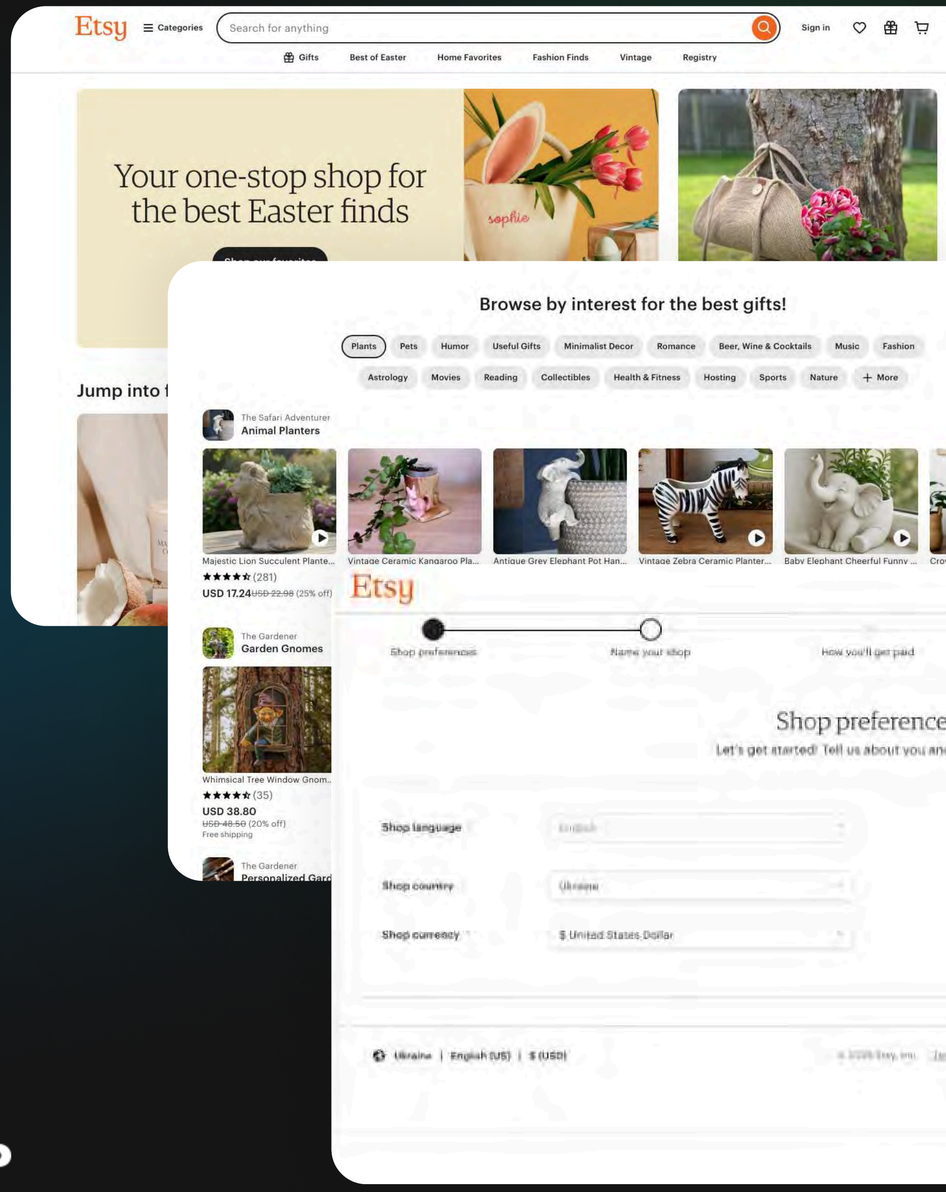
ПОКРОКОВИЙ ПОСІБНИК

Etsy

Як розпочати продажі товарів з України за кордон



УКРПОШТА Payoneer Tania Bondar — Etsy & Shopify Sales ЦІЛЬ

Базові налаштування 3

Представлення платформи у цифрах. Українці на платформі

Що можна продавати на платформі. Які умови продажів на цій платформі

Як базово працює платформа

Створення магазину 27

Як вибрати влучну назву для магазину та зареєструвати його

Як заповнити головну сторінку магазину та описати історію продавця

Як правильно заповнити Shop Policies

Як створити першу карту товару

Як та скільки тегів підібрати для максимально ефективного лістингу

Як заливати фото та відеоконтент

Як робити ефективні описи товару в картах товару

Аналіз товару та ніші до старту 51

Які інструменти аналітики доступні для конкретної платформи

Як виглядає основний функціонал аналітичного продукту

Як оцінити попит, конкуренцію й середню вартість товару

Як порахувати юніт-економіку свого товару

Практичні поради й рекомендації для вдалого старту

Запуск перших промоактивностей 62

Як налаштувати аналітичний кабінет продавця. Які метрики потрібно там виміряти

Які інструменти надає сама платформа. Як їх запустити

Як зробити SEO-оптимізацію для лістингів

Як налаштувати зв’язку із соціальними мережами Facebook Instagram Pinterest

Які сезонні пропозиції, знижки, промокоди чи бандли налаштувати

Блок про прийом платежів 129

Блок про доставку 143

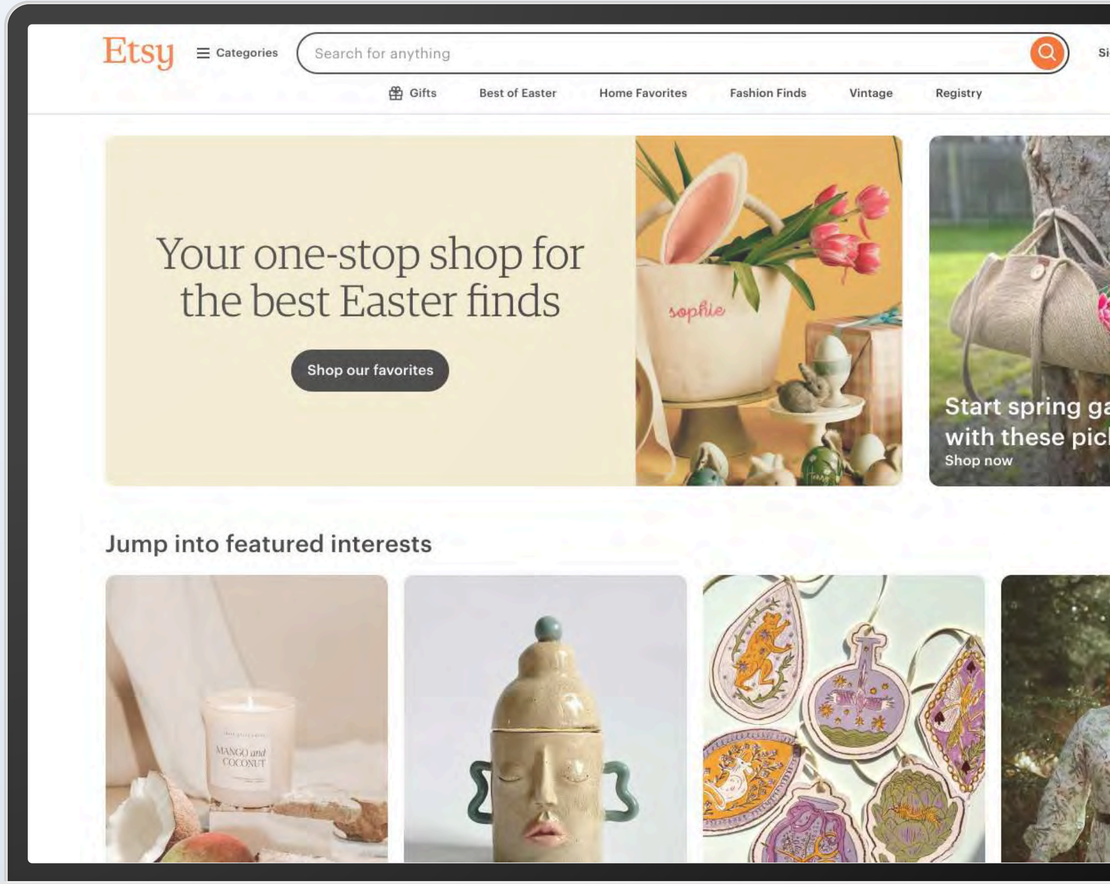
УКРПОШТА

Payoneer

Tania Bondar
Etsy & Shopify Sales

ЦІЛЬ

Базові налаштування



Представлення платформи Etsy у цифрах. Українці на платформі

Etsy – це один із найпотужніших глобальних маркетплейсів для крафтових, вінтажних та унікальних товарів. Платформа поєднує творців з усього світу з покупцями, які цінують індивідуальність та ручну роботу.

Глобальні цифри Etsy (2024–2025 рр.)

