



JUHTUMIUURING · SEPTEMBER 2026

Sobimatute klikkide hind kolmes valdkonnas

Mida e-kaubandusettevõtted, kohalikud teenindusfirmad ja B2B leidide genereerimise meeskonnad maksavad klikkide eest, millest ostu kunagi tulnud ei oleks — ja kui suur osa sellest on tagasi nõutav. Numbrid teisendatud USD-st valuutasse EUR EKP viitekursiga 25. september 2026 (1 EUR = 1,1403 USD).

Mis on sobimatu klikk?

Google'i enda definitsioon: iga klikk sinu reklaamil, mis ei tule inimeselt, kellel on tegelik huvi selle vastu, mida sa reklaamid. Sina ei pea nende eest maksma. [1][2]

Automaatne

Robotid, roomikud, klikifarmid ja „petutarkvara“, mis klõpsavad reklaame massiliselt. 2024. aastal ületas automatiseeritud liiklus esmakordselt inimliikluse: **51%** kogu veebiliiklusest, **37%** pahatahtlikest robotitest. [1][3]

Tahtlik

Inimesed, kes klõpsavad selleks, et kellegi kulusid kunstlikult tõsta — konkurendid, kes tühjendavad rivaali päevaeelarve, või väljaandjad, kes klõpsavad oma sait(id)el reklaame tulu teenimiseks. Google loeb mõlemad sobimatuks. [1][2]

Juhuslik

Topeltklõpsud, eksikombel puudutused mobiilis, klikid halvast reklaamipaigutusest. Ei kavatsust ega ostu, aga kui see läbi libiseb, tuleb arve ikka. [1]

Kuidas Google sellega tegeleb

Google filtreerib suurema osa kehtetust liiklusest automaatselt (200+ filtrit, reaajas ja tagasiulatuvalt) enne, kui sult arvet võetakse, ning lisab hilisemale arvele „kehtetu tegevuse“ krediidi, kui leiab veel. [2][4] Kõik, mida tema süsteemid sobimatuks ei klassifitseeri, arveldatakse tavalise klikina — ja just seda lõhet mõõdab selle esitluse ülejäänud osa. Reklaamijad võivad taotleda käsitsi uurimist kuni 60 päeva vanustele klikkidele. [2][5]

Ligikaudu iga 12. tasuline klikk on sobimatu

8,5%

keskmine sobimatute klikkide määr 2,7 miljardi tasulise kliki, kuue reklaamiplatvormi kohta, aug 2024 – juuli 2025 (Lunio) [6][7]

11,4%

keskmine sobimatute klikkide määr Google Adsis, 104 miljonit klikki 43 701 konto peale, 6 kuud kuni veebruar 2026 (Fraud Blocker) — tõusnud 5,9%-lt 2010. aastal [8][9]

Globaalne kahju — hinnangud erinevad meetodi järgi

Spider AF, 2024 tegelik		33,1 mld €
Lunio, 2025 tegelik		55,2 mld €
Juniper Research, 2023		73,7 mld €
Juniper, prognoos 2028		151 mld €

Juniper: 22% 335 mld € globaalsest digireklaami kulutusest kaotati 2023. aastal. [10][11][12][6]

Sobimatute klikkide osakaal tasulistes klikkides platvormiti, 2025 [6][13]

Google Search		5,2%
Google (kõik kanalid)		7,6%
Meta		8,2%
Microsoft / Bing		10,3%
Google Display		12,0%
X / Twitter		12,8%
LinkedIn		19,9%
TikTok		24,2%

Sõltumatud kontrollifirmad, kes mõõdavad juba filtreeritud ettevõteteoste, raporteerivad palju madalamaid määrasid (IAS 1,1%, DoubleVerify 0,5% [14][15]); tööstusorganisatsioon TAG paneb filtreerimata display/video kehtetu liikluse määraks 9,96% [16]. Eelnimetatud VKE tasulise otsingu numbrid on selle esitluse ettevõtete jaoks asjakohased. Kõigil klikipettuse-kaitse müüjatel on ärihuvi; kus võimalik, tsiteerime kahte, kes on ühel meelel.

