



Чек-лист

# Как запустить свой интернет-магазин

9 шагов, чтобы начать продавать  
товары на собственном сайте

# Содержание

1. Проверяем, что товары можно продавать через интернет .....	3
2. Выбираем конструктор, платформу или CMS для сайта .....	4
2.1 Конструкторы .....	4
2.2 Платформенные решения .....	6
2.3 CMS – Content Management System или система управления контентом .....	8
2.4 Выбираем хостинг .....	10
3. Выбираем и регистрируем домен .....	11
4. Определяем структуру сайта .....	12
5. Готовим контент для сайта .....	13
6. Подключаем онлайн-кассы .....	15
7. Выбираем службу доставки .....	18
8. Добавляем технические детали .....	19
9. Соблюдаем юридические формальности .....	20

# 1. Проверяем, что товары можно продавать через интернет

По закону в России нельзя дистанционно продавать некоторые товары.

Убедитесь, что вы не собираетесь предлагать на сайте позиции из этого списка.

## Категории товаров, запрещённых для дистанционной торговли в России:

- алкогольная и табачная продукция;
- лекарства и лекарственное сырьё;
- БАДы;
- видеокамеры и диктофоны для скрытого применения: микронаушники, очки или часы со встроенной камерой;
- драгоценные камни и редкие металлы;
- вооружение и всё, что с ним связано: результаты исследований по его созданию, боеприпасы, любые виды оружия, включая сувенирное и охотничье, но исключая кухонные, канцелярские и перочинные ножи;
- взрывчатые и легковоспламеняющиеся вещества;
- яды, боевые отравляющие вещества, наркотики;
- рентгеновское оборудование, приборы и оборудование с использованием радиоактивных веществ и изотопов;
- шифровальная техника;
- рыболовные сети и материалы для них, электроудочки;
- животные и растения, входящие в Красную книгу, изделия из их шкур и кости;
- оборудование для азартных игр и лотерей;
- всё, что связано с оккультной тематикой и нетрадиционной медициной;
- всё, что запрещено к продаже в России, связано с запрещёнными в России организациями или нарушает права третьих лиц – например, контрафакт или товары с нацистской символикой

## 2. Выбираем конструктор, платформу или CMS для сайта

Следующий шаг – выбрать инструмент для создания сайта. Мы разделили их на три категории: конструкторы, платформы и CMS. В этом пункте кратко пройдёмся по всем и обсудим, кому они будут наиболее полезны.

### 2.1 Конструкторы

- 1) **Кому подходят.** Новичку в интернет-торговле, который рассчитывает на небольшое количество заказов на старте.
- 2) **Плюсы.** Сайты в конструкторах чаще всего создаются без программирования, просто перетаскивая блоки в визуальных редакторах. Их несложно освоить, даже если нет опыта в веб-дизайне.
- 3) **Минусы.** Конструкторы не заточены под интернет-магазины: в них создают и одностраничники, и блоги. Поэтому они ограничены по функциональности и интеграциям. Не с каждым получится связать сервисы для учёта, маркетинговых активностей и аналитики.
- 4) **Нужен ли хостинг.** С конструкторами не нужно тратиться на хостинг. То есть, они сами позаботятся о хранении файлов для вашего сайта, отдельно платить какой-то другой организации не нужно.

Популярные конструкторы сайтов, в которых получится собрать интернет-магазин:

**Wix** Wix  
[ru.wix.com](http://ru.wix.com)

Плюсы	Минусы
<ul style="list-style-type: none"><li>• больше функций и интеграций, чем у других конструкторов из-за библиотеки собственных приложений;</li><li>• больше шаблонов, чем у других конструкторов.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• некоторые шаблоны и интеграции будет чуть труднее настроить, чем в других конструкторах, если совсем нет опыта в веб-дизайне;</li><li>• много шаблонов с несовременным дизайном.</li></ul>



Tilda Publishing

[tilda.cc](http://tilda.cc)

Плюсы	Минусы
<ul style="list-style-type: none"><li>интуитивный и простой интерфейс: подойдёт новичку в веб-дизайне;</li><li>сайт будет выглядеть красиво без усилий: все стандартные блоки созданы с хорошим дизайном и типографикой.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>меньше функций и интеграций, чем у Wix, но достаточно для первого интернет-магазина;</li><li>меньше шаблонов, чем у других конструкторов;</li><li>большинство блоков в конструкторе заточены под лендинги и блоги, а не под интернет-магазины.</li></ul>



