

ВИКТОРИЯ КАБАНЕЦ

КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ НА СОЗДАНИИ КАРТОЧЕК ТОВАРОВ

для

WILDBERRIES и **OZON**

ПОШАГОВОЕ РУКОВОДСТВО ПО ДИЗАЙНУ,
ИНФОГРАФИКЕ, ПОИСКУ КЛИЕНТОВ
И РАБОТЕ С НЕЙРОСЕТЯМИ



ДИЗАЙН
И ИНФОГРАФИКА



НЕЙРОСЕТИ
И ГОТОВЫЕ
ШАБЛОНЫ



ПОИСК
КЛИЕНТОВ



ТАРИФЫ
И ЗАРАБОТОК



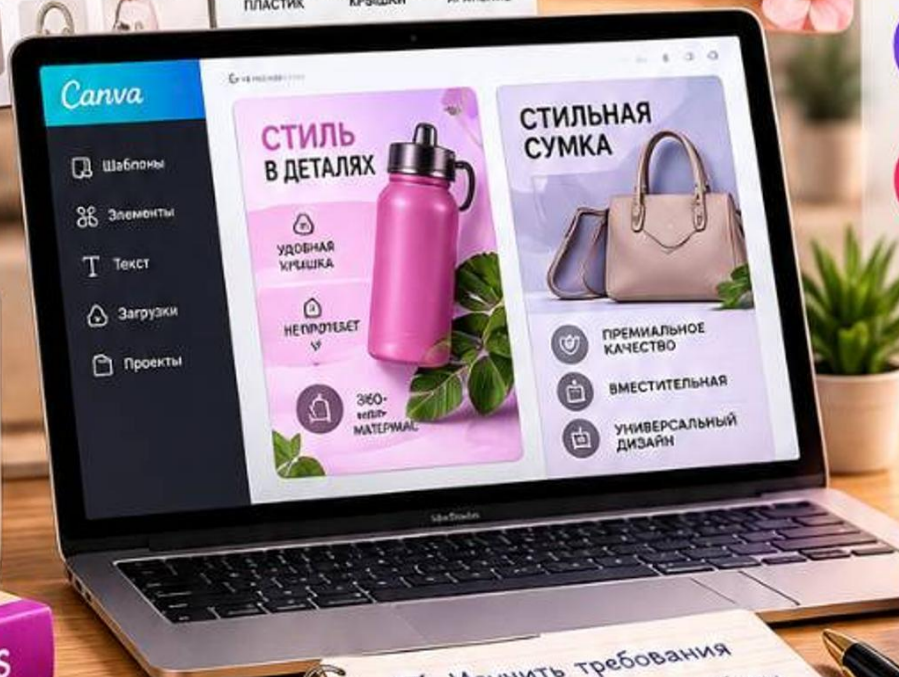
ТРЕБОВАНИЯ
WILDBERRIES
И OZON



ПРИМЕРЫ
И ШАБЛОНЫ
СООБЩЕНИЙ



ПОШАГОВЫЙ
ПЛАН
НА 30 ДНЕЙ



КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ НА СОЗДАНИИ КАРТОЧЕК ТОВАРОВ ДЛЯ WILDBERRIES И OZON

ВИКТОРИЯ КАБАНЕЦ

ИДЕИ
ДИЗАЙН
КЛИЕНТЫ
ДОХОД
СВОБОДА
♥

WILDBERRIES

OZON

WB

OZON

- ☒ Изучить требования
- ☒ Сделать первые работы
- ☒ Оформить портфолио
- ☒ Найти клиентов
- ☒ Выполнить заказы
- ☒ Увеличить доход

Виктория Кабанец

**Как зарабатывать на
создании карточек товаров
для Wildberries и Ozon**

«Автор»

2026

Кабанец В. В.

Как зарабатывать на создании карточек товаров для Wildberries и Ozon / В. В. Кабанец — «Автор», 2026

Хотите освоить востребованный навык и начать зарабатывать на создании карточек товаров для Wildberries и Ozon? Эта книга — практическое руководство для начинающих, которые хотят научиться создавать привлекательные карточки товаров, работать с инфографикой и предлагать свои услуги продавцам маркетплейсов. Вы узнаете, как анализировать товары и конкурентов, создавать продающие изображения, пользоваться графическими редакторами и нейросетями, оформлять портфолио, находить заказчиков и рассчитывать стоимость своей работы. В книге представлены пошаговые инструкции, примеры технических заданий, шаблоны общения с клиентами, чек-листы проверки дизайна и практический план на 30 дней. Для старта не обязательно иметь профессиональное дизайнерское образование или дорогое оборудование. Важнее научиться понимать задачи покупателей, соблюдать требования маркетплейсов и создавать понятные, качественные изображения.