Mida Google annab krediidina vs mida sõltumatud tööriistad tuvastavad

Samad kontod, samad klikid, sama kvartal. Google'i filtrid teevad suurema osa tööst; ülejäänu arveldatakse tavaliste klikkidenä. [8][17][18][19]

VALDKOND (USA GOOGLE ADS, 2026 I KV, KUI POLE ÖELDUD TEISITI)	GOOGLE'I RAPORTEERITUD SOBIMATU	SÕLTUMATULT TUVASTATUD	LÕHE (FRAUD BLOCKERI JÄRGI)	VALIM
Kõik valdkonnad	10,4%	16,2%	5,8 pp	48 miljonit klikki, 23 000 kampaaniat, 37,2 mln € kulutust
Õiguslik	10,9%	14,7%	3,8 pp	50+ kontot, 36 600 klikki, 321 000 € kulutust
Koduteenused (apr 2025 – märts 2026)	8,6%	12,5%	3,9 pp	100+ kontot, 1 miljon+ klikki, ~877 000 € kulutust
Finants ja kindlustus	5,9%	11,4%	5,5 pp	40+ kontot, 365 000 klikki, 877 000 €+ kulutust

4–6 pp

kulutusest on lõhe Fraud Blockeri 2026. aasta valimites — klikid, mille tema tööriist liigitab sobimatuks, aga mida Google'i raport ei näidanud. 8770 €/kuus juures oleks see 351–526 € kuus. [17][18][19]

+9,5%

lisaks sobimatut klikki kuus blokeeritud Google'i filtritest kaugemale Lunio kliendibaasis kokku, säästes ~6,4% kulutusest. [20]

<0,02%

klikkidest krediteeriti reaktiivselt pärast reklaamija kaebusi, 2007. aasta Google'i avalduse järgi. Google ei avalda praegu sobimatute klikkide ega krediitide koguarve; tema Adsi turvaraportid neid ei kata. [21][22]

D2C Shopify pood, 13 200 €/kuus Google Search + Shoppingus

Mida andmed jaekaubanduse kohta ütlevad

- Google Shopping klikid: **7,5%** sobimatu 2026. aasta II kvartalis (Lunio, 414 miljonit jaekliki) ja **7,9%** (Fraud Blocker) — kaks müüjat, üks number. **[23][8]**
- Shoppingu sobimatute määr tõusis **+80%** 2025. aasta IV kvartalist (4,2%) 2026. aasta II kvartalis (7,5%); AI Max kampaaniates on 72% rohkem kehtetut liiklust kui tavalises Searchis. **[23][24]**
- Jaekaubandus kokku: 6,0% (Lunio 2025) kuni 18,3% (Fraud Blockeri kliendiandmed). **[6][9]**
- Mediaan Search-CPC: Shopping/kingitused 3,63 €, rõivad ja ehted 3,89 € (WordStream 2026). **[25]**
- 35,7% Musta reede saidiküllastustest tuli robotitelt või võltskasutajatelt (CHEQ, 2021 — saidiliiklus, mitte tasulised klikid). **[26]**

Avaldatud juhtumid

- **Sparkles.io** (D2C personaliseeritud tooted, 1M+ €/aastas Searchis): 66 000 sobimatut klikki ühes kvartalis; sääst 382 000 € 2022. aastal, 548 000 € 2023. aastal. **[27]**
- **Take Some Risk** (e-kaubanduse agentuur): 40% puhtam liiklus, **26 300 €/kuus** kokku hoitud. **[28]**
- **Motogolf.com** (veebigolfipood): konkurent tühjendas käsitsi igapäevast eelarvet; 4380 €+ väidetavalt kohtuasjas. **[29]**

Illustratiivne mudel — meie eeldused, allikatega määrad

Igakuine kulutus (Search + Shopping)	13 200 €
Segamäär sobimatuid (7% — Searchi 3,1% ja Shoppingu 7,5–7,9% vahel jaekaubanduses [23][8])	7,0%
Sobimatuid klikke kuus (brutos, enne Google'i enda krediite)	921 €
Aastas	11 000 €
Google'i enda filtrid annavad tavaliselt krediidina tagasi ~50–75% sellest, mida sõltumatud tööriistad tuvastavad [17][18][19] — eeldame 60%	≈ 6580 €
Ikka arvel, potentsiaalselt nõutav	≈ 4470 €/aastas

Kui suunata kehtivatesse klikkidesse mediaan-D2C ROAS-iga 3,3× **[30]**, oleks 11 000 € = ≈ 36 000 € käivet. Sobimatud klikid toidavad ka Smart Biddingu signaale, mida krediidid tagasi ei keera. **[31]**

438 000 €

Lunio enda mudel: 8,77 mln €/aastas jaemüüja 5% sobimatute määra juures raiskab umbes 438 000 € aastas. **[23]**

