

ГАЛИНА ЕМЕЛЬЯНЕНКО

КОНТЕНТ-МЕНЕДЖЕР ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА



ПОШАГОВАЯ ИНСТРУКЦИЯ ДЛЯ РАБОТЫ

Галина Емельяненко
Контент-менеджер интернет-магазина. Пошаговая книга-инструкция для работы

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=68954763
ISBN 9785005972118*

Аннотация

Книга рассказывает об особенностях работы контент-менеджера интернет-магазина. Подойдет тем, кто только присматривается к данной профессии. Содержит практические задания, выполняя которые вы получите навыки, необходимые для специалиста, и сможете сформировать портфолио. Книга станет настольной для тех, кто создает интернет-магазины. Они смогут самостоятельно грамотно оформлять товары или проверять работу специалиста. А значит, не терять прибыль из-за наличия ошибок в оформлении карточки товара.

Содержание

Введение	5
Глава 1. С кем предстоит работать и сколько можно зарабатывать	11
А сколько платят?	13
Какие требования предъявляют заказчики?	16
Глава 2. Что следует знать и уметь для работы контент-менеджером	19
Глава 3. Определения, без которых не обойтись	23
Карточка товара	24
Модель товара	26
Конец ознакомительного фрагмента.	27

Контент-менеджер интернет-магазина Пошаговая книга- инструкция для работы

Галина Емельяненко

Дизайнер обложки Алеся Антипова

Редактор Наталья Шаверина

© Галина Емельяненко, 2023

© Алеся Антипова, дизайн обложки, 2023

ISBN 978-5-0059-7211-8

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Рада вас приветствовать!

Раз вы держите в руках эту книгу, смею предположить, что вам интересна профессия контент-менеджера. Возможно, вы ищете информацию, чтобы изучить эту онлайн-профессию и понять для себя, подходит ли она вам. Это очень правильный подход. Прочитав книгу, вы поймете, ваш ли это путь и стоит ли вкладывать деньги в дальнейшее развитие в этой теме.

В книге я даю практические задания, выполняя которые вы получите навыки, необходимые для контент-менеджера интернет-магазина, и сможете сформировать портфолио. А значит, предстать перед заказчиком не с пустыми руками. Вам будет что показать.

А возможно, вы владелец онлайн-магазина или только планируете его открыть. И хотите понять, как сделать так, чтобы покупатель пошел по алгоритму, который я вынесла на обложку «пришел-увидел-купил».

Тогда моя книга поможет вам в этом. Прочитав ее, вы узнаете, чем занимается контент-менеджер интернет-мага-

зина, какими знаниями и навыками он должен обладать, чтобы грамотно оформить карточку товара, и сможете указать эти требования при поиске сотрудника. А также поймете, как сделать так, чтобы товары или услуги в вашем интернет-магазине покупали, а не заваливали вас негативными откликами. При условии, конечно, что ваш товар или услуга качественные.

Когда в 2014 году я начала свой путь в изучении интернет-профессий, то и подумать не могла, что стану контент-менеджером. Но вот уже 7 лет я сопровождаю интернет-магазины.

Пришла в эту профессию не сразу. Была копирайтером, веб-разработчиком, администратором групп «ВКонтакте» и таргетологом. У меня даже свой сайт был. Но моей любовью стал контент-менеджмент. А без любви на фрилансе никак нельзя. Выгоришь.

Я постоянно наблюдала за рынком продаж в интернете и стала замечать, насколько профессия, которой я отдала 7 лет, становится сейчас востребованной. За это время появилось огромное количество интернет-магазинов. Чего стоят только такие крупные площадки, как OZON, Wildberries, «Авито».

Пандемия тоже внесла свой вклад в развитие интернет-торговли. Поэтому бум новых площадок и интернет-магазинов вполне закономерен.

И всем компаниям, которые так или иначе продают свою продукцию, нужны грамотные специалисты, которые будут вести интернет-магазины. Ну а специалистам – заказчики.

