

# Чек-лист по созданию продающей карточки товара с SEO-оптимизацией

Пошаговый гайд для создания максимально информативного и привлекательного контента, повышающего конверсию.

## 1. SEO-оптимизация названия и ключевых слов

### ☐ Проведите поиск высокочастотных (ВЧ) и низкочастотных (НЧ) запросов

Используйте сервисы аналитики (MPSTATS, Moneypulse) для выявления запросов, по которым ищут ваш товар. ВЧ запросы привлекают объем, НЧ – более целевой трафик с высокой конверсией.

### ☐ Составьте заголовок, включающий УТП и ключевые слова

Длина заголовка: до 60-70 символов для лучшей видимости в поиске (рекомендации большинства маркетплейсов). Включите 1-2 основных ВЧ ключа и ваше уникальное торговое предложение (УТП). Пример: 'Смартфон Xiaomi 13T Pro 12/512GB, черный – Флагманская камера Leica, быстрая зарядка 120W'.

### ☐ Используйте ключевые слова в характеристиках

Заполняйте все доступные поля характеристик, включая синонимы и дополнительные ключевые слова. Маркетплейсы индексируют эти поля для поиска и фильтрации.

### ☐ Включите ключевые слова в описание товара

Естественно вписывайте ВЧ, СЧ и НЧ запросы в текст описания. Избегайте переспама – плотность ключей не должна превышать 3-5%.

## 2. Визуальный контент

### Требования к фотографиям

Минимум 5-7 фото. Разрешение: от 1000x1000 px, оптимально 1500x1500 px и выше. Ракурсы: общий вид, детали, товар в использовании, упаковка. Первое фото – на белом фоне, без лишних элементов (требование большинства маркетплейсов для главной фотографии).

### Инфографика

Используйте 2-3 слайда. Выделите 3-5 ключевых преимуществ и УТП. Пример: 'Водонепроницаемость IP68', 'Батарея до 24 часов', 'Гарантия 2 года'. Используйте крупные, легко читаемые шрифты и контрастные цвета.

### Видеообзор

Длительность: 30-60 секунд. Покажите товар в действии, его основные функции, комплектацию, материалы. Видео повышает конверсию на 60-80% (источник: Wyzowl Video Marketing Statistics).

### Фото 360°

Позволяет покупателю рассмотреть товар со всех сторон. Особенно эффективно для сложных товаров (электроника, мебель, одежда). Увеличивает вовлеченность и снижает количество возвратов.

### 3. Описание товара

#### ☐ Создайте структуру продающего описания

Заголовок (цепляющий, с УТП). 'Боли' клиента (какие проблемы решает товар). Решение (как ваш товар помогает). Преимущества (выгоды от использования). Призыв к действию.

#### ☐ Используйте LSI-ключи и синонимы

Это слова, которые семантически связаны с основными ключевыми запросами, но не являются прямыми повторениями. Например, для 'смартфон' LSI-ключи: 'мобильный телефон', 'гаджет', 'девайс', 'коммуникатор'.

#### ☐ Обеспечьте читабельность текста

Разбивайте текст на короткие абзацы (3-5 строк). Используйте маркированные и нумерованные списки для перечисления преимуществ и характеристик. Выделяйте жирным шрифтом ключевые фразы и важные моменты.

#### ☐ Включите призыв к действию (СТА)

Завершите описание фразой, мотивирующей к покупке: 'Добавьте в корзину прямо сейчас!', 'Закажите и убедитесь в качестве!', 'Купите сегодня и получите скидку!'

### 4. Характеристики

| Что сделать                         | Зачем это нужно                                                                                                                                                   | Пример                                                                                                                                           |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Полное заполнение всех полей        | Увеличивает видимость товара в поиске по фильтрам и повышает доверие покупателей. Неполные характеристики снижают конверсию на 30% (источник: Baymard Institute). | Для одежды: 'Материал: 100% хлопок', 'Сезон: Лето', 'Фасон: Оверсайз'.                                                                           |
| Использование характеристик для SEO | Маркетплейсы индексируют значения характеристик как ключевые слова. Это расширяет семантическое ядро карточки.                                                    | Если продаете ноутбук, в характеристике 'Процессор' укажите 'Intel Core i7-12700H', а не просто 'Intel Core i7'.                                 |
| Важность точности данных            | Неточные данные приводят к негативным отзывам, возвратам и снижению рейтинга карточки.                                                                            | Длина, ширина, высота, вес должны быть указаны с точностью до миллиметра/грамма, чтобы избежать ошибок при доставке и разочарования покупателей. |

### 5. Работа с отзывами и вопросами

#### ☐ Стимулируйте покупателей оставлять отзывы

Используйте внутренние инструменты маркетплейсов (баллы за отзывы), вкладывайте в упаковку карточку с просьбой оставить отзыв и QR-кодом, или предлагайте небольшие бонусы за обратную связь.

#### ☐ Реагируйте на позитивные отзывы

Благодарите покупателей, выражайте признательность. Это показывает вашу заботу и формирует лояльность. Пример: 'Спасибо за высокую оценку! Рады, что вам понравился наш товар!'

#### ☐ Работайте с негативными отзывами

Отвечайте оперативно, вежливо и конструктивно. Предлагайте решение проблемы (замена, возврат, компенсация). Это демонстрирует вашу ответственность и может превратить недовольного клиента в лояльного. Пример: 'Сожалеем, что товар не оправдал ваших ожиданий. Свяжитесь с нами, чтобы мы могли решить проблему'.

#### ☐ Используйте вопросы покупателей для улучшения карточки

Анализируйте часто задаваемые вопросы. Если один и тот же вопрос повторяется, значит, информация недостаточно четко представлена в описании или характеристиках. Дополните карточку, чтобы снять эти вопросы заранее.

### 6. Дополнительные элементы

**Создание  
Rich-контента/медиаконтента**

Используйте расширенные возможности маркетплейсов (например, Rich-контент на Ozon). Это позволяет создавать полноценные лендинги внутри карточки с видео, анимированными блоками, сравнительными таблицами. Увеличивает время на странице и конверсию.

**Использование 3D-моделей  
(если применимо)**

Для товаров, где важна детализация и возможность 'покрутить' объект (мебель, электроника, ювелирные изделия). Повышает вовлеченность и помогает покупателю лучше представить товар.

## Больше интересного в нашем блоге



покупайте товары из Китая с нами

Получить пользу