© Кабанец В. В., 2026

© Автор, 2026

Содержание

От автора	6
Содержание	7
Глава 1. Профессия: что на самом деле покупает продавец	8
Основной принцип	8
Разбор ситуации	9
Как применить на заказе	10
Пошаговый алгоритм	11
Практикум	12
Контрольные вопросы	13
Глава 2. Как устроены карточки Wildberries и Ozon	14
Основной принцип	14
Разбор ситуации	15
Как применить на заказе	16
Пошаговый алгоритм	17
Практикум	18
Контрольные вопросы	19
Глава 3. С чего начать: инструменты и папки проекта	20
Основной принцип	20
Разбор ситуации	21
Как применить на заказе	22
Пошаговый алгоритм	23
Практикум	24
Контрольные вопросы	25
Глава 4. Бриф: вопросы, которые экономят часы правок	26
Основной принцип	26
Разбор ситуации	27
Как применить на заказе	28
Пошаговый алгоритм	29
Практикум	30
Контрольные вопросы	31
Подробный пример переписки	32
Глава 5. Анализ товара и конкурентов без копирования	33
Основной принцип	33
Разбор ситуации	34
Как применить на заказе	35
Пошаговый алгоритм	36
Практикум	37
Контрольные вопросы	38
Глава 6. Сценарий слайдов: от внимания к пониманию	39
Основной принцип	39
Разбор ситуации	40
Как применить на заказе	41
Пошаговый алгоритм	42
Конец ознакомительного фрагмента.	43

Виктория Кабанец
Как зарабатывать на создании
карточек товаров для Wildberries и Ozon
ВИКТОРИЯ КАБАНЕЦ

КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ НА СОЗДАНИИ КАРТОЧЕК ТОВАРОВ ДЛЯ WILDBERRIES И OZON

Пошаговое руководство по дизайну, инфографике, поиску клиентов и работе с нейросетями

Практические задания • шаблоны • реальные рабочие сценарии • план на 30 дней

Издание 2026 года | Книга № 85

От автора

Эта книга не обещает лёгких денег. Карточка товара — это коммерческий инструмент: покупатель должен быстро понять, что продаётся, какие у вещи характеристики и почему она подходит именно ему. Дизайнер отвечает не за красивые украшения, а за ясность, достоверность и удобство выбора.

Вы можете начать с обычного компьютера, редактора изображений и нескольких учебных проектов. Но заработать на заказах получится только при соблюдении сроков, аккуратности с исходниками, умении задавать вопросы клиенту и готовности исправлять обоснованные ошибки.

Все имена клиентов, проекты и цены в примерах ниже вымышлены и служат учебными моделями. Тарифы не являются обещанием дохода. Регламенты Wildberries и Ozon обновляются: перед публикацией сверяйте условия с официальной справкой продавца и категорией конкретного товара.

Маршрут книги: понять задачу → исследовать товар → подготовить структуру слайдов → изготовить макет → проверить факты и требования площадки → передать заказ → получить обратную связь → выстроить повторяемую услугу.

Содержание

1. Профессия: что на самом деле покупает продавец
 2. Как устроены карточки Wildberries и Ozon
 3. С чего начать: инструменты и папки проекта
 4. Бриф: вопросы, которые экономят часы правок
 5. Анализ товара и конкурентов без копирования
 6. Сценарий слайдов: от внимания к пониманию
 7. Композиция и читаемость на смартфоне
 8. Фотографии, фон и честная ретушь
 9. Инфографика, которая объясняет, а не кричит
 10. Нейросети в рабочем процессе
 11. Первый учебный кейс: перчатки
 12. Второй учебный кейс: косметичка
 13. Третий учебный кейс: набор контейнеров
 14. Как собрать портфолио без покупателей
 15. Где искать клиентов и как писать отклики
 16. Стоимость, смета и прибыль
 17. Договорённости, оплата и передача
 18. Ошибки, конфликтные ситуации и безопасность
 19. Повторные заказы, система и рост
- Практические приложения: бриф, коммерческое предложение, смета, чек-листы, шаблоны сообщений, план на 30 дней и источники.

Глава 1. Профессия: что на самом деле покупает продавец

Основной принцип

Продавец платит не за количество надписей, а за уменьшение неопределённости для покупателя. Карточка должна отвечать на вопросы о свойствах, размере, комплектации и сценарии использования. Дизайн не заменяет описание товара, цену, логистику и отзывы: нельзя обещать рост продаж только после замены изображений.

