БЕЗКОШТОВНА ШПАРГАЛКА ДЛЯ ПРОДАВЦІВ

20 AI-промтів для описів товарів, які продають і знаходяться в пошуку

Скопіюйте, вставте, замініть те, що в [дужках]. Працює в ChatGPT, Claude і Gemini. Підходить для Prom, Rozetka, Хорошопу, Shopify, WooCommerce, Etsy, Amazon і Google Покупок.

Головне правило: ШІ пише добре тільки з реальних фактів. Завжди вставляйте справжні характеристики, матеріали, розміри і 3-5 відгуків покупців. Без них ШІ вигадує деталі, а неправильний розмір чи вигадане «сертифіковано» коштують вам повернень, поганих відгуків, а іноді й блокування товару.

КРОК 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕД ТЕКСТОМ

1 Знайдіть слова, якими говорять ваші покупці

```
Ось відгуки покупців про [товар] з мого магазину і в конкурентів: [вставте відгуки]. Випиши точні фрази, якими люди описують свою проблему, що їм сподобалось і що розчарувало. Згрупуй: болі, бажаний результат, сумніви. Залиш їхні слова, не переписуй.
```

Опис словами самого покупця продає краще за будь-яку «найвищу якість».

2 Знайдіть, про що забули конкуренти

```
Порівняй ці 3 описи [товару] у конкурентів: [вставте]. Які питання залишаються в покупця після прочитання? Яких переваг і характеристик бракує? Дай 5 ідей, як виділитися, по одному реченню.
```

3 Ключові слова з реальних запитів

```
Я продаю [товар] для [аудиторія] в [країна]. Запропонуй 20 пошукових фраз, які люди вводять, коли вже готові купити (а не просто читають). Розділи на: тип товару + характеристика, від проблеми, порівняння, подарунок/привід. Познач 5 найбільш «купівельних».
```

Перевірте частоту в Google Keyword Planner або в пошуковому рядку маркетплейсу.

4 Зрозумійте, для кого ви пишете

```
Опиши 2 типових покупців [товару] за [ціна]. Для кожного: що підштовхує до покупки, чого боїться, з чим порівнює, і одне речення, після якого він натисне «Купити».
```

КРОК 2. ПИШЕМО КАРТКУ

5 Назва товару, яку знаходять і на яку натискають

```
Напиши 5 назв для [товар] у такому порядку: тип товару + бренд + модель + ключова характеристика (розмір, матеріал, колір) + головна перевага. До [100 для Prom / 150 для Google Покупок] символів. Ключове слово [головний запит] у перших 40 символах. Без капсу і емодзі.
```

6 Опис, що починається з вигоди

```
Напиши опис для [товар] з цих фактів: [характеристики]. Структура: 1 вступне речення з головним результатом для покупця, 3 короткі абзаци (яку проблему вирішує, як працює, що в комплекті), потім короткий список характеристик. Тон: [дружній / експертний / преміальний]. 120–180 слів. Не додавай жодного факту, якого немає в моєму списку.
```

7 Перетворіть характеристики на вигоди

```
Ось характеристики [товару]: [список]. Для кожної напиши один пункт: характеристика, потім «тому ви...» з конкретною користю в житті. До 15 слів на пункт.
```

«Водовідштовхувальна тканина» каже мало. «Водовідштовхувальна тканина, тому дитина не промокне під раптовим дощем» продає.

8 Title і description для Google

```
Напиши 3 варіанти SEO-заголовка (до 60 символів) і опису (до 155 символів) для сторінки товару: [товар, головний запит, 2 ключові переваги, доставка або гарантія]. Опис має закінчуватись м'яким закликом до дії.
```

9 Картка для маркетплейсу за один раз

```
Створи повну картку для [Prom / Rozetka / Etsy / Amazon] для [товар] з цих фактів: [характеристики]. Включи: назву в межах ліміту платформи, 5 пунктів переваг, опис і [заповнені характеристики для фільтрів / теги]. Дотримуйся правил платформи, без «найкращий» чи «№1».
```

10 Коротка версія для телефону і реклами

```
Скороти цей опис до 2 речень, які людина прочитає за 5 секунд на телефоні: [опис]. Залиш головну вигоду і один доказ (цифра, матеріал, гарантія).
```

11 Блок питань і відповідей, що знімає сумніви

```
На основі цих відгуків і питань [вставте] напиши 6 питань і відповідей для сторінки [товару]. Коротко і чесно. Додай доставку, розмір або сумісність, повернення і догляд, якщо це доречно.
```

Кожне питання з відповіддю мінус одне повідомлення в чат і мінус один покинутий кошик.

