

Финальная работа по курсу «Как продавать на Wildberries»

Описание финальной работы

Цель финальной работы

- Подготовить дорожную карту (план) выхода вашего товара на Wildberries.

Что вас ждёт в работе

- Вы вспомните шаги, которые проходили на курсе, и выстроите полный план выхода на площадку.
- Отметите для себя спорные моменты, ошибки и удачные решения.
- Получите обратную связь с рекомендациями по процессу работы.

Из чего состоит работа

В финальной работе используйте один товар. Ниже мы обозначили этапы, которые нужно включить в дорожную карту, и аспекты, которые необходимо осветить. Чтобы аргументировать решения, используйте опыт работы с площадкой из курса.

В каждом разделе вы также найдёте рубрики «Рекомендации» и «Критерии оценки». В рекомендациях указаны формат сдачи и советы по выполнению. В рубрике «Критерии» — список критериев, по которым оценивается задание. Внимательно ознакомьтесь с критериями, прежде чем сдавать работу, и убедитесь, что вы верно выполнили все пункты задания.

Рекомендации по оформлению работы

- Выполняйте работу с одним товаром. Вы можете выбрать товар любой близкой вам категории или использовать [один из предложенных](#) нами.
- Выполните работу [в шаблоне презентации](#). Для этого скопируйте шаблон на свой Google-диск.
- Сохраняйте структуру финальной работы и последовательно выполняйте все задания.
- Не забудьте открыть доступ для комментирования: нажмите в правом верхнем углу документа кнопку «Настройки доступа», далее «Разрешить доступ всем, у кого есть ссылка», выберите вариант «Комментатор» и нажмите «Готово».
- Прикрепите все необходимые материалы для каждого раздела: ссылки на таблицы и скриншоты.
- В среднем на финальную работу отводится 14 дней, а на её проверку куратором — три дня.

Структура финальной работы

Раздел 1. Знакомство с проектом.

Раздел 2. Оценка товара.

Раздел 3. Unit-экономика по товару.

Раздел 4. Подготовка контента для карточки товара.

Раздел 5. Рекламное продвижение.

Раздел 6. Выводы.

Раздел 1. Знакомство с проектом

Цель раздела

- Описать свой товар или один из предложенных товаров.

Это важно, чтобы куратор понял, как оценивать ваши задания.

Описание раздела

1. Укажите информацию о вас [в шаблоне презентации](#):
 - вы селлер это или начинающий менеджер;
 - продаете товары или нет;
 - есть ли юридическое лицо; если да, то какая форма.
2. Выберите товар для выполнения работы: свой или [один из предложенных](#). Если вы выбрали свой товар, то заполните информацию по нему [в шаблоне презентации](#).

Советы и рекомендации

Отвечайте максимально честно. Чем больше информации вы дадите куратору, тем лучше он поймёт вашу идею.

Если не можете ответить на некоторые вопросы, то напишите почему.

Критерии оценки

- Есть ответы на все вопросы.
- Выбран товар, по нему есть информация.

Раздел 2. Оценка товара

Цели раздела

- Проверить выбранный товар по базовым критериям.
- Посмотреть на товар с опытом, который вы приобрели.

Это позволит убедиться, что вы не допустили ошибок при выборе товара.

Описание раздела

1. Проверьте свой товар по критериям при помощи [шаблона](#).
2. На основании этой информации оцените, насколько корректным был выбор товара.
3. Если товар вам не подходит, выберите другой. Проанализируйте его по тому же шаблону. В этом случае к заданию нужно приложить оба анализа с описанием.

Советы и рекомендации

- Используйте сервисы аналитики. Мы рекомендуем начать с Shopstat или других бесплатных инструментов.
- Оценивайте товар по следующим критериям:
 - цена товара от 400 до 3500 руб.;
 - есть выручка в нише;
 - выручка равномерна среди конкурентов;
 - есть продажи у конкурентов с отзывами менее 50 штук.
- Пишите выводы о своём товаре. На этом этапе важно понять, что вы сможете запускать и продвигать именно эту продукцию, и вам хватит денег и времени на её раскочку. Сложные товары требуют больше ресурсов. С ними можно работать, но необходимо понимать, что сил на это потребуется намного больше.
- Это нормально, если вы поймёте, что товар вам не подходит. Хорошо, если вы заметили это сейчас. У вас есть шанс сделать правильный выбор и не ошибиться при закупке неподходящего товара.