Разбор ситуации

Возьмите обычный термос. Первый покупатель спрашивает об объёме и герметичности, второй — о размере в рюкзаке, третий — о времени сохранения температуры. Дизайнер выделяет проверенные ответы на отдельных слайдах, а не пытается показать всё одновременно.

Как применить на заказе

Первая услуга должна быть узкой: например, один главный кадр и четыре информационных слайда на основе фото заказчика. Не включайте в стоимость фотосъёмку, глубокую ретушь, создание 3D-модели или загрузку в кабинет, если это отдельно не согласовано.

Пошаговый алгоритм

Запишите цель клиента одним проверяемым предложением; отдельно укажите, что не входит в вашу работу.

Соберите необходимые исходные данные и отметьте пробелы: фото, характеристики, размеры, комплектация, бренд и ограничения.

Выберите одно главное сообщение; удалите всё, что нельзя подтвердить спецификацией или законным источником.

Сделайте рабочую версию, просмотрите на небольшом экране и исправьте композицию, контраст и опечатки.

Покажите промежуточный результат клиенту, зафиксируйте согласование и внесите правки в рамках ТЗ.

Сохраните финальные файлы с понятными именами, проверьте форматы, права на изображения и архив передачи.

Практикум

Упражнение первое. Примените метод этой главы к категории «органайзер». Составьте карточку задачи из пяти строк: целевая аудитория, главный вопрос покупателя, подтверждённый факт, визуальный приём, риск ошибки. Не используйте выдуманных свойств.

Упражнение второе. Напишите клиенту сообщение из 70–100 слов: уточните данные, объясните порядок работы и укажите критерий приёмки. Затем сократите сообщение на треть, не потеряв конкретику.

Упражнение третье. Оцените три варианта решения по шкале от 1 до 5: понятность на мобильном экране, достоверность, визуальная аккуратность, соблюдение требований площадки. Улучшите показатель с самой низкой оценкой.

Контрольные вопросы

Какая часть результата зависит от вас, а какая от продавца или платформы?

Какая информация должна быть подтверждена до передачи финального файла?

Как вы докажете клиенту, что выполнено именно согласованное техническое задание?

Глава 2. Как устроены карточки Wildberries и Ozon

Основной принцип

У каждой площадки есть собственные поля, форматы и правила. Указанные в инструкциях ограничения по изображениям — не универсальный закон для всех будущих категорий. Они могут измениться после публикации этой книги. Держите отдельный лист проверки для каждой площадки.

Разбор ситуации

Покупатель видит маленький предварительный кадр в выдаче и увеличенный слайд внутри карточки. Если важная мысль различима только на большом мониторе, она провалила проверку мобильным экраном. Сначала нужна понятная композиция, затем украшения.

Как применить на заказе

Для Wildberries официальная инструкция по созданию карточки указывает JPG, PNG или WEBP, размер не менее 700 × 933 пикселей, до 10 МБ и до 30 фото. Другая инструкция WB приводит минимум 700 × 900: противоречие решается проверкой актуального раздела загрузки; безопасный рабочий макет 900 × 1200 пикселей соответствует обоим минимумам. Для Ozon откройте актуальную справку продавца перед экспортом.

Пошаговый алгоритм

Запишите цель клиента одним проверяемым предложением; отдельно укажите, что не входит в вашу работу.

Соберите необходимые исходные данные и отметьте пробелы: фото, характеристики, размеры, комплектация, бренд и ограничения.

Выберите одно главное сообщение; удалите всё, что нельзя подтвердить спецификацией или законным источником.

Сделайте рабочую версию, просмотрите на небольшом экране и исправьте композицию, контраст и опечатки.

Покажите промежуточный результат клиенту, зафиксируйте согласование и внесите правки в рамках ТЗ.

Сохраните финальные файлы с понятными именами, проверьте форматы, права на изображения и архив передачи.

Практикум

Упражнение первое. Примените метод этой главы к категории «термос». Составьте карточку задачи из пяти строк: целевая аудитория, главный вопрос покупателя, подтверждённый факт, визуальный приём, риск ошибки. Не используйте выдуманных свойств.

Упражнение второе. Напишите клиенту сообщение из 70–100 слов: уточните данные, объясните порядок работы и укажите критерий приёмки. Затем сократите сообщение на треть, не потеряв конкретику.

Упражнение третье. Оцените три варианта решения по шкале от 1 до 5: понятность на мобильном экране, достоверность, визуальная аккуратность, соблюдение требований площадки. Улучшите показатель с самой низкой оценкой.

Контрольные вопросы

Какая часть результата зависит от вас, а какая от продавца или платформы?

