

ChatGPT

**для
маркетплейсов**

Елена Галакси

Елена Галакси

ChatGPT для маркетплейсов

<https://litres.ru/74023396>

SelfPub; 2026

Аннотация

Пока одни селлеры часами пишут карточки товаров, анализируют конкурентов и придумывают рекламные тексты, другие поручают эту работу ChatGPT и получают результат за считанные минуты.

Эта книга покажет, как использовать возможности искусственного интеллекта для работы на маркетплейсах. Вы узнаете, как с помощью ChatGPT создавать описания товаров, составлять SEO-тексты, работать с отзывами покупателей, готовить контент для рекламы, анализировать конкурентов, находить идеи для новых товаров и автоматизировать десятки ежедневных задач селлера.

В книге собраны практические примеры, готовые промпты и пошаговые инструкции, которые помогут экономить время, снижать затраты на контент и принимать более взвешенные решения.

Независимо от того, только начинаете вы продавать на маркетплейсах или уже управляете большим ассортиментом, эта книга поможет превратить ChatGPT в эффективного помощника для развития вашего бизнеса.

Содержание

Введение. Маркетплейс как бизнес ежедневных решений	5
Глава 1. Карточка товара: как превратить просмотр в решение о покупке	8
Месяц продаж: карточка есть, вопросы покупателя остаются	8
Карточка как центр прибыли и доверия	10
Карточка глазами команды: единый язык вместо вкусовщины	13
Паспорт карточки: с чего начинать работу	16
Что продавец должен увидеть раньше текста Как читать карточку за десять минут	18
Глава 2. Спрос и покупатель: как выбрать товар, который рынок способен купить	20
Когда товар нравится владельцу, а рынок отвечает цифрами	20
Спрос начинается с бытовой задачи	21
Товарная идея проходит через экономику	24
Ситуация покупки важнее портрета покупателя	27
Как использовать отзывы конкурентов Проверка товара до закупки	29
Глава 3. Текст карточки: название, характеристики и описание, которые продают	31

через точность

Когда короткое описание продает лучше
длинного

31

Конец ознакомительного фрагмента.

32

Елена Галакси ChatGPT для маркетплейсов

Введение. Маркетплейс как бизнес ежедневных решений

Маркетплейс похож на торговый зал, в котором покупатель движется быстрее, чем успевают объяснить продавец. У него перед глазами десятки похожих товаров, одинаковые обещания, похожие фотографии, скидки, рейтинги и отзывы. Решение рождается за секунды: человек видит карточку, сравнивает цену, проверяет доверие и либо идет дальше, либо кладет товар в корзину.

Для продавца это означает плотную, ежедневную работу. Нужно выбирать товары, считать экономику, собирать карточки, следить за конкурентами, управлять остатками, отвечать на вопросы, улучшать визуал, читать отзывы, запускать рекламу и понимать, какие действия действительно влияют на продажи. На маркетплейсе выигрывает продавец, который регулярно принимает точные решения и не оставляет карточку на уровне разовой публикации.

ChatGPT в такой работе становится инструментом управленческого мышления. Он помогает увидеть карточку глазами покупателя, перевести характеристики в понятную пользу, подготовить техническое задание дизайнеру, сгруппировать отзывы, найти слабые места в описании, проверить рекламную гипотезу, собрать вопросы для команды и оформить повторяющиеся действия в правила. Главная ценность ИИ здесь — скорость и качество подготовки решения.

Эта книга написана для продавцов, производителей, владельцев брендов, менеджеров карточек, контент-специалистов, маркетологов и предпринимателей, которые работают с маркетплейсами как с полноценным бизнесом. В центре книги карточка товара, спрос, покупатель, цена, отзывы, реклама, аналитика, процессы и команда. Правила площадок меняются, интерфейсы обновляются, инструменты появляются и исчезают, но логика работы продавца остается: понять покупателя, показать ценность, считать экономику и постоянно улучшать систему.

Работать с книгой лучше на реальном товаре. Выберите одну карточку, которую хотите усилить, или товар, который только готовите к запуску. По ходу глав вы соберете паспорт товара, уточните аудиторию, проверите название, описание, SEO, фото, отзывы, рекламные гипотезы и управленческие показатели. Так книга станет рабочей сессией с собственным ассортиментом.

