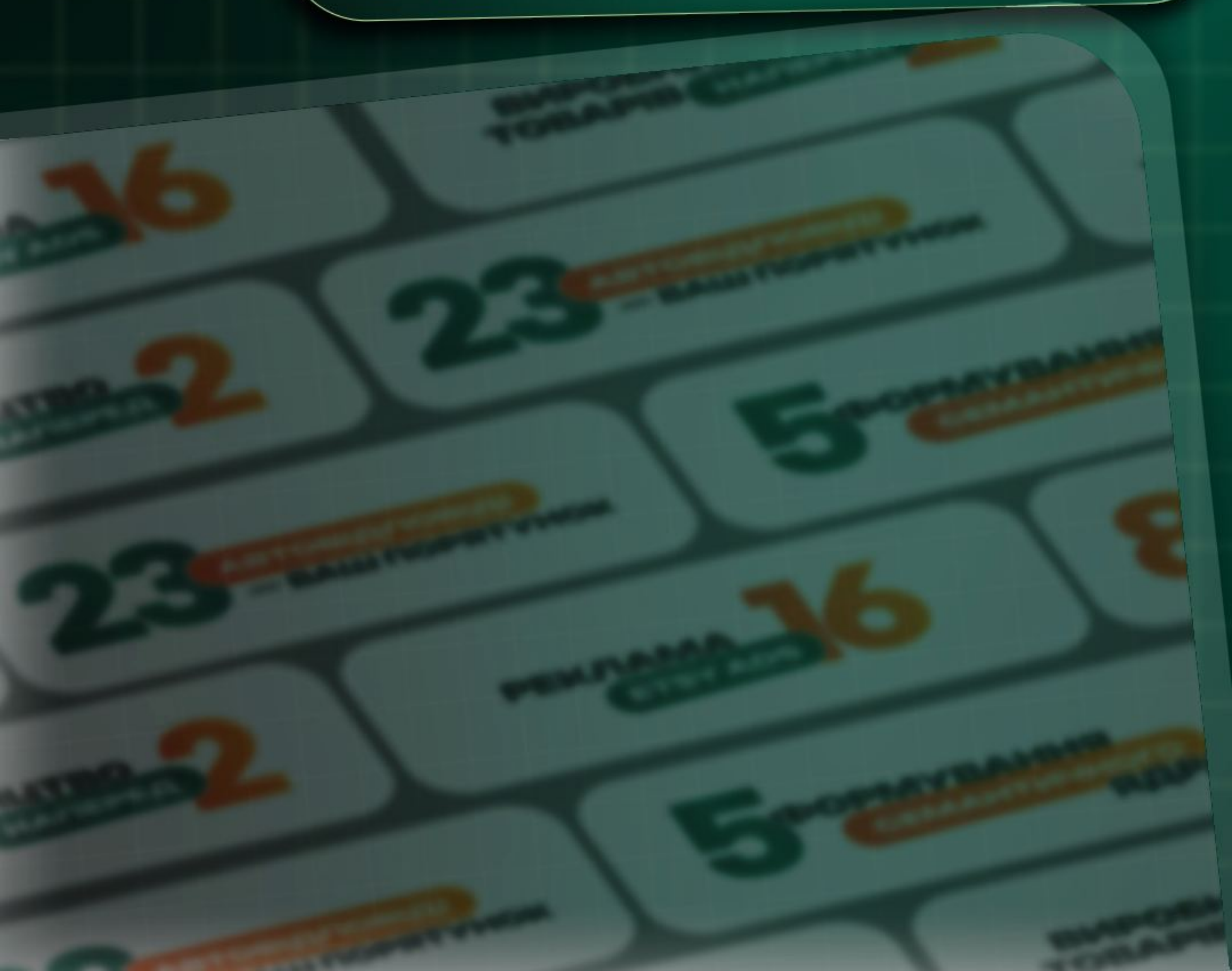




ЧЕК-ЛИСТ ПО ПІДГОТОВЦІ

ДО 4 КВАРТАЛУ





Цей **чек-лист** допоможе тобі впевнитися, що твій Etsy-магазин повністю готовий до найгарячішого періоду року — **четвертого кварталу**.