Torulukksepa-/koduteenuste firma, 4380 €/kuus Google Searchis

Miks on kohalikul turul viga teha kallis

- Mediaan-CPC 2025–26: torulukksepatööd **9,20 €**, HVAC 8,49 €, katusetööd 9,38 €, elektrikud 10,68 €, juristid 8,66 €, hambaarstid 7,02 €. Iga sobimatu klikk maksab peaaegu 2× rohkem kui kõigi valdkondade mediaan (4,75 €). **[32][25]**
- Koduteenuste kontod: **12,5%** tuvastatud sobimatuid vs 8,6% Google'i raporteeritud — 3,9 protsendipunkti suurune arveldatud lõhe (~0,13 € klikki kohta). **[18]**
- Juurakontod: 14,7% tuvastatud vs 10,9% krediidina tagastatud. **[17]**
- 52% väikeettevõtetest kulutab turundusele kokku alla 877 € kuus — tühjaks klõbitud hommikune eelarve on kogu päeva leidude jagu. **[33]**
- Konkurendi klõpsamine on reaalne, kuid vähemus kehtetust liiklusest (~17% Lunio 2021. aasta jaotuses; robotid 38%). **[34]**

Avaldatud juhtumid

- **Palace Plumbers** (UK, 12 töötajat, 3000 £/kuus **≈ 3480 €**): eelarve kulus iga päev kell 10–12 arvatava konkurendi käe läbi; „paar tuhat naela“ (≈ 2320 €) kaotati, enne kui see avastati. **[29]**
- **Austraalia jäätmekäitlusfirma**: samad seadme ID-d klõpsasid 5 kuuest kohaliku konkurendi reklaamist; jälgiti kuuendani. **[35]**
- **Rothenberg Law Firm**: 6195 klikki blokeeritud, 31% puhtam liiklus, **59 600 €** kokku hoitud. **[36]**
- **Kinnisvarabüroo** (40+ saiti): keskmiselt ~10% sobimatuid, üks San Antonio maakler ~40% juures. **[37]**

Illustratiivne mudel — meie eeldused, allikatega määrad

Igakuine kulutus	4380 €
Klikke 9,20 € CPC juures [32]	≈ 477
Sobimatuid klikke 12,5% juures [18]	≈ 60 / kuus
Sobimatuid klikke kuus (brutos, enne Google'i enda krediite)	548 €
Aastas	6580 €
Google'i enda krediidid 8,6% juures [18]	≈ 4530 €
Ikka arvel, potentsiaalselt nõutav (3,9 pp)	≈ 2050 €/aastas

Fraud Blockeri enda arvutus annab sama tulemuse: 877 €/kuus → 410 €/aastas, 4380 € → 2050 €, 8770 € → 4100 € tagastamata. **[18]** 113 € torulukksepaleiu hinna juures **[32]** on 6580 € umbes 58 päris leiu aastane hind.

Vanemad valdkonnaandmed — käsitse ettevaatlikult

ClickCease'i 2019–20 VKE-uuring (1,8 miljardit klikki) raporteeris lukksepad 53%, torulukksepad 46%, kahjuritõrje 62% sobimatuid, konkurendiklõpsade tippudega 81–88% lukustuse ajal. Neid numbreid taaskasutatakse jätkuvalt „2026. aasta statistikana“ müüjate blogides; need on kuus aastat vanad ja pandeemia poolt üles paisutatud. **[38]**

B2B SaaS, 26 300 €/kuus jagatud LinkedIni ja Google Searchi vahel

Kust raha B2B-s lekib

- Leidude genereerimise reklaamijatel on **32% rohkem** kehtetut liiklust kui e-kaubanduse brändidel. [7]
- LinkedIn: **19,9%** sobimatuid kõigis valdkondades; **15,3%** IT ja turbe reklaamijatel (64 miljonit klikki, 2025. aasta III kv – 2026. aasta I kv), kvartalist kvartalisse tõusev trend; 36% panganduse ja laenuandmise sektoris. Google'i segamäär IT-le: 3,9%. [13][40][41]
- Klikihind: LinkedIn 4,89–8,23 € (B2B House, Metadata); B2B tarkvaramärksõnad 11,40–16,66 € Google'is ühe avaldatud juhtumi järgi. Leiuhind: LinkedIn **177 €**, Google **460 €** (Metadata, 153 B2B reklaamijat). [43][42][29]
- 25%** leiugenerereerimise vormiesitustest on sobimatud (Anura); **14,1%** 4 miljonist B2B demovormi esitajast liigitati rämpsuks/ebakvalifitseerituks (Chili Piper). [44][45]
- 69% tulemusturundajatest raporteerib võltsleide tasulistest kampaaniatest. [46]

