

ВИКТОРИЯ КАБАНЕЦ

КАК СТАТЬ МЕНЕДЖЕРОМ МАРКЕТПЛЕЙСОВ С НУЛЯ

Практическое руководство
по работе с Wildberries и Ozon
без собственного товара



Виктория Кабанец

Как стать менеджером маркетплейсов с нуля

<https://litres.ru/74605994>

SelfPub; 2026

Аннотация

Хотите освоить востребованную удалённую профессию и работать с Wildberries и Ozon, не продавая собственные товары?

Эта книга поможет разобраться в работе менеджера маркетплейсов с нуля. Вы узнаете, как оформлять товарные карточки, работать с ценами и акциями, анализировать продажи, контролировать остатки и взаимодействовать с продавцами.

Внутри — понятные инструкции, практические задания, примеры переписки с клиентами, полезные чек-листы и пошаговый план на 30 дней.

Книга подойдёт новичкам, которые хотят освоить новую профессию, подготовиться к первым заказам и начать работать удалённо.

Содержание

От автора	6
Как пользоваться книгой	7
Глава 1. Профессия без мифов	8
Что нужно понять	8
Порядок действий	9
Что сообщать заказчику	10
Разбор ситуации	11
Практическая работа	12
Самопроверка	13
Чек-лист главы	14
Глава 2. Как устроена экономика продавца	15
Что нужно понять	15
Порядок действий	16
Что сообщать заказчику	17
Разбор ситуации	18
Практическая работа	19
Самопроверка	20
Чек-лист главы	21
Глава 3. Wildberries и Ozon: различия в работе	22
Что нужно понять	22
Порядок действий	23
Что сообщать заказчику	24
Разбор ситуации	25

Практическая работа	26
Самопроверка	27
Чек-лист главы	28
Глава 4. Схемы работы и движение товара	29
Что нужно понять	29
Порядок действий	30
Что сообщать заказчику	31
Разбор ситуации	32
Практическая работа	33
Самопроверка	34
Чек-лист главы	35
Глава 5. Карточка товара: структура и качество	36
Что нужно понять	36
Порядок действий	37
Что сообщать заказчику	38
Разбор ситуации	39
Практическая работа	40
Самопроверка	41
Чек-лист главы	42
Глава 6. Название, характеристики и поиск	43
Что нужно понять	43
Порядок действий	44
Что сообщать заказчику	45
Разбор ситуации	46
Конец ознакомительного фрагмента.	47

Виктория Кабанец

Как стать менеджером маркетплейсов с нуля

КАК СТАТЬ МЕНЕДЖЕРОМ

МАРКЕТПЛЕЙСОВ С НУЛЯ

Практическое руководство по работе с Wildberries и Ozon

без собственного товара

Виктория Кабанец

Практические задания • Шаблоны • Кейсы • План на 30
дней

От автора

Эта книга для человека, который хочет освоить востребованную прикладную профессию, но пока не знает, с чего начать. Менеджер маркетплейсов помогает продавцу организовывать работу с ассортиментом, карточками товаров, ценами, поставками, отзывами и аналитикой. Он не обязан покупать товары за свои деньги или открывать собственный магазин.

Здесь нет обещаний быстрого заработка. Результат зависит от навыков, времени, договорённостей с клиентом и ситуации на рынке. Мы будем учиться на небольших задачах: сначала понимать данные, затем выполнять действия в тестовой таблице, после — предлагать конкретную услугу реальному продавцу.

Интерфейсы Wildberries и Ozon, тарифы, правила рекламы и доступа меняются. Поэтому книга учит не запоминать расположение кнопок, а проверять официальные инструкции, понимать бизнес-процесс и документировать решения. Перед любым действием в рабочем кабинете сверяйте актуальные правила и полномочия.

Как пользоваться книгой

Каждая глава содержит объяснение, рабочий пример и практику. Создайте папку «Портфолио менеджера» и сохраняйте в неё все задания: таблицы, тексты, отчёты и чек-листы. Через месяц это станет основой для первых переговоров с заказчиком.

Обозначения: SKU — единица учёта товара; CTR — доля кликов по показам; конверсия — доля посетителей, совершивших целевое действие; маржа — разница между выручкой и затратами по выбранной методике. Эти показатели всегда нужно считать с ясным определением и периодом.