В 2017 году я увидела вакансию: требовался контент-специалист для внесения и ведения карточек в интернет-магазине. Платили хорошо. Не понимая, что это за профессия, я откликнулась. И самое интересное, что мою заявку одобрили. Мне показали, рассказали, что нужно делать. Так я стала сотрудничать с крупной компанией по продаже обоев. А дальше новые заказы. Новый опыт, навыки и наработки.

И каждый заказчик хотел своего: профессия контент-менеджера была новая, что требовать от исполнителя, не понимал никто. Каждый заказчик искал специалиста с различными навыками и опытом. Одни – суперспециалиста, который умеет и знает все, начиная от разработки интернет-магазина и заканчивая SEO-продвижением. Вторые ограничивались заполнением карточек магазина. Третьим нужен был только контент или ведение социальных сетей.

Я регулярно отслеживаю вакансии и вижу, что сейчас

требования к исполнителям более-менее устаканились, при этом круг обязанностей остается очень большим, а зарплату предлагают маленькую.

Поэтому я задумалась о том, чтобы написать книгу, которая поможет владельцам бизнеса, отделам маркетинга и подбора персонала увидеть тот объем работы, который выполняют контент-менеджеры. А специалистам понимать, что конкретно входит в их обязанности и какую ценность они дают компании.

Часто слышу от своих знакомых: вот заказали товар в интернете, а пришел не такой, как на картинке, или товар не сходится с описанием. Начинаются возвраты, отрицательные отзывы. Это потери компании и удар по репутации. А ведь компания тратит деньги на привлечение клиентов.

Качественно оформленная карточка товаров позволяет привлекать покупателей в интернет-магазин и задерживать их внимание, способствует дальнейшей покупке, а также продвижению как самого товара, так и магазина.

Многие заказчики в целях экономии привлекают фрилансеров-новичков. Те в свою очередь копируют информацию, описание у конкурентов, допускают ошибки, путая модели или коды товара, и добавляют неверную информацию в ин-

тернет-магазин. Магазин несет потери. Где брать информацию и как правильно оформлять карточки товара, чтобы не допускать таких ошибок, я и рассказываю в данной книге.

Но свою главную задачу я вижу в том, чтобы помочь новичкам на фрилансе. В книге я даю инструкцию и показываю, как вы можете ее применить, чтобы начать зарабатывать на контенте и стать ценным специалистом для своего заказчика. Каким стала я. У меня есть два постоянных заказчика, с которыми я сотрудничаю уже на протяжении 3 и 6 лет. Что дает мне стабильность и уверенность в завтрашнем дне.

Сопровождение интернет-магазина может помочь копирайтерам, дизайнерам и веб-разработчикам увеличить их стоимость на рынке труда. Зачем заказчику платить нескольким сотрудникам, когда можно платить одному. Это удобнее и выгоднее.

У меня была на консультации женщина по разработке веб-сайтов и интернет-магазинов. Она создавала интернет-магазины с нуля, брала недорого. Однако не смогла полностью перейти работать в офлайн, так как боялась, что не сможет постоянно находить заказчиков на разработку. На что я ей предложила поговорить с заказчиком и вести ему интернет-магазин на постоянной основе: работать над линейкой товаров и постоянно ее обновлять и дополнять.

Инструкция для контент-менеджера интернет-магазинов станет настольной книгой для тех, кто создает интернет-магазины. Они смогут самостоятельно грамотно оформлять товары или проверять работу специалиста. А значит, не терять прибыль из-за наличия ошибок в оформлении карточки.

Если у вас при чтении книги появятся вопросы или понадобится консультация, вы всегда можете написать мне в социальных сетях в Телеграм <https://t.me/galinaEmelyanenko>.

Глава 1. С кем предстоит работать и сколько можно зарабатывать

Как вы уже поняли из вводной части, в книге я буду знакомить вас с профессией контент-менеджер интернет-магазинов и маркетплейсов. В этой главе поговорим о том, кто может быть заказчиками, какой доход можно получить и какие требования предъявляются к контент-менеджеру.

Заказчиками для контент-менеджера являются владельцы интернет-магазинов, их маркетологи или специалисты, которые занимаются продажами, закупками и реализацией товаров.