КРОК 3. ПОКРАЩУЄМО ТЕ, ЩО ВЖЕ Є

12 Унікальний текст замість опису постачальника

```
Це опис постачальника, який використовують ще 50 магазинів: [вставте]. Перепиши його повністю для мого магазину [назва, аудиторія]. Збережи всі факти, зміни структуру і слова, додай вигоди для покупця. Жодне речення не має повторювати оригінал.
```

Однаковий текст у десятках магазинів заважає вашій сторінці виділитися в пошуку.

13 Приберіть «запах ШІ»

```
Відредагуй текст, щоб він звучав, ніби його написав справжній власник магазину: [текст]. Прибери штампи на кшталт «ідеальне поєднання», «підніміть на новий рівень», «незамінний помічник». Короткі речення, конкретні деталі, без знаків оклику.
```

14 Відповідь на головний сумнів

```
Головна причина, чому не купують [товар]: [ціна / сумнів щодо розміру / термін доставки]. Напиши короткий абзац для сторінки товару, який чесно відповідає на цей сумнів, з одним конкретним доказом.
```

15 Адаптація під інший ринок

```
Адаптуй цей опис для покупців у [країна] мовою [мова]: [текст]. Місцеві одиниці виміру, місцеві пошукові фрази і природний тон, а не дослівний переклад.
```

16 Зручно читати з телефону

```
Переформатуй опис для легкого читання: [текст]. Короткі абзаци, жирний перший рядок, характеристики списком, головна вигода в перших 2 рядках. Факти не змінюй.
```

КРОК 4. МАСШТАБ І ПЕРЕВІРКА

17 Описи оптом з таблиці

```
Я вставлю рядки з таблиці товарів: [назва, бренд, матеріал, розмір, колір, ціна]. Для кожного рядка напиши назву (до 70 символів) і опис на 60 слів за однією структурою. Поверни таблицю, яку я вставлю назад у файл імпорту.
```

Перевірте 5 випадкових рядків вручну. Саме в масовій генерації ховаються помилки ШІ.

18 Назви для Google Покупок

```
Перепиши ці назви товарів для Google Merchant Center: [назви]. Порядок: бренд + тип товару + ключові характеристики (розмір, колір, матеріал, модель) + стать чи вік, якщо важливо. До 150 символів, найважливіші слова на початку, без «знижка» чи «безкоштовна доставка».
```

У Google Покупках назва працює як ключове слово. Одна хороша назва може дати більше кліків за той самий бюджет.

19 Alt-тексти для фото товару

```
Напиши alt-текст для цих фото [товару]: [опишіть кожне фото]. До 125 символів кожен, описуй те, що реально видно, назву товару один раз, без «зображення».
```

20 Фінальна перевірка перед публікацією

```
Ти суворий редактор. Перевір картку за цими фактами [характеристики]: випиши кожне твердження без підтвердження, кожну розбіжність між назвою, описом і характеристиками, слова, що можуть порушити правила [платформи], і помилки. Не переписуй, тільки список проблем.
```

Цей промт ловить найдорожчі помилки: неправильні розміри, суперечливі характеристики і порушення правил.

Хочете, щоб хтось свіжим оком глянув ваш магазин? Допомагаю магазинам з рекламою Google, Google Покупками, Merchant Center, SEO і картками товарів на Prom, Rozetka, Хорошопі, Shopify і WooCommerce. Надішліть посилання на одну сторінку товару, і я скажу, що змінив би першим.

Роман · seoroman.com · Telegram @seo5800