88,5–95,5 млн
людей, які здійснюють покупки на Etsy щороку.

5,4–8,1 млн
магазинів на платформі.

~ $12,5 млрд
загального товарообігу за 2024 рік.

100+ млн
лістингів – величезний вибір унікальних продуктів.

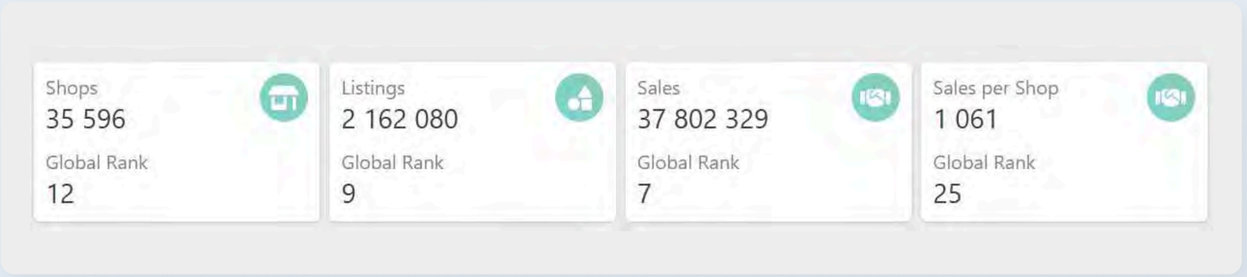
500+ млн
унікальних відвідувачів.

Українці на Etsy: статистика та тренди

Українські продавці активно використали Etsy як вихід на міжнародний ринок

- Кількість українських магазинів: за даними Koalanda, понад 355 магазинів з України продають товари на Etsy станом на лютий 2026 р.
- Україна в рейтингу Etsy: українські крафтовики знаходилися серед топ-країн, посідаючи 7-ме місце у світі за кількістю продажів та 9-те за кількістю виставлених товарів.
- Інтеграція на маркетплейсі: раніше вважалося, що понад 24 500 українських магазинів були активними ще у 2022 році, і Україна посідала 13-те місце у глобальному рейтингу Etsy – показник, що ілюструє довгу історію присутності українців на платформі.
- Бізнес-ліцензія
(для реєстрації акаунту на юр. особу)

Українці активно виходять на міжнародний ринок зі своїми товарами: від вишиванок і крафтових прикрас до цифрових продуктів, шаблонів і дизайнів. Наприклад, окремі українські продавці заробляють до $3 000–$7 000 на місяць, продаючи цифрові товари на Etsy.



Джерело: https://koalanda.pro/marketplace/country-inspector/ua

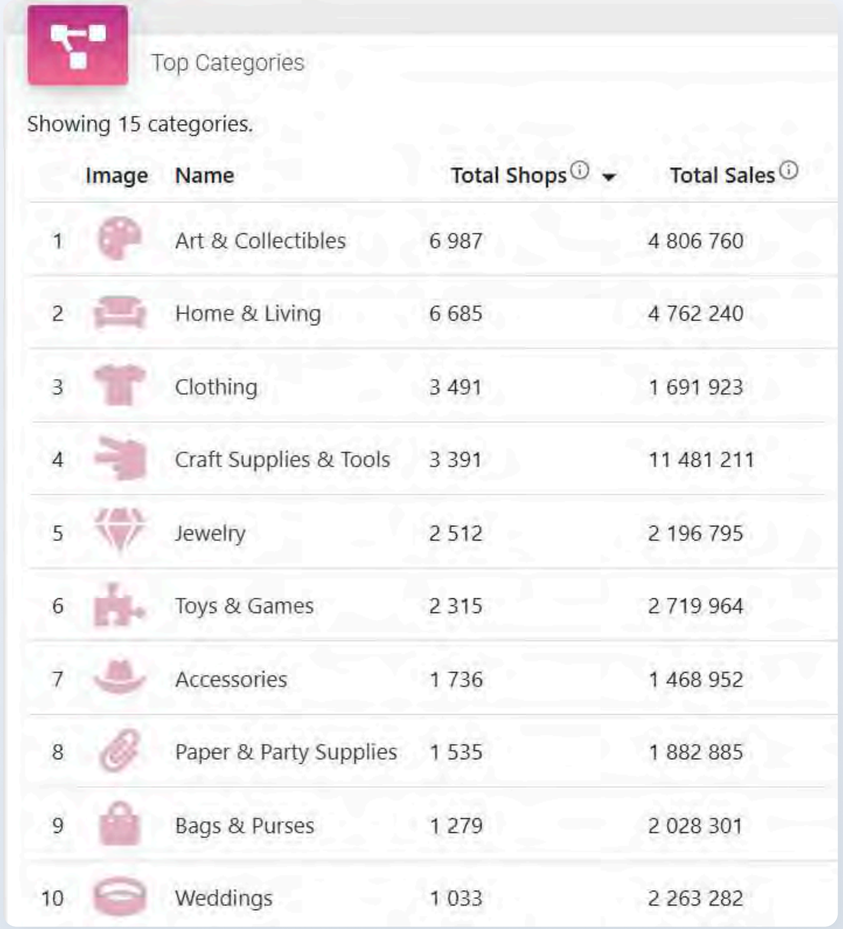
Українці на Etsy: статистика та тренди

Що це означає для українців

- Магазин на Etsy дає доступ до сотень мільйонів потенційних покупців по всьому світу.
- Українські товари мають попит у США, Канаді, Європі, Австралії та Японії — географія покупців широка.
- Etsy може бути не лише хобі, а й реальним джерелом доходу, якщо правильно налаштувати лістинги, маркетинг і логістику.

Висновок

Etsy — це не просто маркетплейс, це глобальна екосистема для творчих продавців, де українські майстри можуть конкурувати на рівні з іншими. Мільйони покупців і лістингів, десятки тисяч українських магазинів — усе це створює величезні можливості для тих, хто хоче заробляти онлайн.



Top Categories

Showing 15 categories.

	Image	Name	Total Shops	Total Sales
1		Art & Collectibles	6 987	4 806 760
2		Home & Living	6 685	4 762 240
3		Clothing	3 491	1 691 923
4		Craft Supplies & Tools	3 391	11 481 211
5		Jewelry	2 512	2 196 795
6		Toys & Games	2 315	2 719 964
7		Accessories	1 736	1 468 952
8		Paper & Party Supplies	1 535	1 882 885
9		Bags & Purses	1 279	2 028 301
10		Weddings	1 033	2 263 282

Що можна продавати на Etsy?

На Etsy дозволено продавати умовно чотири типи товарів.

1

Handmade: що вважається хендмейдом

Handmade – це товари, створені вами або вашою командою, навіть якщо ви використовуєте стороннє виробництво (але з чіткими обмеженнями).

Наприклад:

- прикраси ручної роботи;
- одяг, аксесуари, сумки;
- вишивка, в’язання, макраме;
- свічки, мило, декор;
- іграшки, ляльки;
- друковані постери, якщо дизайн ваш, Print-on-Demand (футболки, худі, чашки) – за умови авторського дизайну.

Etsy – це маркетплейс із чіткою філософією. Платформа дає змогу продавати лише певні категорії товарів, і це дуже важливо розуміти ще до відкриття магазину, щоб уникнути блокувань і втрати часу.



Важливо

Перепродаж готових товарів з AliExpress, Temu, Shein заборонений.

Що можна продавати на Etsy?

2 **Craft supplies — матеріали для творчості, товари для хендмейдерів**

Це виняток, коли Etsy дозволяє продавати матеріали, навіть якщо вони не зроблені вами.

Наприклад:

- нитки, пряжа;
- бісер, фурнітура;
- заготовки для прикрас;
- папір для скрапбукінгу;
- наклейки для творчості;
- тканини;
- фурнітура для сумок.



Тут дозволений перепродаж, навіть формат дропшипінгу, але товар має бути чітко позиціонований як supply, а не handmade.

Що можна продавати на Etsy?

3 **Вінтаж: товари, які були виготовлені 20 і більше років тому**

Це теж виняток, за якого дозволено перепродавати не створений вами товар, а також товари відомих брендів. Головні умови:

- ☑ товари старші за 20 років;
- ☑ товари справжні, не стилізовані «під вінтаж».

Наприклад:

- старі прикраси;
- вінтажний посуд;
- декор;
- одяг та аксесуари.



Що можна продавати на Etsy?

