

Гайд по запуску рекламы в Шопсах ВКонтakte для продавцов Ozon о Что такое Шопсы и зачем они нужны?

Шопсы — это новая функция ВКонтakte, позволяющая блогерам и брендам добавлять карточки товаров в публикации, клипы, истории и трансляции. Пользователь видит товар, кликает по карточке и покупает его, не покидая социальную сеть — заказ оформляется через мини-приложение Ozon. Главный и первый партнёр программы пока — маркетплейс Ozon. Чтобы участвовать в программе, продавцу нужно подключить витрину Ozon к ВКонтakte и создать задание для каждого товара, а блогер выбирает товар и формат публикации в каталоге VK AdBlogger. С каждой продажи блогер получает комиссию, которую устанавливает продавец.

Шопсы выгодны и аудитории, и бизнесу: благодаря карточкам товары покупают прямо в соцсети, не переходя на сторонние сайты, что снижает отток и увеличивает конверсию. Блогеры получают новый источник дохода, а компании — возможность быстро протестировать продукт на широкой аудитории, платя комиссию только с реальных заказов. Ozon пока субсидирует 99 % расходов на комиссию, поэтому продавец платит лишь 1 %, сколько продлится этот аукцион невиданной щедрости никто не знает, поэтому стоит поторопиться.

Плюсы и минусы разных способов продвижения

Перед запуском кампании важно понимать, чем Шопсы отличаются от традиционной таргетированной рекламы и работы с блогерами напрямую. В таблице ниже приведено краткое сравнение ключевых параметров.

	VK таргет	Блогеры напрямую	Шопсы
Аудитория и таргетинг	Точный таргетинг	Аудитория блогера	Широкая (блогеры выбирают)
Стоимость	Оплата показов/кликов	Договорная, высокая	1% (Ozon 99%)
Контроль	Нужен рекламный кабинет	Сложные переговоры	Инструменты в Ozon
Удобство запуска	Настройки и мониторинг	Долго искать и договаривать	Пошагово (витрина, задание)
Творческая свобода	Ограничены правилами	Свобода автора	Клип/пост с карточкой
Измеримость	Полная статистика	Мало статистики	По подтвержденным заказам

- **VK-таргетированная реклама.** Позволяет показывать объявления по точным интересам, демографии и поведению аудитории. Бюджет гибко настраивается, однако рекламодатель оплачивает показы/клики и должен самостоятельно вести кампанию, изучать интерфейс рекламного кабинета и постоянно оптимизировать настройки. Плюс — подробная статистика и возможность проводить сплит-тесты. Минус — стоимость размещения и необходимость тщательного контроля — в нишевых товарах легко промахнуться с таргетингом

Реклама напрямую у блогеров. Автор создаёт публикации с интеграцией или обзоры, и его аудитория доверяет рекомендациям. Преимущества — высокая вовлечённость и различные форматы (обзоры, распаковки, тесты). Недостатки

— поиск подходящего блогера, сложные переговоры, высокая стоимость для популярных каналов и отсутствие прозрачной статистики

- **Шопсы (VK AdBlogger).** Система объединяет достоинства двух подходов: блогер самостоятельно выбирает товар из каталога VK AdBlogger и создаёт публикацию с карточкой; аудитория у рекламы более широка, потому что она показывается в общей ленте. Продавец платит только за подтверждённые заказы (1 % от комиссии, остальное компенсирует Ozon), а аналитика доступна в личном кабинете Ozon. Система в точности копирует проверенную модель тикток shop , которая очень быстро растёт по всему миру.

Подготовка: что нужно продавцу

1. **Аккаунт продавца Ozon.** Необходимо зарегистрироваться как продавец на Ozon. Это отдельный кабинет, в котором вы загружаете карточки товаров, управляете остатками и оформляете доставки.
2. **Витрина ВКонтакте (интеграция).** Чтобы товары появились в VK, подключите витрину Ozon. Для этого понадобится активировать приложение Ozon в вашем сообществе ВКонтакте, подтвердить доступы и выбрать товары. Интеграция необходима, иначе внешнее продвижение не стартует
3. **Каталог товаров.** Желательно подготовить карточки с качественными фото, описаниями и наличием на складе, ведь блогеры выбирают из вашего ассортимента подходящие позиции. Чем привлекательнее карточка, тем выше шанс, что блогер её возьмёт для рекламы.
4. **Продуманный размер комиссии.** Минимальная комиссия для блогера — 25 % стоимости товара. Но щедрая комиссия повышает интерес авторов и может обеспечить больше публикаций. Все выплаты блогерам пока берет на себя Ozon (99 %), поэтому даже комиссию 40 % продавец фактически оплатит лишь на 1 %.

