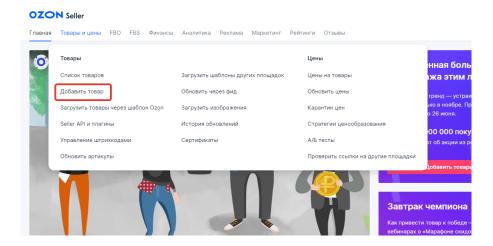
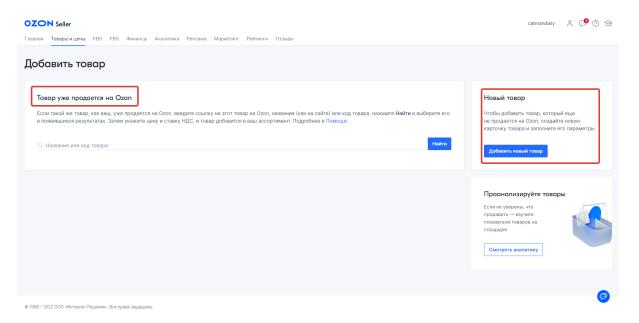
Пошаговый алгоритм загрузки карточки товара через контент-редактор

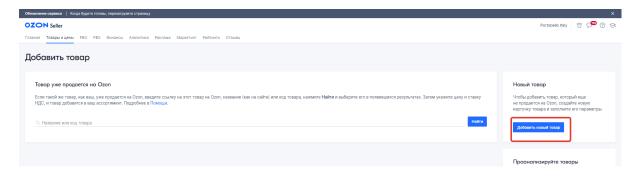
1. В личном кабинете выберите в верхнем меню пункт «Товары и цены» и вкладку «Добавить товар».



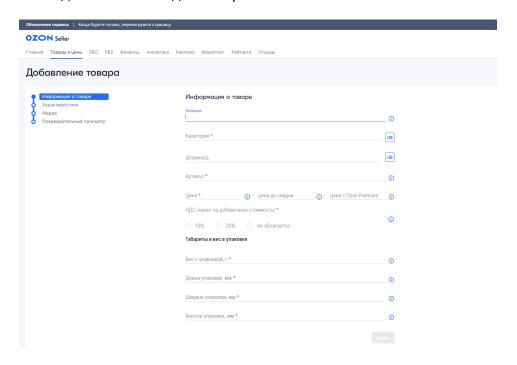
2. Далее вам предложат выбор: либо найти уже существующий товар, либо создать карточку с нуля. В этом материале вы узнаете, как создать карточку с нуля. Как прикрепиться к уже существующей карточке, можно узнать в другом нашем материале.



3. Выберите кнопку «Добавить новый товар».



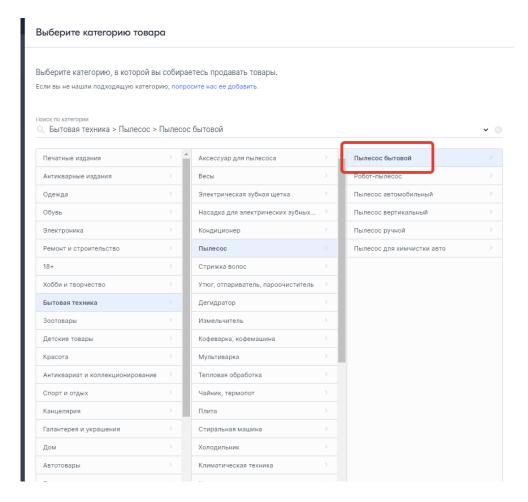
4. Вы попадёте в меню создания карточки.



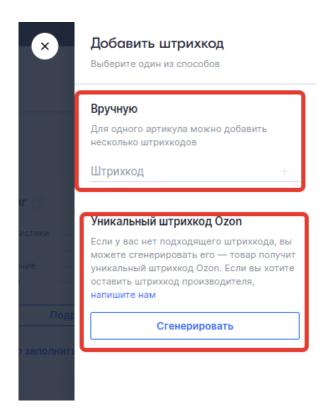
- 5. Процедура создания карточки состоит из заполнения четырёх блоков:
 - Информация о товаре.
 - Характеристики.
 - Загрузка медиа.
 - Предварительный просмотр.

Информация о товаре — необходимый минимум для отображения вашего товара на витрине, который включает в себя категорию, штрихкод, артикул, цену и логистические параметры.

Ассортиментная иерархия Ozon состоит из трёх уровней. Например, чтобы выбрать конечную категорию «Пылесос бытовой», необходимо сначала выбрать категорию «Бытовая техника», затем «Пылесосы» и искомую группу.



Создать штрихкод можно двумя способами: «Вручную», если штрихкод у вас есть от поставщика или производителя, и с помощью инструмента «Уникальный штрихкод Ozon», позволяющего сгенерировать и использовать уникальный штрихкод прямо в личном кабинете при создании карточки.