Якщо виявиться, що деякі пункти ще не виконані, **не хвилюйся — ще є час**, аби внести зміни.

Завдяки цьому ти зможеш увійти в Q4 із чітким планом і використати **максимум** можливостей для зростання.

ЧОМУ **ВАЖЛИВА** ПІДГОТОВКА ДО Q4 **НА ETSY**



ЛИСТОПАД
ЖОВТЕНЬ **ГРУДЕНЬ**

Останні три місяці календарного року
— це дуже важливий період для продавців,
оскільки в цей час отримується основний
прибуток за рік



31 ЖОВТНЯ

ГЕЛЛОВІН

27 ЛИСТОПАДА

ЧОРНА П'ЯТНИЦЯ

25 ГРУДНЯ

РІЗДВО

1 СІЧНЯ

НОВИЙ РІК

26 ЛИСТОПАДА

ДЕНЬ ПОДЯКИ

30 ЛИСТОПАДА

КІБЕРПОНЕДІЛОК

1 ПОБУДОВА СТРАТЕГІЇ

Сформуйте план дій:

- Аналіз;
- SEO;
- Побудова стратегії;
- Фінанси;
- Реклама;
- Складські запаси.

Це **допоможе** уникнути хаосу й перевантаження, а також **підвищить шанси** виконати всі замовлення вчасно.

ВИРОБНИЦТВО ТОВАРІВ НАПЕРЕД

2

Створіть певну кількість **"готових до відправки"** позицій ще у вересні-жовтні щоб забезпечити швидку відправку.

Також **рекомендуємо** надіслати популярні товари на склад **Fulfilment** в США/Європу, це подовжить термін, до якого ви зможете приймати замовлення, щоб клієнт встигнув отримати товар до свята чи події.

3 ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ

Визначте: **цілі, бюджет на рекламу, інвестиції та витрати.**

Це дозволить контролювати прибутковість та більш **ефективно інвестувати** в розвиток свого Etsy магазину.

Наприклад, прорахуйте раціональність відправлення великої партії товарів на склад в США.

4 АНАЛІЗ СТАТИСТИКИ ЗА МИНУЛІ РОКИ



Проаналізуйте 4 квартал **минулого року**, правильний аналіз і зроблені висновки – це велика частина успіху вашого Etsy магазину.

Почніть з аналізу свого магазину, конкурентів, зберіть статистику з **eRank, Marmalead і EtsyHunt.**

На основі аналізу сформулюйте **основні задачі**, які вам треба зробити, щоб бути конкурентними на Etsy у цей період.

5 ФОРМУВАННЯ СЕМАНТИЧНОГО ЯДРА

SEO на Etsy починається з правильно сформованого семантичного ядра.

Зберіть максимальну кількість ключових слів, наприклад, **завдяки сервісу Erank** під кожне свято та подію, це допоможе структурувати просування лістингів та підготовку у 4 кварталі.

Ви можете розподілити теги по групах у залежності під яке свято вони підходять.



ООНОВЛЕННЯ АСОРТИМЕНТУ 6

Створюйте **нові продуктові лінійки** під свята та події, щоб розширити цільову аудиторію, покращити вашу існуючу пропозицію, виділитись серед конкурентів та **збільшити зацікавленість покупців.**

Плануйте оновлення асортименту **заздалегідь**, бо лістингам ще потрібен **час на ранжування.**

7 ЗАВЧАСНЕ ДОДАВАННЯ ЛІСТИНГІВ

Щоб ефективно працювати з **сезонними трендами** на Etsy, розміщуйте лістинги завчасно — платформі потрібно **до 90 днів** для аналізу, тому, наприклад, різдвяні товари варто викладати вже **у вересні/жовтні**.

Використовуйте eRank (**вкладка Trends та Trend Buzz**), щоб відстежувати топ-запити й динаміку їхньої популярності, так ви зможете зрозуміти, коли **починається попит** на ваші товари.