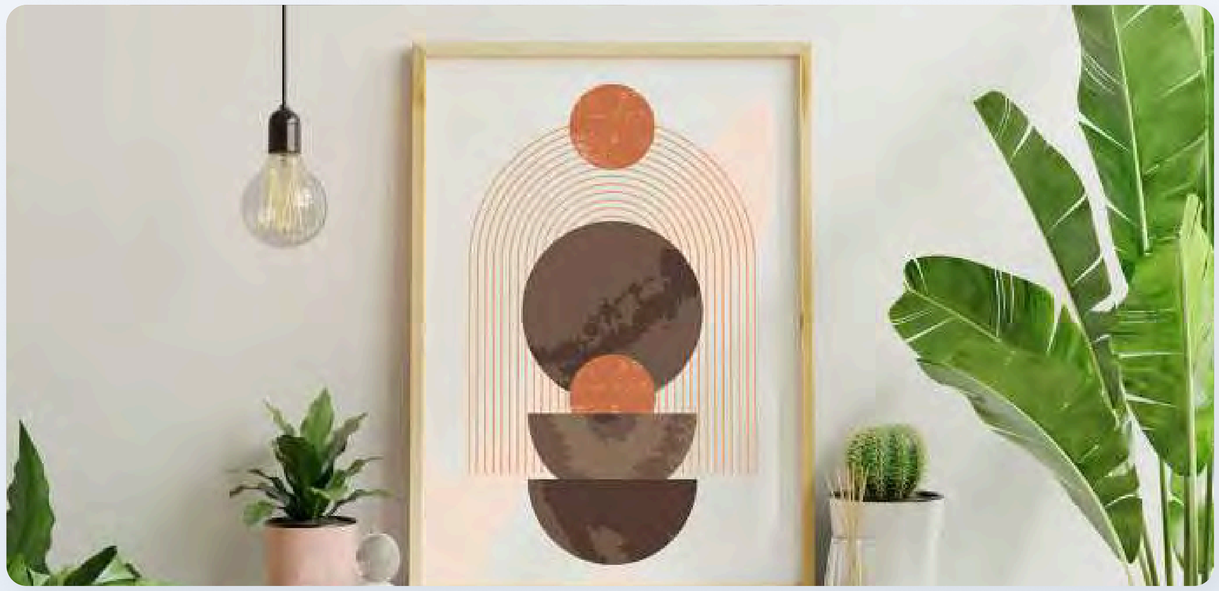
4

Цифрові товари: файли

Цифрові продукти не потребують доставки, митниці та фізичних запасів, тому вони особливо популярні серед українських продавців.

Наприклад:

- друковані сторінки для планерів;
- цифрові планери і таблички;
- SVG / PNG файли (ілюстрації, іконки);
- кліпарти, шаблони;
- весільні та святкові матеріали для подальшого друку (запрошення, меню тощо);
- шаблони для Canva;
- принти та картини, які покупець може роздрукувати й повісити як декор;
- набори для скрапбукінгу;
- цифрові стікери.



Важливо

У цьому напрямку найчастіше відбуваються порушення авторських прав. Варто пам'ятати, що не можна використовувати іконки, файли, логотипи та ілюстрації, створені іншими авторами. Це стосується як декору (наприклад, запрошення на дитяче свято з Міккі Маусом), так і окремих файлів (логотип Mercedes тощо).

Що продавати не можна

Це критично важливо, особливо для нових магазинів.

❌ **Перепродаж масмаркету**

❌ **Товари з порушенням авторських прав**

❌ **Фейки брендів**

❌ **Контрафакт**

❌ **Дизайни з:**

- Disney
- Marvel
- Harry Potter
- Nike, Adidas тощо

Навіть якщо ви бачите на Etsy такі товари, це порушення. Etsy активно блокує такі магазини, не ризикуйте своїм.

Що найчастіше продають українці на Etsy

За практикою українських магазинів найбільш популярні ніші:

- ✅ цифрові планери та інші друковані товари;
- ✅ стікери для планерів;
- ✅ в’язані іграшки;
- ✅ вишивка та етнодекор;
- ✅ прикраси ручної роботи;
- ✅ товари для весілля і подібних свят;
- ✅ POD з авторськими дизайнами;
- ✅ Товари з дерева та металу.

Українські продавці часто виграють за рахунок якості, смаку та естетики, а не демпінгу.

Висновок

Etsy – це платформа з чіткими правилами. Якщо ви створюєте власний унікальний цікавий продукт і не порушуєте правил майданчика, у вас є всі шанси побудувати стабільні продажі, навіть перебуваючи в Україні.

Комісії Etsy: скільки реально коштує продаж

Etsy не бере абонплату за магазин, але стягує кілька типів комісій.

1 Комісія за розміщення лістингу

Навіть якщо товар не продасться, $0.20 не повертаються.

- $0.20 за кожен лістинг.
- Термін дії лістингу – 4 місяці.
- Якщо товар проданий, лістинг автоматично поновлюється (і знову – $0.20).
- Якщо товар не був проданий, то через 4 місяці плата знімається знову.
- При сплаті будь-яких комісій Etsy в Україні нараховується ПДВ 20%, тобто окрім $0.20 за лістинг треба розраховувати на витрату $0.04 ПДВ. В сумі плата за кожен лістинг для українських магазинів складає $0.24 раз на 4 місяці.

Комісії Etsy: скільки реально коштує продаж

2 **Transaction fee — комісія з продажу**

- [x] 6.5% від:
  - ціни товару
  - вартості доставки
  - подарункового паковання (якщо є)

Ця комісія стягується з кожного продажу.



Jan 20, 2026	VAT	VAT: Processing Fee Order #3954720619	--	-USD 1.64	-USD 1.64	USD 83.05
Jan 20, 2026	VAT	VAT: shipping_transaction	--	-USD 0.43	-USD 0.43	USD 84.69
Jan 20, 2026	Fee	Transaction fee: Shipping Order #3954720619 6.5% of shipping total	--	-USD 2.15	-USD 2.15	USD 85.12
Jan 20, 2026	VAT	VAT: transaction order: 3954720619	--	-USD 1.00	-USD 1.00	USD 87.27
Jan 20, 2026	Fee	Transaction fee: Newborn gift basket set ideas for newbor... Order #3954720619 6.5% of item total	--	-USD 5.00	-USD 5.00	USD 88.27
Jan 20, 2026	Tax	Sales tax paid by buyer Order #3954720619 Remitted to tax authorities	--	-USD 21.99	-USD 21.99	USD 93.27
Jan 20, 2026	Fee	Processing fee Order #3954720619 6.0% of the order total plus 0.30	--	-USD 8.22	-USD 8.22	USD 115.26
Jan 20, 2026	Sale	Payment for Order #3954720619 Issue a refund	USD 131.93	--	USD 131.93	USD 123

Комісії Etsy: скільки реально коштує продаж

3 Payment processing fee (Etsy Payments)

Для продавців з України діє система прийому платежів Etsy Payments.

- [x] 6% + $0.30 з кожної транзакції

Це комісія за обробку платежів (карти, PayPal, Apple Pay тощо).

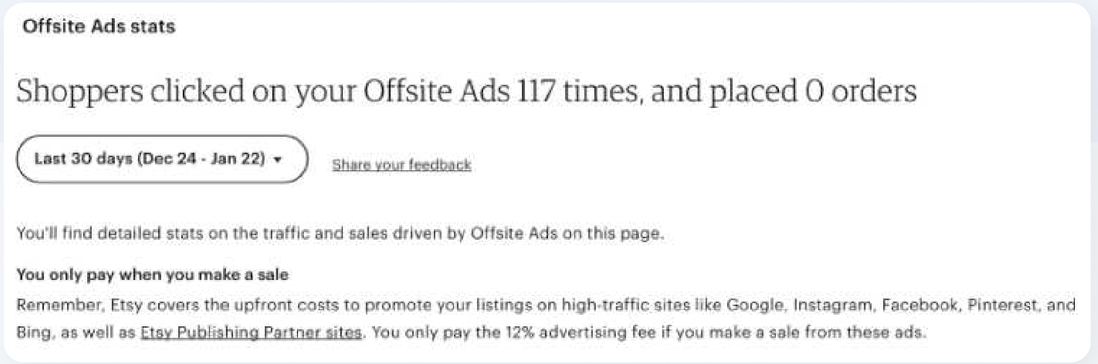
Тобто, враховуючи пункти 2 і 3, потрібно розраховувати, що з кожного продажу ви платите Etsy 12% + $0.30.
Є ще додаткові витрати

Комісії Etsy: скільки реально коштує продаж

4 Offsite Ads (зовнішня реклама Etsy)

Etsy автоматично рекламує деякі товари в Google, Pinterest, Facebook. Якщо покупець прийшов через таку рекламу, то система спише з вас:

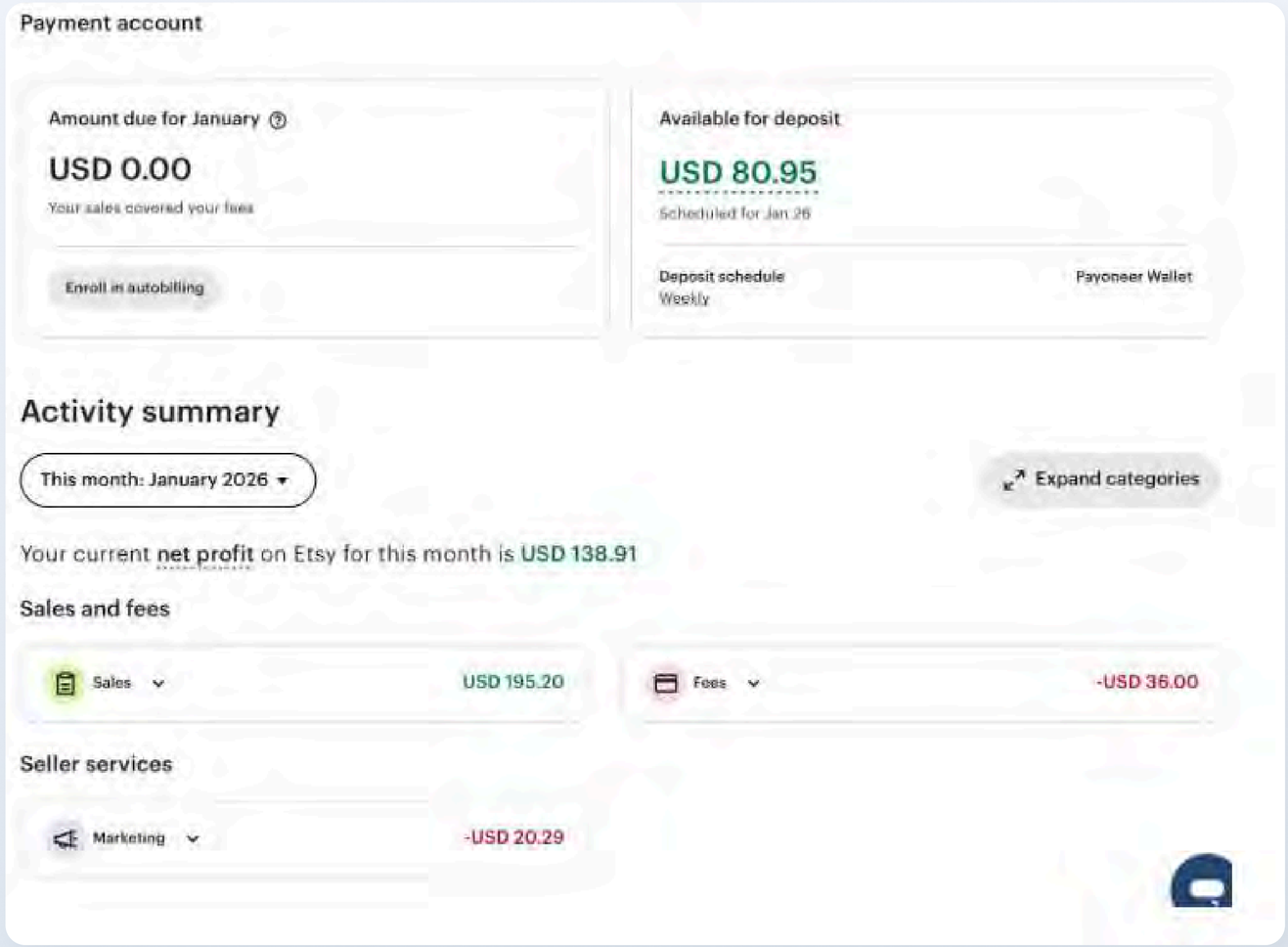
- ☑ 2% (якщо оборот магазину за рік – менше $10 000);
- ☑ 15% (якщо оборот – понад $10 000).



Важливо: комісія за Offsite Ads береться тільки з продажу, а не за покази. Цей тип реклами активується в кожному магазині автоматично під час запуску. Якщо оборот вашого магазину за рік менше $10 000, ви можете вимкнути цю рекламу в налаштуваннях. Якщо більше – не можете.

Виплати продавцям з України

- Українські продавці приймають платежі на Etsy через систему Payoneer. Під час реєстрації ви підключаєте свій акаунт Payoneer до магазину, і в подальшому всі виплати надходять туди. З Payoneer ви можете виводити кошти на свої картки або ФОП-рахунки.
- Важливо: якщо ви ФОП або не маєте реєстрації, вам потрібно відкривати індивідуальний акаунт Payoneer. Якщо ви юрособа чи ТОВ, вам потрібен бізнес-акаунт Payoneer. В системі Payoneer одна особа може мати лише один акаунт. Дублікати система блокує. Поміняти акаунт Payoneer в Etsy-магазині неможливо. Якщо Payoneer блокує вас за щось, Etsy автоматично блокує ваш магазин.



Коли приходять гроші

- Для нових магазинів Etsy може застосовувати систему резерву коштів, яка не є універсальною і визначається в кожному окремому випадку. Узагальнено – це утримання в резерві коштів за продажі до 14 днів після продажу до моменту, поки магазин не отримає значок Star Seller.

- Виплати коштів в автоматизованому режимі здійснюються щопонеділка приблизно о 18:35 за Києвом на Payoneer-рахунок продавця. З тих коштів, які надходять за продаж, Etsy вираховує всі витрати, які були в цьому магазині (комісії, реклама, борги), а потім вже з позитивного балансу в розділі Available for deposit здійснює переказ. Проводити вручну переказ не потрібно, система здійснює це автоматично за умови вільних коштів.

- Якщо продажі не перекривають витрати, то продавець зобов’язаний покривати мінус на балансі. Рахунок за поточний місяць можна оплатити не раніше 1 числа наступного місяця і потрібно зробити це до 15 числа. Умовно: мінус за січень ви можете покрити в період з 1 по 15 лютого (вручну чи налаштувавши автосписання з картки). Якщо після 22 лютого рахунок за січень не оплачено, Etsy блокує магазин.

Доставка та відповідальність продавця

Для фізичних товарів

- [x] Продавець сам відповідає за:
  - паковання;
  - відправку;
  - трек-номер;
  - комунікацію з покупцем.

Etsy не займається логістикою і не має власних складів, на відміну від Amazon.

Для цифрових товарів

- [x] Etsy автоматично доставляє файли. Після оплати замовлення покупець може завантажити файл зі свого кабінету на Etsy або листа-підтвердження.



Повернення, скасування, суперечки

Etsy Buyer Protection

Etsy має програму захисту покупців:

- Etsy має програму захисту покупців:
  - якщо товар не доставлений;
  - або не відповідає опису.

У таких випадках Etsy може:

- повернути гроші покупцю;
- списати суму з продавця автоматично.

Що важливо зробити продавцю:

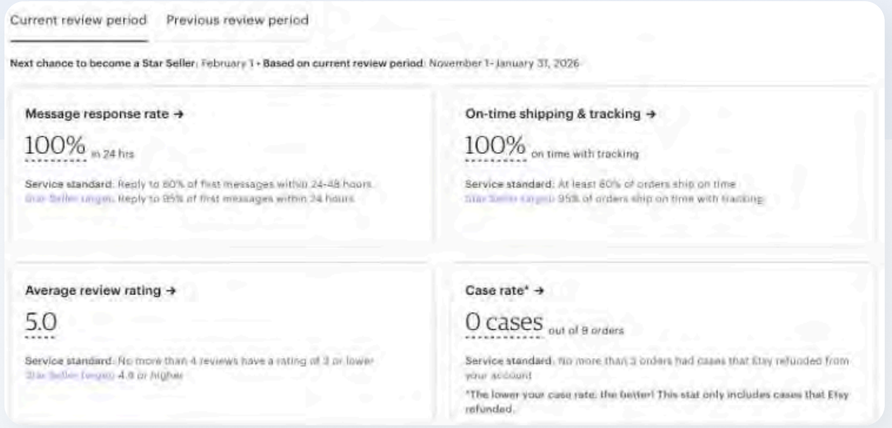
- чітко прописати правила магазину;
- намагатися відповідати на повідомлення швидко, щоб покупець не нервував;
- надавати трекінг вчасно;
- коректно описувати товар.

Основні вимоги Service Standards

Service Standards (стандарти послуг) – це мінімальні вимоги до якості обслуговування, на які Etsy очікує від продавців, щоб забезпечити надійний, передбачуваний і чесний досвід покупця.
Ці стандарти можуть впливати на видимість товарів у пошуку Etsy та позицію вашого магазину в рейтингах, навіть якщо вони не такі суворі, як вимоги для бейджа Star Seller.

1 Рівень відповідей на повідомлення

Не більше 80% перших повідомлень від покупців мають отримати відповідь протягом перших 24-48 годин. Тобто, ви маєте якомога швидше відповідати на перше повідомлення в ланцюжку, яке вам надсилає клієнт.
Це стандарт, від якого Etsy оцінює вашу здатність комунікувати з потенційним покупцем чи клієнтом, і він є вимірюваним.



