

Запуск магазина с нуля без рекламного бюджета

Создали магазин, оформили карточки, выстроили логистику и получили первые органические продажи без вложений в рекламу.

Ozon

SEO карточек

FBS

0 ₽ реклама

Заказы

14

Выкуп

100%

Реклама

0 ₽



карточки, рейтинг, органика, аналитика

С чего стартовал проект

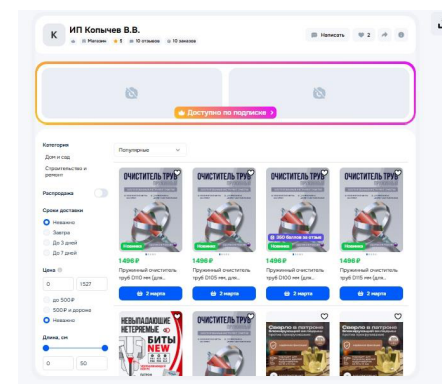
Клиент пришёл без оформленного магазина на Ozon. Нужно было запустить продажи с нуля: без готовых карточек, витрины, логистики, аналитики и рекламного бюджета.

Не было:

- оформленной витрины и структуры ассортимента;
- созданных карточек товаров;
- выстроенной логистики и поставок;
- регулярной аналитики;
- понятной стратегии продвижения.

Главная задача

Запустить магазин с нуля и вывести его на первые продажи без вложений в рекламу: через упаковку карточек, SEO, логистику, рейтинг и ежедневную аналитику.



Что нужно было получить

01

Создать магазин

Оформить витрину и базовые настройки продавца.

02

Запустить карточки

Собрать SEO-структуру: названия, описания, характеристики.

03

Настроить поставки

Подготовить работу по FBS и контроль остатков.

04

Получить продажи

Сделать первые заказы без рекламных вложений.

05

Сохранить качество

Держать рейтинг, выкуп и отсутствие жалоб.

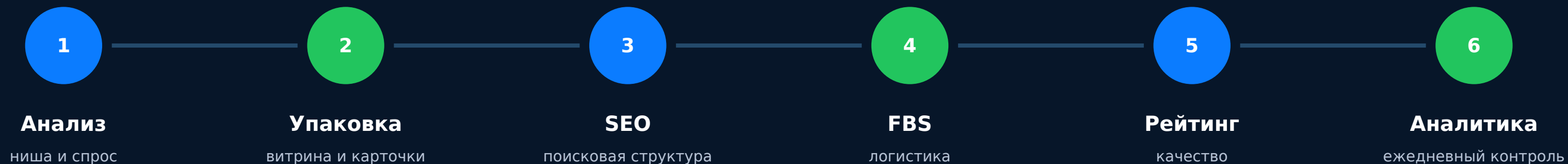
06

Вести аналитику

Регулярно отслеживать спрос, карточки и конверсию.

Маркетплейс запускается не хаотично, а как управляемая система

В проекте сначала была собрана база: магазин, карточки, логистика, рейтинг и аналитика. Только после этого магазин начал стабильно получать органические заказы.