Avaldatud juhtumid

- Canto** (B2B SaaS, DAM): ~**59 100 €/kuus** kaotati kehtetule liiklusele enne kaitset; +307 000 € kvalifitseeritud müügitoru esimese kahe kuuga pärast. [47]
- REVIEWS.io** (B2B tarkvara): ~9% sobimatuid klikke 11,40–16,66 € CPC juures; korduvad konkurendiklikid ühelt seadmelt kõige kallimatel märksõnadel. [29]
- Nimetamata LinkedIni reklaamija**: 400 võltsleidu 60 päevaga. [48]

Illustratiivne mudel — meie eeldused, allikatega määrad

LinkedIn: 13 200 € × 15,3% sobimatuid [40]	2010 € / kuus
Google Search: 13 200 € × 3,9% sobimatuid [40]	513 € / kuus
Sobimatuid klikke aastas (brutos, enne platvormi krediite)	30 300 €
Võltsleide 25% juures ~100 kuisest vormitäitest (üältoodud leiuhindade juures) [44][42]	≈ 25 / kuus
Müügiaeg võltsleidude taga ajamiseks (CHEQ hinnang: ~17 500 € müügiesindaja kohta aastas) [49]	17 500 € / töötaja
Otsene + kaudne kulu, üks esindaja	≈ 47 900 €/aastas

Ainult Google Adsi osa (~6140 €/aastas brutos) kuulub Google'i sobimatute klikkide uurimise alla; LinkedIn juhib oma filtreerimist ise ega avalda sobimatute klikkide määra. [50] Suurem B2B-kulu on kaudne: 22% turundusjuhtidest nimetab rikutud CRM-andmeid kehtetu liikluse kõige kahjulikumaks mõjuks ja B2B müügimeeskonnad hindavad, et 32% nende CRM-andmetest on vigased. [51]

259 000 €

aastas raisatud tüüpilise 4,38 mln €/aastas finantsteenuste reklaamija poolt 10,09 € CPC juures — ≈ 778 000 € kaotatud käivet 3:1 ROAS-i juures (Lunio, 86 miljonit klikki). [41]

Nõuded: kuidas protsess töötab ja kui sageli see tasub ära

Google'i sobimatute klikkide uurimine [2][5]

- **60-päevane** tagasivaateaken alates kliki kuupäevast.
- Esitatakse kliki kvaliteedi vormi kaudu konto administraatori poolt; nõuab kliki ID-sid (GCLID-id), IP-aadresse, ajatempleid, märksõnu, kuupäevavahemikku ja soovitatavalt serverilogisid.
- Google vaatab üle mõne tööpäeva jooksul ja väljastab hilisemale arvele arveldusliku krediidi — mitte kunagi sularaha.
- Uus 2025. aastal: Google Adsi kehtetu tegevuse krediidi aruanne näitab krediteeritud klikke ja kulutust kampaania kohta. [52]
- Kõige levinum tagasilükkamise põhjus on ebapiisav tõendusmaterjal. [5]

SaveMyBudget töötab Google'i filtreerimise peal. Google'i süsteemid tabavad enamiku; nõudeprotsess on ülejäänud jaoks ja see tasustab tõendeid.

~5–10%

iseesitatud nõuetest või vaidlustatud klikkidest kinnitatud, kahe kaitsemüüja kogemuse põhjal; kui kinnitatakse, siis 30–50% taotletud summast. Mitte Google'i andmed. [5][53]

8–15%

auditeeritud kulutusest tagasi nõutud, ühe reklaamiauditifirma järgi, kes töötab täielike klikilogide pealt (tema enda pressiteade; 87,7 mln €+ tagasimakset väidetavalt 2025. aasta eest). [54]

5,3%

vanemturundajatest kasutab spetsiaalset kehtetu liikluse platvormi, kuigi 75,6% ütleb, et kaotab sellele üle 5% igakuisest eelarvest. [55]

Puudub

— me ei leidnud sõltumatut uuringut selle kohta, mitu reklaamijat on kunagi nõude esitanud, ega õnnestumismäärade kohta. Google avaldas viimati reaktiivse krediidimäära 2007. aastal (<0,02% klikkidest). [21]