Автовідповіді рахуються як перша відповідь, а непрочитані повідомлення, відмічені як спам, не враховуються.

Основні вимоги Service Standards

2 Вчасна відправка (on-time shipping)

Щоб відповідати стандарту обслуговування, вам потрібно відправляти мінімум 80% замовлень у межах встановленого терміну обробки.
Цей показник враховує дату обробки замовлення (processing), яку ви вказали у лістингу.
Tracking (трек-номер) не обов’язковий для відповідності сервіс-стандарту — важливо саме те, що товар відправлений вчасно.

3 Показники скарг / суперечок (case rate)

Etsy оцінює кількість випадків, коли покупці відкривають суперечки (кейси) проти продавця. За умовами у вас має бути не більше 3 кейсів за останні 3 місяці, в яких Etsy примусово повернув з вашого акаунту кошти покупцеві.

4 Негативні відгуки

Etsy оцінює середній рейтинг ваших відгуків за декілька місяців. За правилами, у вас має бути не більше 4 відгуків з рейтингом “3 зірки” або нижче за останні 3 місяці.

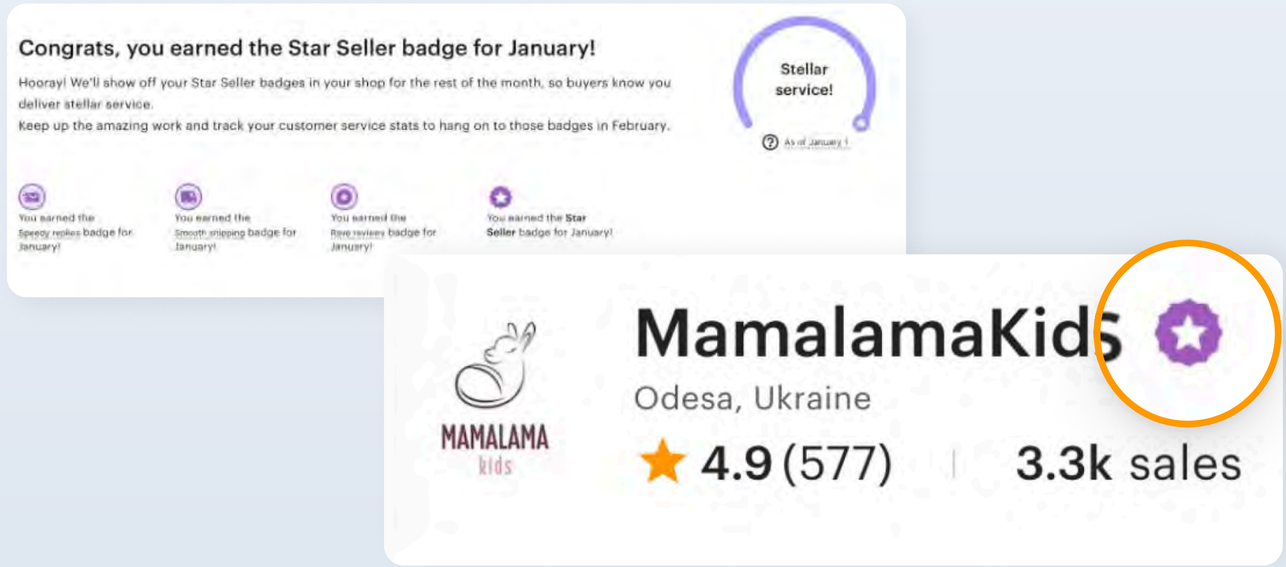
Що буде, якщо не відповідати стандартам

Etsy може знизити видимість ваших товарів у пошуку, рекомендувати їх рідше або «приховати» від покупців. У серйозніших або повторних випадках можуть бути й інші обмеження для магазину (це не завжди публічно документовано, але є частиною загальної політики якості Etsy), в тому числі і повне блокування.

Окрім відповідності стандартам, на Etsy існує система заохочення і відзначення «зіркових» продавців, тобто таких, які надають високий рівень послуг і заслуговують окремої відзнаки. Насправді ця відзнака не дуже впливає на продажі, але в деяких нішах і за певних умов конкуренції може дійсно виділити ваш товар чи магазин.

Щоб отримати бейдж Star Seller:

- 95%+ відповідей на повідомлення мають надаватися протягом 24 годин (враховується лише перше повідомлення в ланцюжку);
- середній рейтинг відгуків за останні 3 місяці – 4.8 і вище;
- 95%+ замовлень відправлено вчасно.



Блокування та обмеження

Etsy може:

- деактивувати лістинги;
- заморозити виплати;
- закрити магазин.

Основні причини:

- ❌ **Порушення правил платформи;**
- ❌ **Скарги покупців;**
- ❌ **Порушення авторських прав і скарги інших продавців (правовласників);**
- ❌ **Невідповідність товару категорії.**

Висновок

Etsy – це маркетплейс з певними правилами, комісіями та відповідальністю. Але за умов коректного підходу вона дає українським продавцям доступ до глобального ринку та стабільних продажів.

Як базово працює платформа Etsy

Etsy – це маркетплейс, який працює за моделлю пошукової платформи, а не соцмережі. Тобто покупець не підписується на магазини, а знаходить товар в пошуку, і саме Etsy вирішує, які лістинги показати першими.

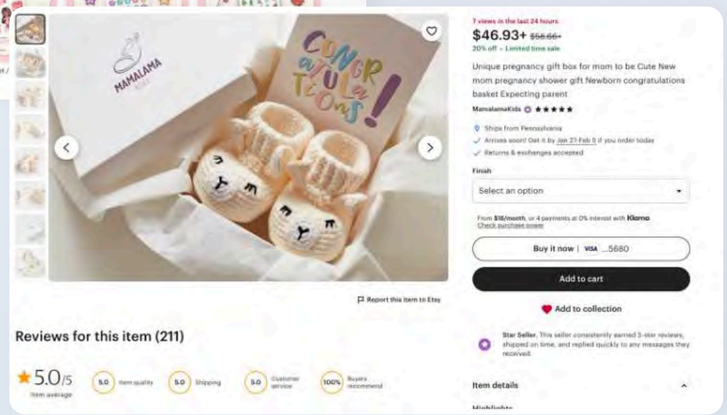
Щоб успішно продавати, важливо розуміти базову логіку цієї системи. Умовно її можна розділити на наступні блоки:

1. Покупець вводить запит у пошук (наприклад: “digital planner”).
2. Etsy аналізує:
запит покупця, ваші лістинги, поведінку інших покупців.
3. Etsy показує найбільш релевантні та «успішні» лістинги. Він визначає це за кількістю конверсій лістингу, тому нові лістинги завжди показуватимуться трішки гірше, ніж ті, які вже давно і регулярно продаються.
Покупець:
клікає > переглядає >або купує.
4. Etsy «запам’ятовує» поведінку і коригує покази в майбутньому.

Тобто Etsy – це алгоритм + довіра + поведінка покупців.

Основні елементи платформи





1. Магазин (Shop)

☑ Це ваша вітрина:

- назва магазину
- банер та аватар
- опис
- policies
- відгуки

Магазин формує довіру, але не напряму впливає на пошук. У видачі беруть участь лише лістинги

2. Лістинг (Listing) – картка товару

Саме лістинги, а не магазини Etsy показує у пошуку.

☑ Кожен лістинг має:

- тайтл (назву)
- 13 тегів
- фото/відео
- опис
- ціну
- категорію + атрибути
- налаштування доставки

Etsy оцінює кожен лістинг окремо. В кожному магазині будуть лістинги, які добре показуються в видачі і продають, і такі, які показуються дуже слабо. Вони не впливають на видачу один одного.

Основні елементи платформи

3. Пошук і алгоритм Etsy

Алгоритм Etsy умовно ділиться на два рівні.

☑ Релевантність

Etsy дивиться, чи є ключові слова з запиту в:

- тайтлі (назві)
- тегах
- категорії
- атрибутах

Якщо немає відповідностей, то лістинг за цим запитом навряд чи потрапить у видачу.

☑ Якість та поведінка

Далі Etsy аналізує:

- CTR (чи клікають на лістинг, співвідношення показів до кліків за цим лістингом раніше);
- показник конверсії (чи купують, тобто співвідношення кліків до продажів за цим лістингом раніше);
- лайки/додавання його в обране;
- відповідність магазину стандартам надання послуг.

Чим вище Etsy оцінить якість товару за цими критеріями, тим вище і частіше він його показуватиме у видачі.