Рабочий запрос для старта

Я продаю или планирую продавать товар на маркетплейсе.
Товар: [описание]. Категория: [категория]. Целевая аудитория:
[кто покупает]. Цена: [цена]. Мои цели: [запуск, рост продаж,
улучшение карточки, работа с отзывами, реклама]. Задай мне 12
профессиональных вопросов о товаре, покупателе, карточке,
конкурентах, цене и логистике, чтобы подготовить план работы с
ChatGPT.

Глава 1. Карточка товара: как превратить просмотр в решение о покупке

Месяц продаж: карточка есть, вопросы покупателя остаются

Представьте продавца товаров для дома, который месяц назад запустил набор контейнеров. Просмотры есть, заказы идут слабо, вопросы повторяются: “какой объем?”, “подойдет ли для морозилки?”, “можно ли мыть в посудомойке?”. Сама карточка выглядит аккуратно, но покупатель вынужден собирать решение из кусочков. ChatGPT в такой ситуации помогает перестроить карточку вокруг вопросов, которые уже задал рынок.

Продавец вставляет в диалог название, описание, характеристики, вопросы и отзывы. ИИ выделяет три проблемы: объем указан только в характеристиках, фото не показывает масштаб, описание не объясняет сценарии хранения. После этого появляются действия: новый кадр с контейнерами в холодильнике, блок с объемом каждого элемента, FAQ про морозилку и посудомойку, уточнение комплектации. Так кар-

точка становится ближе к покупателю.

Карточка как центр прибыли и доверия

Карточка товара на маркетплейсе работает как витрина, продавец, консультант и фильтр ожиданий одновременно. В офлайн-магазине покупатель может взять товар в руки, задать вопрос, попросить показать размер, уточнить материал. На маркетплейсе все эти задачи берут на себя фото, название, характеристики, описание, отзывы и ответы на вопросы. Когда один из элементов слабый, покупатель начинает сомневаться, а сомнение почти всегда переводит его к соседней карточке.

Поэтому карточку стоит рассматривать как управленческий документ, где каждое поле влияет на покупательское решение. В ней фиксируются обещание товара, язык покупателя, конкурентная позиция, условия использования, риски возврата и ожидание от рекламы. ChatGPT особенно полезен там, где продавцу нужно связать эти элементы в единую картину.

Элемент карточки	Какой вопрос решает	Как подключить ChatGPT
Название	Понимает ли покупатель, что это за товар и зачем он ему	Проверить ясность, поисковые слова и перегруз формулировки
Фото	Видно ли размер, материал, комплектацию и сценарий использования	Составить ТЗ для съемки и инфографики
Характеристики	Хватает ли фактов для решения	Найти недостающие параметры и привести их к понятному виду
Описание	Показана ли ценность товара через ситуацию покупателя	Переписать свойства в пользу и сценарии применения
Отзывы	Совпадает ли обещание карточки с опытом покупателя	Сгруппировать повторяющиеся сигналы и предложить изменения

В зрелом маркетплейс-бизнесе карточка товара перестает быть оформлением. Она становится центром прибыли, потому что через нее проходят трафик, доверие, цена, отзыв, повторная покупка и восприятие бренда. Продавец может вкладываться в закупку, производство, упаковку и рекламу, но покупатель оценивает всю эту работу через несколько экранов. Если карточка слабо объясняет ценность, деньги, вложенные в товар, работают хуже.

Сильная карточка держится на конкретике. Она показывает, чем товар полезен, кому подходит, как применяется, что входит в комплект, какие параметры важны и какой опыт получит покупатель. В ней чувствуется профессиональная забота о выборе: человек не должен угадывать размер, искать состав, задавать вопрос о комплектации или сомневаться

ся, почему этот товар стоит именно столько.

ChatGPT помогает собрать карточку как систему, если продавец дает ему исходные факты. Для этого недостаточно написать: “улучши описание”. Нужно дать описание товара, аудиторию, текущие отзывы, вопросы покупателей, цены конкурентов, ограничения и цель правки. Тогда ИИ работает с материалом продавца и дает более прикладной результат.

Карточка глазами команды: единый язык вместо вкусовщины

Когда бизнес растет, карточку трогают несколько людей: владелец, менеджер, дизайнер, фотограф, специалист по рекламе, сотрудник поддержки. У каждого своя зона внимания. Дизайнер думает о визуале, рекламщик о кликах, менеджер о характеристиках, поддержка о вопросах покупателей. Если нет общего стандарта карточки, каждый улучшает свой участок, а цельная логика товара распадается.