Глава 1. Профессия без мифов

Что нужно понять

Менеджер маркетплейсов не «делает продажи одной кнопкой». Его работа — поддерживать понятный и управляемый процесс: актуальные карточки, корректные остатки, аккуратные отчёты и своевременные вопросы владельцу магазина.

Рабочий принцип: сначала определите цель и границы ответственности, затем соберите проверяемые факты, выполните согласованное действие и сохраните результат. Если информации недостаточно, задайте уточняющий вопрос вместо того, чтобы угадывать. Такой подход особенно важен при удалённой работе: клиент не видит ваш процесс и оценивает его по понятным промежуточным результатам.

Порядок действий

Разделите обязанности на три уровня: исполнитель обновляет согласованные данные; аналитик выявляет причины изменений; руководитель направления предлагает решения и контролирует исполнение. Начинающему безопаснее начинать с первого уровня и постепенно расширять ответственность.

Мини-алгоритм для любой новой задачи: 1) запишите запрос своими словами; 2) определите, что можно проверить по исходным данным; 3) отметьте неизвестное; 4) оцените риски и необходимые разрешения; 5) выполните работу на копии или тестовом примере, если возможно; 6) передайте результат вместе с коротким объяснением. Не смешивайте наблюдения, предположения и рекомендации.

Что сообщать заказчику

Полезная формула сообщения: «Проверено: Обнаружено: Возможная причина: Предлагаю: Для следующего шага нужно ваше согласование: ...». Если причина пока неизвестна, так и напишите. Уверенный тон не должен заменять точность.

Разбор ситуации

Продавец жалуется на падение заказов. Непрофессиональный ответ — «нужно срочно запустить рекламу». Профессиональный — проверить период, наличие товара, цену, доступность доставки, изменение трафика и конверсии; затем представить гипотезы.

Посмотрите на ситуацию с позиции трёх участников: покупателя, продавца и менеджера. Покупателю нужны достоверность и удобство, продавцу — экономически разумный результат, менеджеру — ясное задание и подтверждённые полномочия. Хорошее решение не игнорирует ни одну из сторон.

Практическая работа

Опишите пять задач, которые вы готовы делать уже после обучения, и пять решений, которые нельзя принимать без согласования с продавцом.

Оформите результат в отдельном файле. В начале укажите дату, название учебного задания, исходные допущения и источник информации. В конце добавьте блок «Что нужно уточнить у продавца». Даже если вы пока не работали с реальным кабинетом, такой формат показывает профессиональную аккуратность.

Самопроверка

Ответьте письменно: (1) какие факты подтверждены, а какие предполагаются? (2) какое действие нельзя выполнять без разрешения? (3) как проверить результат? (4) какие данные нельзя передавать посторонним? (5) как объяснить работу клиенту за одну минуту?

Чек-лист главы

☐ Понимаю бизнес-цель задачи. ☐ Знаю, какие исходные данные нужны. ☐ Не обещаю неподтверждённый результат. ☐ Согласую рискованные изменения. ☐ Сохраняю понятный отчёт. ☐ Могу показать учебный пример в портфолио.

Глава 2. Как устроена экономика продавца

Что нужно понять

Оборот не равен прибыли. Из цены продажи могут вычитаться комиссия площадки, логистика, хранение, реклама, возвраты, налоги, закупка, упаковка и прочие расходы. Условия зависят от категории, схемы работы и договора.

Рабочий принцип: сначала определите цель и границы ответственности, затем соберите проверяемые факты, выполните согласованное действие и сохраните результат. Если информации недостаточно, задайте уточняющий вопрос вместо того, чтобы угадывать. Такой подход особенно важен при удалённой работе: клиент не видит ваш процесс и оценивает его по понятным промежуточным результатам.

Порядок действий

Рабочий менеджер фиксирует допущения в таблице и не выдаёт примерную маржинальность за бухгалтерскую прибыль. Отдельно отмечайте, какие данные подтверждены документом, а какие получены со слов продавца.

Мини-алгоритм для любой новой задачи: 1) запишите запрос своими словами; 2) определите, что можно проверить по исходным данным; 3) отметьте неизвестное; 4) оцените риски и необходимые разрешения; 5) выполните работу на копии или тестовом примере, если возможно; 6) передайте результат вместе с коротким объяснением. Не смешивайте наблюдения, предположения и рекомендации.