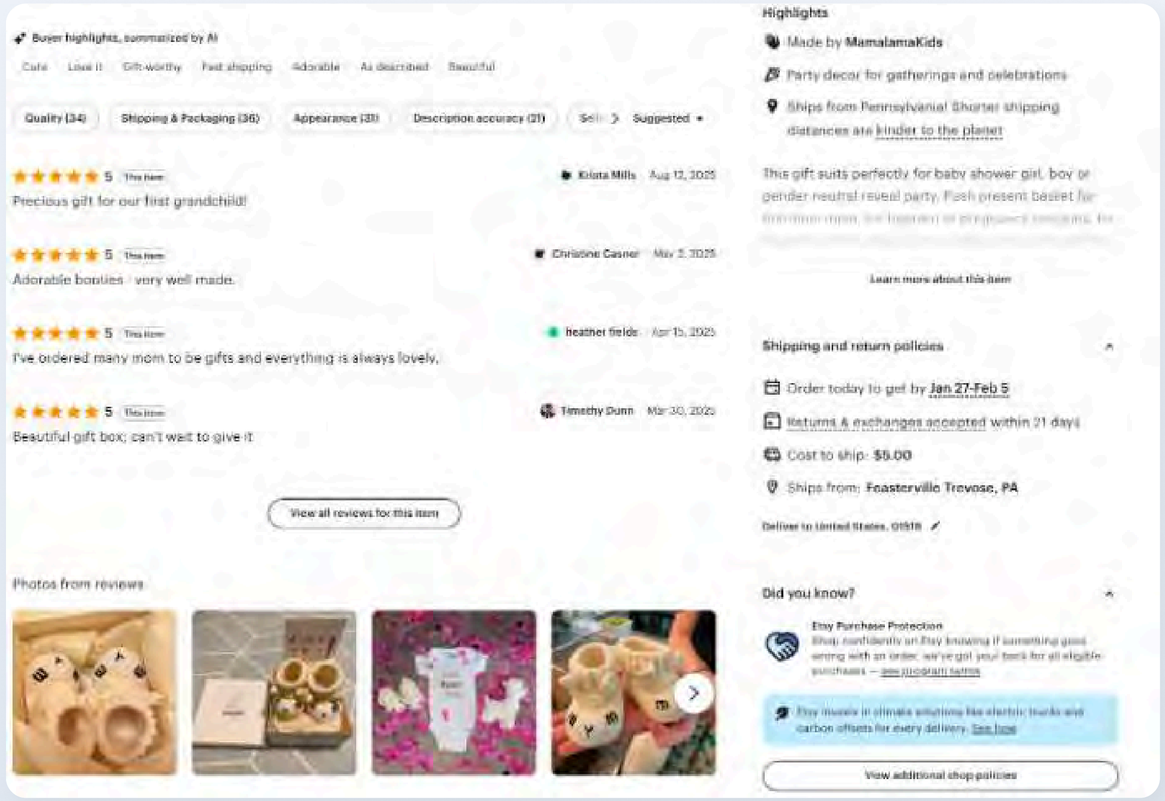
Що таке “listing boost” (буст новачка) для нових товарів

Нові лістинги отримують тимчасовий буст у видачі.
Він дуже незначний і не може переважити активність показів бестселерів (тобто, навіть з бустом нові лістинги показуються рідше бестселерів), але все ж деякі переваги має. Etsy показує зовсім нові лістинги трішки частіше, щоб виміряти реакцію аудиторії на них.

- [x] Якщо в цей період лістинг активно:
  - клікають,
  - додають у favorites,
  - купують,

  то лістинг має шанс закріпитись вище.

Основна зацікавленість Etsy полягає в тому, щоб покупці активніше купували (швидко і легко знаходили товар, який шукають) і були задоволені своїми покупками. А це означає, що платформа віддає перевагу якісним продавцям і товарам, які добре продаються.



Важлива відмінність Etsy від соцмереж

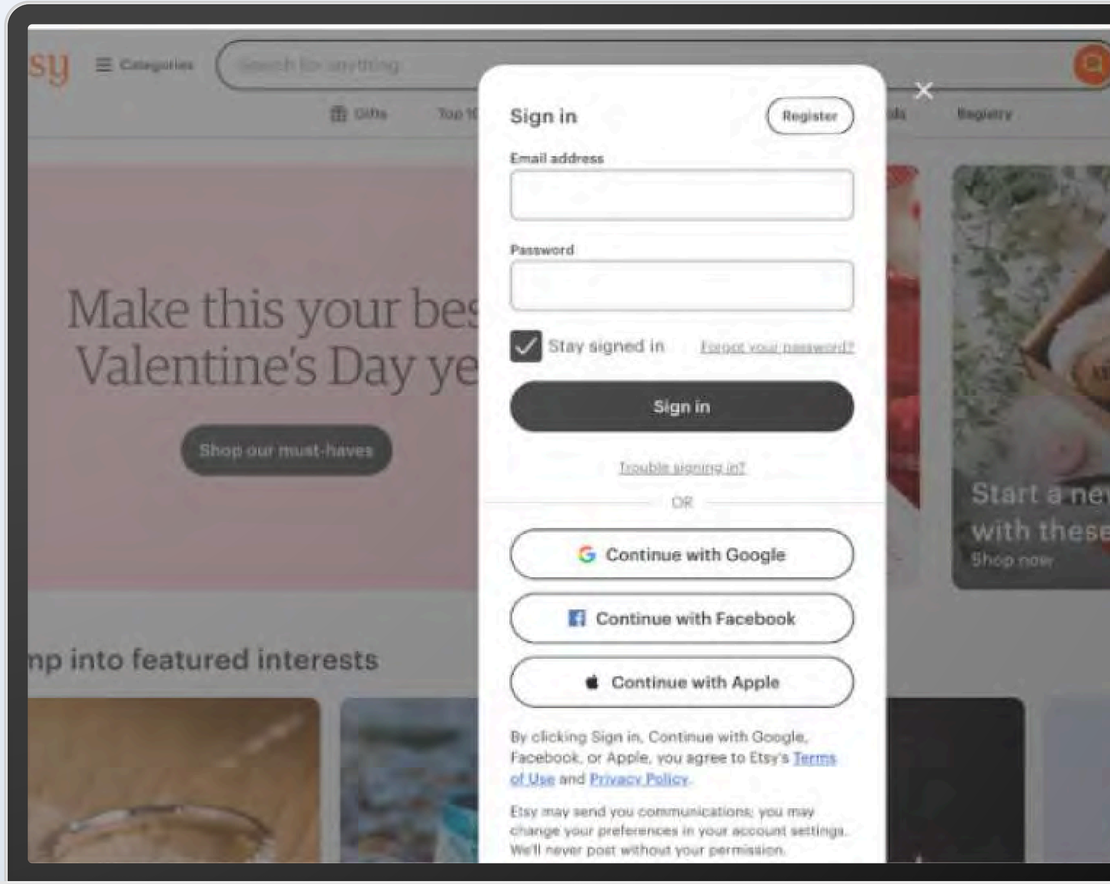
Etsy	Соцмережі
Гарячий трафік. Покупець уже сформував бажання купити	**Холодний трафік.** Відвідувач тут за розвагами
Пошук — основне джерело трафіку	**Контент —** основне джерело трафіку
Алгоритм оцінює продажі	**Алгоритм оцінює охоплення**
Лістинг продає	**Особистий бренд продає**

Висновок

Etsy працює як пошукова система + маркетплейс + система довіри.

Якщо правильно оформлювати лістинги, працювати з ключовими словами, давати хороший сервіс, то з часом платформа починає працювати на вас, а не навпаки.

Створення магазину на Etsy



Як вибрати влучну назву для магазину та зареєструвати його

Реєстрація магазину на Etsy: базові кроки

Процес відкриття магазину займає 15–30 хвилин

Як Etsy використовує назву магазину

☑ Важливо розуміти

- Назва магазину НЕ є основним SEO-фактором
- Etsy не ранжує лістинги за назвою магазину
- Але назва:
- відображається у кожному лістингу
- запам’ятовується покупцями
- формує перше враження

Тобто це більше бренд + довіра, а не ключі для пошуку.

Вимоги Etsy до назви магазину

☑ Перед вибором назви магазину варто знати формальні правила:

- латиниця
- без пробілів (можна використовувати CamelCase)
- без спецсимволів, але цифри дозволені
- без образливих слів
- унікальна (двох однакових назв не може бути)
- без використання запатентованих брендів

Як вибрати влучну назву для магазину

1. Не заганяйте себе в вузьку нішу

❌ TulipStickers2025 ❌ DigitalWeddingInvitesOnly

✅ BloomStudio ✅ PaperMood ✅ SoftDayDesign

Ви можете змінити асортимент — назва не повинна вас обмежувати.

2. Краще абстрактна або емоційна назва, ніж ключове слово

3. Перевірте асоціації англійською

Навіть якщо слово здається красивим:

- перевірте значення
- перевірте сленг
- перевірте вимову

Особливо якщо ви комбінуєте слова або використовуєте вигадані.

