**Практическая работа**

Цель практической работы

Подготовить ТЗ для фотографий в карточке товара и продающее описание.

Что входит в работу

1. Составить ТЗ для фотографий товара.
2. Подготовить продающее описание товара.

Задание 1. Составление ТЗ дизайнеру для фотографий товара

Что нужно сделать

Вы можете выполнять задание как на примере собственного товара, так и на предложенном нами товаре — баланс-борде.

1. Откройте [шаблон подготовки карточки товара](https://docs.google.com/spreadsheets/d/13IRCEEr7cJ2AYVcSo0iVO1ebfWSvpk_iIppX6mMjyIo/edit#gid=1867783783), сделайте копию документа и сохраните на Google Диске.
2. Укажите, с каким товаром выполняете задание, добавьте название и фото в шаблон.
3. В базе знаний маркетплейса или в поисковике найдите требования к фотографиям для карточек товаров и занесите их в шаблон, во вкладку «Подготовка фото».
4. Выберите из списка пять сценариев, которые будете использовать, и выпишите их в шаблон, во вкладку «Подготовка фото»:
   * Главное фото.
   * Характеристики товара (свойства, размеры, внутреннее строение).
   * Конкурентные преимущества (подарок, особенная упаковка).
   * Эмоциональные фото.
   * Область применения (четыре способа, как применять).
   * Способы использования.
   * Комплектация.
   * Лёгкость использования.
   * Проблема — решение.
   * Сравнение с конкурентами.
   * Как использовать, шаг за шагом (инструкция).
   * Места для установки.
   * Отзывы клиентов.
   * Упаковка «Что я получу».
   * Как попасть в общий каталог нашего магазина.
5. Для каждого сценария укажите:
   * Ссылку на референс (пример фотографии другого товара, на который мог бы опираться фотограф). Для одного сценария может быть несколько референсов: например, на одном вам нравится ракурс, на другом — цвет.
   * На что должен обращать внимание фотограф. Например, какую цветовую гамму или эффекты использовать, какие надписи добавить на фото.

Советы и рекомендации

* Можете воспользоваться бесплатной программой[Joxi](https://joxi.ru/), чтобы снимать скриншоты для референсов.
* Идеи для сценариев и фото можете взять из отзывов на товары-аналоги, выложенные на маркетплейсе. Например, если в отзывах о зубной пасте клиенты часто отмечают хороший вкус или быстрое отбеливание, то это можно зафиксировать на фото, потому что на это обращают внимание клиенты.

Что оценивается

**Принято:**

* Минимум для пяти фото товара выбраны сценарии, даны указания для фотографа, приложены референсы.
* Сценарии и детали подходят под требования для фото на конкретном маркетплейсе.
* Сценарии не повторяются и подходят товару.

**На доработку:**

* Выбрано менее пяти сценариев, дано менее пяти указаний для фотографа и референсов для фото.
* Выбранные сценарии не соответствуют требованиям маркетплейса, не выделяют товар на фоне конкурентов и/или не подходят товару.

Задание 2. Подготовка продающего описания товара

Что нужно сделать

1. Выполняйте задание [в том же шаблоне](https://docs.google.com/spreadsheets/d/13IRCEEr7cJ2AYVcSo0iVO1ebfWSvpk_iIppX6mMjyIo/edit#gid=817693936), во вкладке «Подготовка описания».
2. С помощью сервиса [Яндекс Wordstat](https://wordstat.yandex.ru/) и внутренней аналитики маркетплейса соберите список минимум из десяти поисковых запросов, по которым пользователи могут искать товар, и [внесите в шаблон](https://docs.google.com/spreadsheets/d/13IRCEEr7cJ2AYVcSo0iVO1ebfWSvpk_iIppX6mMjyIo/edit#gid=817693936). Можете ориентироваться на заголовки карточек конкурентов, названия категорий и фильтров.
3. Составьте заголовок для товара на основании найденных ключевых слов и добавьте [в шаблон](https://docs.google.com/spreadsheets/d/13IRCEEr7cJ2AYVcSo0iVO1ebfWSvpk_iIppX6mMjyIo/edit#gid=817693936).
4. Подготовьте продающее описание товара с использованием поисковых запросов [в шаблоне](https://docs.google.com/spreadsheets/d/13IRCEEr7cJ2AYVcSo0iVO1ebfWSvpk_iIppX6mMjyIo/edit#gid=817693936). Выделите цветом использованные ключевые слова. Не обязательно добавлять все ключевые слова, достаточно грамотно вшить в текст три-четыре из них.

Советы и рекомендации

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.