Главный принцип: не реклама запускает продажи, а правильно собранная система

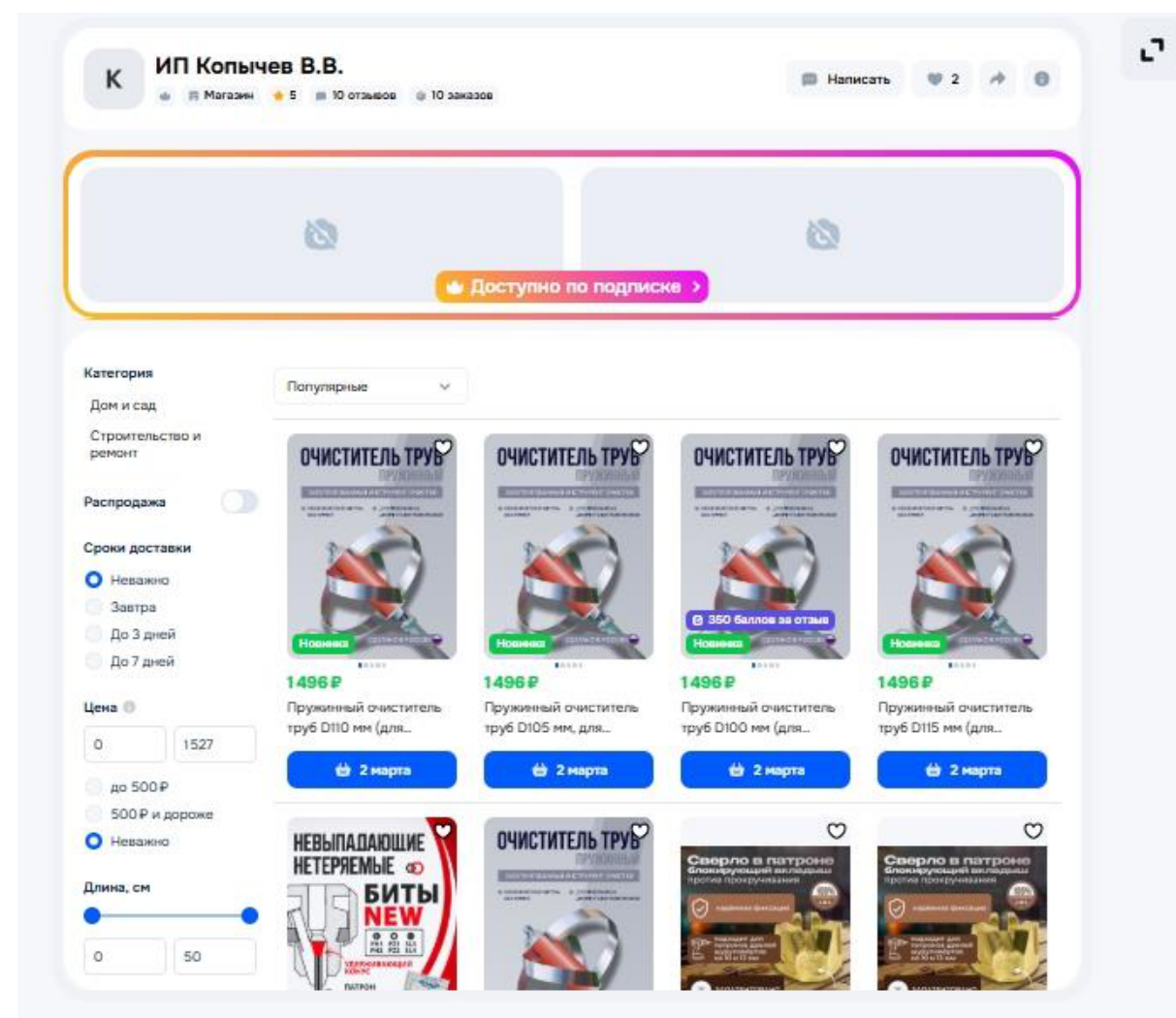
Запуск магазина и анализ ниши

01 Полный запуск магазина

- регистрация и базовая настройка;
- оформление витрины;
- настройка структуры ассортимента;
- подготовка к работе по FBS.

02 Анализ ниши и конкурентов

- проанализировали поисковые запросы;
- изучили лидеров категории;
- определили ключевые преимущества;
- выявили точки роста по конверсии.