Пошаговый запуск рекламы в Шопсах

Внешнее продвижение в Ozon запускается из личного кабинета продавца. Основные шаги перечислены на схеме.

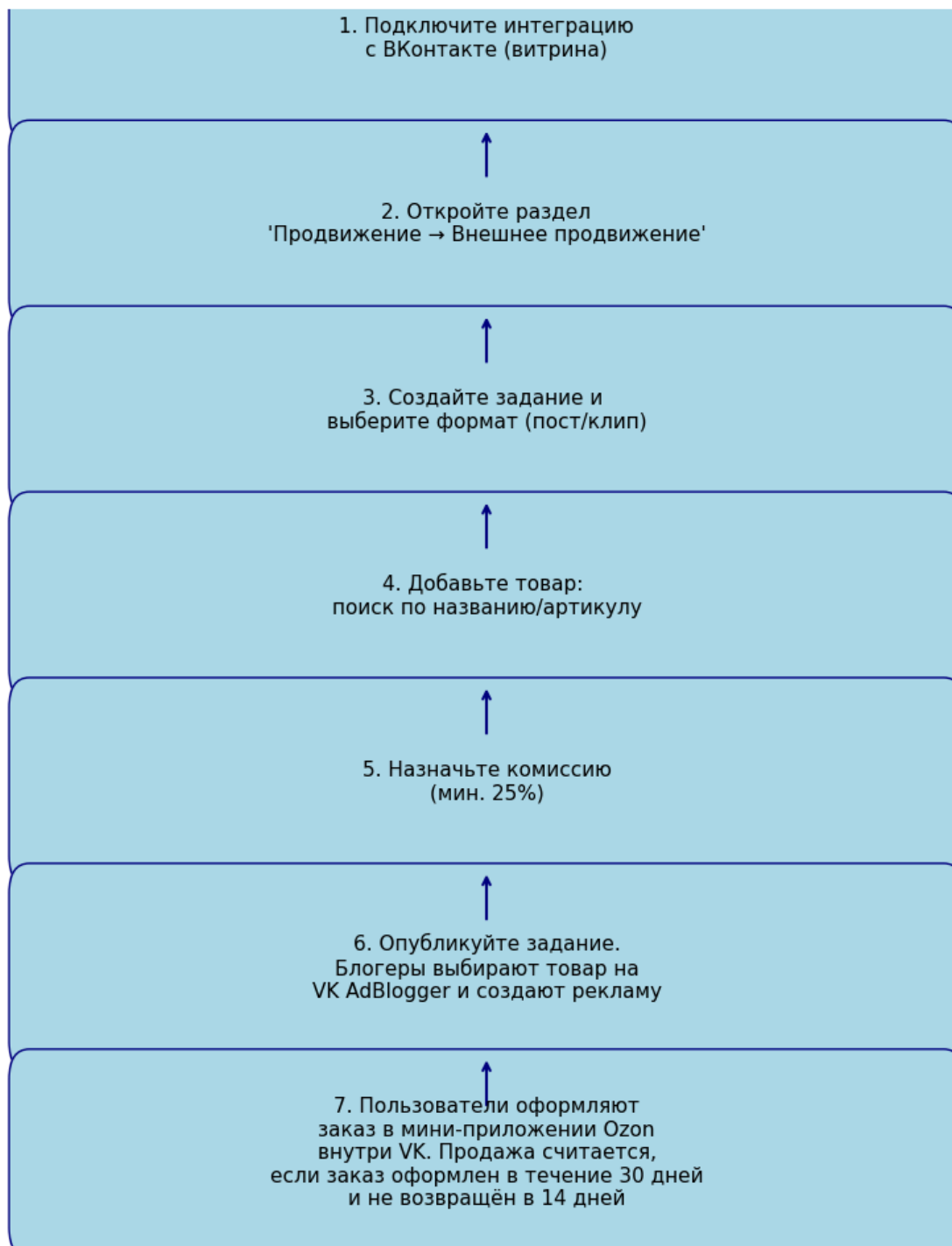
- **Каталог товаров.** Желательно подготовить карточки с качественными фото, описаниями и наличием на складе, ведь блогеры выбирают из вашего ассортимента подходящие позиции. Чем привлекательнее карточка, тем выше шанс, что блогер её возьмёт для рекламы.
- **Продуманный размер комиссии.** Минимальная комиссия для блогера — 25 % стоимости товара. Но щедрая комиссия повышает интерес авторов и может

обеспечить больше публикаций. Все выплаты блогерам пока берет на себя Ozon (99 %), поэтому даже комиссию 40 % продавец фактически оплатит лишь на 1 %.

