

12+

Елена Михайлова

КНИГА ТРЕТЬЯ

НАСТОЯЩАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Интернет-магазины



Пошаговое руководство
по созданию и запуску интернет-магазина

Елена Михайлова
Настоящая реальность.
Интернет-магазины.
Пошаговое руководство
по созданию и запуску
интернет-магазина с нуля

<https://litres.ru/74286478>

ISBN 9785007069106

Аннотация

Книга третья серии «Настоящая реальность» — следующий шаг к финансовой свободе.

Теперь — новый уровень: интернет-магазин. Свой или для клиента. Без склада. Без огромных вложений. Без программистов. С помощью нейросетей 2026 года.

Как выбрать товар, найти поставщиков, создать магазин, привлечь первых покупателей и выйти на стабильный доход.

Реальные кейсы, готовые промпты, пошаговые инструкции. Сделайте свой первый интернет-магазин — и вас уже будет не остановить.

Содержание

НАСТОЯЩАЯ РЕАЛЬНОСТЬ. Интернет-магазины	5
Перед тем как начать	6
Акт 1: вход в тему	7
— — Глава 2. Какие бывают интернет-магазины	10
1. Дроппинг	11
4. Цифровые товары	13
Месяц 1—2: тестирование	15
Месяц 5—9: масштабирование	16
Навык 1: Базовая аналитика	19
Навык 3: Базовый дизайн	20
Навык 5: Работа с нейросетями	21
Конец ознакомительного фрагмента.	22

**Настоящая реальность.
Интернет-магазины
Пошаговое руководство
по созданию и запуску
интернет-магазина с нуля**

**Елена Викторовна
Михайлова**

© Елена Викторовна Михайлова, 2026

ISBN 978-5-0070-6910-6

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

НАСТОЯЩАЯ РЕАЛЬНОСТЬ.

Интернет-магазины

Пошаговое руководство по созданию и запуску интернет-магазина с нуля

— —

Перед тем как начать

Если вы держите эту книгу в руках (или читаете с экрана), значит, уже прошли первые две ступени серии: научились делать карточки товаров и сайты. Это не случайность. Это логика.

Карточка товара — это продажа одной вещи. Сайт — это визитка бизнеса. Интернет-магазин — это система, которая продаёт много товаров многим людям, без вашего постоянного участия в каждой сделке.

Я не буду обещать миллион в первый месяц. Я расскажу, как это работает на самом деле в 2026 году, в России, с реальными деньгами, реальными налогами и реальными косяками поставщиков. Дальше — дело техники и вашей упёртости.

Договорились? Тогда поехали.

— —

АКТ 1: ВХОД В ТЕМУ

Глава 1. Крючок: история человека, который запустил интернет-магазин без товаров и склада

Дениса я знаю уже три года. Когда мы познакомились, он работал менеджером по продажам в компании, торгующей стройматериалами. Зарплата — 55 000 р, ипотека, двое детей. Классическая история: жить есть на что, а дышать некогда.

У Дениса не было накоплений на «нормальный бизнес». Не было склада, товара, знакомств с фабриками в Китае. Было только одно: он умел сидеть по вечерам за ноутбуком и разбираться, если что-то не получалось.

Начал он с дропшиппинга — модели, когда ты продаёшь товар, которого физически у тебя нет. Заказ приходит к тебе, ты передаёшь его поставщику, поставщик отправляет товар покупателю, а разницу между ценой продажи и ценой закупки забираешь себе.

Первый магазин Денис собрал на Tilda за один вечер — товары для дома, свечи, диффузоры, декор. Взял фото у поставщика, переписал описания через нейросеть, настроил оплату через ЮKassa. Запустил рекламу в Яндекс. Директе на 3000 р.

Первую неделю — тишина. Вторую — один заказ, который он сам чуть не провалил, потому что не предупредил

покупателя о сроках доставки, и та написала гневный отзыв. Денис не бросил. Он читал форумы, смотрел, что делают конкуренты, тестировал разные ниши.

Через два месяца он нашёл нишу, которая «зацепила» — товары для животных, конкретно: аксессуары для маленьких пород собак. Спрос стабильный, конкуренция не запредельная, средний чек приятный.