Что сообщать заказчику

Полезная формула сообщения: «Проверено: Обнаружено: Возможная причина: Предлагаю: Для следующего шага нужно ваше согласование: ...». Если причина пока неизвестна, так и напишите. Уверенный тон не должен заменять точность.

Разбор ситуации

Товар стоит покупателю 1 500 #. Закупка 550 #, условная комиссия 250 #, логистика 140 #, реклама 180 #, упаковка 30 #. Остаток до налогов и прочих затрат — 350 #. Если реклама подорожает до 300 #, остаток уменьшится до 230 #.

Посмотрите на ситуацию с позиции трёх участников: покупателя, продавца и менеджера. Покупателю нужны достоверность и удобство, продавцу — экономически разумный результат, менеджеру — ясное задание и подтверждённые полномочия. Хорошее решение не игнорирует ни одну из сторон.

Практическая работа

Создайте таблицу с колонками «цена», «закупка», «комиссия», «логистика», «реклама», «прочее», «остаток». Проверьте три сценария: базовый, плохой, хороший.

Оформите результат в отдельном файле. В начале укажите дату, название учебного задания, исходные допущения и источник информации. В конце добавьте блок «Что нужно уточнить у продавца». Даже если вы пока не работали с реальным кабинетом, такой формат показывает профессиональную аккуратность.

Самопроверка

Ответьте письменно: (1) какие факты подтверждены, а какие предполагаются? (2) какое действие нельзя выполнять без разрешения? (3) как проверить результат? (4) какие данные нельзя передавать посторонним? (5) как объяснить работу клиенту за одну минуту?

Чек-лист главы

- ☐ Понимаю бизнес-цель задачи.
- ☐ Знаю, какие исходные данные нужны.
- ☐ Не обещаю неподтверждённый результат.
- ☐ Согласую рискованные изменения.
- ☐ Сохраняю понятный отчёт.
- ☐ Могу показать учебный пример в портфолио.

Глава 3. Wildberries и Ozon: различия в работе

Что нужно понять

Обе площадки дают продавцам кабинеты, отчёты и инструменты управления ассортиментом, но названия разделов, схемы логистики, ограничения и порядок действий различаются. Нельзя переносить инструкцию с одной площадки на другую без проверки.

Рабочий принцип: сначала определите цель и границы ответственности, затем соберите проверяемые факты, выполните согласованное действие и сохраните результат. Если информации недостаточно, задайте уточняющий вопрос вместо того, чтобы угадывать. Такой подход особенно важен при удалённой работе: клиент не видит ваш процесс и оценивает его по понятным промежуточным результатам.

Порядок действий

Для каждой площадки заведите собственный журнал процедур: название задачи, ссылка на официальный справочный материал, дата проверки, требуемая роль доступа, ожидаемый результат и способ отката.

Мини-алгоритм для любой новой задачи: 1) запишите запрос своими словами; 2) определите, что можно проверить по исходным данным; 3) отметьте неизвестное; 4) оцените риски и необходимые разрешения; 5) выполните работу на копии или тестовом примере, если возможно; 6) передайте результат вместе с коротким объяснением. Не смешивайте наблюдения, предположения и рекомендации.

Что сообщать заказчику

Полезная формула сообщения: «Проверено: Обнаружено: Возможная причина: Предлагаю: Для следующего шага нужно ваше согласование: ...». Если причина пока неизвестна, так и напишите. Уверенный тон не должен заменять точность.

Разбор ситуации

Клиент просит «сделать всё как на WB» в кабинете Ozon. Вместо механического повторения уточните бизнес-цель: изменить описание, обновить остатки или запустить продвижение. Затем найдите соответствующую процедуру именно для Ozon.

Посмотрите на ситуацию с позиции трёх участников: покупателя, продавца и менеджера. Покупателю нужны достоверность и удобство, продавцу — экономически разумный результат, менеджеру — ясное задание и подтверждённые полномочия. Хорошее решение не игнорирует ни одну из сторон.

Практическая работа

Составьте сравнительную таблицу из десяти строк: карточки, цены, остатки, заказы, возвраты, отзывы, аналитика, реклама, финансы, права доступа.

