ПОРТФОЛИО
МЕНЕДЖЕР МАРКЕТПЛЕЙСОВ

Wildberries • анализ карточек • конкуренты • SEO • инфографика • реклама • остатки • юнит-экономика

Примеры выполненных аналитических работ

Учебное портфолио начинающего специалиста: показывает навыки, отработанные в процессе обучения. Коммерческий опыт не приписывается.

1. Что я умею делать

Работаю с карточкой товара не только на уровне текста и визуала, а рассматриваю её вместе с конкурентами, рекламой, экономикой и остатками.

- Аудит карточки: первый экран, УТП, характеристики, описание и визуальная иерархия.
- Конкурентный анализ: цена, позиционирование, преимущества, характеристики, визуал и отзывы.
- SEO: подбор, группировка и распределение релевантных ключевых запросов.
- Контент и инфографика: логика слайдов, акценты, преимущества и ТЗ.
- Отзывы: поиск повторяющихся преимуществ, проблем и формулировок покупателей.
- Юнит-экономика: себестоимость, комиссия, логистика, реклама, минимальная выгодная цена и прибыль.
- Реклама: базовый анализ CTR, CPC, CPM, ДРР и связи рекламы с экономикой.
- Остатки: расчёт запаса в днях, учёт поставки и решения по рекламе.
- Базовое понимание FBO и FBS.

2. Кейс: анализ карточки детской бутылочки

Задача: оценить товар глазами покупателя, сравнить его с конкурентами и определить точки улучшения.

- Первый экран: товар, объём, возраст и главное преимущество.
- Характеристики и комплектация.
- Позиционирование и УТП.
- Отзывы и формулировки покупателей.
- Цена относительно конкурентов.
- Структура инфографики.

3. Конкурентный анализ

Показатель	Thyseed	Paomma	Philips Avent	KÜNDER
Объём	160 мл	180 мл	125 мл	125 мл
Материал	боросиликатное стекло	полипропилен	полипропилен	полипропилен
Основной акцент	антиколиковая система	антиколиковая + BPA free	бренд + Natural Response	антиколиковая + широкое горло
Возраст/поток	0–1 мес.; медленный	0–3 мес.; S	0–3 мес.; медленный	0+; S
Цена на момент анализа	11 480 ₸	2 790 ₸	3 620 ₸	2 390 ₸

Вывод: «антиколиковая» функция встречается у нескольких конкурентов, поэтому одного этого преимущества недостаточно для отстройки. Ценность нужно раскрывать через конкретные характеристики и выгоды.

4. УТП, инфографика и контент

- Первый слайд быстро отвечает: что за товар, для кого он и в чём основная ценность.
- Преимущества формулируются конкретно; избегаю пустых обещаний.
- Не использую неподтверждённые свойства без доказательств.
- Слайды: выгода → доказательство → характеристики → комплектация.
- Конкуренты используются для поиска возможностей отстройки, а не для копирования.

5. SEO и ключевые запросы

Отрабатывала подбор и группировку ключей: основной запрос, уточнения по возрасту, объёму, материалу и назначению, дополнительные запросы по потребности покупателя.

- ключи подбираются под реальный товар;
- запросы распределяются по смысловым блокам;
- избегаю переспама;
- SEO не должно противоречить характеристикам товара.

Практический пример: силиконовый нагрудник

Проработка преимуществ, структуры слайдов и ключевых слов с контролем неподтверждённых обещаний.

6. Отзывы

- поиск повторяющихся плюсов и проблем;
- формулировки покупателей как источник УТП;
- использование отзывов для корректировки инфографики;
- учёт фото и видео в отзывах как сигнала доверия.

7. Юнит-экономика и реклама

- себестоимость → комиссия → логистика → реклама → прибыль;
- минимальная выгодная цена;
- прибыль с единицы;
- CTR, CPC, CPM, ДРР;
- связь рекламы с итоговой прибыльностью.

8. Остатки и поставки

Практический блок обучения — решение, нужно ли менять рекламную активность с учётом наличия товара.

- в учебной ситуации остатка хватало примерно на 8 дней;
- в другой ситуации — на 6 дней;
- отдельно учитывался остаток 45 единиц;
- при запасе 14 дней, поставке через 8 дней и остатке 25 единиц рекламу останавливать не нужно;
- учитываются товар в пути и место хранения товара.

9. FBO и FBS

Понимаю базовую разницу моделей FBO и FBS и учитываю место хранения товара при оценке доступного запаса и планировании поставок.

10. Как я работаю

01 Собираю данные

карточка, характеристики, цена, конкуренты, отзывы, остатки.

02 Нахожу проблему

что мешает покупателю быстро понять ценность товара.

03 Формирую решение

УТП, SEO, инфографика, экономика и реклама.

04 Проверяю ограничения

реальные свойства товара, подтверждаемость заявлений, остатки и поставки.

05 Расставляю приоритеты

сначала наиболее важные изменения.

11. Что получает заказчик

- конкретный аудит карточки;
- сравнение с конкурентами;
- структуру УТП и инфографики;
- работу с ключевыми запросами;
- анализ отзывов;
- базовый расчёт экономики;
- анализ рекламы с учётом остатков;
- приоритетный список изменений.

Важно: это учебное портфолио начинающего специалиста. Здесь показаны реально отработанные навыки и учебные кейсы; коммерческий опыт не выдумывается.