**Продающий текст описания товара**

**для маркетплейса**

Структура описания

1. **Расширенный заголовок, уточняющий, по возможности, эмоциональный**
2. **Первые 1-3 предложения (или 25-30 слов)**
* **Пробудите здоровое любопытство*.***
* **Сообщите весомые выгоды, которые получит покупатель, если приобретет товар.**
* **Предложите решение существующей известной проблемы.**

Примеры:

* Это для настоящих ценителей прекрасного! Творческий человек не пройдет мимо, заметит и обязательно оценит! Посмотрите, это же произведение искусства, предлагаемый …
* Тепло, удобство и комфорт! И, конечно красота! Устанавливается просто как дважды два, а салон и его комфорт меняются кардинально. Давайте проверим! Накидки …
* Все! Нет больше проблемы с разбрасыванием корма или наполнителя у котейки. Есть коврик с волшебными сотами, который не разрешает питомцу разбрасывать по квартире свои крошки! Предлагаем вашему …
1. **Предложение: 1-2 предложения**
* **Формула: «проблема-надежда-решение». Обозначить наличие проблемы. Потом дать надежду на хороший исход. И только после предложить собственное решение.**
* **Предложение должно содержать три вопроса, на которые клиент мысленно ответит «Да».**
* **Хорошо работает старая, добрая конструкция «Если..., то...».**
* **Обозначить все выгоды, которые можно получить, приобретя товар.**

Примеры:

* Как реализовать творческий потенциал в настоящее время? С этим аксессуаром вы сможете создать настоящий шедевр!
* Салон приелся и уже не радует взгляд, явно требуется ребрендинг! Наши накидки — недорогое решение для обновления интерьера вашего авто …
* Новинка для вашего интерьера и для питомца — это коврик ЭТВА, собирающий весь мусор на себя и обновляющий интерьер.
1. **Основные характеристики и особенности товара**
* **Описание выгод товара, его преимущества перед аналогами (УТП).**
* **Перечисление характеристики товара, размеры, вес, особенности цвета, фактуры, вкуса, консистенции и другие. По возможности больше чисел и другой конкретики.**
* **Важные для покупателя способы применения, использования, носки, обслуживания, хранения и т. п.**
* **Желательна фраза: «Сертифицированная продукция.», или «Есть декларация соответствия.»**
1. **В конце описания: призыв к действию**
* **Предложите купить, написать отзыв.**

Примеры:

* Покупайте эти изделия прямо сейчас — мы в творчестве не повторяемся!
* Авторы не могут повторить однажды созданное! Поэтому покупайте сейчас, не откладывая!
* Покупайте сегодня этот набор, количество расцветок ограничено.
* Купите прямо сейчас, напишите отзыв на наше изделие. Контакты на этикетке.
* Приобретайте панно! Мы ждем ваших отзывов!
* Покупайте сейчас, серия ограниченная.

**Описание должно быть информативным и небольшим по объему**, примерно 800-1000 знаков.

**Эмоциональные описания всегда имеют лучший отклик** по сравнению с сухим изложением характеристик. Подумайте об ощущениях потенциального покупателя в процессе использования вашего продукта и представьте, где это происходит, какой у товара запах, вкус и т.п.

Полезно в описании использовать мысли комментариев в отзывах на аналогичный товар. Найдите товары конкурентов и посмотрите, что о них пишут люди. Так вы сможете выявить и закрыть проблему клиентов уже на уровне описания.

Стиль изложения желательно использовать такой же, как у своей целевой аудитории.

Некоторые слова штампы и паразиты, делающие текст похожим на многие и неинформативным.

Великолепный

Замечательный

Красивый

Надежный

Прекрасный

Удобный

Вам понравится

Классный

Очаровательно

Сделано для вас

То, что вам нужно

Удивительный