Tõendite lünk on õnnestumise lünk

Müüjad on ühel meelel: iseesitatud nõuded ebaõnnestuvad enamasti tõendite puudumise tõttu ja klikipõhiste logidega toetatud nõuded näivad edukamad. Google esitab sama nõude — kliki ID-d, IP-d, ajatemplid, logid. Kas nõue õnnestub, otsustab Google. [5][53][54]

Kui palju eelarvet raisatakse — kolm ettevõtet

E-KAUBANDUS (SHOPIFY D2C)		KOHALIK TEENINDUSETTEVÕTE	B2B SAAS MÜÜGIVIHJED
Igakuine tasuline kulutus (mudel)	13 200 €	4380 €	26 300 €
Kanal	Google Search + Shopping	Google Search	LinkedIn + Google Search
Kasutatud allikaga sobimatute määr	7,0% [23][8]	12,5% [18]	15,3% LinkedIn / 3,9% Google [40]
Mediaan-CPC	3,63 € [25]	9,20 € [32]	8,23 € / 5,15 € [42][25]
Sobimatuid klikke aastas (brutos, enne krediite)	11 000 €	6580 €	30 300 €
Sobimatu osa eelarvest (brutos)	7,0%	12,5%	9,6%
Google'i enda krediidid katavad (hinnang, ~60%)	≈ 6580 €	≈ 4530 €	≈ 3680 € (ainult Google'i osa)
Arvel ja potentsiaalselt nõutav, aastas	≈ 4470 €	≈ 2050 €	≈ 2460 € (Google) · LinkedIn väljaspool ulatust
Varjatud kulu	Smart Bidding õpetatud robotiklikkidelt; ≈ 36 000 € käivet, kui suunata kehtivatesse klikkidesse 3,3× ROAS-i juures	~58 päris leiu hind aastas 113 € CPL juures	~25 võltsvormitäidet kuus; ~17 500 € esindaja kohta aastas järelkontrollile (CHEQ hinnang)

6580–30 700 €

aastas sobimatuid klikke 4380–26 300 € igakuiste eelarvete juures, enne Google'i enda krediite; sellest umbes 2020–4380 € ikka arvel ja nõutav. Ülaltoodud mudelid.

10 500–13 200 €

aastas kaotab tüüpiline 8770 €/kuus Google Adsi reklaamija (CHEQ); ClickCease'i VKE-uuring pani selle 13 200 €+ peale 7890–8770 €/kuus juures. [56][38]

25%

väikeettevõtte PPC-eelarvetest raisatakse kokku (WordStream, 2013. aasta uuring) — sobimatud klikid on üks viil laiemast tõhususprobleemist. [57]

Jälgi, tõenda, nõua tagasi — tasu ainult tulemuse eest

SaveMyBudget töötab Google'i enda kaitse peal. Jälgime iga tasulist klikki, koostame tõendid, mida Google'i uurimine nõuab, ning meie meeskond vaatab nõude üle ja esitab selle. Google otsustab.

1 · Jälgi

Üks jälgimiskood sinu saidil pluss kirjutuskaitstud Google Adsi ühendus. Iga klikki hinnatakse 20+ tuvastusreegli ja kogu võrgu ulatuses jagatud luuretulemuste alusel — ühes kontos tabatud petis märgistatakse igas kontos.

2 · Tõenda

Kliki tasandi tõendid — kliki ID-d, IP-d, seadmed, ajastusmuustrid — koondatakse vormingusse, mida Google'i kliki kvaliteedi vorm nõuab, ja kontrollitakse sinu tegeliku arveldusega.

3 · Nõua

60-päevase akna sees vaatab meie meeskond tõendid üle ja esitab nõude. Google vastab tavaliselt mõne päevaga. Kui Google kinnitab krediidi, võtame sellest 25%. Kui ta lükkab nõude tagasi, ei maksa sina midagi.

25%

igast krediidist, mille Google kinnitab. Jälgimine, töölaud, tõendid ja esitamine on tasuta. Alla 10 \$ tasu ei võeta.