К шестому месяцу у него было 15—20 заказов в неделю, выручка около 180 000 р в месяц, чистыми — тысяч 45—50. Не бросил основную работу — ещё рано. К десятому месяцу магазин давал больше, чем зарплата. Денис уволился.

Сейчас у него два магазина: один дропшиппинг, второй — с небольшим собственным складом на самых ходовых товарах (потому что понял: на популярных позициях выгоднее хранить самому, чтобы не терять клиентов на долгой доставке).

Что я хочу, чтобы вы вынесли из этой истории:

— Денис не был экспертом. Он учился в процессе.

— Первые деньги пришли не сразу — потребовалось около двух месяцев тестов.

— Ошибки были — и будут у вас. Это нормальная часть процесса, а не сигнал бросать.

— Магазин можно собрать без программиста и без склада — инструменты для этого уже есть.

Если у Дениса получилось — получится и у вас. Дальше в книге я разберу каждый шаг, который он (и десятки других

моих знакомых предпринимателей) проходили на этом пути.

Действие главы: Заведите отдельную заметку (в телефоне, в Notion, где угодно) под названием «Мой интернет-магазин». Напишите там одну фразу: «Я хочу запустить магазин, чтобы...» и закончите её. Это ваша личная причина, к которой вы будете возвращаться, когда захочется всё бросить (а такой момент будет, у всех бывает).

— — Глава 2. Какие бывают интернет-магазины

Прежде чем бежать создавать магазин, нужно понять: магазинов бывает несколько принципиально разных типов. Выбор модели определяет всё — сколько денег нужно на старте, сколько времени займёт запуск, какие риски вас ждут.

1. Дропшиппинг

Вы не держите товар физически. Покупатель заказывает у вас, вы передаёте заказ поставщику (в Китае, в России, на оптовой базе), поставщик отправляет товар напрямую покупателю (или вам для упаковки — зависит от схемы).

Плюсы: минимальные вложения на старте (по сути, нужны деньги только на рекламу и создание сайта), нет риска «зависшего» товара на складе, можно тестировать десятки ниш быстро.

Минусы: маленькая маржа на конкурентных нишах, зависимость от поставщика (сроки, качество, наличие), сложнее контролировать сервис для клиента.

Для кого: новичкам без стартового капитала, тем, кто хочет протестировать идею перед вложением в закуп.

2. Складской бизнес (закуп + хранение + доставка)

Вы закупаете партию товара, храните её (дома, на складе фулфилмента, в гараже — как повезёт), и продаёте, отправляя сами.

Плюсы: выше маржа, полный контроль над качеством и сроками, можно делать быструю доставку.

Минусы: нужны деньги на закуп, риск «незалежавшего» товара, нужно место для хранения, логистика на вас.

Для кого: тем, у кого есть хотя бы 50 000—150 000 р на первую партию и кто уже понимает, что товар точно прода-

ётся (проверил на дропшиппинге или маркетплейсе).

3. Продажа как селлер на маркетплейсах

Формально это не «свой интернет-магазин» в классическом смысле — вы продаёте на чужой площадке. Но с точки зрения бизнеса — это тоже магазин, просто витрина не своя.

Плюсы: готовый трафик миллионов покупателей, встроенная логистика (особенно у известных Российских маркетплейсов) — FBO-схемы, когда склад и доставку берёт на себя площадка), доверие покупателей к площадке.

Минусы: высокая комиссия площадки (в среднем 15—25% в зависимости от категории на 2026 год, плюс логистика и хранение), жёсткая конкуренция по цене, зависимость от алгоритмов площадки.

Для кого: этот путь я подробно разбирал в первой книге серии про карточки товаров. В этой книге маркетплейсы упоминаются как канал продаж, но фокус — на собственном магазине.

4. Цифровые товары

Курсы, шаблоны, электронные книги, доступы к сервисам, PDF-гайды, пресеты, дизайн-макеты.

Плюсы: нет физического товара — нет логистики вообще, себестоимость почти нулевая после создания продукта, маржа огромная.