Если вы генерируете штрихкод в личном кабинете, то полноценно он будет отображаться только после прохождения модерации карточки, до этого вы будете видеть штрихкод в обрезанном виде, и это нормально.



Далее необходимо заполнить информацию о цене товара.

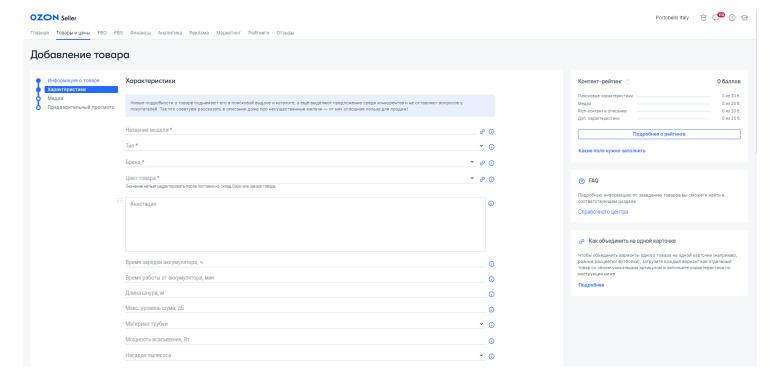


Поле «Цена» — это фактическая цена, по которой вы планируете реализовывать товар. «Цена до скидки» — «перечёркнутая» цена, которая будет отображаться на витрине. От этой цены будет считаться скидка на сайте. «Цена с Ozon Premium» — специальная цена для подписчиков программы лояльности Ozon. Цена с Ozon Premium должна быть минимум на 5% ниже, чем розничная цена.

Заполните логистические характеристики: вес, длину, ширину и высоту в соответствии с размерами вашего товара в упаковке. Исходя из этих значений, Ozon будет рассчитывать для вас плату за хранение и логистику.

Характеристики — основной раздел для SEO-оптимизации карточки. Крайне важно заполнить максимальное количество полей в этом разделе.

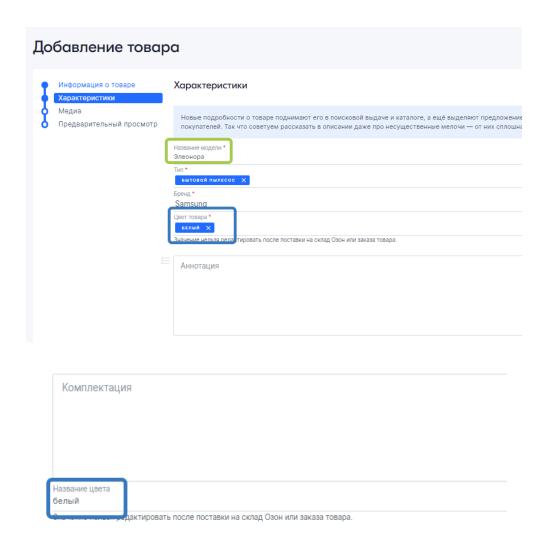
Если вы затрудняетесь заполнить какие-то поля, рекомендуем обратиться в техподдержку для разъяснений и всё же их заполнить.



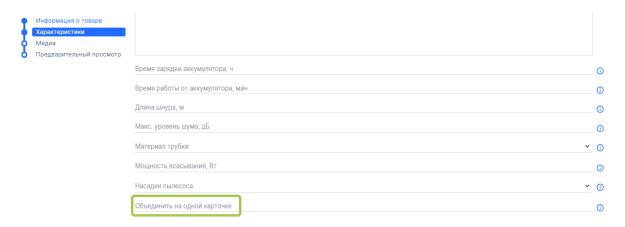
При заполнении обратите внимание на «Контент-рейтинг» в правом углу. Чем большее количество баллов получит ваша карточка, тем охотнее Ozon будет ранжировать ваш товар в поисковой и категорийной выдаче.

Также обратите внимание на необходимость «склеивать» карточки разных цветов, ароматов или вариантов товара. Чем больше разных вариантов у вас «склеено», тем меньше ресурсов вам понадобится для продвижения товара.

