



CASESTUDY · SEPTEMBER 2026

De kosten van ongeldige klikken in drie sectoren

Wat e-commercewinkels, lokale dienstverleners en B2B-leadgenteams betalen voor klikken die toch nooit gingen kopen — en hoeveel daarvan terug te vorderen is. Cijfers omgerekend van USD naar EUR tegen de ECB-referentiekurs van 25 september 2026 (1 EUR = 1,1403 USD).

Wat is een ongeldige klik?

Googles eigen definitie: elke klik op je advertentie die niet afkomstig is van iemand met oprechte interesse in wat je adverteert. Hiervoor hoor je niet te betalen. [1][2]

Automatisch

Bots, crawlers, klikfabrieken en "misleidende software" die op grote schaal op advertenties klikken. Geautomatiseerd verkeer overtrof in 2024 voor het eerst menselijk verkeer: **51%** van al het webverkeer, **37%** afkomstig van kwaadaardige bots. [1][3]

Opzettelijk

Mensen die klikken om iemands kosten op te drijven — concurrenten die het dagbudget van een rivaal leegtrekken, of uitgevers die op advertenties op hun eigen sites klikken om inkomsten te genereren. Google beschouwt beide als ongeldig. [1][2]

Onbedoeld

Dubbele klikken, verkeerde tikken op mobiele plaatsingen, klikken door een slechte advertentieplaatsing. Geen intentie, geen aankoop, toch een kost als het er doorheen glipt. [1]

Hoe Google ermee omgaat

Google filtert het meeste ongeldige verkeer automatisch (200+ filters, realtime en achteraf) voordat je wordt gefactureerd, en voegt een "ongeldige activiteit"-krediet toe aan een latere factuur als het meer vindt. [2][4] Alles wat het systeem niet als ongeldig classificeert, wordt gefactureerd als een normale klik — en dat gat is wat de rest van deze deck meet. Adverteerders kunnen een handmatig onderzoek aanvragen naar klikken tot 60 dagen oud. [2][5]

Ongeveer 1 op de 12 betaalde klikken is ongeldig

8,5%

gemiddeld percentage ongeldige klikken over 2,7 miljard betaalde klikken, zes advertentieplatforms, aug 2024–jul 2025 (Lunio) [6][7]

11,4%

gemiddeld percentage ongeldige klikken op Google Ads, 104 mln klikken over 43.701 accounts, 6 maanden tot feb 2026 (Fraud Blocker) — omhoog van 5,9% in 2010 [8][9]

Wereldwijde verliezen — schattingen verschillen per methode

Spider AF, werkelijk 20...		€ 33,1 mld.
Lunio, werkelijk 2025		€ 55,2 mld.
Juniper Research, 2023		€ 73,7 mld.
Juniper, prognose 2028		€ 151 mld.

Juniper: 22% van € 335 mld. wereldwijde digitale advertentie-uitgaven verloren in 2023. [10][11][12][6]

Aandeel ongeldige betaalde klikken per platform, 2025 [6][13]

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

Onafhankelijke verificatiebureaus die al gefilterde enterprise-aankopen meten, rapporteren veel lagere percentages (IAS 1,1%, DoubleVerify 0,5% [14][15]); de brancheorganisatie TAG stelt de ongefilterde display/video-IVT op 9,96% [16]. De mkb-cijfers voor betaald zoeken hierboven zijn relevant voor de bedrijven in deze deck. Alle leveranciers van klikfraudebescherming hebben een commercieel belang; waar mogelijk citeren we twee die het eens zijn.

Wat Google crediteert versus wat onafhankelijke tools detecteren

Dezelfde accounts, dezelfde klikken, hetzelfde kwartaal. Googles filters doen het meeste werk; de rest wordt gefactureerd als gewone klikken. [8][17][18][19]