пример оформления магазина и товарной структуры

Карточки создавались с нуля

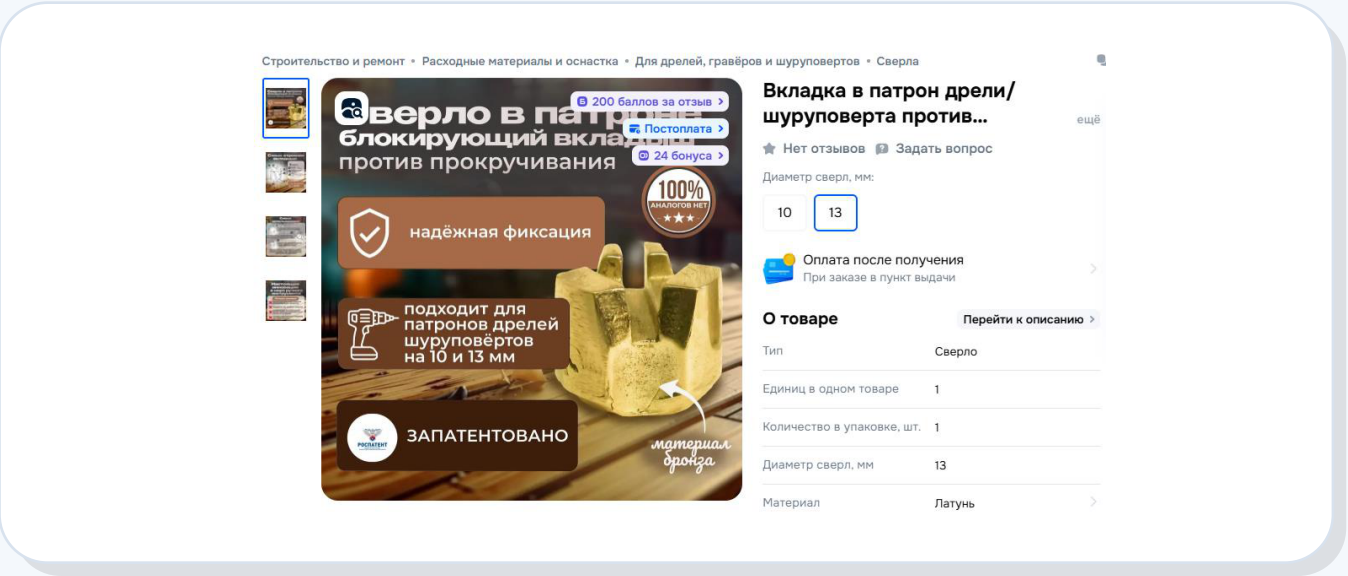
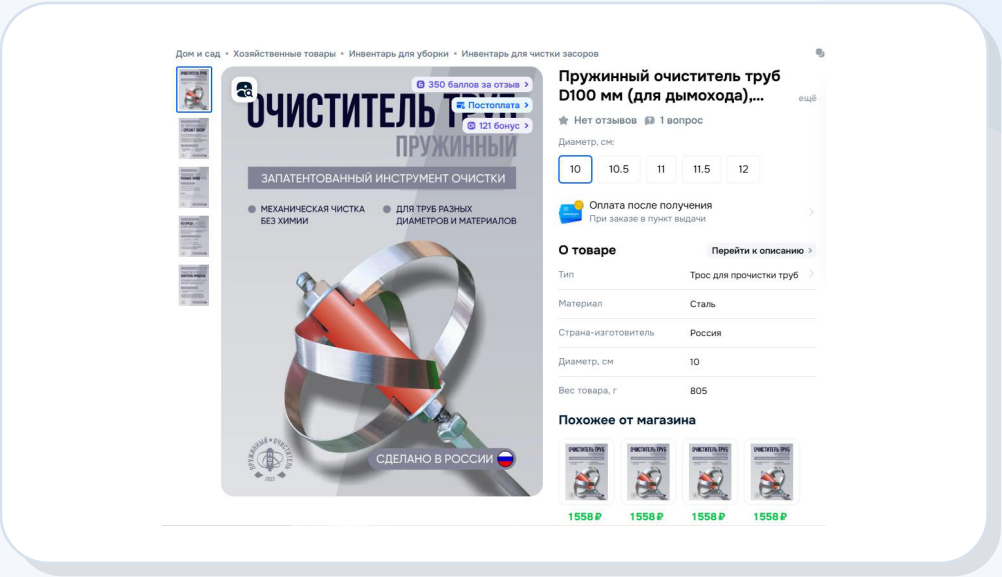
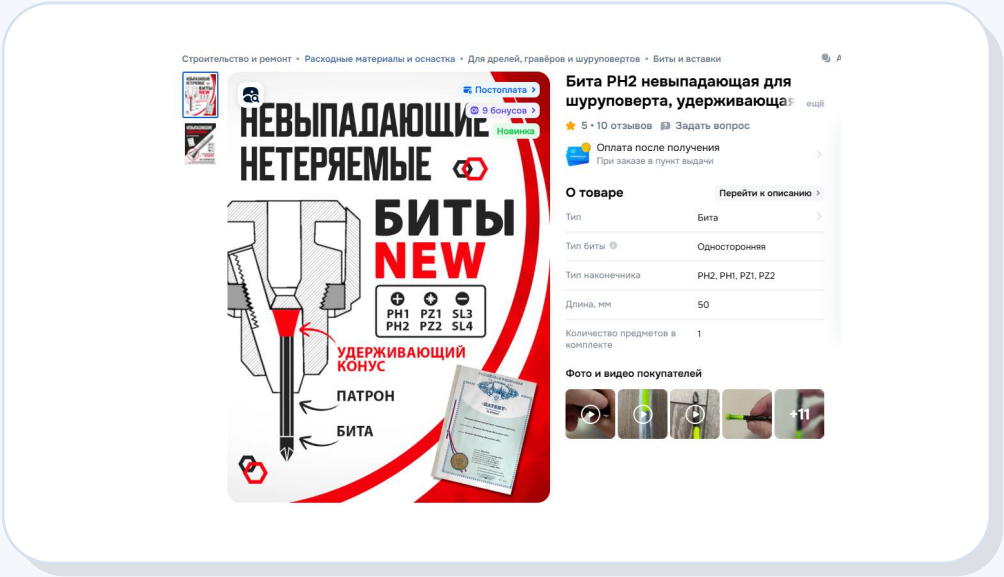
Создали карточки полностью с нуля: категории, SEO-названия, описания, характеристики и визуальное оформление.

