

CORE-ГАЙД ДЛЯ СЕЛЛЕРА

WB и Ozon с нуля до первой 100к

Инженерный мануал по входу на
маркетплейсы: ниша → юр. оформление
→ поставка → карточка → запуск →
масштабирование

6 блоков

≈170 страниц

WB · Ozon · Я.Маркет

Актуально на октябрь 2025

Все цифры, тарифы и комиссии актуальны на октябрь 2025. WB лицензионный платёж, НПД лимиты, ИП страховые взносы, логистика WB / Ozon — проверены по официальным справкам и ofercie.

Карта гайда

Гайд устроен как 6 последовательных блоков. Каждый блок — отдельный документ с обложкой, оглавлением и чек-листом в финале. Блоки можно читать по порядку (что и предполагает структура «с нуля до 100к») или брать только нужные, если ты уже на каком-то этапе. Внутри каждого блока — пошаговые инструкции и формулы, никаких общих рассуждений.

- 01** **Выбор ниши и товара** ~34 стр
3 фильтра отсева · оценка спроса без платных сервисов и через MPStats · расчёт маржи на 3 категориях · red flags · 4 метода поиска товара

- 02** **Юридическое оформление** ~25 стр
Самозанятый vs ИП vs ООО · регистрация · подключение к WB/Ozon/Я.Маркет · Честный Знак · сертификация и декларации

- 03** **Первая поставка и логистика** ~28 стр
Поставщики РФ/Китай/Турция · 1688, Alibaba, агенты · карго vs белая · упаковка под WB и Ozon · поставка на FBO

- 04** **Карточка товара и контент** ~28 стр
Структура карточки и лимиты · главное фото · инфографика · видео · rich-content Ozon · SEO в названии и описании · A/B тесты

05 **Запуск и первые продажи** ~24 стр

Окно «новинки» · стартовые отзывы · риски самовыкупов · реклама WB и Ozon · работа с фидбеком · точки отсечения

06 **Юнит-экономика и масштабирование** ~24 стр

Полная юнит-экономика · ROI/ROMI/ДПП · возвраты · ABC и XYZ · оборачиваемость · команда · переход 100к → 5М

КАК ЧИТАТЬ

Каждый блок самостоятелен и заканчивается чек-листом. Если ты только начинаешь — читай по порядку, выполняй чек-лист в конце каждого блока, потом переходи к следующему. Если уже на старте поставок — сразу к блоку 3 или 4. Юнит-экономика (блок 6) полезна на любом этапе, но особенно после первых 30–60 дней продаж, когда есть фактические данные для расчётов.

CORE-ГАЙД · WB / OZON

Выбор ниши и товара

С нуля до первой 100 000 ₹ оборота — без воды и инфоцыганщины

Блок 1 из 6

≈25 страниц

Wildberries · Ozon

Все цифры — с указанием даты актуальности. Перед запуском товара сверяй комиссии и тарифы в личном кабинете площадки. Документ обновлён в октябре 2025.

01

Что внутри блока 1

1.1	Как думать о нише: 3 фильтра отсева	3
1.2	Оценка спроса без платных сервисов	8
1.3	Анализ через MPStats, WeCheck, Moneyplace: отчёты и метрики	12
1.4	Расчёт маржи: примеры на трёх категориях	17
1.5	Барьер входа: сертификация, Честный Знак, сезонность, средний чек	24
1.6	Red flags: 7 признаков ниши, в которую не стоит заходить	27
1.7	Поиск товара внутри ниши: 4 метода	29
1.8	Практикум: возьми 3 категории и пройди по фильтрам	32

КАК ЧИТАТЬ ЭТОТ БЛОК

Если ты только думаешь о маркетплейсах и ниша ещё не выбрана — читай по порядку, с 1.1 до 1.8. На 1.8 ты получишь готовый шаблон, в который сразу впишешь свои 3 кандидата и увидишь, какой из них стоит запускать.

Если ниша уже выбрана и ты сомневаешься в товаре — сразу 1.4 (маржа), 1.6 (red flags), 1.7 (методы поиска SKU).

РАЗДЕЛ 1.1

1.1 Как думать о нише: 3 фильтра отсева

Большинство первых запусков на маркетплейсах проваливаются не потому, что продавец плохо снял фото или не настроил рекламу. Они проваливаются потому, что выбран не тот товар. Раздел 1.1 — это три фильтра, через которые надо пропустить любую идею ниши до того, как ты потратишь рубль на закупку.

Фильтры идут в строгом порядке: спрос → маржа → барьер входа. Если ниша не прошла первый — оценивать остальные нет смысла. Это экономит дни и недели работы.

≈70%

ПЕРВЫХ ЗАПУСКОВ НА
WB ЗАКРЫВАЮТСЯ ЗА
ПОЛГОДА (ПО ДАННЫМ
MPSTATS, 2024)

3

ФИЛЬТРА ОТСЕВА —
СПРОС, МАРЖА, БАРЬЕР

2 ч

СРЕДНИЙ ХРОНОМЕТРАЖ
ПРОВЕРКИ ОДНОЙ НИШИ
ПО ЭТИМ ФИЛЬТРАМ

1.1.1 Фильтр 1. Спрос

Спрос — это не «нравится мне товар или нет», а ответ на вопрос: «Сколько штук в месяц люди реально заказывают в этой нише и как меняется этот спрос во времени». Без честного ответа на этот вопрос всё дальнейшее — гадание.

Когда говорят «спрос», новички обычно подразумевают одну метрику: «сколько ищут в Wordstat». Этого мало. Полная картина спроса состоит из четырёх метрик.

Четыре метрики спроса для оценки ниши

МЕТРИКА	ГДЕ СМОТРЕТЬ	ЧТО СЧИТАЕТСЯ «ЗЕЛЁНЫМ»	ЧТО ЗНАЧИТ
Частотность поискового запроса в WB	WB Seller → Аналитика → Популярные поисковые запросы	5 000+ показов / неделя по главному ключу	Основной запрос «футболка мужская» имеет десятки тысяч показов; узкий «футболка с принтом такса» — единицы тысяч.
Объём ниши в штуках	MPStats → Категории → ваша подкатегория	10 000+ штук / месяц по подкатегории	Если в подкатегории за месяц продаётся 1 500 единиц всеми селлерами — даже стопроцентная доля рынка не даст оборота.
Динамика год к году	MPStats / Moneyplace, фильтр «12 месяцев»	+10% и выше	Падающая ниша означает, что даже при росте твоей доли абсолютные продажи могут не вырасти.
Сезонность	Wordstat → «По месяцам», MPStats — график	Перепад пика и низа не более ×3	Ниша с перепадом ×8 (новогодние ёлки) даёт оборот 2 месяца в году. Это другая бизнес-модель и другие риски.

ПО ОПЫТУ

Из четырёх метрик первые провалы — на второй и третьей. Селлер берёт ВЧ-запрос («сумка»), радуется частотности, но не смотрит, что в подкатегории «сумка-багет женская мини» оборот падает 4-й месяц подряд. Через 60 дней после запуска он удивлён, что продажи «не идут».

1.1.2 Фильтр 2. Маржа

Маржа — это процент, который остаётся в кармане после всех расходов: закупка, упаковка, маркировка, логистика до склада, комиссия маркетплейса, логистика покупателю, налог. Если маржа меньше определённого порога — ниша не работает на твоих объёмах, даже при отличном спросе.