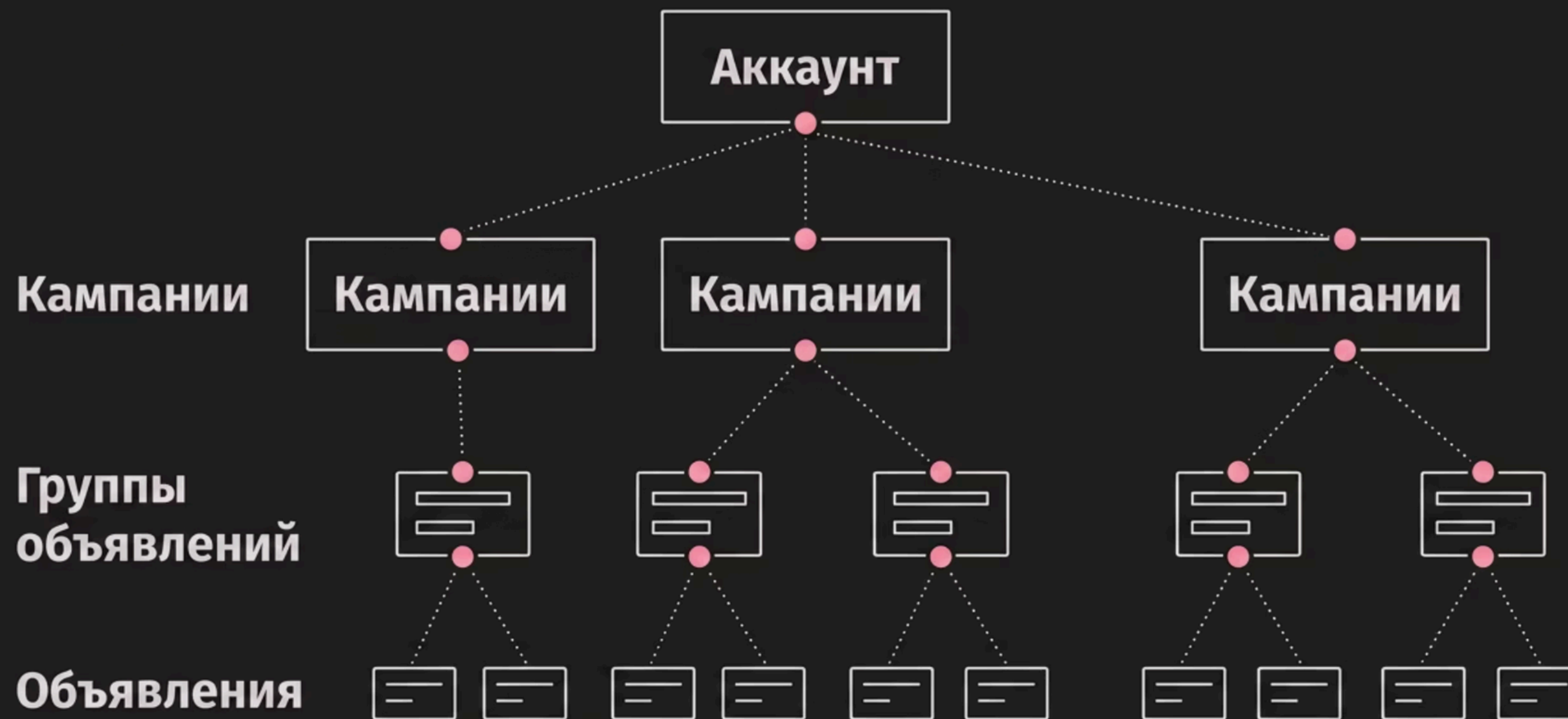
## Отсутствие расширений объявлений

Запуск без sitelinks, callouts и номера телефона. По данным Google (2024–2025), расширения увеличивают CTR на **10–20%** по сравнению с объявлениями без них. Sitelinks на брендовых запросах дают прирост CTR до **20–30%**.

✓ **Как исправить:** Добавьте минимум 4 sitelinks, 4 callout extensions, номер телефона. В 2025 году Google включил расширения в алгоритм оценки Quality Score.

# ОШИБКА №5: НЕВЕРНАЯ СТРУКТУРА АККАУНТА

Все ключевые слова в одной группе объявлений или, наоборот, тысячи микро-групп. Оба подхода снижают Quality Score и делают управление кампаниями неуправляемым.



- ✓ **Оптимальная структура для чешского рынка:** 5–15 тематически близких ключей на группу, 2–3 варианта объявлений на группу, чёткое разделение по продуктам/услугам и гео.