4. Подумайте про масштабування

Запитайте себе чи зможу я з цією назвою:

- продавати інші категорії
- створити сайт
- вести соцмережі

Навіть якщо зараз це неактуально, краще не зачиняти двері до таких можливостей в майбутньому.

Як перевірити назву перед реєстрацією

Обов’язково перевірте:

- пошук по Etsy
- Google
- Instagram / TikTok
- домени (.com — бажано, але не обов’язково)

Не страшно, якщо домен зайнятий, але важливо не використовувати чужий бренд.

Чого не можна робити, вибираючи назву магазину

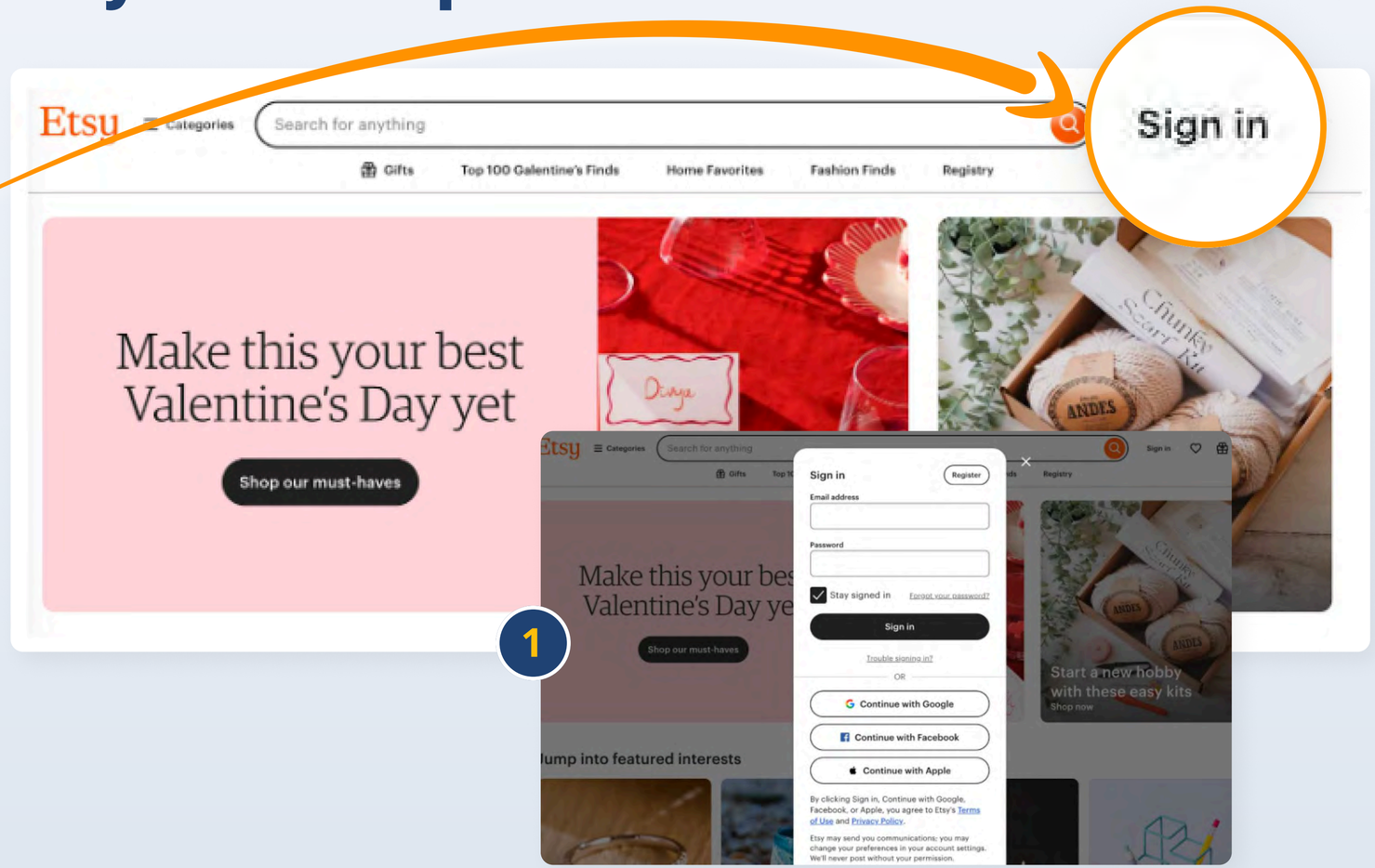
❌ Використовувати назви брендів (Nike, Disney тощо)

❌ Копіювати відомі магазини

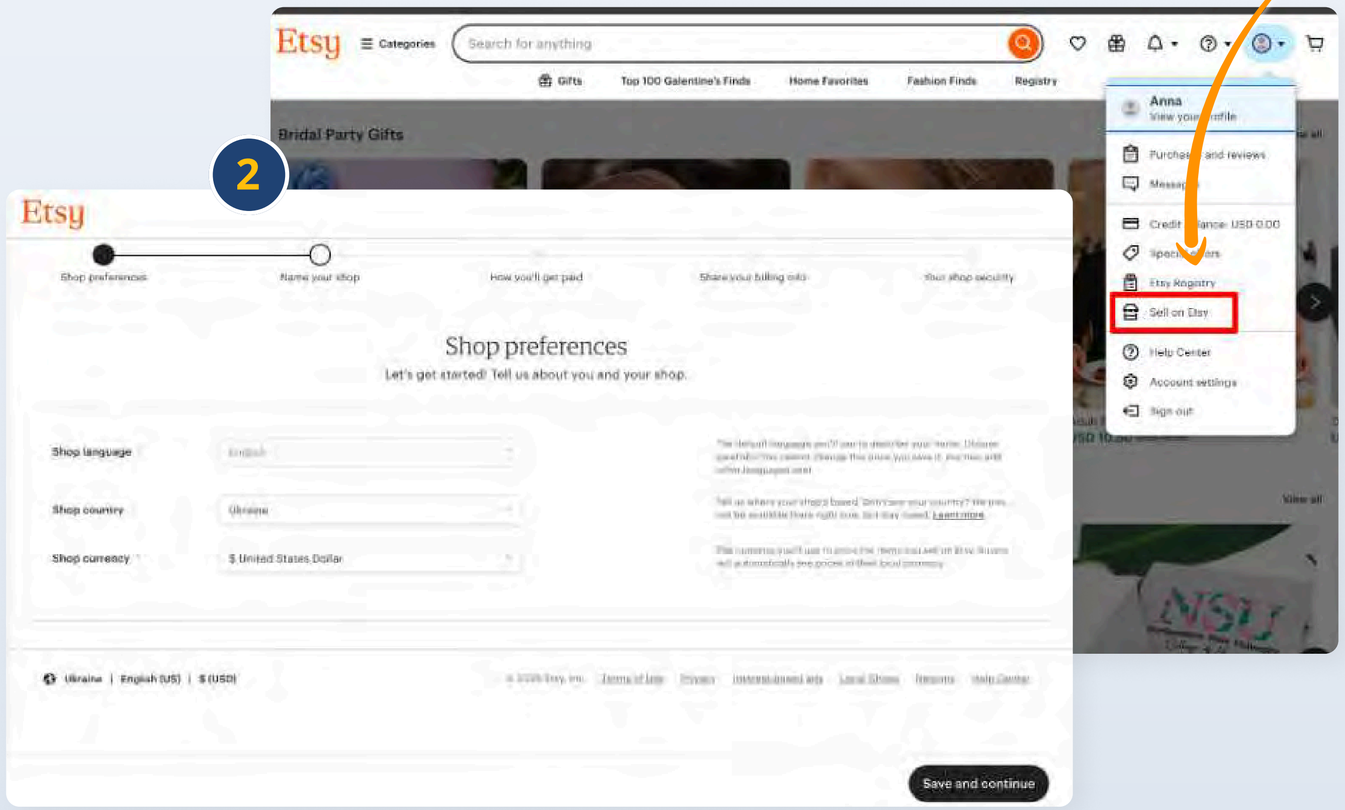
Реєстрація магазину на Etsy: базові кроки

1 Створіть акаунт користувача на Etsy

Це старт для будь-яких подальших дій на Etsy. Ви не можете одразу відкрити магазин, навіть якщо плануєте реєструвати його на компанію чи юрособу. Etsy все прив’язує до профілю людини-власника бізнесу, тому спочатку створіть цей профіль, потім з нього перейдіть у меню реєстрації магазину.



