

Содержание

Введение	6
-----------------------	----------

Как пользоваться книгой	9
--------------------------------------	----------

Глава 1. Подготовка к запуску продаж на маркетплейсах	25
--	-----------

Сегментация аудитории товара • Сценарий CustDev-интервью для маркетплейсов • Анализ спроса по категориям на основе онлайн-данных • Формирование гипотез по нишам для запуска на маркетплейсах • Поиск идей новых товаров в выбранной нише • Анализ ниши и выбор товаров для запуска на маркетплейсе на основе таблицы со статистикой • Расширение текущего ассортимента • Формирование ассортиментной матрицы • Анализ конкурентов и их цен на маркетплейсах (на основе онлайн-данных) • Анализ отзывов конкурентов на маркетплейсах

Глава 2. Запуск продаж на маркетплейсах	57
--	-----------

Сравнение основных маркетплейсов на основе вводных • Инструкция по регистрации продавца на маркетплейсе + чек-лист требований маркетплейса • Подробный план запуска продаж на маркетплейсе • Выбор модели бизнеса на маркетплейсах

Глава 3. Документация и маркировка	67
---	-----------

Подготовка товарных документов для маркетплейсов • Договор оферты для работы на маркетплейсах • Инструкция по работе

с оператором ЭДО для маркетплейсов •
Планирование работы с системой «Честный знак»
для продавцов на маркетплейсах • Декларация
соответствия для маркетплейсов • Отказное письмо
для маркетплейсов

Глава 4. Логистика 83

Отгрузка по FBW • Продажа по FBS • Планирование
доставки по DBS • Анализ оборачиваемости SKU
для маркетплейсов • Планирование поставок товара •
Контроль складских остатков • Оптимизация партий
поставок по модели EOQ (экономический размер
заказа) • Упаковка товара для маркетплейса

Глава 5. Юнит-экономика и ценообразование 123

Расчет себестоимости продукта • Расчет цены
товара • Динамическое ценообразование
на маркетплейсах • Прогнозная юнит-экономика
товара на маркетплейсах • Финансовый фильтр ниши
на основе готовой юнит-экономики

Глава 6. Работа с карточкой товара 141

УТП для карточки товара • Анализ карточек
конкурентов • Создание карточки товара • Выбор
названия товара • Оптимизация характеристик
товара • А/В-тестирование карточек товаров • Аудит
и правка карточек товаров • Создание Rich-контента
для карточки товара на WB • SEO-оптимизация
карточки товара • ТЗ для фотографа для фотосессии
товаров для маркетплейсов • Сценарий и ТЗ
на продуктивное видео для маркетплейса

Глава 7. Работа с отзывами, рейтингом и возвратами. Общение со службой поддержки маркетплейса 171

Ответы на отзывы и вопросы на маркетплейсах •
Семантическая классификация отзывов (ядро

ценности товара) • Аргументарная база для ответов на отзывы и вопросы на маркетплейсах • Управление рейтингом на маркетплейсе • Написание обращения в службу поддержки маркетплейса и ведение диалога • Разбор и обработка возврата на маркетплейсе

Глава 8. Реклама и продвижение191

Планирование внутренней рекламы на маркетплейсе • Распределение рекламного бюджета между SKU на маркетплейсах • Аудит карточки товара для запуска рекламы • Выбор таргетингов для рекламы на маркетплейсах • Реклама в рекомендациях и блоке «Похожие товары» на маркетплейсах • Работа с рекламным форматом «Отзывы за баллы» • Запуск рекламы в формате «Аукцион» на Wildberries • Запуск рекламы в автоформате на Wildberries • Оптимизация рекламных кампаний на маркетплейсах на основе отчета • Попадание в рекомендации и похожие товары на маркетплейсах • Стратегия работы с акциями маркетплейсов и автоакциями • Стратегия роста LTV на маркетплейсах • Создание бренда на маркетплейсе

Глава 9. Управление бизнесом на маркетплейсах и аналитика..... 233

Система KPI для оценки эффективности работы на маркетплейсах • ABC/XYZ-анализ ассортимента для маркетплейсов • Тестирование гипотез роста • Юридическая защита бренда и борьба с копированием • Контроль выполнения регламентов маркетплейсов • Контроль штрафов и блокировок на маркетплейсах • Ежедневный чек-лист менеджера маркетплейсов

Заключение..... 250

Введение

Всего за несколько лет маркетплейсы до неузнаваемости изменили рынок онлайн-торговли. Ozon, Wildberries, «Яндекс Маркет», Avito, «ВсеИнструменты» и десятки других маркетплейсов стали новым центром онлайн-притяжения. Аудитория Wb и Ozon сравнима с аудиторией наиболее популярных социальных сетей и мессенджеров (согласно исследованию Cross Web от Mediascope, месячная аудитория Wb — 81 млн уникальных пользователей, Ozon — 83 млн).