Me ei luba tagasimakseid — Google vaatab üle iga nõude ja tema filtrid tabavad juba enamiku kehtetust liiklusest. Meie muudame tõendite kvaliteeti ülejäänu osas, kus iseesitatud nõuded ebaõnnestuvad. [\[5\]](#)[\[53\]](#)

savemybudget.io

1. **Google Ads Help** — "Invalid clicks: Definition" (answer 42995). support.google.com/google-ads/answer/42995

2. **Google Ads Help** — "About invalid traffic" (answer 11182074), incl. investigation process and 60-day window. support.google.com/google-ads/answer/11182074

3. **Imperva / Thales** — 2025 Bad Bot Report (2024 data): 51% automated, 37% bad bots. Apr 2025. imperva.com/resources/resource-library/reports/2025-bad-bot-report/

4. **Google Ad Traffic Quality** — "How we prevent invalid activity". google.com/ads/adtrafficquality/how-we-prevent-it/

5. **Fraud Blocker** — "How to get a refund for invalid clicks from Google Ads" (vendor; ~10% approval, 30– 50% of amount). Upd. Jun 2026. fraudblocker.com/articles/how-to-get-a-refund-for-invalid-clicks-from-google-ads

6. **Lunio** — 2026 Global Invalid Traffic Report / "Click fraud statistics by industry" (2.7B clicks; 8.51%; \$63B). Jan 2026. lunio.ai/blog/click-fraud-statistics-by-industry

7. **MediaPost** — "Ad spend wasted on invalid traffic reached \$63B in 2025" (lead-gen +32% vs e-com). Jan 2026. mediapost.com/publications/article/412156/

8. **Fraud Blocker** — "Invalid click rate benchmarks for Google Ads" (104M clicks, 43,701 accounts; 11.4%; by campaign type). Feb–Sep 2026. fraudblocker.com/data/invalid-click-rate-benchmarks-for-google-ads

9. **Fraud Blocker** — "Click fraud statistics" (vendor data; retail 18.3%, legal 14.7%). Jun 2026. fraudblocker.com/data/click-fraud-statistics

10. **Juniper Research** — Digital Advertising Fraud whitepaper (\$84.2B 2023; \$172.3B 2028). Sep 2023. fraudblocker.com/wp-content/uploads/2023/09/Ad-Fraud-Whitepaper_Juniper-Research.pdf

11. **Search Engine Land** — "22% of digital ad spend lost to fraud in 2023". Sep 2023. searchengineintel.com/ad-spend-lost-ad-fraud-2023-432610

12. **Spider AF / Spider Labs** — 2025 Ad Fraud Report (\$37.7B; 5.1% programmatic). May 2025. spideraf.com/press-releases/spider-labs-releases-2025-ad-fraud-report-...

13. **Lunio** — "Invalid traffic rates by ad platform" (LinkedIn 19.88%, TikTok 24.2%, Meta 8.2%, Google 7.57%). 2026. lunio.ai/blog/invalid-traffic-rates-by-ad-platform

14. **Integral Ad Science** — Media Quality Report, 21st ed. (global IVT ~1.1%). Jul 2026. go.integralads.com/rs/469-VBI-606/images/AMER_MQR_21st_Edition_IAS.pdf

15. **PPC Land** — "DoubleVerify cuts fraud rate 24%" (0.5% SIVT Q1 2026). Jul 2026. ppc.land/doubleverify-cuts-fraud-rate-24-but-out-of-geo-ads-jump-12/

16. **TAG (Trustworthy Accountability Group)** — US Fraud Savings Report 2024 (9.96% unfiltered IVT; \$10.8B saved). 2024. tagtoday.net/pressreleases/tag-us-fraud-savings-report-2024-...

17. **Fraud Blocker** — "Click fraud in the legal industry" (14.7% vs 10.9%; \$10 CPC; \$4,560/yr). 2026. fraudblocker.com/articles/click-fraud/legal-industry

18. **Fraud Blocker** — "Click fraud in home services" (12.5% vs 8.6%; loss ladder). 2026. fraudblocker.com/articles/click-fraud/home-services-industry

19. **Fraud Blocker** — "Click fraud in finance & insurance" (11.4% vs 5.9%; \$12.80 CPC) and Q1 2026 Click Fraud Report (16.2% vs 10.4%). 2026. fraudblocker.com/articles/click-fraud/finance-industry · /what-is-click-fraud

20. **Lunio** — "Google invalid clicks" (+9.5% blocked/month; 6.4% of spend). Sep 2025. lunio.ai/blog/google-invalid-clicks

21. **Google AdWords blog via WebmasterWorld** — "<10% of clicks filtered; <0.02% credited reactively". Mar 2007. webmasterworld.com/google_adwords/3267416-2-30.htm

22. **Google** — Ads Safety Reports 2023, 2024, 2025 (no invalid-click or credit totals published). services.google.com/fh/files/misc/ads_safety_report_2024.pdf

