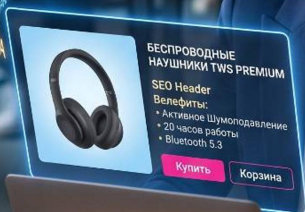


Мария Крупнова



2990 ₽



1499 ₽

ИИ-копирайтер на
маркетплейсах: карточки
товаров, которые продают

Мария Крупнова ИИ-копирайтер на маркетплейсах: карточки товаров, которые продают

<https://litres.ru/74396309>

SelfPub; 2026

Аннотация

Создавайте карточки товаров для Ozon, Wildberries и Яндекс Маркета, которые продают в 2 раза лучше. Научитесь писать SEO-заголовки, продающие описания, списки преимуществ и блоки вопросов-ответов с помощью нейросетей. Готовые промпты, чек-листы, разбор ошибок и схемы заработка от 50 000 . Для селлеров, копирайтеров и маркетологов, которые хотят увеличить продажи на маркетплейсах с помощью искусственного интеллекта.

Содержание

Введение	4
Для кого эта книга	4
Какую проблему решает книга	6
Как пользоваться книгой	7
Часть 1. Базовый блок: что такое AI-маркетинг	8
1.1. Кто такой AI-маркетолог и чем он занимается	8
1.2. Какие задачи решает ИИ в маркетинге	10
1.3. Инструменты AI-маркетолога на 2026 год	13
1.4. Почему это одна из самых высокооплачиваемых ниш	15
Часть 2. Аналитика и исследование рынка с помощью ИИ	17
2.1. Как собрать данные о рынке и конкурентах за 1 час	17
Конец ознакомительного фрагмента.	19

Мария Крупнова ИИ-копирайтер на маркетплейсах: карточки товаров, которые продают

Введение

Для кого эта книга

Представьте, что вы можете за один день проанализировать рынок, который раньше изучали неделями. Вы можете за час собрать данные о конкурентах, понять боли аудитории и сгенерировать 50 идей для рекламной кампании. Это не магия — это AI-маркетинг.

Эта книга для вас, если:

— **Вы — маркетолог или SMM-специалист**, который хочет перестать тратить часы на рутину и начать мыслить стратегически.

— **Вы — предприниматель**, который устал гадать, что сработает, а что нет, и хочет принимать решения на основе данных.

— **Вы — консультант или фрилансер**, который хочет войти в нишу с высокими чеками — консультации по маркетингу с применением ИИ.

— **Вы — новичок**, который хочет освоить одну из самых перспективных профессий и зарабатывать от 50 000 рублей в месяц.

Какую проблему решает книга

Маркетологи тратят до 70% времени на рутинные задачи: сбор данных, составление отчётов, поиск идей для контента. На креатив и стратегию остаётся 30%. Нейросети меняют это. Они берут на себя аналитику, генерацию идей, прогнозирование. Вы освобождаете время для того, что действительно важно — создания стратегий, которые приносят продажи.

Но проблема в том, что большинство маркетологов не знают, как использовать ИИ по-настоящему эффективно. Они используют ChatGPT как «генератор текстов», а не как аналитическую и стратегическую систему. Эта книга превратит вас из «пользователя ИИ» в «архитектора маркетинговых решений».

Как пользоваться книгой

- Читайте **последовательно**. Сначала осваиваем базу, затем переходим к аналитике, стратегиям и рекламе.
- **Выполняйте практику** в каждой главе. Применяйте промпты к своему проекту или вымышленному бренду.
- Используйте **библиотеку маркетинговых промптов** в конце. Это ваш рабочий арсенал.
- **Важно.** Книга описывает способы заработка, но не гарантирует доход. Результат зависит от вашей экспертизы, умения продавать и качества анализа.

Часть 1. Базовый блок: что такое AI-маркетинг

1.1. Кто такой AI-маркетолог и чем он занимается

AI-маркетолог — это специалист, который использует искусственный интеллект для решения маркетинговых задач. Он не просто «пишет промпты». Он проектирует системы, где ИИ помогает принимать решения.

