

Экспертный проект «Безопасный маркетплейс»

Качество карточек товаров и клиентский сервис

Практический стандарт описания товара и коммуникации с покупателем

Руководитель проекта: Рыльцева Кристина Владимировна

Почему карточка товара является элементом безопасности

Карточка товара на маркетплейсе заменяет покупателю личный осмотр товара. От качества карточки зависит не только конверсия в покупку, но и вероятность возвратов, претензий, негативных отзывов и потери доверия.

Качественная карточка должна отвечать на вопросы покупателя до покупки: что это за товар, кому он подходит, какие характеристики имеет, что входит в комплект, какие ограничения существуют, как выбрать размер или вариант, чего ожидать после получения.

Структура качественной карточки

Сильная карточка строится не вокруг красивого описания, а вокруг точной и проверяемой информации. В ней должны быть понятное название, корректная категория, основные характеристики, фотографии, инфографика, описание преимуществ, ограничения использования, комплектация и ответы на типовые вопросы.

Важно избегать вводящих в заблуждение формулировок. Преувеличения, некорректные обещания и несоответствие фото реальному товару могут дать краткосрочный рост кликов, но в дальнейшем приводят к возвратам и снижению доверия.

Фотографии и инфографика

Фотографии должны показывать реальный товар, его размер, детали, фактуру, комплектацию и способы применения. Инфографика полезна, если она дополняет информацию, а не заменяет ее рекламными лозунгами.

Особенно важны изображения, которые помогают избежать неправильных ожиданий: сравнение размера, демонстрация комплекта, указание материала, пример использования, ограничения, особенности ухода.

Клиентский сервис как продолжение карточки

Даже качественная карточка не устраняет все вопросы. Покупатели уточняют детали, сравнивают варианты, спрашивают о размере, совместимости, материалах, сроках и особенностях использования. Ответы продавца должны быть быстрыми, вежливыми, конкретными и не противоречить карточке.

Профессиональный клиентский сервис снижает неопределенность, повышает доверие и показывает, что продавец готов отвечать за товар.

Работа с отзывами

Отзывы - это не только публичная репутация, но и аналитический инструмент. Положительные отзывы показывают сильные стороны товара, отрицательные помогают выявить проблемы в описании, качестве, упаковке, комплектации или ожиданиях покупателей.

Ответ на негативный отзыв должен быть корректным, спокойным и ориентированным на решение. Агрессивная или формальная реакция ухудшает восприятие продавца даже сильнее, чем сам негативный отзыв.

Чек-лист проверки карточки

Элемент карточки	Критерий качества	Риск при ошибке
Название	Понятное, точное, без лишних обещаний	Неверное ожидание и низкая релевантность поиска
Фото	Реальный товар, детали, масштаб, комплектация	Возвраты из-за несоответствия ожиданиям
Характеристики	Полные и непротиворечивые параметры	Жалобы на недостоверную информацию
Описание	Ответы на ключевые вопросы покупателя	Низкая конверсия и большое число вопросов
Инфографика	Помогает понять товар, не заменяет факты рекламой	Недоверие и ощущение манипуляции
Ответы	Быстро, конкретно, вежливо	Потеря покупателя и ухудшение репутации
Отзывы	Анализируются и используются для улучшений	Повторение одних и тех же проблем

Чек-лист профессиональной карточки товара

- Название отражает реальный товар и не вводит в заблуждение.
- Главное фото понятно показывает товар.
- Есть изображения деталей, комплектации и масштаба.
- Характеристики заполнены полностью и единообразно.
- Описание содержит важные свойства и ограничения.
- Покупателю понятно, что именно входит в комплект.
- Указаны размер, материал, назначение, способ применения или ухода, если это важно.
- Ответы продавца не противоречат карточке.
- Отзывы анализируются не реже одного раза в неделю.
- Повторяющиеся вопросы используются для доработки карточки.

Итог

Качество карточки товара и клиентский сервис напрямую связаны с безопасностью электронной торговли. Чем точнее информация и профессиональнее коммуникация, тем меньше конфликтов и выше доверие покупателей.

Карточка должна продавать, но не вводить в заблуждение. Сервис должен поддерживать продажи, но также защищать репутацию продавца и интересы покупателя.

Использованные ориентиры и нормативный контекст

Материал носит экспертно-методический характер и не является юридической консультацией. При подготовке учитывались следующие источники и профессиональные ориентиры:

- Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ): данные об объеме интернет-торговли в России за 2025 год.
- Федеральный закон от 31.07.2025 № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации»; вступление в силу - 01.10.2026.
- Закон РФ «О защите прав потребителей», статья 26.1 «Дистанционный способ продажи товара».
- Материалы Роспотребнадзора по вопросам дистанционной торговли, достоверности информации о товаре и защиты прав потребителей.
- Практика работы продавцов на маркетплейсах: карточки товаров, отзывы, возвраты, рейтинги, логистика, клиентский сервис.