LPgenerator

[lpgenerator.ru](http://lpgenerator.ru)

Плюсы	Минусы
<ul style="list-style-type: none"><li>много встроенных инструментов для работы с заказами на сайте: CRM, анализ конверсий, подсчёт эффективности рекламных кампаний.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>большинство блоков в конструкторе заточены только под лендинги;</li><li>в интерфейсе труднее разобраться, если совсем нет опыта в веб-дизайне;</li><li>нет бесплатного тарифа.</li></ul>

## 2.2 Платформенные решения

- 1) **Кому подходят.** Новичку, который планирует принимать большое количество заказов или уже владеет онлайн-бизнесом и пользуется ИТ-системами, например, для складского учёта или маркетинга.
- 2) **Плюсы.** Это комплексные решения, в которых больше интеграций, чем в конструкторах и более мощная инфраструктура. Они приспособлены для интернет-торговли: выдержат десятки заказов в час и не будут тормозить, если добавите несколько сотен товаров.
- 3) **Минусы.** Обычно они стоят дороже конструкторов, но это зависит от конкретной ситуации.
- 4) **Нужен ли хостинг.** С платформенными решениями тоже не нужно платить за хостинг.

**Популярные платформы для создания интернет-магазинов:**



**Ecwid**

[ecwid.ru](http://ecwid.ru)

Плюсы	Минусы
<ul style="list-style-type: none"><li>• есть бесплатный тариф на 10 товаров;</li><li>• можно создать сайт, а можно встроить модуль Ecwid на уже готовый сайт, например, созданный в конструкторе.</li><li>• можно управлять сайтом с мобильного приложения;</li><li>• можно загружать товары на маркетплейсы – Яндекс.Маркет, eBay, Amazon – и в витрины во Вконтакте и на Facebook.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• много ограничений на базовых тарифах: ими невыгодно пользоваться;</li><li>• меньше возможностей в редакторе сайтов: сложнее сделать магазин с индивидуальным дизайном.</li></ul>

Плюсы	Минусы
<ul style="list-style-type: none"><li>интеграции с большинством CRM и других ИТ-систем для бизнеса;</li><li>можно выгружать товары на маркетплейсы: Яндекс.Маркет, AliExpress, Ozon.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>ограниченные возможности для SEO-оптимизации на базовых тарифах;</li><li>часть интеграций платные: их нужно докупать в магазине приложений.</li></ul>

## ADVANTSHOP

[advantshop.net](http://advantshop.net)

Плюсы	Минусы
<ul style="list-style-type: none"><li>можно выгружать товары на маркетплейсы: Яндекс.Маркет и Avito.</li><li>простой интерфейс;</li><li>тарифы чуть ниже конкурентов.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>меньше шаблонов для мобильной версии сайта по сравнению с другими платформами для интернет-магазинов</li></ul>

## 2.3 CMS – Content Management System или система управления контентом

- 1) **Кому подходят.** Человеку с опытом в веб-дизайне, который хочет сделать интернет-магазин более индивидуальным, настроить его под свои задачи.
- 2) **Плюсы.** В CMS больше возможностей для настройки, более гибкая функциональность.
- 3) **Минусы.** Если у вас нет опыта, то на освоение CMS потребуется потратить много времени или нанять фрилансера, чтобы он создал сайт и показал, как загружать туда контент.
- 4) **Нужен ли хостинг.** Если решили делать сайт на CMS, придётся платить за хостинг.

### Популярные CMS:



Плюсы	Минусы
<ul style="list-style-type: none"><li>• самая популярная CMS, больше всего шаблонов и плагинов;</li><li>• при достаточном уровне владения имеет неограниченные возможности и по дизайну, и по функциональности;</li><li>• минимальный набор функций доступен бесплатно.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• чтобы собрать современный интернет-магазин, придётся подключить несколько плагинов, с этим трудно разобраться без опыта;</li><li>• большинство полезных плагинов и шаблонов нужно докупать;</li><li>• большое количество сторонних плагинов может привести к проблемам с безопасностью сайта.</li></ul>