Оформите результат в отдельном файле. В начале укажите дату, название учебного задания, исходные допущения и источник информации. В конце добавьте блок «Что нужно уточнить у продавца». Даже если вы пока не работали с реальным кабинетом, такой формат показывает профессиональную аккуратность.

Самопроверка

Ответьте письменно: (1) какие факты подтверждены, а какие предполагаются? (2) какое действие нельзя выполнять без разрешения? (3) как проверить результат? (4) какие данные нельзя передавать посторонним? (5) как объяснить работу клиенту за одну минуту?

Чек-лист главы

- ☐ Понимаю бизнес-цель задачи.
- ☐ Знаю, какие исходные данные нужны.
- ☐ Не обещаю неподтверждённый результат.
- ☐ Согласую рискованные изменения.
- ☐ Сохраняю понятный отчёт.
- ☐ Могу показать учебный пример в портфолио.

Глава 4. Схемы работы и движение товара

Что нужно понять

Понимание схем исполнения заказов важно даже менеджеру, который не работает на складе. От того, кто хранит товар, собирает заказ и передаёт его покупателю, зависят сроки, расходы и зона ответственности.

Рабочий принцип: сначала определите цель и границы ответственности, затем соберите проверяемые факты, выполните согласованное действие и сохраните результат. Если информации недостаточно, задайте уточняющий вопрос вместо того, чтобы угадывать. Такой подход особенно важен при удалённой работе: клиент не видит ваш процесс и оценивает его по понятным промежуточным результатам.

Порядок действий

Вместо заучивания аббревиатур нарисуйте цепочку: поставщик → место хранения → сборка → доставка → покупатель → возврат. Для каждой стрелки укажите исполнителя, документ и возможную задержку.

Мини-алгоритм для любой новой задачи: 1) запишите запрос своими словами; 2) определите, что можно проверить по исходным данным; 3) отметьте неизвестное; 4) оцените риски и необходимые разрешения; 5) выполните работу на копии или тестовом примере, если возможно; 6) передайте результат вместе с коротким объяснением. Не смешивайте наблюдения, предположения и рекомендации.

Что сообщать заказчику

Полезная формула сообщения: «Проверено: Обнаружено: Возможная причина: Предлагаю: Для следующего шага нужно ваше согласование: ...». Если причина пока неизвестна, так и напишите. Уверенный тон не должен заменять точность.

Разбор ситуации

Продавец планирует акцию, но часть товаров физически ещё не готова к отгрузке. Менеджер проверяет остатки и график поставок до изменения цен и продвижения: обещанный спрос без наличия превращается в проблему сервиса.

Посмотрите на ситуацию с позиции трёх участников: покупателя, продавца и менеджера. Покупателю нужны достоверность и удобство, продавцу — экономически разумный результат, менеджеру — ясное задание и подтверждённые полномочия. Хорошее решение не игнорирует ни одну из сторон.

Практическая работа

Нарисуйте две схемы: хранение на стороне продавца и хранение на стороне площадки. Укажите, какие вопросы надо задать владельцу бизнеса.

Оформите результат в отдельном файле. В начале укажите дату, название учебного задания, исходные допущения и источник информации. В конце добавьте блок «Что нужно уточнить у продавца». Даже если вы пока не работали с реальным кабинетом, такой формат показывает профессиональную аккуратность.

Самопроверка

Ответьте письменно: (1) какие факты подтверждены, а какие предполагаются? (2) какое действие нельзя выполнять без разрешения? (3) как проверить результат? (4) какие данные нельзя передавать посторонним? (5) как объяснить работу клиенту за одну минуту?

Чек-лист главы

☐ Понимаю бизнес-цель задачи. ☐ Знаю, какие исходные данные нужны. ☐ Не обещаю неподтверждённый результат. ☐ Согласую рискованные изменения. ☐ Сохраняю понятный отчёт. ☐ Могу показать учебный пример в портфолио.

Глава 5. Карточка товара: структура и качество

Что нужно понять

Карточка помогает покупателю понять товар до заказа. Важны достоверное название, корректные характеристики, понятные фотографии, комплектация, размеры, материал и ограничения использования. Красивый текст не компенсирует неверные параметры.

Рабочий принцип: сначала определите цель и границы ответственности, затем соберите проверяемые факты, выполните согласованное действие и сохраните результат. Если информации недостаточно, задайте уточняющий вопрос вместо того, чтобы угадывать. Такой подход особенно важен при удалённой работе: клиент не видит ваш процесс и оценивает его по понятным промежуточным результатам.