Какая информация должна быть подтверждена до передачи финального файла?

Как вы докажете клиенту, что выполнено именно согласованное техническое задание?

Глава 3. С чего начать: инструменты и папки проекта

Основной принцип

Дорогая подписка не делает слабую композицию сильной. Для первых работ достаточно графического редактора с поддержкой слоёв, текстовых блоков, сетки и экспорта. Figma удобна для последовательности экранов; Canva — для быстрых шаблонов; Photoshop — для сложной обработки; аналоги допустимы.

Разбор ситуации

Создайте папки 01_бриф, 02_исходники, 03_референсы, 04_макеты, 05_экспорт, 06_передача. Названия файлов: termo_wb_slide_01_v03.png. Нумерация избавляет клиента от угадывания, какая картинка главная.

Как применить на заказе

Работайте в копии исходников. Храните ссылку на редактируемый проект лишь на срок, согласованный с заказчиком. Передаваемые материалы и срок хранения согласуйте заранее. Не публикуйте реальные изображения клиента в портфолио без разрешения.

Пошаговый алгоритм

Запишите цель клиента одним проверяемым предложением; отдельно укажите, что не входит в вашу работу.

Соберите необходимые исходные данные и отметьте пробелы: фото, характеристики, размеры, комплектация, бренд и ограничения.

Выберите одно главное сообщение; удалите всё, что нельзя подтвердить спецификацией или законным источником.

Сделайте рабочую версию, просмотрите на небольшом экране и исправьте композицию, контраст и опечатки.

Покажите промежуточный результат клиенту, зафиксируйте согласование и внесите правки в рамках ТЗ.

Сохраните финальные файлы с понятными именами, проверьте форматы, права на изображения и архив передачи.

Практикум

Упражнение первое. Примените метод этой главы к категории «косметичка». Составьте карточку задачи из пяти строк: целевая аудитория, главный вопрос покупателя, подтверждённый факт, визуальный приём, риск ошибки. Не используйте выдуманных свойств.

Упражнение второе. Напишите клиенту сообщение из 70–100 слов: уточните данные, объясните порядок работы и укажите критерий приёмки. Затем сократите сообщение на треть, не потеряв конкретику.

Упражнение третье. Оцените три варианта решения по шкале от 1 до 5: понятность на мобильном экране, достоверность, визуальная аккуратность, соблюдение требований площадки. Улучшите показатель с самой низкой оценкой.

Контрольные вопросы

Какая часть результата зависит от вас, а какая от продавца или платформы?

Какая информация должна быть подтверждена до передачи финального файла?

Как вы докажете клиенту, что выполнено именно согласованное техническое задание?

Глава 4. Бриф: вопросы, которые экономят часы правок

Основной принцип

Самая частая ошибка новичка — принять сообщение «сделайте красиво» за техническое задание. Уточните точную модель и артикул, характеристики, целевую аудиторию, ассортимент конкурентов, площадку, число слайдов, обязательные утверждения и стиль бренда.

Разбор ситуации

Клиент пишет: «Нужна карточка перчаток к вечеру». Ответ: «Пришлите 3–5 исходных фото, состав, размеры, проверенные свойства, площадку и желаемое количество слайдов. После получения информации подтверждаю сроки и цену». Это профессиональнее, чем обещать готовность через час.

Как применить на заказе

Запрещайте недоказанные формулировки в собственном рабочем процессе: «лечит», «абсолютно безопасно», «оригинал», «лучший» и «водонепроницаемый», пока заказчик не предоставит подтверждение и пока площадка не разрешает такую подачу.

Пошаговый алгоритм

Запишите цель клиента одним проверяемым предложением; отдельно укажите, что не входит в вашу работу.

Соберите необходимые исходные данные и отметьте пробелы: фото, характеристики, размеры, комплектация, бренд и ограничения.

Выберите одно главное сообщение; удалите всё, что нельзя подтвердить спецификацией или законным источником.

Сделайте рабочую версию, просмотрите на небольшом экране и исправьте композицию, контраст и опечатки.

Покажите промежуточный результат клиенту, зафиксируйте согласование и внесите правки в рамках ТЗ.

Сохраните финальные файлы с понятными именами, проверьте форматы, права на изображения и архив передачи.

Практикум

Упражнение первое. Примените метод этой главы к категории «перчатки». Составьте карточку задачи из пяти строк: целевая аудитория, главный вопрос покупателя, подтверждённый факт, визуальный приём, риск ошибки. Не используйте выдуманных свойств.

Упражнение второе. Напишите клиенту сообщение из 70–100 слов: уточните данные, объясните порядок работы и укажите критерий приёмки. Затем сократите сообщение на треть, не потеряв конкретику.