Плюсы	Минусы
<ul style="list-style-type: none"><li>• не нужно докупать шаблоны и плагины, всё доступно за фиксированный тариф;</li><li>• русскоязычная поддержка 24/7.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• будет сложнее найти фрилансера или разработчика, чем для WordPress;</li><li>• некоторые функции придётся разрабатывать дольше, чем на WordPress, потому что у Битрикса нет такого количества плагинов;</li><li>• может быть более ресурсозатратной по сравнению с другими CMS, потребуется тратить больше денег на хостинг.</li></ul>



[opencart.com](http://opencart.com)

Плюсы	Минусы
<ul style="list-style-type: none"><li>• эта CMS заточена под запуск интернет-магазинов;</li><li>• основная функциональность доступна бесплатно;</li><li>• имеет несколько тысяч расширений: меньше, чем плагинов WordPress, но, достаточно для любого интернет-магазина.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• чтобы настроить шаблоны под себя, нужно разбираться в вёрстке и редактировать код;</li><li>• есть необходимость покупать расширения, хотя большинство из них бесплатные.</li></ul>

## 2.4 Выбираем хостинг

Если решили делать сайт на CMS, нужно платить за хостинг. То есть чтобы размещать файлы сайта в интернете, вам потребуется арендовать место на сервере. Чтобы выбрать хостинг, учитывайте:

- 1) объём дискового пространства, который необходим вам для сайта;
- 2) уровень технической поддержки хостинга — изучите отзывы и рейтинг;
- 3) цену.

### Популярные хостинги

[Beget.ru](#)

[Sprinthost.ru](#)

[Timeweb.com](#)

[REG.ru](#)

[Nic.ru \(Ru-Center\)](#)

[AdminVPS.ru](#)

[Mchost.ru](#)

[Sprintbox.ru](#)

### 3. Выбираем и регистрируем домен

Домен, доменное имя или доменный адрес – то, что вы вбиваете в адресную строку браузера. Когда выбираете домен, учитывайте следующие факторы:

- домен должен легко восприниматься на слух;
- домен не должен быть слишком длинным – оптимально до 25–30 символов;
- если домен на латинице, он должен легко читаться, даже если человек не знает английского;
- домен не должен быть слишком похож на названия конкурентов, иначе в поисках вашего сайта клиенты могут зайти на другие магазины.

Когда придумаете домен, действуйте так:

- [проверьте](#), не занят ли домен;
- зайдите на любой популярный регистратор и арендуйте домен на год;
- если есть возможность, купите домены во всех популярных зонах – ru, com, рф, – а ещё варианты со схожими названиями: так посетители точно попадут к вам, даже если незначительно ошибутся в домене, а конкуренты в будущем не смогут создать копию вашего сайта на похожем домене;
- привяжите домен к конструктору, платформе или разверните там CMS, которую вы выбрали.

Популярные регистраторы доменов:

[REG.ru](#)

[Nic.ru \(Ru-Center\)](#)

[GoDaddy.com](#)

[Domain.com](#)

## 4. Определяем структуру сайта

Продумайте, какие страницы должны быть на сайте. Используйте в качестве ориентиров сайты небольших интернет-магазинов, которые вам нравятся.

Как правило, на сайте интернет-магазина есть такие страницы:

- главная;
- каталог товаров;
- отдельные страницы для крупных категорий товаров;
- страницы для каждого товара;
- условия доставки и оплаты;
- страницы, связанные с оформлением заказа;
- страница контактов.

### Лайфхак

Если хотите добавить на сайт ещё несколько страниц, например, блог со статьями, лендинги или дополнительные страницы для разных групп товаров, нарисуйте взаимосвязи всех частей сайта на бумажке. Так будет проще ориентироваться в структуре сайта, если она получится многоуровневой.

## 5. Готовим контент для сайта

Напишите тексты для всех страниц, которые были в структуре.