Но, главное, маркетплейсы изменили процесс взаимодействия продавца и покупателя. Современный маркетплейс — это не оттюнингованная версия интернет-магазина, а экосистема, полностью закрывающая потребности как покупателя, так и продавца. Именно маркетплейс управляет видимостью товаров для покупателей, регулирует спрос, собирает аналитику, взаимодействует с логистической системой продавца либо предоставляет свою, продает рекламные размещения.

На маркетплейсах представлены совершенно разные категории продавцов — по масштабу, нише, специфике. Однако все они сталкиваются со схожими форматами задач:

1. Анализ ниши и конкурентного поля.
2. Формирование ассортиментной матрицы.
3. Документация и маркировка.
4. Логистика.
5. Юнит-экономика и ценообразование.
6. Работа с карточкой товара.
7. Работа с отзывами, рейтингом и возвратами.
8. Реклама и продвижение.
9. Контроль соблюдения регламентов маркетплейсов.

Чтобы качественно и в срок выполнять эти задачи, требуются серьезные усилия продавца, а при средних или больших масштабах торговли необходимо привлекать команду. Как и всегда, нейросети могут помочь автоматизировать большинство из этих задач, следовательно, снизить затраты и повысить эффективность.

Именно этому и посвящена книга: я подробно и наглядно показываю, как использовать нейросети для решения самых частых и актуальных задач продавцов на маркетплейсах. В основе книги мои авторские промты — задания, которые мы ставим нейросети. Каждый промт содержит детальную инструкцию для нейросети: важные вводные, алгоритм выполнения с учетом особенностей маркетплейсов, ограничения, референсы, требования к результату. Это позволяет получить намного более качественный и точный результат, чем при интуитивной работе и промтах вроде «Напиши качественный текст карточки товара».

Каждый промт многократно протестирован на ассортименте самых разных ниш, оттюнингован и приведен к универсальному формату — промты книги работают со всеми ключевыми русскоязычными маркетплейсами.

Книга, которую вы держите в руках, — часть нашей с издательством «Альпина Пабlishер» серии «Дай списать промт. Лаборатория Дамира Халилова». Задача книг этой серии — помочь каждому читателю найти свой наиболее эффективный путь использования нейросетей, дать готовые решения для самых насущных задач, связанных с бизнесом, работой, творчеством, личной жизнью.

Каждая книга серии имеет конкретный тематический фокус применения нейросетей: в маркетинге, SMM, в работе с маркетплейсами, создании иллюстраций, видео, презентаций и анимации, для эффективной коммуникации, ведения финансового учета и др.

Приятного чтения!

Как пользоваться книгой

Я постарался сделать книгу интуитивно понятной, тем не менее хочу дать несколько рекомендаций и напутствий по тому, как получить от нее максимум.

Для каких нейросетей подходят промты?

Практически все промты универсальны и подходят для любой современной текстовой нейросети, в частности:

- ChatGPT,
- YandexGPT («Алиса»),
- Deepseek,
- Grok,
- «ГигаЧат»,
- Gemini,
- Perplexity.

Исключение составляют промты для создания изображений, этой функции нет у Deepseek и Perplexity.

Нужно ли покупать платную версию?

Нет, все промты будут работать и в бесплатной версии. Вообще, разница между платной и бесплатной версиями в большинстве нейросетей сейчас не так кардинальна и заключается в лимитах (сколько генераций можно сделать за определенное время), доступе к «свежим» моделям (при этом, например, у ChatGPT даже в бесплатной версии есть доступ к новейшим моделям), формате «Глубокого исследования», возможности создания AI-агентов (в этой книге мы не касаемся данной темы).

Как использовать промты?

Самый простой способ — сфотографировать промт и отправить его в нейросеть с коротким текстом «Расшифруй в текст». После этого вы сможете добавить в промт собственную информацию и отправить на исполнение. В случае с электронной версией книги можно просто скопировать промт.

Как адаптировать промты под свои вводные?