8 ОПТИМІЗАЦІЯ ЛІСТИНГІВ

Оптимізуйте заголовки, теги, описи, атрибути лістингів, категорії, адже саме вони впливають на релевантність і відображення у пошуку.

ЗАГОЛОВОК

Обов'язково використовуйте сезонні та святкові теги в заголовку.

Наприклад:

Personalized crochet reindeer, Christmas gift for grandson, organic baby toys, Christmas nursery decor, baby first gift

ОПИС

У першому абзаці інтегруйте сезонні теги природно, щоб підвищити видимість товару в пошуку. Текст має бути живим, емоційним і привабливим для покупця — не просто набір ключових слів, а коротка історія або опис користі.

Важливо одразу зазначити, для кого цей товар, яке свято він доповнює і чому його варто купити саме зараз.

ТЕГИ

Під час додавання нових товарів або оновлення лістингів, які не приносять продажів, важливо використовувати святкові пошукові запити в тегах. Це підвищує шанси з'явитися в сезонних результатах пошуку, привертає більше уваги до товару та допомагає збільшити трафік і продажі.

Наприклад: christmas decor, baby first christmas, dog christmas ornament, halloween suncatcher, halloween wreath, thanksgiving decorations

АТРИБУТИ

Заповнюйте всі доступні атрибути максимально повно: **матеріали, колір, персоналізація, свято, стиль**, для кого призначено — це допоможе товару потрапити у відповідні фільтри та вплине на оптимізацію вашого лістингу в пошуковій системі.

КАТЕГОРІЇ

Ми радимо тестувати різні категорії розміщення лістингів на Etsy, бо це дозволяє **розширити цільову аудиторію** та залучити більше трафіку.

Наприклад, один і той самий товар можна продавати, як декор для дому і в категорії подарунків.

9



СВЯТКОВИЙ ВІЗУАЛ

Святковий контент відіграє **ключову роль** у залученні клієнтів та підвищенні **результативності** вашого магазину.

Важливо заздалегідь підготувати фотографії та відео під конкретні святкові події, оскільки це значно **впливає на конверсію** лістингів у пошуковій системі та на рекламі.

Святковий контент на Etsy **значно підвищує** конверсію завдяки створенню емоційного зв'язку з покупцями. Лістинг краще привертає увагу в першу чергу через тематичні зображення.



ІНФОГРАФІКИ

Обов'язково додавайте інфографіку, яка **полегшить** клієнту вибір — чи то **варіанти кольору, чи додаткові послуги**, такі як гравіювання або інші персоналізовані опції.

В інфографіках вказуйте **основні переваги** товару, щоб клієнт точно про них дізнався, бо не завжди покупці читають детально опис товару.

Також можете створити інфографіку, чому товар буде **чудовим подарунком**, якщо ваші товари підходять для цього.



Оновлюйте банери **під кожну подію**, оскільки це впливає на конверсію магазину, коли клієнт перейде на головну сторінку, він повинен зрозуміти, що у вас зараз, **наприклад**, різдвяна акція, побачити ваші топові товари, переваги та інші важливі моменти.

Банер на свята має бути **яскравим і читабельним**, передавати атмосферу свята, із інформацією **про акцію**, яка у вас зараз проходить.



Створюйте **окремі секції** магазину для різних категорій подарунків і святкових товарів — це допоможе покупцям швидше знаходити потрібне та **підвищить видимість** у пошуку, оскільки це впливає на ранжування.

Оптимізуйте секції під ключові слова, відстежуйте їхню ефективність і за потреби оновлюйте або додавайте нові, орієнтуючись **на тенденції** та інтереси клієнтів.

13 ПЕРСОНАЛІЗОВАНІ ПОДАРУНКИ

Персоналізовані товари особливо популярні на свята, адже додають подарунку **унікальності**, а головне підвищують конверсію лістингу.



Покажіть покупцям можливості персоналізації **через інфографіку** чи приклади готових виробів та чітко вказуйте терміни виготовлення.