Минусы: сложнее продать «доверие» к нематериальному продукту, нужна экспертиза или контент, высокая конкуренция в популярных нишах (инфобизнес, курсы).

Для кого: тем, у кого уже есть знания/навык, который можно упаковать в продукт, или тем, кто готов создать такой продукт с помощью нейросетей (о чём тоже поговорим).

Сравнительная таблица (упрощённо)

Модель	Стартовый капитал	Риск	Скорость первых денег	Потолок дохода
Дропшиптинг	5 000-15 000 р	Низкий	2-6 недель	Средний
Складской бизнес	50 000-300 000 р	Средний-высокий	1-3 месяца	Высокий
Маркетплейсы (селлер)	30 000-200 000 р	Средний	2-8 недель	Очень высокий
Цифровые товары	0-10 000 р	Низкий	1-4 месяца	Высокий, но нестабильный

В этой книге мы фокусируемся в основном на **дроппинге и собственном интернет-магазине** — потому что это самый доступный вход для человека без капитала, и одновременно самый гибкий инструмент, который потом можно перевести в складскую модель, когда появятся деньги и уверенность.

Действие главы: Выберите одну модель, с которой начнёте. Не пытайтесь делать всё сразу. Запишите её в заметку из прошлой главы. Если не уверены — начинайте с дроппинга, это самый безопасный вход.

— —

Глава 3. Сколько можно заработать на интернет-магазине

Разговор про деньги — самый интересный и самый опасный. Опасный, потому что в интернете полно людей, обещающих «300 000 р в первый месяц без вложений». Это либо ложь, либо исключение, которое не повторится у вас.

Расскажу честно, как это выглядит по этапам.

Месяц 1—2: тестирование

Скорее всего, вы будете в минусе или в ноле. Деньги уходят на рекламу, тестирование ниш, оплату конструктора. Это нормально — вы платите за информацию: что продаётся, что нет, какая аудитория откликается.

Реалистичный результат: 0—15 000 р чистыми, часто минус 3 000—10 000 р на тестах.

Месяц 3—4: первая рабочая модель

Если вы не бросили после первых неудач и нашли нишу с реальным спросом, начинают появляться стабильные заказы. Уже понятно, какая реклама работает, какие товары «идут».

Реалистичный результат: 20 000—60 000 р чистыми в месяц.

Месяц 5—9: масштабирование

Вы увеличиваете рекламный бюджет туда, где видите отдачу, расширяете ассортимент, подключаете дополнительные каналы (соцсети, SEO).

Реалистичный результат: 60 000—150 000 р чистыми в месяц.

Год и дальше: стабильность или масштаб

Часть людей выходят на «комфортный» доход и останавливаются на нём — это нормально, не все хотят строить империю. Часть начинает открывать второй, третий магазин, нанимать помощников, переходить со склада на фулфилмент.

Реалистичный результат: от 100 000 до 500 000+ р в месяц — но это уже не «новичок», это человек, который прошёл путь и вложил время.

От чего реально зависит доход

— **Ниша.** Товары с маржой 30—50% и средним чеком 1500—5000 р дают совершенно другую экономику, чем товары с маржой 10% и чеком 300 р.

— **Рекламный бюджет и умение его тратить.** Магазин без трафика — это просто красивый сайт, который никто не видит.

— **Скорость реакции на данные.** Люди, которые смотрят аналитику раз в неделю и меняют стратегию, зарабатывают

вают больше тех, кто «запустил и забыл».

— **Сервис.** Быстрый ответ клиенту, нормальная упаковка, честные сроки доставки — это конвертируется в повторные покупки и отзывы, которые продают за вас.

Топ ошибок новичков, которые убивают прибыль

— **Выбор перегретой ниши** (чехлы для телефонов, powerbank-и — конкуренция огромная, маржа нулевая).

— **Отсутствие расчёта unit-экономики** — люди запускают рекламу, не посчитав, сколько стоит привлечение одного клиента и сколько он приносит прибыли.

— **Слишком быстрый вывод денег** — вместо реинвестирования в рекламу и товар всё выводится «на жизнь», и магазин не растёт.

— **Игнорирование налогов** — потом получают доначисления и штрафы, о чём отдельно поговорим ниже.