Для этого в каждый промт я встраиваю специальные блоки — они выделены квадратными скобками. Внутри в квадратных скобках описано, какую информацию сюда вставить и приведен пример такой информации. Выглядит это следующим образом: [дайте краткую характеристику продукта, например: «мобильное приложение для редакции видео»].

В целом достаточно указать краткую информацию, однако чем больше вводных вы дадите, тем более качественный и адаптированный под вашу специфику результат получите.

Важно: в итоговом промте сами квадратные скобки оставлять не нужно.

Для чего нужны двойные двоеточия?

Это мой авторский знак, и он необязателен для использования. Его ключевая задача — отделять друг от друга смысловые блоки промта, что дает два важных преимущества.

1. Удобство дальнейшей редакции. Подразумевается, что большинство промтов вы будете использовать неоднократно. При этом, возможно, в следующий раз вы захотите что-то изменить (например, составить план обучения не на неделю, а на месяц). Разобраться в промте с разбивкой по смысловым блокам будет намного проще, чем в случае со сплошным полотном текста.
2. Для самой нейросети этот знак отделяет каждый блок инструкций друг от друга (например, ролевая модель, последовательность шагов, ограничения, стилистика). Это позволяет структурировать его работу и избежать путаницы (например, когда нейросети не вполне понятно, касается ли указание «пиши подробно» всего промта либо только одного элемента).

Повторюсь: его использование необязательно.

Не дадут ли одинаковые промты одинаковый результат?

Ни в коем случае — это противоречило бы самой сути работы нейросети. Каждый раз нейросеть проходит абсолютно новый путь, который хоть и основан на промте и ваших вводных, но предполагает тысячи точек, где нейросеть делает выбор. И вероятность, что в двух разных генерациях этот путь окажется идентичным, близка к нулю. Более того, вы сами можете использовать один и тот же промт неоднократно, и каждый раз результат будет разным.

Почему все промты начинаются с «Ты — ...» и далее каждый раз следует новая роль?

Это крайне важный элемент промт-инжиниринга — ролевой промт. С его помощью мы задаем нейросети контекст для выполнения задачи. Так, для задачи «Формирование ассортиментной матрицы» оптимальным будет ролевой промт «Ты — продуктовый стратег и аналитик маркетплейсов», поскольку в нем уже содержится указание на использование аналитики и работу в стратегическом формате.

Для задач, связанных с закупками рекламы на маркетплейсах, подойдет роль «Ты — performance-маркетолог маркетплейсов», приставка performance задает ориентацию на конкретный, измеримый результат в продажах.

Рекомендую поэкспериментировать с ролевыми промтами самостоятельно.

Если мне нужно дать нейросети много информации, как это сделать?

Есть задачи, для решения которых вводных в квадратных скобках может быть недостаточно. Например, при разработке рекламной стратегии или проведении ABC/XYZ-анализа ассортимента имеет смысл загрузить дополнительные документы или дать массив информации другими способами. Перечислю три простых и эффективных способа сделать это.

1. Добавить к промту файлы с дополнительной информацией, например:

- презентацию продавца или продукта;
- карточку товара;
- каталог продукции или ассортиментную матрицу;
- статьи, подборки постов, FAQ, контент сайтов или лендингов;
- отчеты по продажам, по проведенным рекламным кампаниям.

И любые другие файлы в формате текста, PDF, изображений. Для этого в интерфейсе нейросети нужно нажать на значок скрепки или плюса и затем выбрать нужный файл.

В этом случае в промт нужно добавить следующий элемент: «Возьми всю необходимую информацию из приложенных файлов».

Отдельно добавлю, что промты, касающиеся конкретного товара, сработают эффективнее, если вы добавите к ним карточку этого товара.

2. Дать ссылку на сайт или лендинг, где приведена нужная информация. Нейросети открывают не все сайты, поэтому заранее проверьте, откроется ли ваш. Для этого в новом окне дайте задачу: «Перейди на страницу <http://...>» и сделай саммари контента. Если не можешь открыть сайт — честно об этом напиши». Если нейросеть делает саммари, можно добавлять ссылку в промт, дописав: «Всю необходимую тебе информацию возьми со страницы <http://...>»
3. Дать задачу проинтервьюировать вас. Нейросеть сама задаст вопросы, чтобы получить всю необходимую для генерации информацию. Для этого допишите в промте: «Задай мне 10 вопросов, чтобы получить всю необходимую тебе информацию :: Задавай вопросы в режиме интервью: задаешь вопрос, ожидаешь ответа, только после этого переходишь к следующему».