Критерии оценки

- Заполнены все поля в таблице оценки товаров.
- Выводы показывают, что ниша и товар подходят или не подходят конкретно вам по финансовым, человеческим и временным ресурсам.

Раздел 3. Unit-экономика по товару

Цель раздела

- Рассчитать unit-экономику товара.

После анализа товара в прошлом разделе вам необходимо проверить unit-экономику. Если всё верно и экономика сходится, то можно продолжить работу. Если на данном этапе есть проблемы, то лучше вернуться к выбору товара и рассмотреть другие варианты, с которыми вы не понесёте убытки.

Описание раздела

Подсчитайте экономическую целесообразность выхода на маркетплейс с выбранным товаром. В этом поможет [шаблон](#) расчёта unit-экономики:

- себестоимость товара;
- цена продажи;
- прибыль;
- данные по расходам на Wildberries;
- стоимость доставки до Wildberries;
- дополнительные расходы на складе и фулфилменте.

Оцените корректность расчётов и актуальность данных. Убедитесь, что товар принесёт прибыль или убыток.

Важно: если экономика не сошлась, то нужно выбрать другой товар и подсчитать экономику ещё раз.

Советы и рекомендации

- Для расчёта unit-экономики вам понадобятся данные по расходам на Wildberries. Их можно узнать в личном кабинете в разделе [«Комиссия, логистика и хранение»](#) либо воспользоваться [выгрузкой](#).
- Вы самостоятельно определяете допустимый минимальный порог. Мы рекомендуем установить его в 30–40% (ROI партии).
- Если экономика не сходится (показатель меньше), то это признак того, что нужно внимательнее отнестись к выбору товара. Вам стоит вернуться на шаг назад и придумать другой вариант, а затем снова подсчитать экономику.

Критерии оценки

- Заполнены все поля по расходам в таблице.
- По выводам понятно, что товар принесёт прибыль или убыток. При потенциальном убытке необходимо выбрать новый товар.

Раздел 4. Подготовка контента для карточки товара

Цели раздела

- Подготовить ТЗ на создание фотографий товара
- Подготовить продающее описание товара.

Описание раздела

После того, как вы рассчитали расходы на товар, необходимо подготовить контент для карточки товара. Рекомендуем использовать [шаблон](#). В случае необходимости вы можете его дополнить.

1. Укажите конкретную цель съёмки и объём работы, чтобы фотографу было проще понять, что от него требуется.

2. [В базе знаний маркетплейса](#) или в поисковике найдите технические требования к фотографиям для карточек товаров и укажите в шаблоне разрешение и формат фото, размер кадра.
3. Выберите минимум два подходящих сценария для фото:
 - интерьерные,
 - предметные,
 - область применения,
 - комплектация,
 - места для установки.

Сценарии должны быть актуальны для конкретного товара и предоставлять покупателю полезную информацию. Например, для комода будет уместно использовать интерьерные фото, а также фото с местами для установки, тогда как для зубной щётки — предметные фото, а также изображения из серии «Область применения».

4. Подберите референс для каждого выбранного сценария. Референс — это пример фотографии другого товара, на который мог бы опираться фотограф. Референсы могут относиться к разным аспектам фото: например, на одном вам нравится ракурс, на другом — цвет.
5. Укажите дополнительные пожелания к съёмке. Например, убрать фон, добавить ретушь, нужна модель. Если вы знаете, что у товара есть особенности или на фотографии с товаром могут проявиться какие-то недостатки, лучше предупредить фотографа заранее.

Допустим, вы хотите показать область применения женской сумочки, значит, для фото нужна модель. Для фотографий с моделью лучше использовать ретушь, чтобы скрыть все недостатки: неровность цвета и рельефа кожи, волос. Также, если вы планируете использовать инфографику, это важно указать. Для фотографий с инфографикой нужно дополнительное место в кадре, а сам товар должен быть сфотографирован определённым образом в зависимости от того, какой сценарий для инфографики вы планируете использовать.