— **Страх тестировать** — запустили одну нишу, она не пошла, и человек решил, что «бизнес не работает», хотя не пошла именно эта ниша.

Пара слов про налоги (важно!)

В 2026 году для интернет-магазина в России реально работают такие варианты:

— **Самозанятость (НПД)** — если вы физлицо и продаёте товары **собственного производства** (хендмейд, например) — самозанятость подходит. Для перепродажи товаров (классический дропшиппинг/закуп-продажа) самозанятость **не подходит** — нужен ИП.

— **ИП на УСН «Доходы» (6%)** — самый популярный вариант для интернет-магазинов на старте. Платите налог с оборота, просто вести учёт.

— **ИП на УСН «Доходы минус расходы» (обычно 15%, в регионах может быть ниже)** — выгоднее, если у вас большие закупочные расходы и маржа невысокая.

Проверяйте актуальные ставки в вашем регионе на сайте налоговой — они регионально отличаются и меняются. Регистрация ИП через приложение банка (Тинькофф, Сбер) сейчас занимает один день.

Действие главы: Посчитайте на бумаге (или в Excel/Google Sheets) простую unit-экономику для гипотетического товара: закупочная цена, цена продажи, расходы на доставку, расходы на упаковку, комиссия платёжной системы (обычно 2—3%). Посчитайте, сколько остаётся чистыми с одной продажи. Если цифра меньше 200—300 р — ищите другой товар.

— —

Глава 4. Какие навыки нужны (и как их прокачать бесплатно)

Хорошая новость: для запуска интернет-магазина в 2026 году вам не нужен диплом маркетолога и не нужны навыки программирования. Нейросети и конструкторы закрывают 80% технической работы. Но кое-что придётся освоить самому.

Навык 1: Базовая аналитика

Вам нужно уметь читать цифры: сколько людей зашло на сайт, сколько добавили товар в корзину, сколько оплатили. Это называется **конверсия**, и без понимания этой цепочки вы будете лить деньги в рекламу вслепую.

Где учиться бесплатно: Яндекс Метрика имеет встроенные бесплатные обучающие материалы и вебинары. YouTube-каналы про интернет-маркетинг (ищите по запросу «воронка продаж для начинающих 2026»).

Навык 2: Работа с текстом (копирайтинг)

Описание товара, объявление в рекламе, пост в соцсетях — всё это тексты, которые либо продают, либо нет. Хорошая новость: с нейросетями вам не нужно быть профессиональным копирайтером, нужно уметь **правильно формулировать задачу** нейросети (это называется промпт-инжиниринг, и это ключевой навык всей книги).

Навык 3: Базовый дизайн

Не рисование с нуля, а умение собрать красивую карточку из готовых элементов — в Canva, в конструкторе сайта, через нейросети для генерации изображений (Midjourney, Kandinsky, DALL-E — в 2026 году список инструментов расширился, проверяйте актуальную доступность в России).

Навык 4: Общение с людьми (поставщики, клиенты, курьеры)

Этот навык не заменит никакая нейросеть. Умение договориться с поставщиком о скидке, вежливо и твёрдо решить конфликт с недовольным клиентом — это то, что напрямую влияет на прибыль.

Навык 5: Работа с нейросетями

Это сквозной навык всей книги. В 2026 году базовый набор инструментов, которые пригодятся:

— **ChatGPT / YandexGPT / GigaChat** — для текстов, описаний, стратегий, анализа.

— **Midjourney / Kandinsky** — для генерации изображений товаров, баннеров, креативов.

— **Сервисы для генерации видео из фото** (для рекламных роликов) — актуальные названия проверяйте, рынок быстро меняется.

— **AI-инструменты аналитики** — встроенные в рекламные кабинеты (Яндекс. Директ уже давно использует AI для оптимизации ставок).

Где учиться бесплатно (актуально на 2026 год)

— **YouTube** — ищите каналы практиков (не «гуру», а тех, кто показывает реальные цифры своих магазинов).

— **Telegram-каналы селлеров** — там живое обсуждение проблем, поставщиков, изменений в правилах маркетплейсов и рекламных кабинетов.

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.