А если выйдет новая модель, промты перестанут работать?

Нет. Промты построены на «вневременных» принципах. Фактически это способ передать нейросети

информацию о том, какой результат, в каком формате и в какой стилистике мы хотим получить. Более того, с каждым новым обновлением нейросеть все более чутко реагирует на эти указания, а значит, эффективность промтов со временем будет только возрастать.

Для каждого промта нужно создавать новый тред (ветку)? Или задавать их в одном?

Любой промт из книги самодостаточен (необходимый минимум информации вы даете нейросети в квадратных скобках) и может быть использован отдельно от других. Однако настоящая нейросетевая магия начинается, когда вы объединяете разные промты в связки.

Технически это очень простой процесс. Вы задаете каждый следующий промт в том же треде, в котором получили результат от предыдущего.

Пример самой простой связки — проанализировать спрос аудитории, а затем в этом же треде (ветке обсуждений) дать задачу сформировать гипотезы по нишам для запуска.

Суть связок в том, что нейросеть будет использовать всю информацию, полученную ранее, при новой генерации. То есть, формулируя гипотезы, нейросеть будет учитывать результаты анализа: спрос, проблематику аудитории, количество конкурентов.

Несколько рекомендаций:

1. Задавая новый промт в треде с результатами, добавьте следующий элемент: «Используй информацию из предыдущих генераций в данном треде». Его можно добавить в описание ключевой задачи, например, для промта для написания карточки товара это будет выглядеть следующим образом: «Напиши текст карточки товара для продукта [описание продукта]. Используй информацию из предыдущих генераций в данном треде».
2. У тредов нет срока давности — вы можете добавлять новые промты даже в те треды, которые создавали несколько месяцев назад.

А если мне не понравится результат?

Это вполне нормально. Если вы когда-нибудь работали с копирайтерами, дизайнерами, маркетологами и любыми другими специалистами, то знаете, что первый результат их работы обычно тоже требует корректировок. Так же и с нейросетями, если результат вам не понравился, не нужно закатывать глаза и пенять на несовершенство технологий. Достаточно просто дать короткий коррекционный промт — прямое указание, что не понравилось и что нужно улучшить.

Примеры коррекционных промтов:

- Будь оригинальнее.
- Пиши проще.
- Я пробовал этот вариант, предложи кардинально другой.

- Пиши подробнее.
- Не используй клише.
- Дай результат в формате таблицы.
- Добавь примеры.
- Дай больше вариантов.
- Задавай вопросы последовательно, а не списком.

Вы удивитесь, насколько второй результат будет ближе к вашему представлению об эталоне.

Результат, который даст мне нейросеть, готов к использованию?

Нет, он требует хотя бы беглой редактуры. Прочтите текст, обратите внимание на:

1. Фактологию — все ли приведенные факты соответствуют действительности;
2. Тавтологии — нет ли фраз вроде «Например, в приведенном примере...».
3. Мелких несостыковок, например: «Увидеть звук стереосистемы».

Иногда подобные ошибки могут закрадываться в результат — это опять-таки связано с самой технологией работы нейросети. В современных моделях их становится меньше, но 1–2 «корявости» могут быть в тексте. У меня обычно уходит 2–3 минуты на быструю вычитку и исправление пары мелких ошибок.

А что с галлюцинациями?

Результату нейросети можно доверять?

Галлюцинации (фактологические ошибки нейросети в приводимых фактах, цитатах, цифрах) — главная проблема нейросетей, и опять-таки она связана с технологией их работы. В каждой новой версии нейросетей галлюцинаций становится меньше, тем не менее они все же встречаются. Чаще всего нейросеть начинает галлюцинировать в ситуациях недостатка информации, например, если попросить ее найти цитаты лидеров мнений в металлургии на тему перспектив отрасли в Кабардино-Балкарской Республике.

И что с этим делать? Бросить работу с нейросетями как с «ненадежным рассказчиком»? Вручную проверять каждый факт и каждую цифру? Нет, по счастью, галлюцинации нейросетей лечатся.

Первый вариант — добавлять в каждый промт специальный модуль:

Проверяй все факты, цифры, цитаты, утверждения на соответствие действительности. Не публикуй информацию, в которой не уверен. Если у тебя нет уверенности в каком-то тезисе — не публикуй его. Если ты столкнулся с отсутствием информации по какой-либо теме — напиши «нет данных» или приведи оценку уровня уверенности в ответе, например, «Уровень уверенности — 70%»,

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru