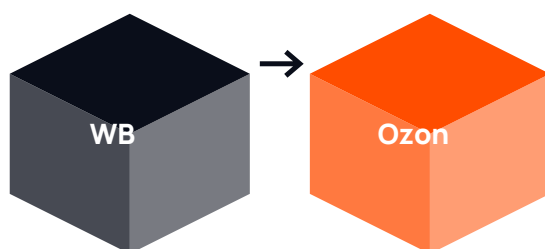


Выход на Ozon после WB: что работает по-другому.

Практическое руководство по запуску продаж на Ozon для селлеров, у которых уже есть рабочий магазин на Wildberries. Без обещаний дохода, с конкретными цифрами и таблицами сравнения.

120

страниц практики и сравнений



Содержание

13 глав о том, как продавец с Wildberries запускает продажи на Ozon и не повторяет ошибок, которые ему стоили денег на старте WB.

01	Чем Ozon отличается от WB: аудитория, алгоритмы, экономика	005
02	Регистрация продавца Ozon: ОзонID, кабинет, верификация	016
03	Две схемы: FBO vs FBS vs rFBS — когда что выбирать	025
04	Перенос ассортимента: что зашло на WB, зайдёт ли на Ozon	036
05	Карточка товара Ozon: отличия от WB	044
06	Seller API и автоматизация	058
07	Реклама на Ozon: поиск, трафареты, брендовая полка	066
08	Акции и промо Ozon: Premium, Hot Sale, Чёрная пятница	078
09	Отзывы Ozon: модерация и работа с негативом	086
10	Логистика: ПВЗ, постаматы, возвраты	093
11	Юнит-экономика Ozon: когда выгоднее WB	101
12	3 кейса перехода с WB на Ozon	110
13	Чек-лист запуска Ozon	117

i Как пользоваться книгой

Каждая глава начинается с обложки и пунктов «что внутри». В каждой главе для критичных отличий от WB есть таблица сравнения и call-out блоки **Money** / **Success** / **Warning**. В конце главы — чек-лист с квадратными чекбоксами, который можно распечатать.

Для кого этот гайд

Этот гайд написан для селлеров, у которых:

- есть работающий магазин на Wildberries — продажи стабильно идут, оборот от 500 тыс. ₽/мес
- понимание базовой экономики маркетплейса — что такое комиссия, ДРР, FBO/FBS
- есть желание выйти на Ozon, но нет времени учиться через ошибки

Если ты стартуешь с нуля без опыта на маркетплейсах — этот гайд тоже полезен, но половина сравнений «как на WB / а на Ozon вот так» будет лишней. Тебе достаточно читать про Ozon и не отвлекаться.

О чём этот гайд НЕ рассказывает

- как открыть ИП или СМЗ — это базовая бухгалтерия, есть в открытых источниках
- как делать SEO-ядро карточки с нуля — для этого есть отдельные курсы
- как искать поставщика на 1688 — это про закупку, а не про маркетплейс
- как «гарантированно заработать миллион в месяц» — таких обещаний здесь нет

▲ Все цифры на январь 2025

Ставки комиссий, тарифы логистики, ДРР, проценты возвратов — приведены по состоянию на январь 2025. Ozon корректирует тарифы 2–3 раза в год. Перед каждой закупкой и перед каждым изменением стратегии сверяй актуальные значения в seller.ozon.ru → Финансы → Тарифы.

Условные обозначения

В тексте используются четыре типа call-out блоков:

- **info** — справочная информация, разъяснения
- **success** — что работает, проверенные приёмы
- **warning** — что не работает или опасно
- **money** — про деньги: расчёты, экономия, потери

Чем Ozon отличается от WB

Это два маркетплейса в одной стране, но разные продукты, аудитории и алгоритмы. Что работало на WB, может не работать на Ozon — и наоборот.

ЧТО ВНУТРИ ГЛАВЫ

- Аудитория и средний чек
- Алгоритм поисковой выдачи
- Что важно в карточке: WB vs Ozon
- Стоимость инфраструктуры: комиссия + логистика
- Когда выбирать только WB, только Ozon, оба сразу

Кто покупает на Ozon, а кто — на WB

На бумаге у двух маркетплейсов одна и та же аудитория — «покупатели в России». На практике профили отличаются: разный возраст, разный средний чек, разное соотношение больших городов к регионам, разная готовность доплачивать за качество.

Параметр	Wildberries	Ozon
Средний возраст покупателя	28–34 года	32–42 года
Средний чек заказа	1 100 ₽	2 400 ₽
Доля заказов из Москвы и СПб	≈ 28 %	≈ 41 %
Доля бизнес-покупателей B2B	низкая	высокая (Ozon Бизнес)
Лояльность к бренду продавца	низкая	средняя (за счёт отзывов)
Доминирующие категории по обороту	одежда, обувь, красота	электроника, БТ, дом, FMCG
Чувствительность к цене	очень высокая	средняя
Готовность ждать доставку (≥ 4 дня)	низкая	выше

Что из этого делать практически:

- 1 Если твой товар на WB — это импульсная одежда «потому что красивая и недорого», на Ozon та же позиция может не выстрелить. Ozon-покупатель медленнее принимает решение, читает отзывы.
- 2 Если у тебя крупная или техничная категория (мебель, БТ, инструмент, спорт-инвентарь), Ozon обычно даёт более высокий средний чек. Это окупает более высокие тарифы логистики на крупное.
- 3 В категориях электроники и БТ Ozon уверенно опережает WB по объёму. Если ты там — Ozon в первую очередь, WB — во вторую.

i B2B-аудитория Ozon

Ozon Бизнес даёт прирост 8–18 % к выручке продавца в категориях офисных товаров, инструмента, расходников, IT-аксессуаров. Это ниша, которой на WB просто нет — там не корпоративная аудитория. После запуска на Ozon обязательно посмотри, можно ли подключить Ozon Бизнес для своих SKU.

Поисковая выдача: WB и Ozon думают по-разному

WB и Ozon ранжируют товары по своим алгоритмам, и приоритеты у них разные. Это первое, что нужно понять при переезде — иначе ты будешь оптимизировать карточку под не тот фактор.

WILDBERRIES

Wildberries

Главные факторы:

- скорость продаж за последние 7 / 30 дней
- наличие на складе и оборачиваемость
- конверсия из показа в заказ
- рейтинг карточки и количество отзывов
- цена относительно среднего по категории
- заказ > добавление в корзину > клик

OZON

Ozon

Главные факторы:

- контент-индекс карточки (атрибуты, фото, видео, описание)
- рейтинг и количество отзывов с фото
- скорость доставки до конкретного покупателя
- цена в сравнении с «Лучшая цена»-индексом
- конверсия в заказ
- участие в Premium и распродажах

Ключевое отличие: на Ozon контент-индекс — обязательное условие выдачи. Если у тебя 5 фотографий и пустые атрибуты, твой товар не покажется даже при идеальной цене. На WB ты можешь продавать с тремя фото и двумя строками описания — алгоритм всё равно поднимет, если есть продажи. На Ozon — нет.

Контент-индекс Ozon

Это внутренняя метрика Ozon, показывает, насколько полно заполнена карточка. Считается от 0 до 100 %. Норма для попадания в топ — 95 %+. Состоит из:

- заполненность всех применимых атрибутов категории (вес ≈ 40 %)
- наличие 5+ фото и видео (вес ≈ 25 %)
- наличие Rich-content или подробного описания (вес ≈ 20 %)
- заполненность размеров, габаритов, страны производства (вес ≈ 15 %)

⚠️ Ловушка переноса карточек с WB

Если ты выгрузил карточки с WB в Ozon как есть, твой контент-индекс будет 60–75 %. Этого мало для попадания в первую страницу выдачи. Запланируй на каждую перенесённую карточку 30–45 минут на доработку атрибутов и описания. Без этого старт на Ozon будет «дорогим» — придётся компенсировать рекламой.

Что важно в карточке: WB vs Ozon

Параметр	Wildberries	Ozon
Главное фото	вертикальное 3:4, лицо/товар крупно	квадратное или 3:4, без текста на фото
Кол-во фото	3–10, в среднем 5	5–12, рекомендуется 7+
Видео	не обязательно, плюс к конверсии	сильно влияет на ранжирование
Длина названия	60 символов	до 200 символов
SEO-ядро	в названии и описании	в названии, аннотации, атрибутах
Rich-content / A+	только тексты + инфографика	полноценный конструктор Rich-content
Атрибуты	часть необязательны	максимально критичны для выдачи
Описание	до 1 000 символов, текстом	до 6 000 символов или Rich-content
Размерная сетка	обязательна для одежды/обуви	обязательна, шире набор шаблонов
Страна производства	необязательна	обязательна

Главное практическое следствие: на Ozon карточка **в среднем в 3 раза дольше делается**, чем на WB. Если на WB у тебя уходит 1–1.5 часа на новую карточку, на Ozon закладывай 3–4 часа. В первые 1–2 месяца после старта — ещё больше: пока учишься заполнять атрибуты и собирать Rich-content.

₽ Стоимость переноса 50 карточек

На разговор с дизайнером + копирайтером + перевод фото в нужные размеры + сборка Rich-content уходит 30–60 тыс. ₽ на 50 SKU. Это разовая инвестиция, заложи её в кэш-фло первого месяца. Иначе будешь жечь рекламу на полупустых карточках.