Упражнение третье. Оцените три варианта решения по шкале от 1 до 5: понятность на мобильном экране, достоверность, визуальная аккуратность, соблюдение требований площадки. Улучшите показатель с самой низкой оценкой.

Контрольные вопросы

Какая часть результата зависит от вас, а какая от продавца или платформы?

Какая информация должна быть подтверждена до передачи финального файла?

Как вы докажете клиенту, что выполнено именно согласованное техническое задание?

Подробный пример переписки

Заказчик: «Сделайте быстрее, характеристик пока нет». Исполнитель: «Подготовлю композиционный черновик без спорных утверждений. Для финальной версии потребуются точные свойства и фото комплектации. Пока эти данные не подтверждены, я не буду добавлять соответствующие подписи».

Заказчик: «Хочу как у лидера продаж». Исполнитель: «Могу разобрать удачные принципы подачи, но разработаю оригинальную композицию на основе ваших материалов. Пришлите фото и факты, которые нужно показать».

Глава 5. Анализ товара и конкурентов без копирования

Основной принцип

Соберите 5–8 карточек похожих товаров. Выпишите повторяющиеся вопросы покупателей, распространённые способы показать размеры, материал и детали. Не копируйте чужую композицию целиком, логотипы, фотографии или тексты. Референс — материал для анализа, а не источник для перепродажи.

Разбор ситуации

Для органайзера одежды возможные критерии выбора: размеры шкафа, число секций, возможность складывания, материал и уход. Если в отзывах часто жалуются на слишком маленькие ячейки, покажите реальные сантиметры рядом с предметом масштаба.

Как применить на заказе

Составьте таблицу: потребность покупателя → подтверждённый факт → лучший визуальный способ объяснения → номер слайда. Отказывайтесь от свойства, если нет источника. Уточнение «по данным производителя» не спасает ложное заявление.

Пошаговый алгоритм

Запишите цель клиента одним проверяемым предложением; отдельно укажите, что не входит в вашу работу.

Соберите необходимые исходные данные и отметьте пробелы: фото, характеристики, размеры, комплектация, бренд и ограничения.

Выберите одно главное сообщение; удалите всё, что нельзя подтвердить спецификацией или законным источником.

Сделайте рабочую версию, просмотрите на небольшом экране и исправьте композицию, контраст и опечатки.

Покажите промежуточный результат клиенту, зафиксируйте согласование и внесите правки в рамках ТЗ.

Сохраните финальные файлы с понятными именами, проверьте форматы, права на изображения и архив передачи.

Практикум

Упражнение первое. Примените метод этой главы к категории «органайзер». Составьте карточку задачи из пяти строк: целевая аудитория, главный вопрос покупателя, подтверждённый факт, визуальный приём, риск ошибки. Не используйте выдуманных свойств.

Упражнение второе. Напишите клиенту сообщение из 70–100 слов: уточните данные, объясните порядок работы и укажите критерий приёмки. Затем сократите сообщение на треть, не потеряв конкретику.

Упражнение третье. Оцените три варианта решения по шкале от 1 до 5: понятность на мобильном экране, достоверность, визуальная аккуратность, соблюдение требований площадки. Улучшите показатель с самой низкой оценкой.

Контрольные вопросы

Какая часть результата зависит от вас, а какая от продавца или платформы?

Какая информация должна быть подтверждена до передачи финального файла?

Как вы докажете клиенту, что выполнено именно согласованное техническое задание?

Глава 6. Сценарий слайдов: от внимания к пониманию

Основной принцип

Для типового проекта пригодна последовательность: 1) товар крупно; 2) ключевые преимущества; 3) размеры; 4) детали материала или конструкции; 5) применение; 6) комплектация и уход. Количество слайдов зависит от сложности, а не от моды на пакеты по десять изображений.

Разбор ситуации

Пример для настольной лампы: обложка с чистым фото; слайд «три режима света», если они подтверждены; схема габаритов; крупные планы кнопок и разъёмов; демонстрация рабочего стола; состав комплекта. Нельзя дорисовывать порт зарядки, которого нет.

Как применить на заказе

Правило одного слайда: один главный ответ и не более нескольких второстепенных подсказок. Если после удаления всех декоративных деталей смысл не становится яснее — переделайте иерархию.

Пошаговый алгоритм

Запишите цель клиента одним проверяемым предложением; отдельно укажите, что не входит в вашу работу.

Соберите необходимые исходные данные и отметьте пробелы: фото, характеристики, размеры, комплектация, бренд и ограничения.

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.