Вы заметили: сейчас все всем продают? Появилось множество крупных площадок для реализации своих товаров: «Юла», «Авито», «Валберис», «Озон», «Яндекс Маркет». И компании заинтересованы в сотрудниках, которые готовы работать с товарами, размещая их на данных площадках.

Работать можно в офисе компании или же на удаленном доступе. Сейчас все чаще заказчики ищут исполнитель-фрилансеров, чтобы сократить затраты на аренду офиса, оплату больничных, декретных и многих других хлопот,

которые необходимы для содержания сотрудника в офлайне.

Однако есть компании, готовые принять сотрудника в штат и вести все необходимые отчисления. Здесь контент-менеджер сам решает, как ему удобнее: быть официально трудоустроенным в штат или работать в статусе самозанятого.

А сколько платят?

Я провела анализ рынка: сколько готовы платить контент-менеджеру. И готова поделиться результатами.

За основу взяла платформу **HeadHunter (hh.ru)** – крупнейшую российскую компанию интернет-рекрутмента, развивающую бизнес в России, Белоруссии, Казахстане. По данным SimilarWeb, она занимает третье место в мире по популярности среди порталов по поиску работы и сотрудников.

Средний размер оплаты труда составляет 30—40 тыс. в месяц. По опыту скажу, что можно вести 2—3 проекта одновременно.

Контент-менеджер
45 000 – 75 000 руб.

Москва, ● Планерная

Можно из дома

Размещение большого количества товаров путем импорта и экспорта из таблиц csv и других форматов (для интернет-магазинов). Другие работы связанные...

Образование: Высшее, Неоконченное высшее. Опыт работы: от 3 - 6 лет и более (строго). Темперамент – предпочтение сангвиникам. Обязательно аккуратность. Высокая скорость.

Откликнуться

Контент-менеджер / Администратор сайта (удаленно)
40 000 – 60 000 руб.

Казань

Отклик без резюме

Можно из дома

создание новых карточек и разделов на сайте. -контроль цен на сайте. - поиск, рерайт и добавление описаний и характеристик в карточку...

Продаем только то, что купили бы сами. - Обладаете опытом наполнения **интернет-магазина** от 2х лет. - Имеете опыт работы с...

Откликнуться

Показать контакты

Контент-менеджер
от 50 000 руб.

Москва

Можно из дома

Обновление карточек товара (делается совместно с **контент-менеджером**): Загрузка фото, видео в карточки товара. Загрузка готовых текстовых описаний в карточку...

Грамотная письменная речь. Опыт работы в **интернет-магазине**. Знание Photoshop или Figma - желательно. Коопирайтинг. Умение работать в режиме многозадачности.

Откликнуться

Контент-менеджер
от 25 000 руб.

Москва

Можно из дома

Контроль отображения ассортимента. Добавление новых товарных позиций. Работа с прайс-листами поставщиков. Редактирование ассортимента на сайте. Ведение отчетности.

Знание Excel, PhotoShop. Умение работать в админке сайта на CMS bitrix (желательно). Умение работать с Google Docs. Умение работать с...

Контент – менеджер в интернет – магазин
от 40 000 руб.

Москва

Можно из дома

наполнение товарного каталога и заполнение карточек с товарным наименованием. - подготовка и загрузка прайс – листов. - Подготовка и размещение информации на сайте...

Внимательность, ответственность, исполнительность, оперативность, ну и конечно – ГРАМОТНОСТЬ являются не пустыми словами. - Навыки работы с большими объемами информации. -

Контент-менеджер СберMeraMarket, Wildberries (удаленно)

от 30 000 руб.

Москва

Можно из дома

Заполнение карточек товаров (описание, технических характеристики, изображения и т. д.). Контроль и поддержка актуальности информации. Обработка изображений товаров в графическом...

Грамотная письменная речь - обязательное требование. Навыки написания статей, коммерческих текстов. Знание Photoshop, Canva. Умение работать в режиме многозадачности.

Откликнуться

Какие требования предъявляют заказчики?