**Что по закону должно быть указано на сайте интернет-магазина:**

- полное название организации продавца или имя предпринимателя с данными о регистрации и фактическим адресом;
- подробное описание товаров: характеристики, страна-производитель, цена, срок годности и гарантии;
- информация о лицензиях и разрешениях на торговлю, если они требуются, также информация о сертификатах качества товаров;
- порядок доставки товаров: есть ли возможность самовывоза из офиса/склада, есть ли курьерская доставка;
- порядок оплаты товаров – все доступные варианты: например, наложенным платежом, банковским переводом на расчётный счёт компании, картой;
- порядок возврата некачественных товаров;
- порядок отмены платежа

**Рекомендуем также описать:**

- чем товары отличаются от конкурентов;
- как оформить и отменить заказ на сайте;
- какие есть скидки и спецпредложения;
- как оставить обратную связь: написать отзыв или письмо;

**Подготовьте изображения для сайта:**

- фотографии товаров;
- логотип магазина;
- дополнительные изображения, которые служат элементами дизайна: иконки, пункты меню, оформление шапки и подвала сайта, если необходимо

Теперь перенесите контент в тот инструмент, который вы используете для создания сайта

Если работаете в конструкторе или на платформенном решении, выберите шаблон, который лучше всего подходит под вашу задачу. Если выбрали CMS, подключите нужные плагины и создайте индивидуальный дизайн. Не забудьте:

- вычитать текст перед публикацией с помощью корректора или [сервиса Орфограммка](#);
- предусмотреть навигацию — меню сбоку или сверху;
- проверить размер текста и качество изображений на мобильной версии;
- протестировать добавление товаров в корзину

## 6. Подключаем онлайн-кассы

Чтобы легально принимать оплаты клиентов через интернет и отчитываться перед ФНС, нужна онлайн-касса. Она отправит информацию о платеже в налоговую, а для клиента создаст чек и отправит на электронную почту. Без онлайн-кассы нельзя дистанционно продавать товары.

Функциональность у всех онлайн-касс одинаковая: получать информацию об оплатах, печатать чеки или отправлять виртуальные чеки через интернет. Они отличаются по стоимости и по количеству интеграций с платёжными сервисами.

У большинства поставщиков кассы можно купить или арендовать.

### Популярные регистраторы доменов:



[atol.ru](http://atol.ru)

Плюсы	Минусы
<ul style="list-style-type: none"><li>интеграция с большинством платёжных сервисов</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>менее современные терминалы, чем у некоторых конкурентов</li></ul>



[evotor.ru](http://evotor.ru)

Плюсы	Минусы
<ul style="list-style-type: none"><li>есть магазин приложений, которые упрощают маркетинг, товарный учёт и программу лояльности</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>большинство приложений из магазина ориентированы не на интернет-торговлю, а на физические точки продаж;</li><li>сравнительно высокие тарифы.</li></ul>



## Модулькасса

[modulkassa.ru](http://modulkassa.ru)

Плюсы	Минусы
<ul style="list-style-type: none"><li>• упрощённая интеграция с Яндекс.Кассой, Монетой.ру, Робокассой и Вебмани;</li><li>• сравнительно низкие тарифы.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ограниченное количество приложений для кассы</li></ul>

### Чтобы принимать оплаты через онлайн-кассу:

- оформите квалифицированную электронную подпись;
- купите онлайн-касси;
- купите фискальный накопитель;
- включите и настройте кассу;
- оформите договор интернет-эквайринга с банком или подключитесь к платёжному сервису – Яндекс.Кассе, Робокассе, PayPal и другим;
- подключите платёжный сервис к сайту

Если вы собираетесь принимать платежи только на сайте, вам необязательно покупать или арендовать полноценный терминал – будет достаточно облачной кассы. Механизм работает точно так же, но вы не сможете печатать физические чеки, только отправлять их онлайн. Вы также не сможете принять оплату от покупателей на физической точке продаж. Все варианты облачных касс предполагают ежемесячный тариф.

### Чтобы принимать оплаты через облачную кассу:

- оформите квалифицированную электронную подпись;
- оплатите облачную кассу;
- оформите договор интернет-эквайринга с банком или подключитесь к платёжному сервису;
- подключите платёжный сервис к сайту

## Популярные варианты облачных касс:

[Атол Онлайн](#)

[Orange Data](#)

[CloudKassir](#)

## 7. Выбираем службу доставки

Если продаёте товары в пределах одного города или региона, достаточно наладить самовывоз и курьерскую доставку. Если хотите работать на всю страну, придётся заключить договор со службой доставки.

### Популярные варианты для доставки:



[pochta.ru](http://pochta.ru)

Самая широкая география, много отделений даже в небольших городах и деревнях, но долгий срок доставки. Подойдёт для крупногабаритных посылок, но в таком случае может обойтись дороже конкурентов.