Здесь ChatGPT полезен как инструмент синхронизации. На основе паспорта товара можно подготовить единое техническое задание: что стоит показать на фото, какие слова использовать в названии, какие вопросы закрыть в описании, какие ограничения указать, какие отзывы учитывать. Команда получает рабочую карту карточки вместо устных указаний.

У сильной карточки всегда есть редакторская дисциплина. После каждого изменения продавец должен понимать, что именно он улучшает: видимость, кликабельность, доверие, конверсию, снижение возвратов или ответы на вопросы. Тогда правки становятся управляемыми.

На маркетплейсе покупатель чаще всего встречается с карточкой товара. Она работает вместо продавца, консуль-

танта, витрины, упаковки, первой презентации и части клиентского сервиса. В обычном магазине человек может потрогать вещь, задать вопрос, сравнить качество глазами. На площадке все это заменяют фотографии, название, характеристики, описание, отзывы, цена и скорость доставки.

Карточка продает не сама по себе. Она продает в окружении конкурентов. Один и тот же товар может выглядеть сильным или слабым в зависимости от соседей по выдаче: у кого лучше главное фото, понятнее название, убедительнее отзывы, точнее характеристики, привлекательнее цена, быстрее доставка. Поэтому работа с карточкой начинается с понимания ситуации выбора.

ChatGPT помогает продавцу увидеть карточку как систему. В ней есть слой поиска: слова, по которым покупатель находит товар. Есть слой доверия: рейтинг, отзывы, ответы, фото, доказательства качества. Есть слой решения: преимущества, комплектация, размер, совместимость, гарантия, условия использования. Есть слой управления: цена, остатки, реклама, акции, изменения по сезонам. Если улучшать только описание, можно не задеть главную причину слабых продаж.

Первый профессиональный шаг — собрать паспорт карточки. В нем должны быть артикул, характеристики и понимание покупателя: кто берет товар, в какой ситуации, на что сравнивает, чего боится, какие вопросы задает, какие слова использует. Такой паспорт позволяет давать ChatGPT точ-

ный контекст и получать ответы, пригодные для применения после редакторской проверки.

Продавцу важно привыкнуть к мысли: ChatGPT не знает ваш товар по-настоящему. Он не держал его в руках, не видел возвраты, не разговаривал с покупателем, не считал вашу маржу. Ему нужно дать факты. Чем точнее факты, тем полезнее ответ. Сильная работа начинается с данных: описание товара, материалы, размеры, комплектация, ограничения, отзывы, вопросы, цены конкурентов, условия поставки.

Паспорт карточки: с чего начинать работу

Паспорт карточки нужен для того, чтобы каждый следующий запрос к ChatGPT опирался на одну и ту же базу. В него стоит включить товарную информацию, аудиторию, конкурентное окружение, сильные стороны, слабые места, ограничения и текущие показатели. Такой документ полезен не только для ИИ. Он дисциплинирует самого продавца и облегчает работу команды.

Если в бизнесе несколько десятков товаров, паспорт можно сделать сначала для ключевых позиций: лидеров продаж, проблемных карточек, новых товаров и продуктов с высокой маржей. Позже формат превращается в стандарт для всей линейки.

Блок паспорта	Что указать	Как это поможет ChatGPT
Товар	Материал, размер, цвет, комплектация, назначение	Подготовить точное описание и характеристики
Покупатель	Кто покупает, в какой ситуации, с чем сравнивает	Подобрать язык карточки и вопросы для FAQ
Конкуренты	Цены, фото, отзывы, сильные стороны	Найти отличия и слабые места рынка
Ограничения	Что товар не делает, где есть риск возврата	Сформулировать честные предупреждения и снизить ожидания
Показатели	Переходы, конверсия, продажи, возвраты, рейтинг	Выбирать не красивые правки, а приоритеты

Рабочий запрос: паспорт карточки

Помоги составить паспорт карточки товара. Товар: [описание]. Категория: [категория]. Покупатель: [кто]. Цена: [цена]. Конкуренты: [кратко]. Отзывы и вопросы: [вставить]. Сформируй таблицу: товар, аудитория, ситуации покупки, преимущества, ограничения, вопросы покупателя, риски возврата, что нужно улучшить в карточке.