SECTOR (VS GOOGLE ADS, Q1 2026 TENZIJ ANDERS VERMELD)	ONGELDIG VOLGENS GOOGLE	ONAFHANKELIJK GEDETECTEERD	VERSCHIL (VOLGENS FRAUD BLOCKER)	STEEKPROEF
Alle sectoren	10,4%	16,2%	5,8 pp	48 mln klikken, 23k campagnes, € 37,2 mln. uitgaven
Juridisch	10,9%	14,7%	3,8 pp	50+ accounts, 36,6k klikken, € 321.000 uitgaven
Diensten aan huis (apr 2025–mrt 2026)	8,6%	12,5%	3,9 pp	100+ accounts, 1 mln+ klikken, ~€ 877.000 uitgaven
Finance en verzekeringen	5,9%	11,4%	5,5 pp	40+ accounts, 365k klikken, € 877.000+ uitgaven

4–6 pp

van de uitgaven is het verschil in Fraud Blockers steekproeven van 2026 — klikken die de tool als ongeldig classificeert, maar die niet in Googles rapportage staan. Bij € 8.770/maand zou dat € 351-526 per maand zijn. [17][18][19]

+9,5%

extra ongeldige klikken per maand geblokkeerd bovenop Googles filters bij Lunio's klantenbestand, wat ~6,4% van de uitgaven bespaart. [20]

<0,02%

van de klikken werd achteraf gecrediteerd na meldingen van adverteerders, volgens een verklaring van Google uit 2007. Google publiceert geen actuele totalen voor ongeldige klikken of kredieten; de Ads Safety Reports gaan er niet over. [21][22]

D2C Shopify-winkel, € 13.200/maand op Google Search + Shopping

Wat de data zeggen over retail

- Google Shopping-klikken: **7,5%** ongeldig in Q2 2026 (Lunio, 414 mln retailklikken) en **7,9%** (Fraud Blocker) — twee leveranciers, één cijfer. **[23][8]**
- Het percentage ongeldige klikken bij Shopping steeg **+80%** van Q4 2025 (4,2%) naar Q2 2026 (7,5%); AI Max-campagnes hebben 72% meer ongeldig verkeer dan standaard Search. **[23][24]**
- Retail in totaal: 6,0% (Lunio 2025) tot 18,3% (klantgegevens Fraud Blocker). **[6][9]**
- Mediane Search-CPC: Shopping/Cadeaus € 3,63, Kleding & Sieraden € 3,89 (WordStream 2026). **[25]**
- 35,7% van de Black Friday-sitebezoeken kwam van bots of nepgebruikers (CHEQ, 2021 — siteverkeer, geen betaalde klikken). **[26]**

Gepubliceerde cases

- **Sparkles.io** (D2C-gepersonaliseerde producten, €1 mln+/jr Search): 66.000 ongeldige klikken in één kwartaal; besparing €382k in 2022, €548k in 2023. **[27]**
- **Take Some Risk** (e-commercebureau): 40% schoner verkeer, **€ 26.300/maand** bespaard. **[28]**
- **Motogolf.com** (online golfretailer): concurrent trok handmatig dagbudgetten leeg; € 4.380+ gesteld in rechtszaak. **[29]**

Illustratief model — onze aannames, onderbouwde percentages

Maandelijks uitgaven (Search + Shopping)	€ 13.200
Gemengd percentage ongeldig (7% — tussen Search 3,1% en Shopping 7,5–7,9% voor retail [23][8])	7,0%
Ongeldige klikken, per maand (bruto, vóór Googles eigen kredieten)	€ 921
Per jaar	€ 11.000
Googles eigen filters crediteren doorgaans ~50–75% van wat onafhankelijke tools detecteren [17][18][19] — uitgaand van 60%	≈ € 6.580
Nog in rekening gebracht, mogelijk claimbaar	≈ € 4.470/jr

Omgezet naar geldige klikken tegen de mediane D2C-ROAS van 3,3× **[30]**, zou € 11.000 neerkomen op ≈ € 36.000 omzet. Ongeldige klikken voeden ook de signalen van Smart Bidding, wat kredieten niet ongedaan maken. **[31]**

€ 438.000

Lunio's eigen model: een retailer van € 8,77 mln./jr met een ongeldig-percentage van 5% verspilt ongeveer € 438.000 per jaar. **[23]**