14 ПОДАРУНКОВІ НАБОРИ



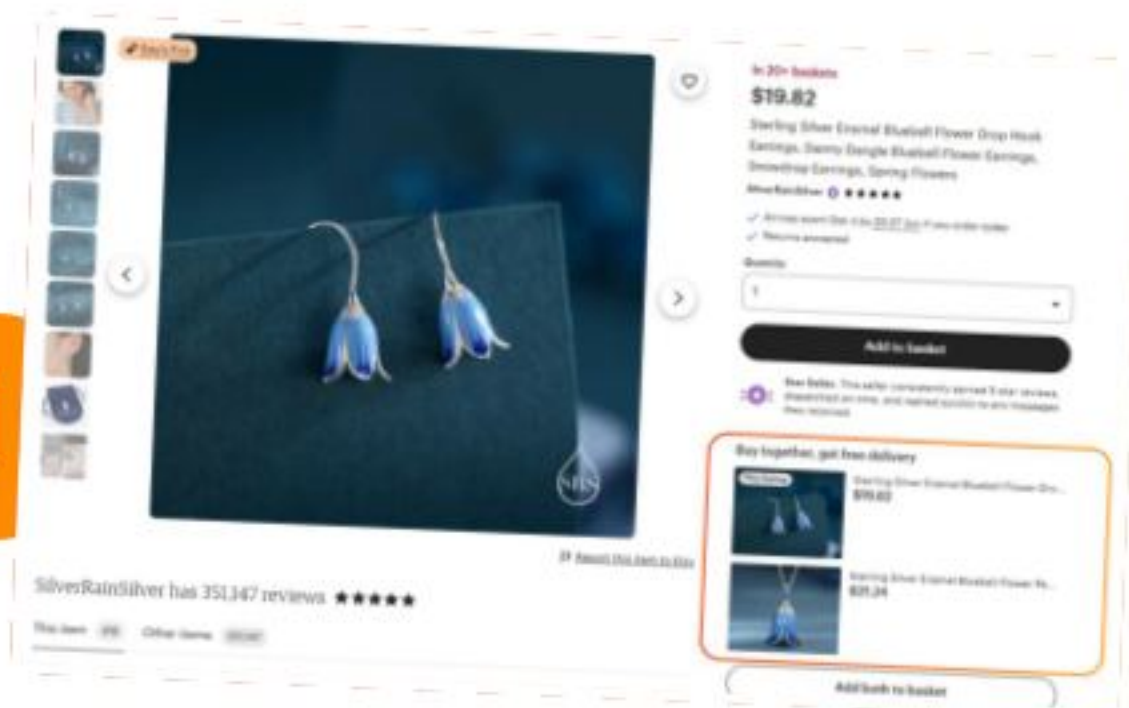
Готуйте святкові набори товарів у **стильній упаковці** з листівкою та декоративними елементами — це **спрощує** вибір подарунка і робить його привабливішим.

Додавайте **детальний** опис складових, щоб покупці чітко розуміли, що входить у набір. Такі рішення не лише задовольняють попит, а й підвищують **середній чек**.

15

ДОПРОДАЖІ

(Upsell & Cross-sell)



Стимулюйте додаткові продажі за рахунок внутрішніх інструментів Etsy або варіацій в лістингу. Пропонуйте **додаткові аксесуари** як варіанти або супутні товари.

Створюйте варіації, які включають ці **доповнення** — так клієнт зможе одразу оформити повноцінне святкове замовлення, не шукаючи окремо пакування чи супутні дрібниці.

Це підвищує зручність та **середній чек** без залучення додаткового трафіку.



РЕКЛАМА

ETSY ADS

16

Реклама на Etsy особливо важлива у 4 кварталі, тому розробіть **чітку стратегію** з акцентом на сезонні ключові слова у заголовках, описах і тегах.

Слідкуйте за **CTR і ROAS**, щоб контролювати ефективність бюджету та вчасно коригувати кампанії, важливо **регулярно** працювати над оптимізацією Etsy Ads, якщо ви хочете досягнути **максимальної результативності**.

РОЗВИТОК ТА ВЕДЕННЯ ПІД КЛЮЧ



Якщо вам потрібна допомога в підготовці до 4-го кварталу, то напишіть мені у Direct.