Что продавец должен увидеть раньше текста Как читать карточку за десять минут

У сильного продавца есть навык быстрого чтения карточек. Он открывает товар глазами покупателя, который ищет повод доверять. Сначала проверяется главный экран: понятно ли, что продается, видно ли размер и комплект, не спорит ли цена с визуалом, есть ли у карточки причина выделиться в выдаче. Затем идут характеристики, отзывы, вопросы, условия доставки и конкурентное окружение.

ChatGPT в этой работе может выступить редактором карточки. Дайте ему текст карточки, характеристики, вопросы покупателей, несколько отзывов и попросите пройти по пути покупателя: что понятно сразу, где появляется сомнение, какие факты нужно добавить, какие обещания выглядят слишком широко, какие элементы лучше вынести в фото или инфографику. Такой аудит быстро показывает, что именно мешает карточке продавать.

Сильный продавец сначала смотрит на путь покупателя. Он видит, какой запрос привел человека в выдачу, какой визуальный сигнал остановил взгляд, какой блок карточки убедил открыть товар, какой отзыв снял сомнение, какая характеристика подтвердила совместимость. Когда эта цепочка

ка понятна, ChatGPT становится инструментом точной до-
работки.

В слабой карточке обычно заметна одна из пяти про-
блем: товар трудно найти, товар легко открыть, но трудно
понять, доверие не возникает, цена выглядит случайной, от-
зывы вскрывают проблему, на которую продавец не отвеча-
ет. Каждая проблема требует своего решения. Универсаль-
ная правка текста здесь не поможет.

Симптом карточки	Возможная причина	Что проверить
Мало просмотров	Слабые поисковые формулировки или главное фото	Название, категории, ключевые слова, первое изображение
Много просмотров, мало заказов	Слабое доверие или непонятная ценность	Фото, отзывы, описание, сравнение с конкурентами
Много вопросов	Недостаточно характеристик или примеров применения	FAQ, инфографика, описание, комплектация
Много возвратов	Ожидания покупателя расходятся с товаром	Размеры, материалы, реальные фото, ограничения
Падает рейтинг	Повторяющаяся проблема качества или доставки	Отзывы, упаковка, поставка, ответы покупателям

Редакторский вопрос к главе: какое конкретное решение по товару, карточке, процессу или команде вы готовы принять после этой главы? Если ответа нет, вернитесь к рабочим запросам и дайте ChatGPT больше фактов о своем товаре.

Глава 2. Спрос и покупатель: как выбрать товар, который рынок способен купить

Когда товар нравится владельцу, а рынок отвечает цифрами

Производитель запускает красивый аксессуар для кухни. Внутри команды товар считают удачным: приятный материал, хороший дизайн, аккуратная упаковка. Но выдача показывает десятки похожих предложений, а отзывы конкурентов говорят, что покупатели прежде всего смотрят на размер, легкость ухода и устойчивость. Дизайн важен, но решение принимается по бытовым параметрам.

ChatGPT помогает перевести восторг команды в язык рынка. Он берет отзывы конкурентов и группирует критерии выбора: размер, уход, устойчивость, цвет, упаковка, подарок. Затем продавец меняет акцент карточки: показывает товар в реальной кухне, добавляет фото после мытья, уточняет размеры, выносит упаковку в отдельный кадр. Идея товара остается прежней, но предложение становится понятнее покупателю.

Спрос начинается с бытовой задачи

Покупатель редко мыслит языком продавца. Продавец думает категориями “товар”, “характеристика”, “поставщик”, “себестоимость”, “оборачиваемость”. Покупатель думает ситуацией: где хранить вещи, что подарить, чем заменить сломавшуюся деталь, как упростить уборку, что взять в поездку, как организовать рабочее место. Именно эта бытовая задача чаще всего приводит человека в поиск.

Работа продавца начинается с перевода товара в ситуацию. Если товар нужен для хранения, карточка должна показать, что именно и где он помогает хранить. Если товар связан с подарком, важны упаковка, внешний вид, уместность для повода. Если покупатель выбирает инструмент, ему нужны совместимость, надежность и границы применения. ChatGPT помогает собрать такие ситуации, если дать ему не только название товара, но и реальные отзывы, вопросы и конкурентные карточки.