Loodgieters-/dienstenbedrijf aan huis, € 4.380/maand op Google Search

Waarom lokaal duur is om verkeer te doen

- Mediane CPC 2025–26: Loodgieters **€ 9,20**, HVAC € 8,49, Dakbedekking € 9,38, Elektriciens € 10,68, Advocaten € 8,66, Tandartsen € 7,02. Elke ongeldige klik kost bijna 2× de branchebrede mediaan (€ 4,75). **[32][25]**
- Accounts voor diensten aan huis: **12,5%** ongeldig gedetecteerd tegenover 8,6% door Google gerapporteerd — een gefactureerd verschil van 3,9 punten (~€ 0,13 per klik). **[18]**
- Juridische accounts: 14,7% gedetecteerd tegenover 10,9% gecrediteerd. **[17]**
- 52% van de kleine bedrijven heeft een totaal marketingbudget onder € 877/maand — een leeggetrokken ochtendbudget is de leads van de hele dag. **[33]**
- Concurrentieklikken zijn reëel maar een minderheid van het ongeldige verkeer (~17% in Lunio's uitsplitsing van 2021; bots 38%). **[34]**

Gepubliceerde cases

- **Palace Plumbers** (VK, 12 medewerkers, £3.000/mnd **≈ € 3.480**): budget dagelijks uitgeput tussen 10 en 12 uur door een vermoedelijke concurrent; "een paar duizend pond" (≈ € 2.320) verloren voordat het werd opgemerkt. **[29]**
- **Australisch afvalverwerkingsbedrijf**: dezelfde apparaat-ID's klikten op advertenties van 5 van de 6 lokale concurrenten; herleid tot de zesde. **[35]**
- **Rothenberg Law Firm**: 6.195 klikken geblokkeerd, 31% schoner verkeer, **€ 59.600** bespaard. **[36]**
- **Makelaarskantoor** (40+ sites): gemiddeld ~10% ongeldig, één makelaar in San Antonio op ~40%. **[37]**

Illustratief model — onze aannames, onderbouwde percentages

Maandbudget	€ 4.380
Klikken bij een CPC van € 9,20 [32]	≈ 477
Ongeldige klikken bij 12,5% [18]	≈ 60 / mnd
Ongeldige klikken, per maand (bruto, vóór Googles eigen kredieten)	€ 548
Per jaar	€ 6.580
Googles eigen kredieten bij 8,6% [18]	≈ € 4.530
Nog in rekening gebracht, mogelijk claimbaar (3,9 punten)	≈ € 2.050/jr

Fraud Blockers eigen schaal geeft hetzelfde resultaat: € 877/mnd → € 410/jr, € 4.380 → € 2.050, € 8.770 → € 4.100 niet terugbetaald. **[18]** Bij een kostprijs van € 113 per lead voor loodgieters **[32]** is € 6.580 de prijs van ~58 echte leads per jaar.

Oudere sectorgegevens — met voorzichtigheid gebruiken

ClickCease's mkb-onderzoek uit 2019–2020 (1,8 mrd klikken) rapporteerde 53% ongeldig bij slotenmakers, 46% bij loodgieters, 62% bij ongediertebestrijding, met pieken van concurrentieklikken van 81–88% tijdens de lockdown. Deze cijfers worden nog steeds hergebruikt als "statistieken van 2026" op leveranciersblogs; ze zijn zes jaar oud en opgeblazen door de pandemie. **[38]**

B2B SaaS, € 26.300/maand verdeeld over LinkedIn en Google Search

Waar het geld weglekt in B2B

- Leadgen-adverteerders zien **32% meer** ongeldig verkeer dan e-commerce merken. **[7]**
- LinkedIn: **19,9%** ongeldig in alle sectoren; **15,3%** voor IT- en beveiligingsadverteerders (64 mln klikken, Q3 2025–Q1 2026), stijgend per kwartaal; 36% voor bankwezen en kredietverlening. Google gemengd voor IT: 3,9%. **[13][40][41]**
- Kosten per klik: LinkedIn € 4,89–8,23 (B2B House, Metadata); B2B-softwaretermen € 11,40–16,66 op Google in één gepubliceerde case. Kosten per lead: LinkedIn **€ 177**, Google **€ 460** (Metadata, 153 B2B-adverteerders). **[43][42][29]**
- **25%** van de leadgen-forminzendingen is ongeldig (Anura); **14,1%** van 4 mln B2B-demoforminzenders werd afgekeurd als spam/ongekwalificeerd (Chili Piper). **[44][45]**
- 69% van de performancemarketeers meldt nepleads uit betaalde campagnes. **[46]**

