

Юрий Аликин

АВИТОЛОГ

**Как меня вообще на
работу взяли?**



Юрий Аликин

АВИТОЛОГ

«Автор»

2026

Аликин Ю.

Авитолог / Ю. Аликин — «Автор», 2026

Эта книга — практическое руководство по профессии авитолога и продвижению бизнеса на Авито, написанное простым языком, с юмором и самоиронией. Автор делится личным опытом, ошибками, наблюдениями и рабочими инструментами, которые помогают привлекать клиентов, увеличивать продажи и выстраивать долгосрочные отношения с заказчиками. Вы узнаете, как анализировать целевую аудиторию и конкурентов, создавать продающие объявления, формировать уникальное торговое предложение, работать с отзывами, использовать инструменты продвижения и аналитики, искать клиентов и развивать личный бренд. В книге нет волшебных кнопок и обещаний быстрого успеха. Зато есть реальные кейсы, практические рекомендации и честный взгляд на профессию глазами человека, который сам прошёл путь от новичка до специалиста. Книга будет полезна начинающим авитологам, предпринимателям, маркетологам и всем, кто хочет получать больше заявок и продаж через Авито.

© Аликин Ю., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Глава	5
Конец ознакомительного фрагмента.	20

Юрий Аликин

АВИТОЛОГ

Глава

Раздел 1.

Глава 1. Как я стал экспертом, сам этого не заметив

Есть странный момент в жизни любого специалиста.

Сначала ты ничего не понимаешь.

Потом начинаешь что-то понимать.

Потом понимаешь, что остальные тоже ничего не понимают.

И именно в этот момент люди начинают называть тебя экспертом.

У меня всё произошло примерно так же.

В начале я был уверен, что бизнес — это когда ты:

- уверенный;
- собранный;
- знаешь ответы на все вопросы;
- красиво говоришь слова вроде «стратегия» и «масштабирование».

Потом началась практика.

И оказалось, что бизнес — это:

- искать файл финал_точно_финал_v2 в 2 часа ночи;
- делать умное лицо на созвоне, пока внутри паника;
- говорить клиенту «интересная задача», когда вообще непонятно, как это делать;
- и иногда принимать решения на уровне:
«ну вроде должно сработать».

Самое смешное — многие думают, что профессионалы не ошибаются.

Ошибаются.

Просто опытный человек ошибается спокойнее.

Я помню свой первый серьёзный проект.

Я тогда был настолько уверен в себе, что даже начал использовать фразы:

- «нужно смотреть шире»;
- «важно выстроить систему»;
- «давайте синхронизируемся».

Хотя на тот момент единственное, что у меня было синхронизировано, — это тревога и кофеин.

Но знаете, что интересно?

Клиенту не нужен идеальный человек.

Клиенту нужен:

- адекватный;
- честный;
- думающий;
- тот, кто способен решить проблему.

И вот это понимание изменило вообще всё.

Потому что большая часть рынка пытается выглядеть умнее, чем они есть.

Люди надевают серьёзные лица.

Пишут:

«Мы лидеры инновационных решений».

Хотя вчера полтора часа не могли подключить звук в Zoom.

И я сейчас не смеюсь над кем-то.

Я буквально описываю себя.

В какой-то момент я понял:

люди устают от идеальных экспертов.

Потому что идеальные эксперты обычно:

- говорят шаблонами;
- обещают невозможное;
- выглядят как мотивационная цитата в пиджаке.

А доверие вызывают другие.

Те, кто может сказать:

- «мы тоже ошибались»;
- «вот что не сработало»;
- «вот как мы это исправили».

С этого момента я перестал пытаться казаться гуру.

И начал просто нормально работать.

Без фраз:

«успешный успех».

Без фотографий с арендованными машинами.

Без историй про подъём в 5 утра ради продуктивности.

Честно?

Если я встал в 5 утра — это либо аэропорт, либо тревожность.

И именно после этого начали приходить нормальные клиенты.

Не те, кто хочет магию за три дня.

А те, кто понимает:

результат — это процесс.

Эта книга как раз про это.

Не про идеальный путь.

А про реальную работу:

— странные ситуации;

— ошибки;

— решения;

— переговоры;

— провалы;

— удачные идеи, которые вообще не должны были сработать, но почему-то сработали.

Если после этой книги вы станете умнее хотя бы на пару чужих ошибок — значит, я написал её не зря.