# ОШИБКА №6: АВТОСТРАТЕГИИ БЕЗ ДОСТАТОЧНОГО ОБЪЁМА ДАННЫХ

Включение Target CPA или Maximize Conversions с первого дня без накопленных данных — одна из самых дорогостоящих ошибок. Согласно официальной документации Google (2025–2026), алгоритм обучается на слишком малой выборке и сливает бюджет.

## Target CPA


Минимум **30 конверсий** за 30 дней для корректной работы алгоритма

## Target ROAS

Минимум **50 конверсий** за 30 дней для стабильного обучения

## Maximize Conversions

Минимум **15–20 конверсий** в месяц для запуска автостратегии

 **✓ Как исправить:** Начинайте с ручного CPC или Enhanced CPC. Переходите на автостратегии только после достижения нужного порога конверсий.

# ОШИБКИ №7 И №8: ПОСАДОЧНЫЕ СТРАНИЦЫ И РАСПИСАНИЕ ПОКАЗОВ



## Посадочная страница не соответствует объявлению

Объявление ведёт на главную страницу, а не на релевантный лендинг. Quality Score такого объявления падает до **3–4 из 10** — вы платите за клики существенно больше конкурентов с релевантными страницами.

✓ **Как исправить:** Каждой группе объявлений — своя посадочная страница. Заголовок лендинга должен содержать ключевое слово из объявления. Скорость загрузки на мобильных устройствах критична для чешского трафика.

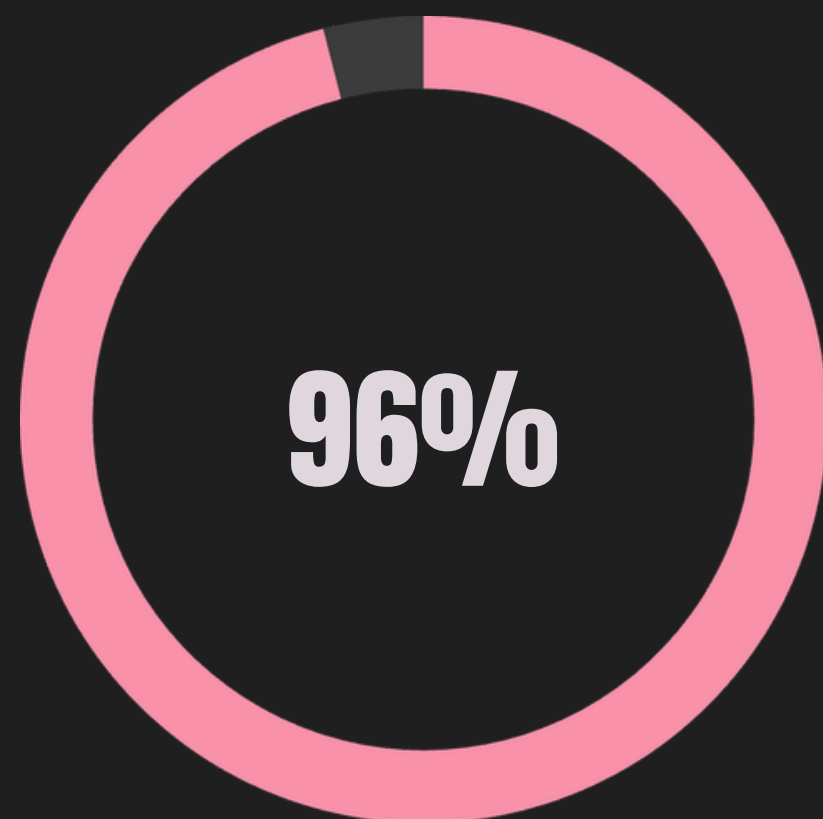


## Отключение рекламы в нерабочее время без анализа

Пауза кампаний ночью «для экономии» без изучения данных. Для многих B2B и e-commerce сегментов вечернее время — это наиболее дешёвый трафик с низкой конкуренцией.