Товарная идея	Что проверяет продавец	Вопрос к ChatGPT
Новый товар в категории	Какая задача покупателя уже существует	Какими словами люди описывают потребность в этом товаре?
Товар с высокой конкуренцией	Где можно отличаться кроме цены	Какие критерии выбора чаще всего влияют на покупку?
Товар с частыми возвратами	Какие ожидания не совпадают с реальностью	Какие вопросы нужно закрыть в фото, характеристиках и описании?
Сезонный товар	Когда спрос возникает и как быстро проходит	Какие сценарии покупки актуальны по месяцам?

Покупатель приходит на маркетплейс с задачей, которая часто звучит проще, чем профессиональное описание товара. Ему нужно убрать беспорядок в шкафу, найти подарок, заменить сломавшуюся вещь, собрать ребенка в школу, подготовить дачу, сделать рабочее место удобнее, выбрать средство ухода после неудачной покупки. В этой бытовой формулировке скрыта логика спроса.

Продавец, который слышит эту задачу, видит товар иначе. Он уже перестает перечислять параметры и начинает показывать решение: где товар используется, какой результат даст, какие сомнения снимает. ChatGPT помогает переводить характеристики в ситуации покупки, если дать ему реальные отзывы, вопросы, сезон, категорию и конкурентное окружение.

Для проверки спроса важно соединять несколько источников: поисковые запросы, выдачу, отзывы конкурентов, динамику категории, цены, собственные продажи и возвраты.

Один источник легко обманывает. Высокая частотность запроса еще не гарантирует прибыль. Мало конкурентов может означать свободную нишу, а может говорить о слабом спросе или сложной операционке.

Товарная идея проходит через экономику

Многие продавцы начинают с вопроса “будет ли товар продаваться”. Более точный вопрос звучит шире: сможет ли этот товар стабильно приносить деньги после закупки, комиссии, логистики, хранения, рекламы, возвратов, упаковки, брака и времени команды. ChatGPT помогает составить карту расходов и рисков, но цифры нужно брать из реального кабинета, договоров и расчетов.

На раннем этапе ИИ особенно полезен для списка неприятных вопросов. Что будет с товаром при транспортировке? Как покупатель поймет размер? Нужно ли подтверждение качества? Есть ли риск сезонного остатка? Сколько стоят фото и контент? Какая упаковка нужна? Как быстро конкуренты копируют удачные карточки? Такие вопросы экономят деньги до закупки.

Спрос стоит проверять через маленькие решения. Можно протестировать одну карточку, один комплект, один визуальный сценарий, один ценовой диапазон, одну рекламную гипотезу. Продавец выигрывает, когда быстро получает сигнал рынка до крупной закупки и корректирует действие.

На маркетплейсе товар существует внутри спроса. Продавец может любить продукт, верить в качество, вкладывать-

ся в фото и рекламу, но площадка быстро показывает реальность: ищут ли такой товар, какой запрос используют покупатели, какую цену считают приемлемой, какие характеристики воспринимают как обязательные, какие минусы готовы терпеть, а какие сразу ведут к возврату.

ChatGPT помогает работать со спросом как аналитический собеседник. Он не заменяет данные площадки, но помогает задавать к ним правильные вопросы: какие сегменты покупателей могут быть у товара, какие ситуации покупки важны, какие критерии выбора повторяются в отзывах, чем похожи и чем отличаются конкуренты, какие гипотезы стоит проверить перед закупкой или запуском новой карточки.

Начинающему продавцу часто хочется найти “товар, который продается”. Более профессиональный вопрос звучит иначе: какой товар я смогу купить, упаковать, описать, доставить, поддерживать, продвигать и продавать с нормальной маржой в выбранной категории? Маркетплейс наказывает не только плохой товар, но и слабую экономику.

ИИ полезен на этапе предварительной проверки идеи. Продавец может описать товар, категорию, возможную аудиторию, цену закупки, логистику и попросить ChatGPT составить список рисков: сезонность, конкуренция, хрупкость, сложные размеры, высокий процент возвратов, неочевидные характеристики, необходимость сертификации, требования к упаковке, сложность фото.

Для действующего продавца важнее анализ реального по-

ведения. Какие товары берут чаще? Какие смотрят, но не покупают? Какие возвращают? Какие отзывы повторяются? Какие запросы приводят трафик? ChatGPT помогает превращать эти наблюдения в гипотезы, а гипотезы — в конкретные действия по карточке, цене, контенту или ассортименту.