Потому что свои ошибки, поверьте, у вас всё равно будут.

Это уже традиция бизнеса.

Глава 2. Функционал и специфика профессии авитолога

Если вы думаете, что авитолог — это человек, который просто выкладывает объявления на Авито, то по этой логике хирург — это человек, который просто режет.

Технически похоже.

Но есть нюанс.

Когда я впервые услышал слово авитолог, мне показалось, что это какая-то болезнь.

— Что у вас?

— Авитология второй степени.

На самом деле профессия появилась потому, что Авито давно перестал быть обычной доской объявлений.

Раньше всё было просто.

Сфотографировал товар на тапок.

Написал:
Продам. Хорошее.

И через час уже кто-то звонил.

Сегодня так не работает.

Вернее работает.

Но обычно только у тех людей, которые каким-то образом умеют продавать ржавый холодильник без двери за цену нового.

Для остальных появилась необходимость разбираться в системе.

И вот здесь начинается территория авитолога.

Со стороны кажется, что работа выглядит так:

Создать объявление.
Получить клиента.
Пить кофе и считать деньги.

На практике всё выглядит немного иначе.

Анализировать конкурентов.
Искать рабочие заголовки.
Тестировать фотографии.
Менять тексты.
Следить за статистикой.
Проверять отклонения.
Искать причины падения просмотров.
Отвечать на вопрос клиента:
Почему вчера было 20 заявок, а сегодня 18?

Последний пункт особенно опасен.

Потому что иногда клиент задаёт этот вопрос так, словно ты лично выключил интернет в стране.

Многие считают, что Авито — это лотерея.

На самом деле нет.

Это скорее шахматы.

Только фигуры постоянно меняют правила движения.

А доска иногда сама решает перевернуться.

Авитолог постоянно работает с тем, что не видно клиенту.

Клиент видит:

- объявления;
- просмотры;
- заявки.

Авитолог видит:

- алгоритмы;
- конверсию;
- CTR;
- конкурентов;
- статистику;
- десятки мелочей, которые влияют на результат.

Причём большая часть работы напоминает деятельность детектива.

Иногда приходится расследовать загадки уровня:

Почему одинаковые объявления показывают совершенно разные результаты?

Или:

Почему объявление с профессиональными фотографиями проигрывает объявлению, где товар сфотографирован на фоне ковра?

Ответы существуют.

Но иногда они выглядят настолько нелогично, что хочется просто принять их как природное явление.

Вообще хороший авитолог — это смесь нескольких профессий одновременно.

Немного маркетолог.

Немного аналитик.

Немного копирайтер.

Немного психолог.

И совсем чуть-чуть шаман.

Особенно когда в очередной раз объясняешь клиенту, почему нельзя ставить в заголовок сразу двадцать ключевых слов через запятую.

Со временем я понял одну важную вещь.

Работа авитолога почти никогда не заключается в публикации объявлений.

Настоящая работа заключается в поиске ответа на вопрос:

Что нужно изменить, чтобы клиент выбрал именно это предложение среди сотен других?

Вот за это и платят деньги.

Не за кнопки.

Не за размещение.

Не за красивые отчёты.

А за понимание поведения покупателей.

И чем дольше работаешь в этой профессии, тем чаще ловишь себя на мысли:

люди покупают не тогда, когда им продают.

Люди покупают тогда, когда им удобно покупать.

Задача авитолога — создать именно такие условия.

Хотя иногда кажется, что главная задача авитолога — сохранять спокойствие, когда клиент после трёх часов работы пишет:

Я тут сам кое-что поменял в объявлениях

Именно после этой фразы обычно начинаются самые интересные истории.

Глава 3. Десять вещей, которые клиенты думают об Авито. И почти всегда ошибаются

За время работы я понял одну простую вещь.

Авито — это не просто площадка объявлений.

Это место, где встречаются ожидания и реальность.

Причём ожидания обычно приезжают на Ferrari, а реальность приходит пешком.

Поэтому предлагаю разобрать самые популярные заблуждения, с которыми сталкивается почти каждый авитолог.

Заблуждение 1. Достаточно разместить объявление — и клиенты сами придут

Это примерно как купить гантели и ждать появления кубиков пресса.

Технически связь есть.

Но между этими событиями обычно происходит ещё много интересного.

Объявление — это только начало работы.