Чем занимается AI-маркетолог:

- **Анализ данных.** Он собирает информацию о рынке, конкурентах, аудитории с помощью ИИ-инструментов.
- **Прогнозирование.** Он использует ИИ для предсказания трендов, поведения потребителей и эффективности рекламы.
- **Стратегирование.** Он создаёт маркетинговые и контент-стратегии на основе данных, сгенерированных ИИ.
- **Оптимизация рекламы.** Он настраивает и оптимизирует рекламные кампании с помощью ИИ-аналитики.
- **Аналитика эффективности.** Он измеряет результаты и даёт рекомендации по улучшению.

Ключевое отличие от обычного маркетолога:

Обычный маркетолог говорит: «Я думаю, это сработает». AI-маркетолог говорит: «Вот данные, на основе которых я рекомендую этот подход, а прогнозная модель показывает рост на 20%». Клиенты платят за уверенность, основанную на данных, а не на интуиции.

1.2. Какие задачи решает ИИ в маркетинге

Вот 15 реальных задач, которые нейросети решают в маркетинге уже сегодня.

Задача 1. Сбор и анализ данных о рынке.

ИИ собирает информацию из открытых источников: новости, отчёты, соцсети. Систематизирует и выдаёт аналитику.

Задача 2. Сегментация целевой аудитории.

ИИ разбивает аудиторию на группы по интересам, возрасту, поведению. Показывает портреты каждого сегмента.

Задача 3. Анализ конкурентов.

ИИ изучает сайты, рекламу и соцсети конкурентов. Выявляет их слабые места и сильные стороны.

Задача 4. Поиск ниш и идей для продуктов.

ИИ анализирует запросы, тренды и боли аудитории. Предлагает идеи новых продуктов или услуг.

Задача 5. Создание контент-стратегии.

ИИ генерирует темы, форматы, заголовки на месяц или квартал. Расписывает контент-план.

Задача 6. Написание текстов для рекламы.

ИИ создаёт заголовки, описания, посты, сценарии для видео и подкастов.

Задача 7. Создание визуальных креативов.

ИИ генерирует баннеры, обложки, иллюстрации для рекламных кампаний.

Задача 8. Оптимизация рекламного бюджета.

ИИ анализирует стоимость кликов и конверсий. Предлагает, на каких площадках и на что тратить больше.

Задача 9. А/В-тестирование гипотез.

ИИ предлагает гипотезы для тестирования. Прогнозирует, какая из версий работает лучше.

Задача 10. Прогнозирование продаж.

ИИ строит прогноз продаж на основе исторических данных, сезонности и маркетинговых активностей.

Задача 11. Персонализация предложений.

ИИ адаптирует предложения для каждого клиента на основе его истории и поведения.

Задача 12. Анализ отзывов и обратной связи.

ИИ обрабатывает тысячи отзывов за час. Выявляет частые проблемы, пожелания, тональность.

Задача 13. Автоматизация email-рассылок.

ИИ сегментирует базу, подбирает время отправки, генерирует персонализированные письма.

Задача 14. Автоматизация ответов на вопросы клиентов.

ИИ создаёт базу знаний и настраивает чат-ботов для поддержки и продаж.

Задача 15. Отчётность и дашборды.

ИИ формирует понятные отчёты с графиками и выводами.

ми. Маркетолог показывает их клиенту без дополнительной обработки.

1.3. Инструменты AI-маркетолога на 2026 год

Вот основной набор инструментов, с которыми вы будете работать.

Инструменты для сбора и анализа данных:

— **SimilarWeb.** Показывает трафик сайтов конкурентов, источники трафика, ключевые запросы. ИИ-аналитика встроена в платную версию.

— **YouScan или Brand Analytics.** Мониторят упоминания бренда в соцсетях и СМИ. Анализируют тональность, настроение аудитории.

— **Google Trends.** Показывает тренды поисковых запросов. Нейросети помогают интерпретировать сезонность.

— **Ответы [Mail.ru](https://mail.ru), Яндекс.Вордстат, Google Keyword Planner.** Дают данные о частоте запросов. ИИ-инструменты помогают кластеризовать их.