КУПОН



НА ПОВТОРНУ ПОКУПКУ

Налаштуйте **автоматичну розсилку** купонів після відправки замовлення — Etsy самостійно надішле клієнту знижку як подяку за покупку.

Зробіть купон більшим за вашу стандартну знижку — Etsy не поєднує знижки, тож варто встановити **25–30%**, якщо в магазині вже є постійна знижка 20%.

Це ненав'язливий спосіб **повернути клієнта**, підвищити повторні продажі та сформувати лояльність.



18

КУПОН НА ЗАЛИШЕНИЙ ТОВАР У КОШИКУ

Etsy автоматично надсилає його клієнту як **нагадування** через 3 години після додавання.

Зробіть знижку привабливою — наприклад, 10%, щоб спрацював психологічний ефект “вигідної нагоди” **(+ 10% до постійної знижки)**.

Цей процес **повністю автоматизований** Etsy, вам потрібно лише один раз увімкнути функцію — і ви не втратите потенційні продажі.

КУПОН

НА ТОВАРИ, ДОДАНІ У ФАВОРИТИ

19

Налаштуйте купон для тих, хто **додає товар** у “вибране” — Etsy автоматично надішле знижку таким користувачам.

Це м’який спосіб **нагадати** про товар, який уже викликав інтерес, але не був куплений.

Вигідна пропозиція у потрібний момент може стати вирішальним аргументом для покупки.

20

ІНСТРУМЕНТ “РАЗОМ З ЦИМ КУПУЮТЬ”

Створюйте логічні **комплекти** товарів — це зручно та виглядає як готове рішення. Встановіть більшу знижку на купівлю комплекту. Клієнт **економить час** і отримує вигідну пропозицію, а ви — **збільшуєте** середній чек замовлення.

21

ЗНИЖКА НА КІЛЬКІСТЬ ТОВАРІВ У КОШИКУ



Etsy показує клієнту повідомлення типу: **«Додайте ще 1 товар — і отримаєте 10% знижки»**. Ефект гри та залучення, який спонукає покупця шукати, що ще додати в кошик. Найкраще працює для невеликих товарів — **декору, прикрас, іграшок**, які легко комбінувати. Цей прийом підвищує мотивацію до покупки та збільшує **середній чек** без тиску.

mashtab **22** **ЗНИЖКА** **ВІД ПЕВНОЇ** **СУМИ ПОКУПКИ**

Etsy показує: *«Додайте товарів ще на \$50 — і отримаєте 35% знижки».*

Комбіновані покупки виглядають **вигідніше**, тому клієнт охочіше додає ще товари у кошик.

Це вмикає бажання зекономити по-крупному — клієнт починає переглядати товари, щоб **“дотягнути”** до знижки.

23 **АВТОВІДПОВІДІ** **— ВАШ ПОРЯТУНОК**



Автовідповіді на Etsy допомагають **підтримувати зв'язок** із покупцями навіть тоді, коли ви не можете відповісти особисто.

Важливо, щоб текст був коротким, ввічливим і містив основну інформацію: подяку за повідомлення, час, **коли ви зможете відповісти**.

Автовідповідь підтверджує, що повідомлення отримане, і **знижує ризик** негативного досвіду покупця.

Регулярно оновлюйте текст під свята, акції або зміну режиму роботи, уникаючи надто шаблонних фраз. Звичайно краще відповідати кожному клієнту одразу, **але розуміємо**, що не завжди є така можливість.



Trash

Mark Unread



Great, thank you! Your bags look

12:54 PM



Temporary auto-reply

Use this when you'll be away for a few hours or up to five days.