6. С помощью сервиса [Яндекс.Вордстат](#) соберите список минимум из десяти поисковых запросов, по которым пользователи могут искать товар, и внесите в [шаблон](#) на вкладку «Подготовка описания».
7. Для создания описания воспользуйтесь нейросетью [от Яндекса](#). В правом нижнем углу вы увидите фиолетовую плашку с надписью «YaGPT 2». Нажмите на неё и введите запрос «Напиши описание для товара „название товара“ для Wildberries».
8. После этого отредактируйте получившееся описание и наполните его релевантными ключевыми словами. Выделите цветом использованные ключевые слова. Чем больше ключей добавите — тем лучше.

Советы и рекомендации

- Можете воспользоваться бесплатной программой [Joxi](#), чтобы создавать скриншоты для референсов.
- В описании должно быть не просто перечисление характеристик с добавлением поисковых запросов, а текст с чётким фокусом на покупателя, его нужды и то, как ваш товар поможет закрыть потребности.

Критерии оценки

- В ТЗ на создание фотографий указано название товара и добавлено фото.
- Указаны цель съёмки и объём работы.
- Указаны корректные технические требования к фото.
- Для товара выбрано минимум два подходящих сценария, для каждого сценария есть референс, даны указания для фотографа.
- Собрано десять поисковых запросов товара.
- Написан текст для описания товара. Текст легко читается и мотивирует клиента на покупку.
- Ключевые слова, использованные в описании, выделены цветом.
- В описание вшито минимум три поисковых запроса.

Раздел 5. Рекламное продвижение

Цель раздела

- Выработать стратегию продвижения карточки товара в топ.

После того, как вы прошли все этапы по подготовке к продаже товара, необходимо подумать о продвижении. Вы изучили ряд инструментов, а теперь нужно указать, какие из них будете использовать или используете сейчас.

Описание раздела

Написать план действий, которые вы осуществите при запуске нового или текущего товара.

- Если вы уже запустили товар и рекламные акции, то составьте медиаплан по инструментам. Для работы используйте [шаблон медиаплана](#). На основании проведённой работы выделите те инструменты, которые лучше всего работают и которые вы будете использовать дальше.
- Если вы ещё не запустили товар и рекламные кампании, то составьте медиаплан, ориентируясь на бенчмарки по показателям. Для работы используйте [шаблон медиаплана](#). На основании проведённой работы выделите те инструменты, которые будете использовать для продвижения выбранного товара. Опишите все механики, которые собираетесь использовать для его продвижения. Объясните свой выбор.

Советы и рекомендации

- Напомним, что чаще всего наиболее работающие инструменты можно определить по показателю ДРР (доля рекламных расходов): чем он ниже, тем более действенным является инструмент.
- В медиаплане можете ориентироваться на метрики:
 - конверсия из карточки в корзину = 22% (в столбец М «Конверсия из карточки в корзину»);
 - CTR в карточке — 0,9% (в столбец Е CTR);
 - CTR в поиске — 3,2% (в столбец Е CTR);
 - CTR в каталоге — 1,5% (в столбец Е CTR);
 - CPM в карточке — 58 руб. (в столбец М CPM);
 - CPM в поиске — 112 руб. (в столбец М CPM);
- CPM в каталоге — 232 руб. (в столбец М CPM).

Критерии оценки

- Есть список инструментов, которые вы применяете для продвижения карточки товара или собираетесь применять.
- Каждый выбранный метод аргументирован: почему вы выбрали именно его, как он поможет продвигать товар.
- Приложен медиаплан, на основании которого сделаны выводы об использовании инструментов.

Раздел 6. Выводы

Цель раздела

- Составить план роста на площадке.

После удачного запуска лучше сразу планировать, к чему вы будете стремиться и что собираетесь делать. На первых этапах это может быть только набросок стратегии, но важно понимать, что об этом нужно думать в самом начале.

Описание раздела

1. Напишите верхнеуровневую стратегию развития на ближайший год:
 - как можно улучшить товар;
 - как можно улучшить карточку товара;
 - как увеличить повторные продажи;
 - нужно ли работать с ассортиментом, расширять линейку;
 - нужно ли увеличить инвестиции;
 - будете ли вы использовать другие методы продвижения, кроме тех, которые уже планируете.
2. Перечислите ваши действия после удачного запуска товара и аргументируйте их.

Советы и рекомендации

- На этом этапе стратегия может быть поверхностной. Важно понять, что вы хотите получить и почему.

Критерии оценки

- Есть план действий после первого запуска.
- Есть объяснение, почему вы собираетесь делать именно это.