Инструменты для стратегирования и генерации идей:

— **ChatGPT 4o / Claude 3.5.** Главные рабочие лошадки. Пишут стратегии, анализируют, генерируют гипотезы.

— **Perplexity AI.** ИИ-поисковик, который даёт ответы со ссылками на источники. Отличный для сбора фактологии.

— **Consensus.** Поисковик научных исследований. Ответы

чает на вопрос, цитируя реальные исследования.

Инструменты для контента и рекламы:

— **Midjourney / Кандинский.** Генерация изображений для креативов.

— **HailuoAI / Pika.** Генерация видео для рекламных роликов.

— **Jasper AI / [Copy.ai](#).** Специализированные нейросети для генерации рекламных текстов.

— **Adzooma / Opteo.** Аналитика рекламных кабинетов с ИИ-рекомендациями.

Инструменты для аналитики и отчётности:

— **Google Analytics 4 (с расширениями на ИИ).** Показывает поведение пользователей на сайте.

— **Яндекс.Метрика.** Аналогично для рунета.

— **Power BI / Tableau (с нейросетевыми надстройками).** Построение дашбордов и отчётов.

Совет профессионала. Начните с трёх инструментов: ChatGPT 4o (стратегия и текст), Perplexity (анализ данных), Google Trends (тренды и сезонность). Этого достаточно для первых кейсов. Остальное добавите по мере роста.

1.4. Почему это одна из самых высокооплачиваемых ниш

Давайте сравним рынок.

Копирайтер с ИИ. Статья 1500 знаков — 2800 рублей. Месячный доход — 80 000–100 000 рублей.

Нейро-дизайнер. Обложка — 2000–3000 рублей. Месячный доход — 100 000–150 000 рублей.

Разработчик AI-ассистентов. Бот — 30 000–100 000 рублей. Месячный доход — 90 000–300 000 рублей.

AI-маркетолог. Стратегия продвижения — 50 000–200 000 рублей. Консультация по внедрению ИИ — 30 000–100 000 рублей. Аналитика рынка — 20 000–50 000 рублей. Если делать 2–3 стратегии в месяц, доход — от 100 000 до 400 000 рублей.

Почему AI-маркетинг стоит так дорого:

— **Стратегия влияет на весь бизнес.** Ошибка в стратегии может стоить миллионов. Клиент готов платить за надёжность.

— **Эффект виден прямо сейчас.** Клиент видит рост продаж через 2–4 недели и понимает, что деньги потрачены не зря.

— **Экспертов мало.** На рынке единицы специалистов, которые умеют сочетать классический маркетинг и ИИ-инструменты.

— **Повторяемость.** Клиент, получивший стратегию с ИИ, возвращается за новой через 3–6 месяцев.

Часть 2. Аналитика и исследование рынка с помощью ИИ

2.1. Как собрать данные о рынке и конкурентах за 1 час

Раньше анализ рынка занимал недели. Теперь — час.

Шаг 1. Собираем открытые данные о нише с помощью Perplexity AI.

Perplexity AI — это ИИ-поисковик. Он ищет информацию в интернете в реальном времени и выдаёт ответ со ссылками на источники.

Промпт для Perplexity:

«Собери информацию о рынке [ваша ниша] в России в 2025–2026 годах. Интересует: объём рынка, ключевые игроки (топ-10 компаний), основные тренды, прогнозы роста, проблемы отрасли. Дай ответ со ссылками на источники (исследования, статьи, отчёты)».

Шаг 2. Анализируем 5–10 сайтов конкурентов.

Соберите список сайтов топ-конкурентов. Используйте ChatGPT для их быстрого анализа.

Промпт для ChatGPT:

«Проанализируй сайты этих конкурентов: [ссылки]. Выдели для каждого:

Их УТП (уникальное торговое предложение).

Целевая аудитория (кому продают).

Сильные стороны (что у них хорошо).

Слабые стороны (что делают плохо, где теряют клиентов).

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.