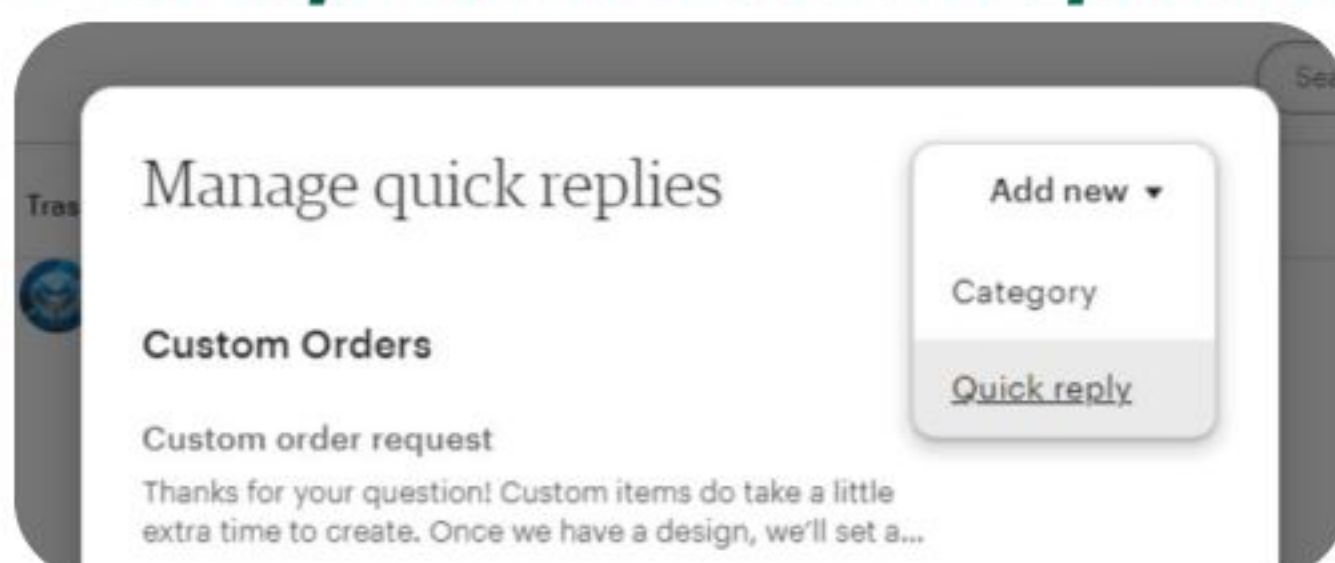
Weekly auto-reply **New**

Set your weekly availability to send auto-replies when you're usually offline.