Как я писала выше, многие и сами не понимают, кого ищут. И требования предъявляют разные. Например, одним нужны просто специалисты, которые будут добавлять контент и описание к товару, а у других в обязанности входит умение разбираться во всем движении товара. Соответственно, и зарплаты будут разные. Размер оплаты зависит от требований заказчика и компании, в которую вы трудоустроитесь.

Если вы сами сейчас в поиске контент-менеджера.

Давайте честно. Идеальных людей не существует. Ни вы, ни я не идеальны. Поэтому ваши требования к контент-менеджеру должны быть реальными, а оплата достойной. Чтобы у сотрудника была мотивация для добросовестного выполнения своих обязанностей.

Но при этом навыки у соискателя должны быть, ведь обучать всему человека с нуля слишком затратно. Вы больше потеряете в деньгах и во времени, чем приобретете.

Вот список главных требований к данному специалисту,

которые позволят вам подобрать грамотного специалиста. Он сформировался за 7 лет работы по контенту с разными заказчиками:

- 1. Опыт работы в платформе (1С, «Битрикс24», «Ворд-прес» и т. д.).*
- 2. Умение работать с прайс-листами.*
- 3. Умение пользоваться необходимыми сервисами, редакторами.*
- 4. Базовые знания, использование кода программирования HTML и CSS.*
- 5. Базовые знания маркетинга и копирайтинга.*
- 6. Опытный пользователь Word, Excel, Photoshop.*
- 7. Опытный пользователь социальных сетей.*
- 8. Креативность и нестандартный взгляд.*
- 9. Пользователь веб-аналитики (Яндекс-метрика и Google. Аналитика).*
- 10. Общие понятия по SEO: что такое ключи и как их вписывать в текст, где можно посмотреть количество запросов на тот или иной товар с применением Wordstat.*

Вот так может выглядеть ваше объявление о вакансии:

Алиэксперт крупный интернет-магазин приглашаем в свою команду ответственного, аккуратного и внимательного к деталям человека на должность **контент-менеджера**. Человека, который будет следить за тем, чтобы на нашем сайте всегда была актуальная и полная информация о товарах.

Чем предстоит заниматься:

- **Наполнять сайт товарным контентом** (фото, описания, характеристики и т.д.);
- Искать и обрабатывать фото;
- Увеличивать уровень качества уже созданных карточек товара;

Требования:

- **Знание и, самое главное, понимание того чем «хорошая» карточка товара отличается от «плохой»;**
- **Опыт работы контент-менеджером от 1 года;**
- Умение обрабатывать фотографии;
- **Word, Excel, PhotoShop - уверенный пользователь.**
- Умение верно идентифицировать товарный артикул, набор свойств и правильных значений к товару;
- Нацеленность на результат;
- Внимание к деталям;
- Стрессоустойчивость;

С этим, надеюсь, все понятно. Поговорим подробнее о том, что предстоит делать контент-менеджеру.

Глава 2. Что следует знать и уметь для работы контент-менеджером

Если задать в поисковике вопрос, что должен знать и уметь контент-менеджер, то он вам выдаст столько информации, что вы просто закроете вкладку. Потому что решите, что это очень трудная профессия, в которой нужно быть копирайтером, веб-дизайнером, seo-специалистом, верстальщиком, аналитиком, программистом и т. д. И это неудивительно, т. к. я уже упоминала о разных требованиях к контент-менеджерам.

В данной главе мне хочется донести информацию, какие обязанности действительно относятся к компетенциям данного специалиста, а какие таковыми не являются.

Специалист, безусловно, может увеличить свою стоимость на рынке, если будет уметь больше и сможет совмещать функции других интернет-специалистов, например, по SEO.

Но не стоит обесценивать прямой труд контентщика. Ведь его основная задача – сделать привлекательным для покупателей интернет-магазин и следить за своевременным об-

новлением информации на сайте. А в остальном он работает в связке с другими сотрудниками.

Как правило, стратегия наполнения сайта интернет-магазина разрабатывается совместно с маркетологом. Он формулирует цели проекта и решает, как их достичь, а контент-менеджер отвечает за то, чтобы намеченные товары были выставлены на прилавки интернет-магазина.