Пошаговый запуск рекламы в Шопсах

Внешнее продвижение в Ozon запускается из личного кабинета продавца. Основные шаги перечислены на схеме.

Схема запуска внешнего продвижения Ozon через VK AdBlogger



1. **Подключите витрину ВКонтакте.** В разделе «Приложения» вашего сообщества ВКонтакте найдите приложение Ozon и активируйте его. Укажите, какие товары будут видны подписчикам. Без витрины задание для блогеров не будет работать
2. **Откройте раздел «Продвижение → Внешнее продвижение».** В кабинете продавца Ozon перейдите в раздел «Продвижение» и выберите вкладку

«Внешнее продвижение». Здесь отображаются все созданные задания и затраты по ним

3. **Создайте задание.** Нажмите «Создать задание». Система предложит выбрать формат публикации: пост или клип. Посты подходят для статей и привычных публикаций, клипы — для коротких вертикальных роликов.
4. **Выберите товар.** Найдите нужный товар по названию, артикулу или ID. Фильтры по категориям, бренду, складу и цене помогают быстро сузить выбор. Карточка товара должна быть готова: с фото, ценой и описанием. К каждому товару можно создать отдельное задание.
5. **Назначьте комиссию.** Введите процент от стоимости товара, который блогер получит за подтверждённую продажу. Минимум — 25 %. После публикации задания изменить комиссию нельзя, поэтому стоит сразу задать комфортный уровень. Ozon возмещает 99 % этой суммы; продавец оплачивает лишь 1 % расходов
6. **Опубликуйте задание.** После публикации задание автоматически попадает в каталог VK AdBlogger. Блогеры видят ваш товар, размер комиссии и выбирают, в каком формате (клип или пост) сделать рекламу
7. **Ждите публикации от блогеров.** После выбора блогер записывает клип или публикует пост с вашим товаром. В карточке отображаются фото, цена и кнопка покупки; пользователь оформляет заказ прямо в мини-приложении Ozon. Продажа засчитывается, если заказ сделан в течение 30 дней после клика и товар не возвращён в течение 14 дней после оплаты
8. **Отслеживайте результаты.** В разделе «Внешнее продвижение» можно посмотреть отчёты по публикациям и расходам. Там отображается сумма расходов, подтверждённые заказы, ссылки на посты/клипы и итоговый ROI. Ваши расходы составят всего 1 % от вознаграждения блогеров

Советы по эффективности

- **Выбирайте товары с высоким средним чеком.** Поскольку комиссия считается в процентах, блогерам выгоднее продвигать более дорогие позиции. Такие товары привлекут больше авторов и дадут больший охват.
- **Следите за упаковкой карточки.** Чистая фотография, понятное описание и наличие товара повышают конверсию. Пользователь принимает решение о покупке сразу в ленте, поэтому карточка должна быть привлекательной.
- **Тестируйте разные форматы.** Некоторые товары лучше смотрятся в ролике (например, одежда, косметика), другие — в постах. Создайте несколько заданий

с разными форматами и сравните результаты.

9. **Корректируйте комиссию.** Если блогеры не выбирают товар, увеличьте процент. Сейчас Ozon субсидирует основную часть расходов, поэтому щедрая комиссия практически ничего не стоит для продавца.
10. **Коммуницируйте с авторами.** Несмотря на автоматизацию, вы можете взаимодействовать с блогерами: отвечать на вопросы, предлагать идеи для контента и делиться примерами удачных роликов. Это помогает получить более качественные публикации.

Заключение

Функция Шопсы и площадка VK AdBlogger позволяют продавцам Ozon быстро запускать рекламу у блогеров без сложных переговоров и высоких затрат. Благодаря интеграции товары покупают прямо в приложении ВКонтакте, а продавец оплачивает только подтверждённые заказы (1 % от вознаграждения) Инструмент находится в тестовом режиме, но уже даёт возможность выйти на новую аудиторию и увеличить продажи с минимальными рисками. Сравните его с традиционным таргетингом и классической рекламой у блогеров: Шопсы объединяют широкий охват социальной сети с удобством маркетплейса и прозрачной оплатой за результат. Не упустите свой шанс пока озон субсидирует выплаты блогерам.

11.