23. **PPC Land** — "AI Max shows 72% more invalid traffic in retail search, Lunio finds" (Shopping 7.51%; 414M retail clicks; \$500k model). Aug 2026. ppc.land/ai-max-shows-72-more-invalid-traffic-in-retail-search-lunio-finds/

24. **Search Engine Journal (Lunio partner content)** — "AI Max is sending retailers more invalid traffic". Aug 2026. searchenginejournal.com/partner-resources/ai-max-is-sending-retailers-more-invalid-traffic/

25. **WordStream / LocaliQ** — Google Ads Benchmarks 2026 (13,474 US campaigns, Apr 2025–Mar 2026; CPC & CPL by industry). 2026. wordstream.com/blog/2026-google-ads-benchmarks

26. **CHEQ** — "Bot Friday: a third of Black Friday shoppers were fake" (35.7%; \$368M). 2021–22. cheq.ai/blog/bot-friday-how-bots-and-fake-users-impact-retailers-on-black-friday/

27. **Lunio** — Case study: Sparkles.io (66,000 invalid clicks; €382k / €548k saved). 2025. lunio.ai/case-studies/sparkles-io

28. **ClickCease** — Case studies: Take Some Risk, Wit Digital, Oliverson & Huss, Mindesigns, Corkboard Concepts. clickcease.com/case-studies.html

29. **ClickCease** — "5 case studies of malicious competitor click fraud" (Motogolf, Palace Plumbers, REVIEWS.io, JustLaw). Jul 2020. clickcease.com/blog/5-cases-studies-of-malicious-competitor-click-fraud/

30. **Triple Whale** — Google Ads benchmarks for DTC (median ROAS 3.27; 21,000+ brands). 2026. triplewhale.com/blog/google-ads-benchmarks

31. **ClickCease** — "Can click fraud hurt performance even if some invalid clicks are refunded?" Apr 2026. [clickcease.com/blog/can-click-fraud-hurt-performance-even-if-some-invalid-clicks-are-refunded/](#)

32. **LocaliQ** — Home Services Search Advertising Benchmarks (3,211 US campaigns; Plumbing \$10.49 CPC / \$129 CPL; HVAC, Roofing, Electricians). 2025. [localiq.com/blog/home-services-search-advertising-benchmarks/](#)

33. **LocaliQ** — Small Business Marketing Trends Report 2026 (52% under \$1,000/mo). Feb 2026. [localiq.com/blog/small-business-marketing-trends-report-2026/](#)

34. **Lunio** — "Is competitor click fraud real?" (competitors 17% of click fraud; bots 38%). 2021, upd. [lunio.ai/blog/is-competitor-click-fraud-real](#)

35. **ClickCease** — "Competitor click fraud: a case study" (Australian waste-disposal firms). Feb 2020. [clickcease.com/blog/competitor-click-fraud-a-case-study/](#)

36. **ClickCease** — Case study: The Rothenberg Law Firm / [injurylawyer.com](#) (\$67,948; 6,195 clicks). [clickcease.com/case-studies/injury-lawyer.html](#)

37. **ClickCease** — Case study: Eric B. Preston real-estate sites (~10%; one realtor ~40%). [clickcease.com/case-studies/eric-preston.html](#)

38. **ClickCease** — "The State of Click Fraud in SME Advertising" (1.8B clicks, May 2019–May 2020; 14.1% avg; sector rates; \$15k+/yr SME loss). 2020. [clickcease.com/documents/The-State-of-Click-Fraud_bg_2c-.pdf](#)

39. **Google Local Services Help** — "About automated credits for invalid leads" (answer 15100654). [support.google.com/localservices/answer/15100654](#)

40. **PPC Land** — "LinkedIn drives the most bot clicks per ad dollar" (Lunio IT & Security report: LinkedIn 15.34%, Bing 11.63%, Meta 5.37%, Google 3.90%; 64M clicks). Jun 2026. [ppc.land/linkedin-drives-the-most-bot-clicks-per-ad-dollar-new-report-finds/](#)

41. **PPC Land** — "Banking ads lose \$295k yearly to fraud, Lunio finds" (86M clicks; LinkedIn 36.08%). Jul 2026. [ppc.land/banking-ads-lose-295k-yearly-to-fraud-lunio-finds/](#)