Итак, разберем по пунктам, какие последовательные шаги он выполняет:

1. Получение прайса или перечня товаров от заказчика

В компании контент-менеджер работает в тесной связке с маркетологом или с отделом продаж. Он получает прайс или список с указанием товаров, которые необходимо добавить на сайт интернет-магазина, оформив карточку товара.

В указанном прайсе или перечне он должен четко понимать следующие понятия: артикул, код товара, название товара, производитель, бренд и категория товара. Подробно о них вы узнаете в следующей главе.

2. Анализ карточек конкурентов

Перед началом работы контент-менеджер с помощью поисковика делает анализ данных товаров: собирает информа-

цию о товаре, смотрит, как оформлено описание и картинка у конкурентов (я всегда анализирую ТОП-10 интернет-магазинов). Следует также уточнить, кто является поставщиком или разработчиком, так как самое точное описание и характеристики будут указаны на их официальном сайте.

3. Оформление карточки товара на сайте

Собрав необходимую информацию, контент-менеджер приступает к внесению ее на сайт и оформлению карточки товара. Для этого он уточняет, как добавляются товары в данной компании. Товары могут добавляться вручную на сайте или выгружаться на сайт через Excel-файл либо через CRM-систему. У некоторых компаний, которые работают с товарами, может быть самописная CRM-система, при помощи которой они ведут учет и проверку. Также может быть своя, уже выработанная структура оформления товаров. Это все обговаривается с заказчиком.

4. Проверка карточки товара на сайте

После добавления товара на сайт следует проверить, как товар выглядит, в нужной ли категории размещен и правильно ли встало описание товара и картинка. Здесь пригодятся навыки базового знания кода программирования HTML и CSS. В основном эти навыки нужны при выгрузке товаров из CRM-системы на сайт, чтобы проверять корректность отображения их на сайте.

Как видите, перечень выполняемых действий небольшой, поэтому с такой работой вполне может справиться новичок.

Знание языка программирования, seo-ключей, копирайтинга, обработки фотографий будут преимуществами.

Информация для тех, кто в поиске контент-менеджера:

Так как контент-менеджеру приходится работать с большим объемом информации, то при приеме на работу стоит дать тестовое задание, чтобы проверить внимательность соискателя.

Глава 3. Определения, без которых не обойтись

А теперь начнем практическую часть. После некоторых глав вас ждут задания. Заведите отдельную папку на компьютере или в облачном хранилище, где будете хранить сделанные задания. Они вам понадобятся в конце, чтобы подготовить портфолио.

В этой главе вы узнаете о главных понятиях, без которых невозможно грамотно оформить карточку товара. А еще сможете лучше ориентироваться в товарах.

Карточка товара

Карточка товара в интернет-магазине – страница на сайте с текстовым описанием, изображениями товара или видео, характеристиками и опцией покупки. По сути, витрина с товаром. Она помогает пользователю понять, подходит ему этот продукт или нет. И от того, насколько правильно и четко она заполнена, будут зависеть продажи, продвижение товара и репутация продавца.

В каждом интернет-магазине свои требования по оформлению карточки товаров. Но, как правило, состав самой карточки остается неизменным:

- название товара, фото, видео);
- цена (стоимость);
- описание;
- технические характеристики/параметры;
- оценки и отзывы;
- код продукта/артикул;
- информация о доставке;
- кнопки действия: купить, отложить в корзину, заказать и т. п.

Карточка товара заполняется на основании данных,

предоставленных заказчиком. Например, из прайса поставщика. Для правильного заполнения карточки вам необходимо ориентироваться в таких понятиях, как модель, серия, коллекция, артикул товара и т. п.

Модель товара

Модель товара – это полное имя товара, принятое производителем, а также композиция коммерческих характеристик товара, которые удовлетворяют те или иные потребности покупателя. Удовлетворяя одну и ту же базовую потребность, товар может обладать как различной комбинацией характеристик, так и разными вариантами их воплощения.

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.