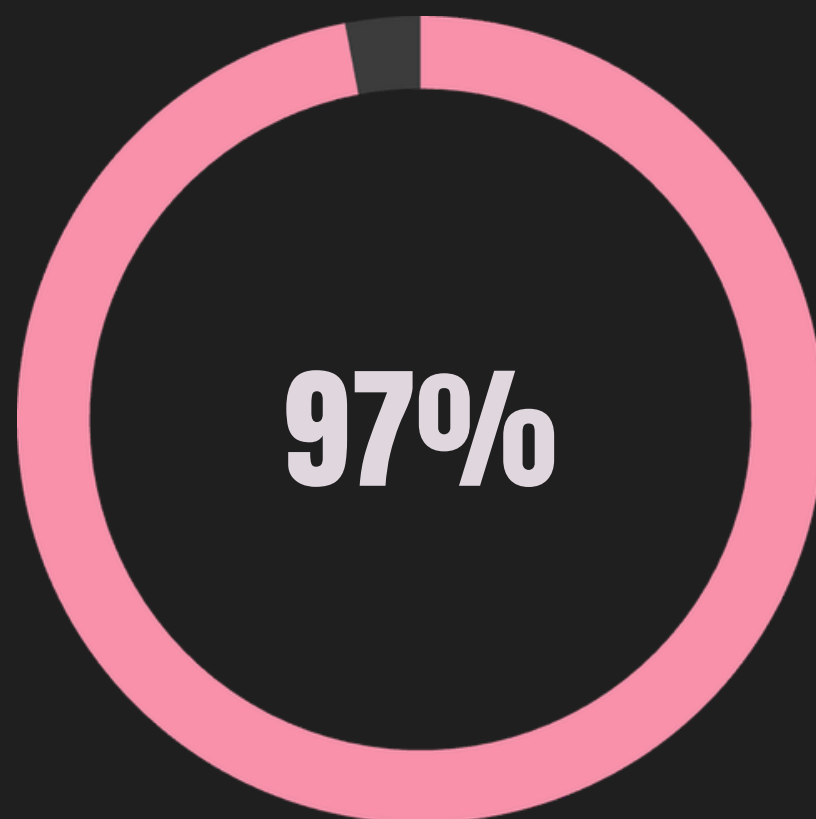
✓ **Как исправить:** Изучите отчёт по времени суток за 3+ месяца. Используйте корректировки ставок по часам вместо полного отключения — это сохраняет показы при меньших затратах на клик.

# ОШИБКА №9: НЕТ РЕМАРКЕТИНГА



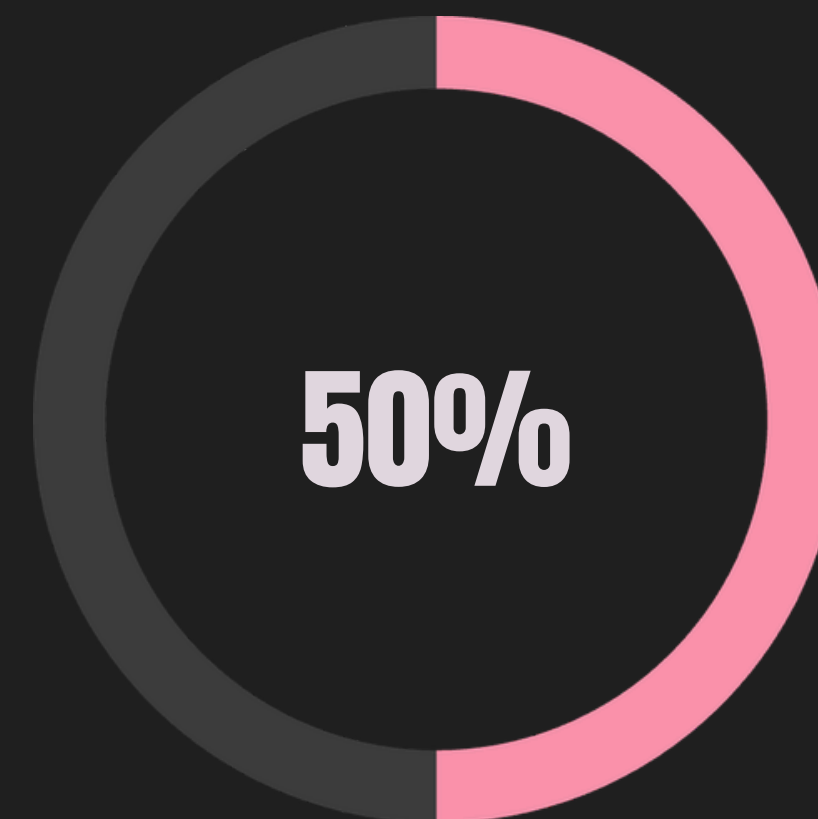
## Уходят без покупки

Посетителей уходят с продуктовых страниц без совершения покупки (GrowthBadger, 2024)