42. **Metadata.io** — 2026 B2B Paid Media Benchmark Report / "LinkedIn Ads cost for B2B" (\$57.6M spend; CPC \$9.39; CPL LinkedIn \$202, Google \$524). 2026. [metadata.io/benchmark-report-2026](#) · [metadata.io/linkedin-ads-cost-b2b](#)

43. **The B2B House** — LinkedIn Ads Benchmarks (CPC \$5.58–6.40; CPL \$15–350). Dec 2025. [theb2bhouse.com/linkedin-ad-benchmarks/](#)

44. **Anura** — Ad fraud statistics (25% of lead-gen form submissions invalid, 2024). 2025–26. [anura.io/fraud-tidbits/ad-fraud-statistics](#)

45. **Chili Piper** — Form Conversion Rate Benchmark Report (14.1% of ~4M B2B demo-form submitters disqualified). 2025. [chilipiper.com/post/form-conversion-rate-benchmark-report](#)

46. **Lunio** — "The cost of invalid traffic" (69.1% of performance marketers report fake leads). 2024–26. [lunio.ai/blog/cost-of-invalid-traffic](#)

47. **Lunio** — Case study: Canto (\$67,400/mo lost pre-protection; +\$350k pipeline). [lunio.ai/case-studies/canto](#)

48. **Spider AF** — "Fake leads are draining your LinkedIn Ads" (400 fake leads / 60 days). 2025. [spideraf.com/articles/fake-leads-are-draining-your-linkedin-ads-...](#)

49. **CHEQ** — "Fake lead fraud protection" (~\$20,000 and 550 hours per rep per year; ZoomInfo via CHEQ). 2023–24. [cheq.ai/blog/fake-lead-fraud-protection/](#)

50. **CHEQ** — "Eliminating invalid clicks on your LinkedIn campaigns"; ClickZ — "Does LinkedIn have an invalid click problem?" [cheq.ai/blog/eliminating-invalid-clicks-on-your-linkedin-campaigns/](#) · [clickz.com/does-linkedin-have-an-invalid-click-problem/46111/](#)

51. **PPC Land** — "B2B sales teams estimate 32% of their CRM data is flawed, Firmable finds" (incl. Lunio survey: 22.1% name corrupted CRM data as most damaging IVT effect). Sep 2026. [ppc.land/b2b-sales-teams-estimate-32-of-their-crm-data-is-flawed-firmable-finds/](#)

52. **Google Ads Help** — Invalid Activity Credit report (answer 16826168); Search Engine Land — "Google spotlights invalid click credits with new Ads help documentation". 2025. [support.google.com/google-ads/answer/16826168](#) · [searchengineland.com/...-479273](#)

53. **ClickPatrol** — "Google Ads refunds" (~5% of contested clicks historically approved). 2026. [clickpatrol.com/google-ads-refunds/](#)

54. **Business Wire** — Vaudit: Google Certified Click Auditor recovers 8–15% of audited spend; \$100M+ refunds processed in 2025. Dec 2025. [businesswire.com/news/home/20251203373872/en](#)

55. **Lunio** — State of Click Fraud Report 2026 (131 senior marketers; 75.6% lose >5%; 5.3% use a dedicated platform). May 2026. [lunio.ai/state-of-click-fraud-report-2026](#)

56. **CHEQ** — "Click fraud statistics 2023" (\$10k/mo advertiser loses \$12–15k/yr). Upd. Jan 2024. [cheq.ai/blog/click-fraud-statistics-2023/](#)

57. **Search Engine Land** — "Study finds small businesses waste 25% of their PPC budgets" (WordStream). Oct 2013. [searchengineland.com/study-finds-small-businesses-waste-25-per-cent-of-their-ppc-budgets-173917](#)

Further reading consulted: ANA Programmatic Transparency Benchmarks 2023–25 ([ana.net](#); [digiday.com](#)); Adalytics bot-filtration report, Mar 2025 ([adalytics.io/blog/prebid-bot-filtration](#)); Pixalate quarterly click-fraud benchmarks ([pixalate.com](#)); University of Baltimore / CHEQ "Cost of PPC click fraud" 2020 ([cheq.ai](#)); Alzahrani & Aljabri, "AI-Based Techniques for Ad Click Fraud Detection", J. Sensor & Actuator Networks 12(1):4, 2023 ([mdpi.com](#)); Gartner 2025 CMO Spend Survey ([gartner.com](#)). Currency: GBP and EUR converted at £1 = \$1.32 and €1 = \$1.14, [open.er-api.com](#), 28 Sep 2026.