Gepubliceerde cases

- **Canto** (B2B SaaS, DAM): **~€ 59.100/maand** verloren aan ongeldig verkeer vóór bescherming; +€ 307.000 gekwalificeerde pipeline in de eerste twee maanden erna. **[47]**
- **REVIEWS.io** (B2B-software): ~9% ongeldige klikken bij een CPC van € 11,40–16,66; herhaalde concurrentieklikken vanaf één apparaat op de duurste termen. **[29]**
- **Naamloze LinkedIn-adverteerder**: 400 nepleads in 60 dagen. **[48]**

Illustratief model — onze aannames, onderbouwde percentages

LinkedIn: € 13.200 × 15,3% ongeldig [40]	€ 2.010 / mnd
Google Search: € 13.200 × 3,9% ongeldig [40]	€ 513 / mnd
Ongeldige klikken, per jaar (bruto, vóór platformkredieten)	€ 30.300
Nepleads bij 25% van ~100 maandelijkse formulierinzendingen (bij de CPL's hierboven) [44][42]	≈ 25 / mnd
Salestijd aan nepleads (schatting CHEQ: ~€ 17.500 per medewerker per jaar) [49]	€ 17.500 / rep
Direct + indirect, één medewerker	≈ € 47.900/jr

Alleen het Google Ads-aandeel (~€ 6.140/jr bruto) valt binnen het bereik van een onderzoek naar ongeldige klikken van Google; LinkedIn filtert zelf en publiceert geen percentage ongeldige klikken. **[50]**
De grotere B2B-kost is indirect: 22% van de marketingleiders noemt vervuilde CRM-data het schadelijkste effect van ongeldig verkeer, en B2B-salesteams schatten dat 32% van hun CRM-data gebrekkig is. **[51]**

€ 259.000

per jaar verspild door een representatieve adverteerder in financiële dienstverlening van € 4,38 mln./jr bij een CPC van € 10,09 — ≈ € 778.000 aan misgelopen omzet bij een ROAS van 3:1 (Lunio, 86 mln klikken). **[41]**

Claims: hoe het proces werkt en hoe vaak het loont

Googles onderzoek naar ongeldige klikken [2][5]

- **60 dagen** terugblikperiode vanaf de klikdatum.
- Ingediend via het formulier voor klikkwaliteit door een accountbeheerder; vereist klik-ID's (GCLID's), IP-adressen, tijdstempels, zoekwoorden, periode en idealiter serverlogs.
- Google beoordeelt binnen enkele werkdagen en geeft een factuurkrediet — nooit contant — op een latere factuur.
- Nieuw in 2025: een rapport "Krediet voor ongeldige activiteit" in Google Ads toont gecrediteerde klikken en uitgaven per campagne. [52]
- De meest voorkomende afwijzingsreden is onvoldoende bewijs. [5]

SaveMyBudget werkt bovenop Googles eigen filtering. Googles systemen vangen het merendeel op; het claimproces bestaat voor de rest, en beloont bewijs.

~5–10%

van zelf ingediende claims of betwiste klikken goedgekeurd, volgens de ervaring van twee beschermingsleveranciers; bij goedkeuring 30–50% van het gevraagde bedrag. Geen Google-data. [5][53]

8–15%

van de geauditeerde uitgaven teruggevorderd, volgens één advertentie-auditbureau dat werkt vanuit volledige kliklogs (eigen persbericht; € 87,7 mln.+ aan terugbetalingen geclaimd voor 2025). [54]

5,3%

van de senior marketeers gebruikt een specifiek platform voor ongeldig verkeer, al zegt 75,6% er meer dan 5% van het maandbudget aan te verliezen. [55]

Geen

— we vonden geen onafhankelijk onderzoek naar hoeveel adverteerders ooit een claim hebben ingediend, of naar slagingspercentages. Google publiceerde voor het laatst een reactief kredietpercentage in 2007 (<0,02% van de klikken). [21]