Что вошло в работу

- подбор правильных категорий;
- SEO-названия под поисковый спрос;
- оптимизированные описания;
- заполнение всех характеристик;
- настройка видимости в поиске.

Результат

Товары начали получать десятки тысяч показов в поиске Ozon.



Логистика, рейтинг и ежедневная аналитика

Логистика и поставки

- создание заявок на поставку;
- распределение по складам;
- контроль остатков;
- предотвращение out-of-stock.

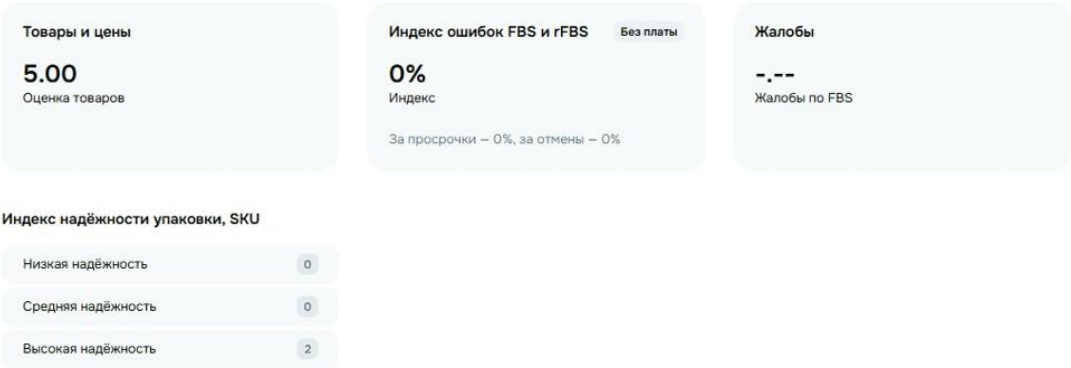
Работа с клиентами

- ответы на отзывы и вопросы;
- одобрение скидочных заявок;
- поддержание высокого рейтинга;
- контроль качества сервиса.

Ежедневно анализировались

- переходы в карточки;
- добавления в корзину;
- конверсия в заказ;
- процент выкупа;
- видимость в поиске.

Качество работы



качество работы и показатели магазина

28 дней продаж без рекламы

Рекламный бюджет отсутствовал. Первые продажи были получены за счёт карточек, SEO и органической видимости внутри Ozon.

Оборот

5 530 ₺

Заказы

14

Средний чек

395 ₺

Выкуп

100%

Отмены

0

Возвраты

0

Все продажи - органические. Рекламный бюджет - 0 ₺.



динамика заказов за период

Не реклама, а сначала система

Большинство продавцов начинают с рекламы. Но если магазин и карточки не выстроены правильно, реклама не даёт стабильного результата.

01

SEO карточек

Карточка должна отвечать на поисковый спрос и быть понятной алгоритмам Ozon.

02

Качество магазина

Рейтинг, отзывы, выкуп и отсутствие ошибок напрямую влияют на доверие покупателей.

03

Аналитика

Продажи нужно не просто ждать, а ежедневно смотреть: просмотры, корзины, конверсии и остатки.

Система проекта: анализ -> упаковка -> SEO -> логистика -> рейтинг -> аналитика -> продажи

Что получил клиент

Мы не просто вели Ozon. Мы создали основу, на которой магазин может продавать системно: через карточки, логистику, рейтинг и аналитику.

Вывод

Это пример того, как маркетплейс нужно запускать стратегически, а не хаотично: сначала подготовить фундамент, затем усиливать продажи рекламой и масштабированием.

Итог проекта

- магазин создан с нуля;
- карточки запущены и оптимизированы;
- выстроена система поставок;
- получены первые продажи без рекламы;
- собрана база для дальнейшего масштабирования.

Ozon начал продавать без рекламных вложений, потому что сначала была собрана правильная система.