## Не возвращаются

Пользователей никогда не возвращаются на сайт без ремаркетинга



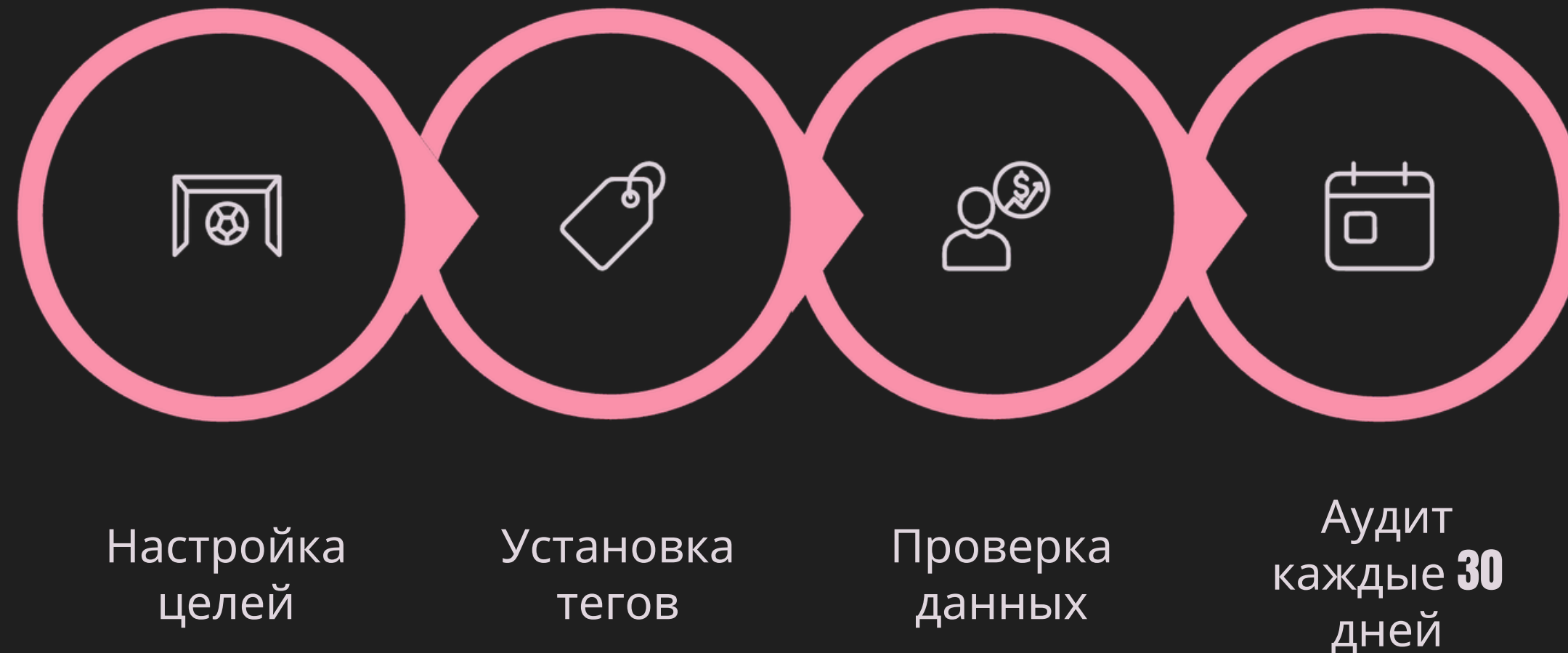
## Снижение CPA

Ремаркетинговые кампании снижают стоимость привлечения в среднем на 50%

✓ **Как исправить:** Настройте аудитории ремаркетинга через Google Tag Manager. Создайте отдельные кампании для аудиторий 1–7 и 8–30 дней. Для Чехии хорошо работает ремаркетинг через YouTube.

# ОШИБКА №10: ОТСУТСТВИЕ ИЛИ НЕВЕРНАЯ НАСТРОЙКА ОТСЛЕЖИВАНИЯ КОНВЕРСИЙ

Оптимизация без понимания, какие ключевые слова и объявления реально приносят заявки и звонки — это работа вслепую. По рекомендации Google: расхождение между данными Google Ads и CRM более **10%** — сигнал к аудиту настроек отслеживания.



Для чешского рынка call tracking обязателен — пользователи часто звонят перед покупкой. Настройте отслеживание реальных конверсий: отправка формы, звонок (call tracking), чат.

# НАШЛИ ОШИБКИ В СВОИХ КАМПАНИЯХ?

Большинство рекламодателей в Чехии теряют от 30 до 60% бюджета из-за этих 10 ошибок. Бесплатный аудит поможет найти конкретные «дыры» именно в вашем аккаунте.

## ПРОВЕРИМ ВСЕ 10 ПУНКТОВ

Полный аудит аккаунта по всем критическим ошибкам из этого руководства

## КОНКРЕТНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Без воды и без обязательств — только практические шаги для вашего бизнеса

## БЕСПЛАТНО

Запишитесь на бесплатный аудит вашего Google Ads аккаунта прямо сейчас

Записаться на бесплатный аудит → [ads.marketexpert.](https://ads.marketexpert.cz)