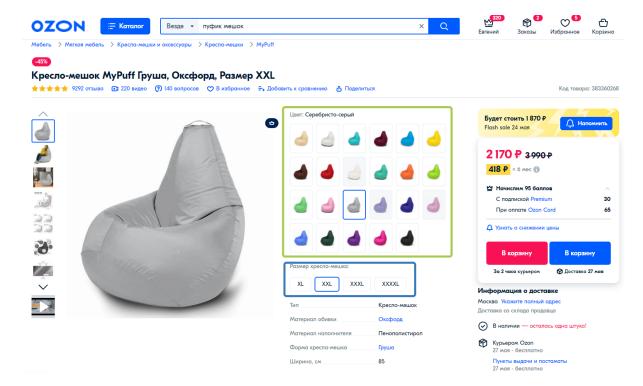
Например, у вас есть три пылесоса одного типа в разных цветах: красный, чёрный и белый. И есть название артикула этого типа, например «Элеонора». Тогда, чтобы склеить эти карточки в одну, вам нужно создать три карточки — по одной на каждый цвет и заполнить поля, выделенные на скриншоте ниже зелёным, одинаково для всех карточек, а поля, выделенные синим, — по-разному:



Если у одного и того же типа пылесоса разные объёмы бака для пыли, то есть именно технические характеристики, вы можете дополнительно проставить в поле «Объединить на одной карточке» любое значение в каждой отдельной карточке, и у них появится дополнительный тумблер, который будет переключать эти конфигурации:



Посмотрим, как это выглядит на Ozon. Зелёным выделено объединение по цвету, синим по параметру «Объединить на одной карточке».



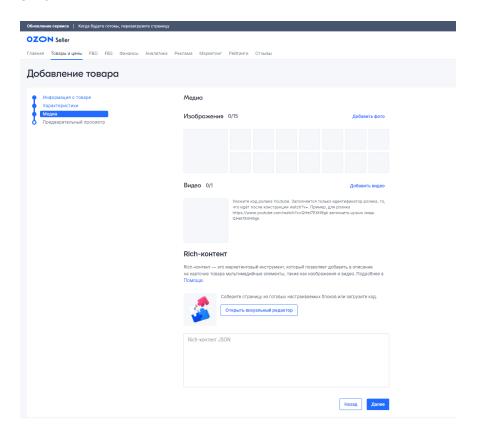
Возможно, качественно объединить карточки с первого раза у вас не получится — в таком случае до первой поставки Ozon обратитесь в техподдержку с просьбой об объединении карточек.

В характеристиках также необходимо заполнить поле «Аннотация». Именно тут вы прописываете маркетинговое описание для своего товара. Представители Ozon говорят, что это поле SEO-независимое, то есть не индексируется поисковой системой, поэтому маркетинговое описание должно быть нацелено именно на клиента, который вас уже нашёл — необходимо сконвертировать его из тёплого лида в горячего. Здесь вам поможет профессиональный копирайтер.

Советы по составлению продающего описания:

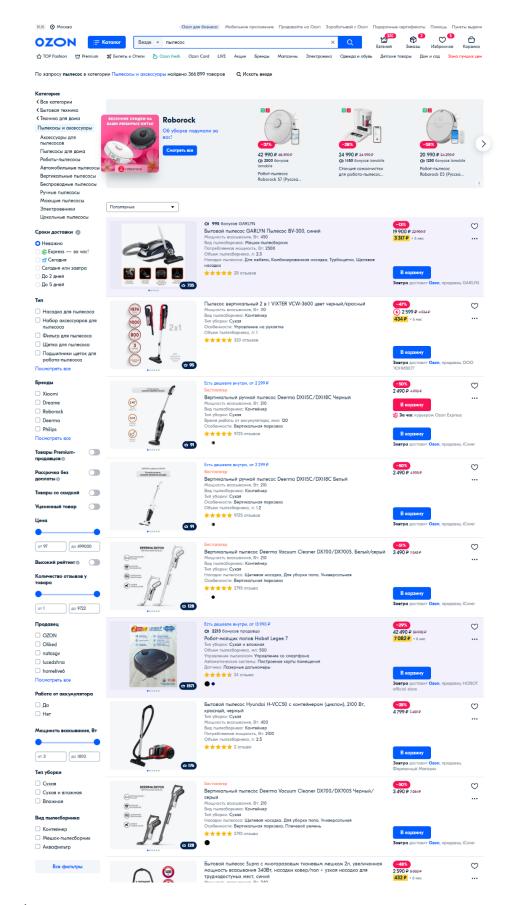
- Избегайте превосходной степени. Фразы «лучший на рынке», «идеально подойдёт для...» избитые, шаблонные, глаз потребителя замыливается и не воспринимает подобные обороты.
- Описание должно попадать в боль клиента, например: «Многим знакомо, что шерсть домашнего питомца буквально разбросана по квартире. Наш пылесос отлично очищает все виды поверхностей от шерсти: велюровый диван, обеденный стол и коврик в прихожей теперь всегда будут выглядеть опрятно».
- Избегайте «воды». Не более 3-4 абзацев в зависимости от технической сложности товара.
- Используйте ключевые слова из семантического ядра. Пусть не для индексации, но для того, чтобы клиент понял, что это именно то, что он искал. Например, спортивные костюмы могут быть тёплые на флисе или без начёса. Важно дать информацию о том, что костюм именно без начёса, и таким образом соотнести его с ключевым поисковым запросом.