Порядок действий

Начинайте аудит с фактов: сопоставьте карточку с упаковкой, спецификацией и фотографиями. Далее исправляйте противоречия, уточняйте преимущества и проверяйте отображение на телефоне. Не добавляйте неподтверждённые обещания и запрещённые формулировки.

Мини-алгоритм для любой новой задачи: 1) запишите запрос своими словами; 2) определите, что можно проверить по исходным данным; 3) отметьте неизвестное; 4) оцените риски и необходимые разрешения; 5) выполните работу на копии или тестовом примере, если возможно; 6) передайте результат вместе с коротким объяснением. Не смешивайте наблюдения, предположения и рекомендации.

Что сообщать заказчику

Полезная формула сообщения: «Проверено: Обнаружено: Возможная причина: Предлагаю: Для следующего шага нужно ваше согласование: ...». Если причина пока неизвестна, так и напишите. Уверенный тон не должен заменять точность.

Разбор ситуации

Для органайзера в карточке указано «большой», но нет размеров. Вместо абстрактного эпитета укажите длину, ширину и высоту по измерениям поставщика, покажите предмет рядом с привычным объектом и уточните, что входит в комплект.

Посмотрите на ситуацию с позиции трёх участников: покупателя, продавца и менеджера. Покупателю нужны достоверность и удобство, продавцу — экономически разумный результат, менеджеру — ясное задание и подтверждённые полномочия. Хорошее решение не игнорирует ни одну из сторон.

Практическая работа

Сделайте чек-лист аудита из 15 пунктов и перепишите описание условного товара, не добавляя выдуманных характеристик.

Оформите результат в отдельном файле. В начале укажите дату, название учебного задания, исходные допущения и источник информации. В конце добавьте блок «Что нужно уточнить у продавца». Даже если вы пока не работали с реальным кабинетом, такой формат показывает профессиональную аккуратность.

Самопроверка

Ответьте письменно: (1) какие факты подтверждены, а какие предполагаются? (2) какое действие нельзя выполнять без разрешения? (3) как проверить результат? (4) какие данные нельзя передавать посторонним? (5) как объяснить работу клиенту за одну минуту?

Чек-лист главы

☐ Понимаю бизнес-цель задачи. ☐ Знаю, какие исходные данные нужны. ☐ Не обещаю неподтверждённый результат. ☐ Согласую рискованные изменения. ☐ Сохраняю понятный отчёт. ☐ Могу показать учебный пример в портфолио.

Глава 6. Название, характеристики и поиск

Что нужно понять

Поисковая оптимизация карточки — это не повторение одного слова двадцать раз. Покупатель ищет конкретный тип товара и его свойства. Точные характеристики и ясное название помогают совпадению с запросом.

Рабочий принцип: сначала определите цель и границы ответственности, затем соберите проверяемые факты, выполните согласованное действие и сохраните результат. Если информации недостаточно, задайте уточняющий вопрос вместо того, чтобы угадывать. Такой подход особенно важен при удалённой работе: клиент не видит ваш процесс и оценивает его по понятным промежуточным результатам.

Порядок действий

Соберите семантику из языка покупателя: основная категория, назначение, материал, размер, совместимость и сценарий применения. Затем отберите только те слова, которые действительно описывают товар и допустимы по правилам площадки.

Мини-алгоритм для любой новой задачи: 1) запишите запрос своими словами; 2) определите, что можно проверить по исходным данным; 3) отметьте неизвестное; 4) оцените риски и необходимые разрешения; 5) выполните работу на копии или тестовом примере, если возможно; 6) передайте результат вместе с коротким объяснением. Не смешивайте наблюдения, предположения и рекомендации.

Что сообщать заказчику

Полезная формула сообщения: «Проверено: Обнаружено: Возможная причина: Предлагаю: Для следующего шага нужно ваше согласование: ...». Если причина пока неизвестна, так и напишите. Уверенный тон не должен заменять точность.

Разбор ситуации

Для термокружки возможны запросы «термокружка с крышкой», «кружка для автомобиля», «термостакан». Но слова «непроливайка» или «держит тепло 24 часа» нельзя использовать без подтверждения.

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.