Ситуация покупки важнее портрета покупателя

Возраст и пол дают слишком грубую картину. Для маркетплейса гораздо важнее момент покупки. Человек покупает органайзер перед переездом, рюкзак перед школой, подарок перед праздником, лампу для рабочего стола, форму для выпечки перед семейным событием, средство ухода после неудачного опыта с другим товаром. В этой ситуации рождаются слова поиска, критерии выбора и возражения.

Если продавец описывает товар с учетом ситуации, карточка становится ближе к решению покупателя. Название, фото, инфографика, описание и FAQ начинают отвечать на реальные вопросы: подойдет ли по размеру, выдержит ли нагрузку, легко ли мыть, можно ли подарить, не будет ли запаха, сколько прослужит, что входит в комплект.

Ситуация покупки	Что ищет человек	Что показать в карточке
Подарок	Внешний вид, упаковка, универсальность	Фото комплекта, упаковку, сценарии подарка
Первое использование	Простоту выбора и применения	Инструкцию, размеры, рекомендации
Замена старого товара	Улучшение качества и надежность	Отличия, материалы, отзывы о долговечности
Покупка для ребенка	Безопасность, размер, удобство	Возраст, материалы, сертификаты, уход
Профессиональное применение	Точность параметров и ресурс	Характеристики, ограничения, примеры использования

Рабочий запрос: ситуации покупки

Опиши ситуации покупки для товара [товар]. Выдели 5–7 сценариев, в которых человек начинает искать этот товар. Для каждого сценария укажи запросы покупателя, критерии выбора, страхи, вопросы и блоки карточки, которые должны ответить на эти сомнения.

Как использовать отзывы конкурентов

Проверка товара до закупки

Маркетплейс часто наказывает за влюбленность в товар. Поставщик показывает красивый образец, цена закупки кажется удачной, категория выглядит перспективной, и продавец спешит заказать партию. Профессиональный подход начинается раньше: с проверки того, какие ожидания уже есть у покупателей и какие проблемы повторяются у конкурентов.

Отзывы конкурентов позволяют увидеть рынок до закупки. Если люди жалуются на тонкий материал, слабую упаковку, неверный размер, сложную сборку или непонятную инструкцию, продавец получает шанс заранее изменить комплектацию, фото, описание или упаковку. ChatGPT помогает превратить десятки отзывов в карту рисков: что улучшить в товаре, что показать в карточке, какие вопросы закрыть до покупки.

Отзывы конкурентов — один из самых ценных открытых источников. Покупатели уже объяснили, что им нравится, что раздражает, где товар не совпал с ожиданиями, какие характеристики важны, какие фото нужны, какие вопросы стоит закрыть заранее. ChatGPT помогает сгруппировать эти

отзывы и выделить повторяющиеся темы.

Задача продавца — увидеть незакрытое ожидание рынка. Если люди жалуются на слабую упаковку, плохой запах, неточный размер, сложную сборку или непонятную инструкцию, это подсказка для продукта, карточки и сервиса.

Что искать в отзывах	Как использовать
Повторяющиеся похвалы	Подчеркнуть сильные характеристики, которые ценит рынок
Повторяющиеся жалобы	Проверить свой товар, упаковку и описание
Вопросы перед покупкой	Добавить FAQ и инфографику
Фразы покупателей	Использовать живой язык в описании
Сравнения с другими товарами	Показать отличия и критерии выбора

Рабочий запрос: анализ отзывов конкурентов

Проанализируй отзывы конкурентов по товару [товар]. Раздели наблюдения на темы: качество, размер, упаковка, внешний вид, удобство, цена, ожидания, причины возврата. Выдели повторяющиеся формулировки покупателей и предложи, как использовать их в карточке, фото, FAQ и продуктовых улучшениях.

Редакторский вопрос к главе: какое конкретное решение по товару, карточке, процессу или команде вы готовы принять после этой главы? Если ответа нет, вернитесь к рабочим запросам и дайте ChatGPT больше фактов о своем товаре.

Глава 3. Текст карточки: название, характеристики и описание, которые продают через точность

Когда короткое описание продает лучше длинного

У продавца детских товаров было длинное описание, где повторялись слова о качестве, заботе и удобстве. Покупатель все равно спрашивал о возрасте, размере, уходе и комплектации. После работы с ChatGPT текст разделили на короткие смысловые блоки: для какого возраста, что входит в комплект, из какого материала сделан товар, как ухаживать, на что обратить внимание при выборе.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.