Het bewijsgat is het succesgat

Leveranciers zijn het over één ding eens: zelf ingediende claims mislukken meestal door gebrek aan bewijs, en claims onderbouwd met per-klik-logs lijken beter te presteren. Google stelt dezelfde eis — klik-ID's, IP's, tijdstempels, logs. Of een claim slaagt, is Googles beslissing. [5][53][54]

Hoeveel budget er wordt verspild — drie bedrijven

E-COMMERCE (SHOPIFY D2C)		LOKAAL DIENSTVERLENEND BEDRIJF	B2B SAAS-LEADGENERATIE
Maandbudget (model)	€ 13.200	€ 4.380	€ 26.300
Kanaal	Google Search + Shopping	Google Search	LinkedIn + Google Search
Gebruikt ongeldig-percentage	7,0% [23][8]	12,5% [18]	15,3% LinkedIn / 3,9% Google [40]
Mediane CPC	€ 3,63 [25]	€ 9,20 [32]	€ 8,23 / € 5,15 [42][25]
Ongeldige klikken, per jaar (bruto, vóór kredieten)	€ 11.000	€ 6.580	€ 30.300
Ongeldig aandeel van budget (bruto)	7,0%	12,5%	9,6%
Absorptie door Googles eigen kredieten (schatting, ~60%)	≈ € 6.580	≈ € 4.530	≈ € 3.680 (alleen Google-aandeel)
Gefactureerd en mogelijk claimbaar, per jaar	≈ € 4.470	≈ € 2.050	≈ € 2.460 (Google) - LinkedIn buiten bereik
Verborgen kost	Smart Bidding getraind op botklikken; ≈ € 36.000 omzet als omgezet naar geldige klikken bij 3,3× ROAS	De prijs van ~58 echte leads per jaar bij een CPL van € 113	~25 nepforminzendingen per maand; ~€ 17.500 per medewerker per jaar aan opvolging (schatting CHEQ)

€ 6.580–30.700

per jaar aan ongeldige klikken bij maandbudgetten van € 4.380–26.300, vóór Googles eigen kredieten; ongeveer € 2.020–4.380 daarvan nog gefactureerd en claimbaar. Modellen hierboven.

€ 10.500–13.200

per jaar verloren door een gemiddelde adverteerder van € 8.770/maand op Google Ads (CHEQ); het mkb-onderzoek van ClickCease legde het op € 13.200+ bij € 7.890–8.770/maand. [56][38]

25%

van de ppc-budgetten van kleine bedrijven in totaal verspild (WordStream, onderzoek uit 2013) — ongeldige klikken zijn slechts een deel van een breder efficiëntieprobleem. [57]

Monitoren, bewijzen, claimen — no cure, no pay

SaveMyBudget werkt bovenop Googles eigen bescherming. We volgen elke betaalde klik, bouwen het bewijs op dat Googles onderzoek vraagt, en ons team beoordeelt en dient de claim in. Google beslist.

1 · Monitoren

Eén tag op je site plus een alleen-lezen verbinding met Google Ads. Elke klik wordt beoordeeld tegen 20+ detectieregels en netwerkbrede intelligentie — een fraudeur die in één account wordt betrapt, wordt gemarkeerd voor elk account.

2 · Bewijzen

Per-klik-bewijs — klik-ID's, IP's, apparaten, timingpatronen — samengesteld in het formaat dat Googles formulier voor klikkwaliteit vereist, geverifieerd tegen je werkelijke facturering.

3 · Claimen

Binnen het venster van 60 dagen beoordeelt ons team het bewijs en dient de claim in. Google reageert doorgaans binnen dagen. Bevestigt Google een krediet, dan nemen wij 25% ervan. Wijst het de claim af, dan betaal je niets.

25%

van elk krediet dat Google bevestigt. Monitoring, dashboard, bewijs en indiening zijn gratis. Geen kosten onder \$10.

We beloven geen terugbetalingen — Google beoordeelt elke claim en de filters vangen al het meeste ongeldige verkeer op. Wat wij veranderen, is de bewijskwaliteit voor de rest, waar zelf ingediende claims op mislukken. [\[5\]\[53\]](#)

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-percent-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.