А не её результат.

Заблуждение 2. Чем больше текста, тем лучше

Некоторые заказчики считают, что если написать объявление размером с роман, то продажи обязательно вырастут.

В итоге получается текст такого объёма, что его можно сдавать в издательство.

Но покупатель пришёл не за книгой.

Он пришёл решить свою проблему.

Иногда одно понятное предложение работает лучше страницы героической биографии компании.

Заблуждение 3. Хороший товар продаёт себя сам

Любимый миф.

К сожалению, хороший товар без хорошей подачи продаётся примерно так же успешно, как Ferrari без колёс.

Технически потенциал огромный.

Практически есть сложности.

Заблуждение 4. Чем дешевле цена, тем больше продаж

Если бы всё было так просто, все бы уже давно работали бесплатно.

Цена важна.

Но покупатель смотрит ещё на:

- доверие;
- фотографии;
- описание;
- отзывы;
- скорость ответа.

Иногда объявление дороже конкурентов приносит больше клиентов.

И это всегда вызывает у рынка лёгкую эмоциональную травму.

Заблуждение 5. Фотографии не имеют значения

Это обычно говорит человек, который фотографировал товар вечером на кухне.

На фоне микроволновки.

С использованием технологий 2012 года.

На практике хорошие фотографии способны изменить результат сильнее, чем десятки правок текста.

Потому что человек сначала смотрит.

Потом думает.

И только потом читает.

Заблуждение 6. Авитолог знает секретную кнопку

К сожалению, нет.

Если бы такая кнопка существовала, я бы сейчас писал эту книгу с яхты.

Авитолог работает не с магией.

Авитолог работает с аналитикой, тестами и опытом.

Хотя иногда клиент очень хочет верить в волшебство.

Заблуждение 7. Всё должно заработать за один день

Иногда заказчик запускает объявления утром.

А после обеда пишет:

— Ну что, где поток клиентов?

В такие моменты хочется спросить:

— А вы картошку тоже выкапываете через час после посадки?

Любой инструмент требует времени для анализа и настройки.

Заблуждение 8. Если раньше работало, значит будет работать всегда

Авито постоянно меняется.

Покупатели меняются.

Конкуренты меняются.

Даже алгоритмы иногда просыпаются в новом настроении.

Поэтому стратегия не трогай, оно работало в 2022 году обычно заканчивается очень интересными выводами.

Заблуждение 9. Авито — это просто дополнительный канал

Иногда да.

А иногда это основной источник клиентов.

Я видел компании, которые относились к Авито как к мелочи.

А потом с удивлением обнаруживали, что половина заявок приходит именно оттуда.

Получается неудобный момент.

Особенно для тех, кто эту площадку годами игнорировал.

Заблуждение 10. Авитолог отвечает за всё

Это моё любимое.

Если просмотров мало — виноват авитолог.

Если звонков мало — виноват авитолог.

Если менеджер не перезвонил клиенту — тоже почему-то авитолог.

Если дождь пошёл в выходной — подозрения начинают появляться.

Но правда в том, что результат всегда складывается из нескольких факторов.

Авито может привести клиента.

Но дальше в игру вступают:

- менеджеры;
- сервис;
- цена;
- продукт;
- скорость обработки заявок.

И здесь уже работает не один человек, а весь бизнес.

Самое забавное, что почти все эти заблуждения когда-то были и у меня самого.

Поэтому я никого не осуждаю.

Профессионал отличается от новичка не тем, что никогда не ошибается.

А тем, что уже знает, какие ошибки особенно дорого обходятся.

И именно об этих ошибках мы поговорим дальше.

Глава 4. Как я сам совершил почти все ошибки авитолога. Чтобы собрать их для этой книги

Есть люди, которые учатся на чужих ошибках.

Есть люди, которые учатся на своих ошибках.

А есть я.

Я решил собрать полную коллекцию.

Если бы за ошибки выдавали бонусные мили, я бы уже бесплатно летал по всему миру.

Когда я только начинал работать с Авито, мне казалось, что всё достаточно просто.

Нужно создать объявление.

Написать хороший текст.

Поставить красивые фотографии.

И ждать клиентов.

Через несколько дней я понял, что Авито придерживается другого мнения.

Первая ошибка была классической.

Я был уверен, что знаю, чего хочет покупатель.

Как выяснилось позже, покупатель об этом даже не догадывался.