После заполнения максимального количества характеристик переходите к загрузке медиа-контента.

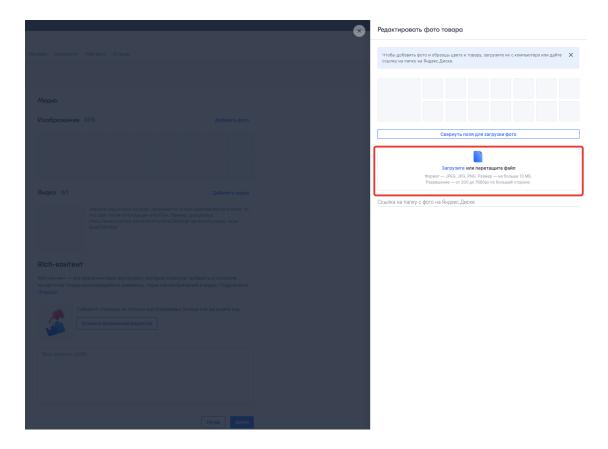


Требования к фото у Ozon достаточно высокие: например, не поощряются избыточно кислотные цвета, обилие текста, неподходящие яркие фоны. Рекомендуем провести анализ товаров в выдаче по вашей категории, выявить слабые места конкурентов и точки роста для себя, внимательно ознакомиться с требованиями к фото Ozon и только после этого отдавать контент в работу дизайнеру.

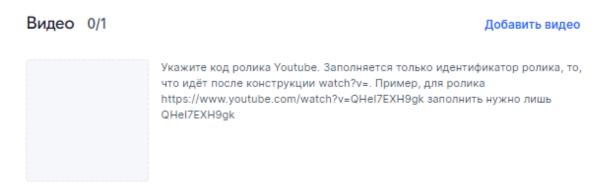
Например, проводя анализ выдачи по поисковому слову «Пылесосы», вы можете отметить, что у конкурентов в основном серый фон, красные инфозначки с техническими характеристиками. Можно выдвинуть гипотезу, что уйдя в более тёплый цветовой фон и выбрав другое решение инфозначков с характеристиками, вы можете визуально отстроиться от конкурентов, чтобы повысить кликабельность именно вашего офера (миниатюры карточки в выдаче).



Загрузка фотоконтента происходит через всплывающее окно:



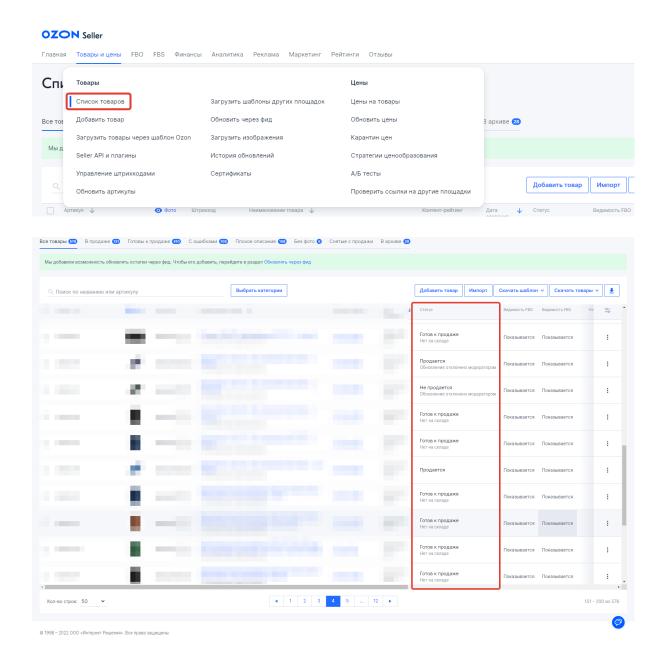
Чтобы загрузить видео, необходимо предварительно загрузить видеоролик на платформу YouTube и вставить только идентификатор (элемент ссылки) на видео:



На этом же этапе вы можете добавить Rich-контент, то есть видео или картинки в описание товара. О том, как это сделать, можно узнать <u>из нашего материала</u>.

Последнее окно — **режим предварительного просмотра**, в котором вы можете увидеть, как будет выглядеть ваша карточка, и при необходимости внести правки. Обратите внимание, что Rich-контент на этом этапе не отображается и будет загружен непосредственно в саму карточку на сайте.

Поздравляем! Вы создали свою первую карточку через редактор. Однако создание карточки не означает её мгновенной публикации, сначала карточка должна пройти модерацию. Специалисты Ozon проводят проверку по стандартам компании и в случае нарушений отправляют карточку на доработку, присваивая ей определённый статус. Статусы карточек можно отслеживать в разделе «Список товаров»:



Если причина отклонения карточки вам не ясна, рекомендуем обратиться в техподдержку в отдел контента.