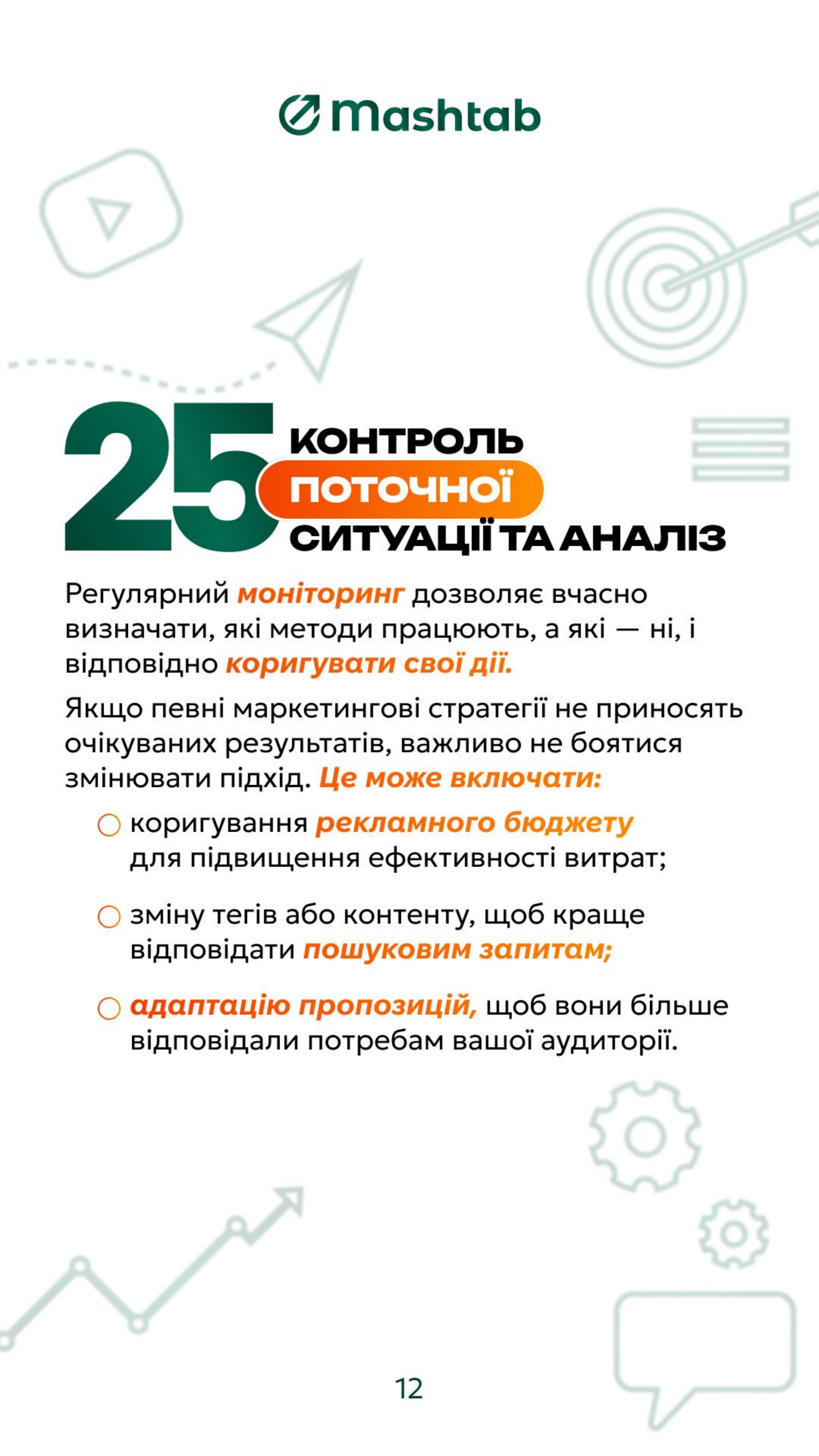
Наприклад:**“Привіт! Дякуємо за ваше звернення 🙌****Ми обов'язково відповімо найближчим часом.****Зазначимо терміни доставки — стандартно
це __ днів.****Для персоналізованих замовлень — __ днів.**
24**ШАБЛОНИ
ВІДПОВІДЕЙ
НА ПОПУЛЯРНІ
ЗАПИТИ**

Готові відповіді на Etsy — це ваш спосіб **швидко і професійно** реагувати на типові запитання покупців, не витрачаючи час на написання одного й того самого **повідомлення кожному клієнту**.

Такі **шаблони дозволяють** одразу надати інформацію про **терміни доставки, наявність товару, умови повернення або персоналізацію замовлення**.



Вони допомагають підтримувати **високий рівень** обслуговування, роблять спілкування з покупцями **швидким і послідовним**, а також знижують ризик помилок у відповідях.

The background of the slide is decorated with several light green line-art icons: a play button, a paper airplane, a target with an arrow, a hamburger menu, a gear, a speech bubble, and a line graph with an upward arrow.

25 **КОНТРОЛЬ ПОТОЧНОЇ СИТУАЦІЇ ТА АНАЛІЗ**

Регулярний **моніторинг** дозволяє вчасно визначати, які методи працюють, а які — ні, і відповідно **коригувати свої дії**.

Якщо певні маркетингові стратегії не приносять очікуваних результатів, важливо не боятися змінювати підхід. **Це може включати:**

- коригування **рекламного бюджету** для підвищення ефективності витрат;
- зміну тегів або контенту, щоб краще відповідати **пошуковим запитам**;
- **адаптацію пропозицій**, щоб вони більше відповідали потребам вашої аудиторії.



Використайте цей період на повну:

застосовуйте всі поради з нашого чек-листа, щоб підготувати магазин до зростання продажів.

РОЗВИТОК ТА ВЕДЕННЯ **ПІД КЛЮЧ**

Якщо вам потрібна допомога в підготовці до 4-го кварталу, то **напишіть мені у Direct.**