Я писал длинные описания.

Очень длинные.

Настолько длинные, что некоторые объявления напоминали автобиографию.

Мне казалось:

— чем больше информации;

— тем больше доверия.

На практике люди читали примерно первые две строки.

После чего переходили к фотографиям.

Это был мой первый урок.

Покупатель приходит не читать.

Покупатель приходит выбирать.

Следующая ошибка была связана с заголовками.

Я пытался сделать их максимально умными.

Красивыми.

Креативными.

Практически литературными.

Проблема была в том, что покупатели искали совсем другие слова.

Получалось примерно так:

Я писал:

Надёжное решение для вашего бизнеса

А клиент искал:
Металлический стеллаж 2 метра

Победитель был очевиден.

И это был не я.

После этого пришлось смириться с неприятной мыслью.

Иногда маркетинг — это не искусство.

Иногда маркетинг — это здравый смысл.

Очень больно осознавать такие вещи.

Особенно творческим людям.

Но самая смешная ошибка случилась с фотографиями.

Я долго редактировал изображения.

Настраивал свет.

Подбирал композицию.

Делал всё красиво.

Потом рядом появился конкурент.

У него фотографии выглядели так, будто были сделаны на телефон, который пережил несколько исторических эпох.

И всё равно он собирал больше просмотров.

В тот день я понял:

рынок никому ничего не должен.

И мои представления о прекрасном тоже никого не интересуют.

С тех пор я начал больше тестировать и меньше гадать.

Это, кстати, один из самых полезных навыков авитолога.

Не спорить с цифрами.

Если статистика говорит:

— этот вариант работает лучше;

значит он работает лучше.

Даже если лично вам он кажется странным.

Ещё одной ошибкой была вера в идеальные настройки.

Я постоянно искал волшебную формулу.

Тот самый секрет.

Ту самую комбинацию действий, после которой заявки польются рекой.

Спойлер.

Никакой волшебной формулы нет.

Есть гипотезы.

Тесты.

Анализ.

Корректировки.

И огромное количество мелких решений.

Которые по отдельности кажутся незначительными.

Но вместе дают результат.

Со временем я заметил любопытную закономерность.

Каждый мой серьёзный рост начинался после какого-нибудь провала.

После объявления, которое никто не открывал.

После неудачного запуска.

После клиента, который задавал вопросы, на которые я не мог сразу ответить.

Именно такие ситуации заставляли учиться быстрее всего.

Хотелось бы сказать, что сейчас я ошибок не совершаю.

Но тогда эта книга быстро превратилась бы в фантастику.

Ошибки случаются до сих пор.

Разница лишь в том, что теперь я быстрее понимаю, где искать причину.

И гораздо спокойнее отношусь к временным неудачам.

Потому что опыт — это не отсутствие ошибок.

Опыт — это способность не паниковать после их появления.

Хотя иногда очень хочется.

Поэтому если вы только начинаете работать с Авито и вам кажется, что всё идёт неидеально — поздравляю.

Вы находитесь ровно там же, где когда-то находился почти каждый специалист.

Включая автора этой книги.

Только у меня на это ушло больше времени, чем хотелось бы.

Зато теперь у вас есть возможность сэкономить хотя бы часть этих ошибок.

И несколько нервных клеток.

Хотя за последние годы я убедился:

нервные клетки в нашей профессии — ресурс возобновляемый.

По крайней мере, я очень на это надеюсь.

Глава 4. Сколько зарабатывает авитолог. И почему ответ всех раздражает

Наверное, самый популярный вопрос в любой профессии звучит так:

— А сколько на этом можно заработать?

Обычно его задают через три минуты после знакомства.

Через пять минут после просмотра бесплатного вебинара.

И через семь минут после принятия решения сменить профессию.

Когда я начинал работать с Авито, мне тоже хотелось знать точную цифру.

Желательно сразу.

Желательно большую.

И желательно без лишних усилий.

Но рынок приготовил для меня сюрприз.

Ответ оказался очень скучным.

Заработать можно по-разному.

Спасибо, капитан очевидность.

На этом можно было бы закончить главу.

Но издательство наверняка будет против.

Поэтому разберёмся подробнее.

В начале пути заработок авитолога напоминает погоду весной.

Сегодня солнце.

Завтра снег.

Послезавтра вообще непонятно что происходит.

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.