[cdek.ru](http://cdek.ru)

450 пунктов выдачи по России, и столько же за рубежом. У СДЭК есть интеграции с большинством конструкторов, платформ и CMS. Предоставляет много дополнительных услуг: хранение товара на складе, страховку, звонок получателю, примерку на дому. Подойдёт для доставки крупногабаритных грузов.



[dpd.ru](http://dpd.ru)

Около 3000 пунктов выдачи в 500 городах России и странах СНГ. Есть много дополнительных услуг, как и у СДЭК. Подойдёт для доставки крупногабаритных грузов.



[boxberry.ru](http://boxberry.ru)

Около 3000 пунктов выдачи, в том числе в СНГ. Не подойдёт для крупногабаритных грузов: максимальный вес одного отправления – 15 кг, а суммарный размер – 250 см.



[pickpoint.ru](http://pickpoint.ru)

Служба доставки до постаматов: сейчас у компании 3500 постаматов в 540 городах России, через них можно оплатить заказ или оформить возврат. Не подойдёт для крупногабаритных грузов: в ячейку уместится только посылка с габаритами до 60x60x60 см и весом до 15 кг.

## 8. Добавляем технические детали

Перед тем как опубликовать сайт, проверяем технические детали.

Они не связаны с работоспособностью сайта, но нужны для SEO и улучшения пользовательского опыта.

### Подключите SSL-сертификат.

Он нужен, чтобы шифровать данные, которыми вы обмениваетесь с пользователями. Подключить сертификат можно в конструкторе, который вы используете, или у регистратора, у которого вы приобрели домен.

### Добавьте favicon.

Это небольшая иконка, которая отображается во вкладке браузера рядом с названием страницы. По умолчанию используется favicon конструктора или хостинга, но вы можете добавить свой логотип.

### Добавьте мета-информацию для SEO.

Благодаря ей, сайт будет лучше выглядеть в поисковиках, а клиенты смогут находить вас в Яндексе и Google:

- 1) заголовок страницы;
- 2) описание страницы;
- 3) ключевые слова на странице;
- 4) бейдж – изображение, которое прикрепится вместе со ссылкой, например, в социальной сети.

### Настройте редиректы – переадресацию между ссылками, если вы используете разные сайты.

Например, у вас есть домен бизнес.рф и business.com. Вам не нужно делать два сайта: вы можете настроить редирект, чтобы со страницы бизнес.рф пользователи сразу попадали на business.com.

### Подключить пиксели социальных сетей – Вконтакте и Facebook.

Они будут собирать информацию о пользователях, которую вы затем сможете использовать в рекламных кампаниях.

### Подключить на сайт сервисы аналитики.

Они тоже будут собирать информацию о посетителях и помогут вам понять, насколько удобен ваш сайт и насколько эффективно вы ведёте рекламу.

Два самых популярных сервиса аналитики – Яндекс.Метрика и Google Analytics.

# 9. Соблюдаем юридические формальности

Законодательство требует, чтобы интернет-магазины предоставляли пользователям определённый набор юридических документов:

**Реквизиты организации: ОГРН, ИНН.**

Если у вас есть лицензии, сертификаты или аккредитации — их тоже нужно показать.

**Пользовательское соглашение и оферта.**

В этом документе нужно указать права и обязанности посетителей сайта и условия, на которых вы предлагаете совершить сделку: предмет договора, момент акцепта, условия доставки, порядок оплаты, сроки и порядок возврата товара.

**Политика по обработке персональных данных.**

В ней нужно описать, какие данные пользователей вы собираете, в каких целях, как их храните и обрабатываете. Собрать политику можно с помощью [конструктора](#).

**Также на сайте должны быть:**

**Оповещение, что вы используете cookies.**

Cookies — это небольшой файл, который хранит информацию о технических характеристиках устройства пользователя: тип устройства, ОС, браузер.

Если у вас на сайте есть счётчики аналитики, формы для сбора данных, пиксели социальных сетей, то вы тоже собираете Cookies и по закону обязаны уведомить об этом пользователя.

**Согласие на обработку персональных данных.**

Пользователь должен согласиться с вашей политикой по обработке персональных данных, прежде чем передаст свои контакты, например, имя и электронную почту. Обычно для этого во всех формах на сайте добавляют соответствующий чек-бокс.