Реєстрація магазину на Etsy: базові кроки



2 Перейдіть до створення магазину:

- [x] Виберіть країну магазину і валюту

Важливо:

Etsy не дає можливості змінити в подальшому країну реєстрації магазину. Щоб відкрити магазин від певної країни, вам потрібно бути її резидентом (мати право на проживання/роботу чи громадянство, рахунок у банку, прописку). Якщо в подальшому ваш рахунок буде закрито, Etsy не дасть можливості перепідв’язати рахунок іншої країни. Тому одразу треба реєструвати на ту країну, документи якої у вас завжди будуть активними. Навіть якщо ви там зараз не живете. Скажімо, якщо ви є громадянином України, але живете за кордоном, то можете відкривати український магазин.

Реєстрація магазину на Etsy: базові кроки

2 **Перейдіть до створення магазину:**

- [x] Введіть назву магазину

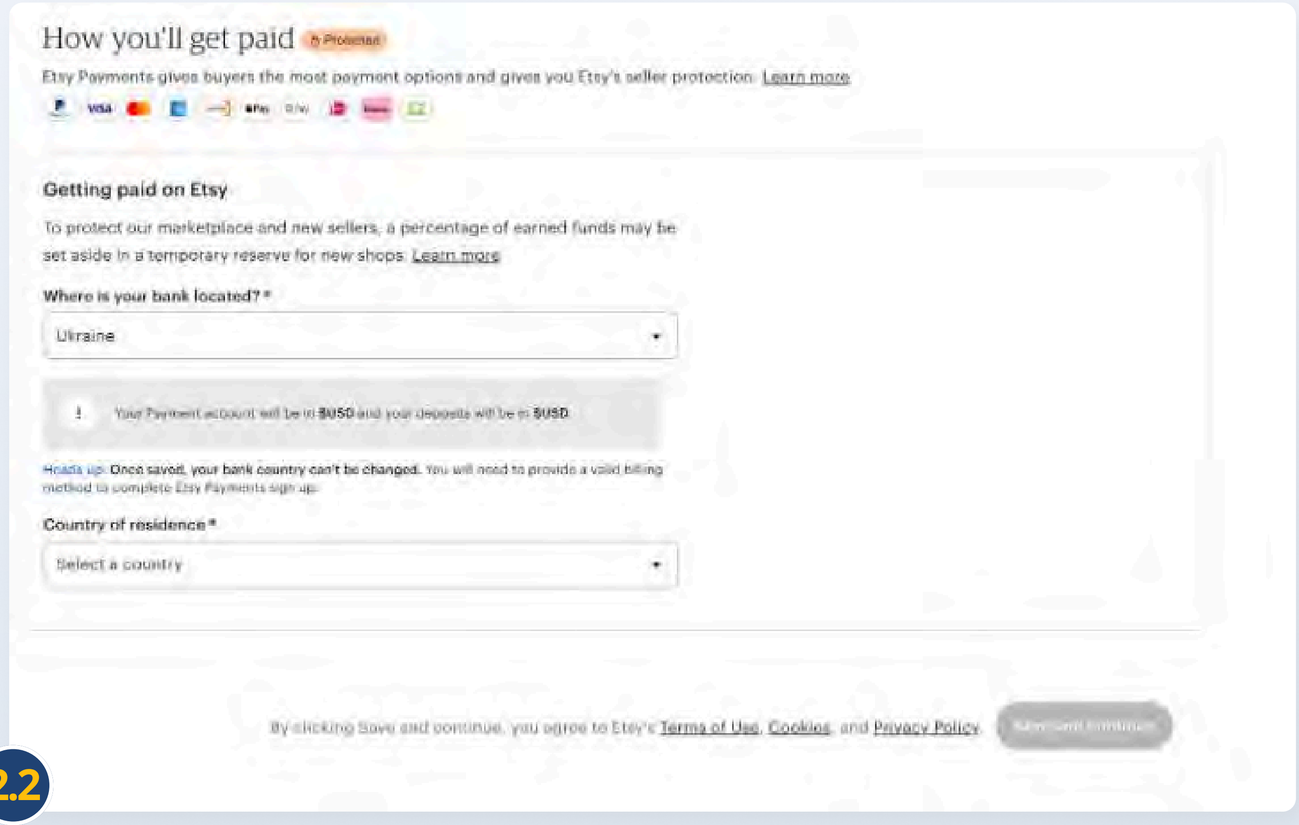


2.1

Реєстрація магазину на Etsy: базові кроки

2 Перейдіть до створення магазину:

- Прив’яжіть метод прийому оплат. Він визначається країною магазину. Оплати Etsy приймає через свою внутрішню систему Etsy Payments і для більшості країн вона працює через прив’язку до магазину банківського рахунку країни магазину. Для українських продавців ця система працює через Payoneer.

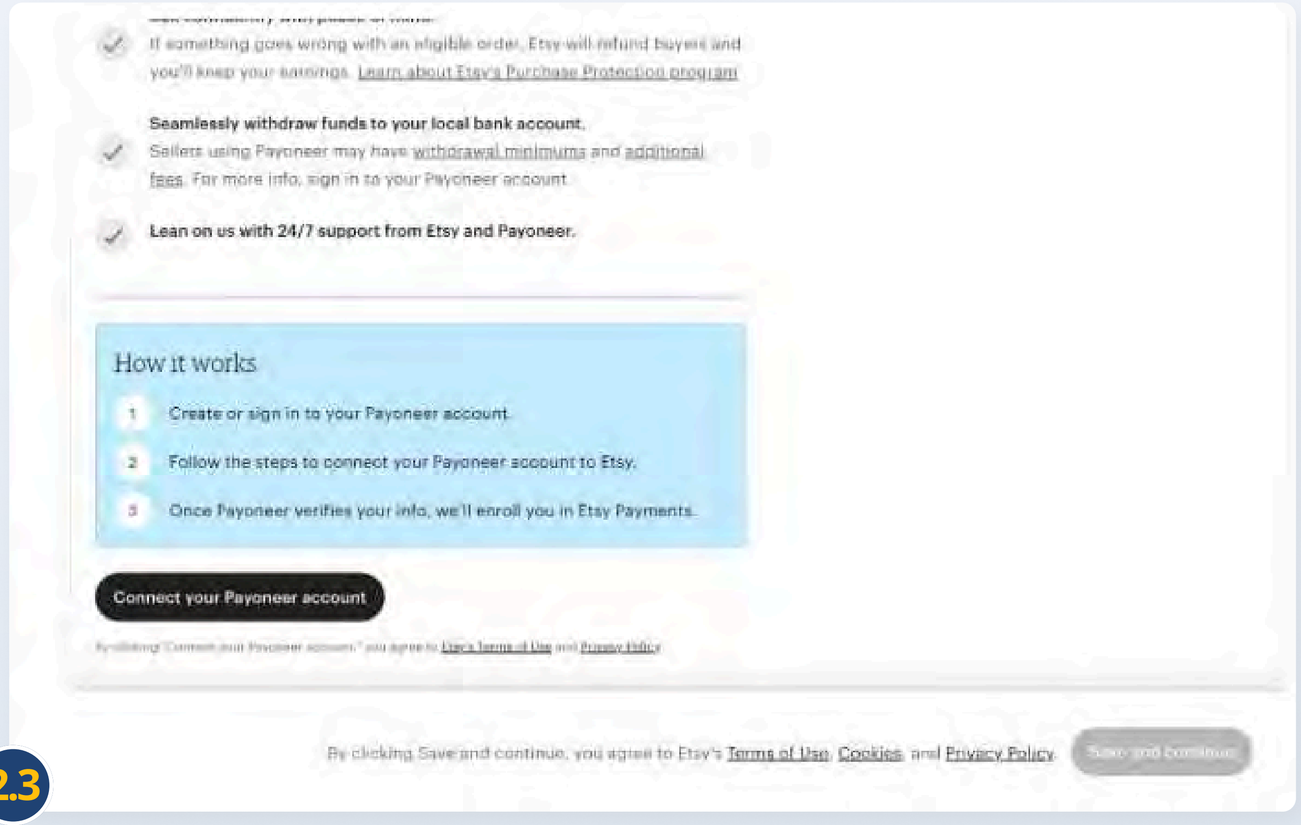


2.2

Реєстрація магазину на Etsy: базові кроки

2 Перейдіть до створення магазину:

- Підв’яжіть акаунт Payoneer (який краще створити і верифікувати завчасно), на наступних вкладках підв’яжіть до акаунту свою картку Віза/Майстеркард для оплати комісій і виберіть спосіб двофакторної аутентифікації. Краще вибрати Google Authentificator – він працює без збоїв.



Як заповнити головну сторінку магазину та описати історію продавця

Головна сторінка магазину на Etsy — це ваша візитівка.
Вона не продає напряму так, як лістинги, але підвищує довіру, може позитивно впливати на конверсію та ймовірність повторних покупок.

Що бачить покупець на головній сторінці магазину

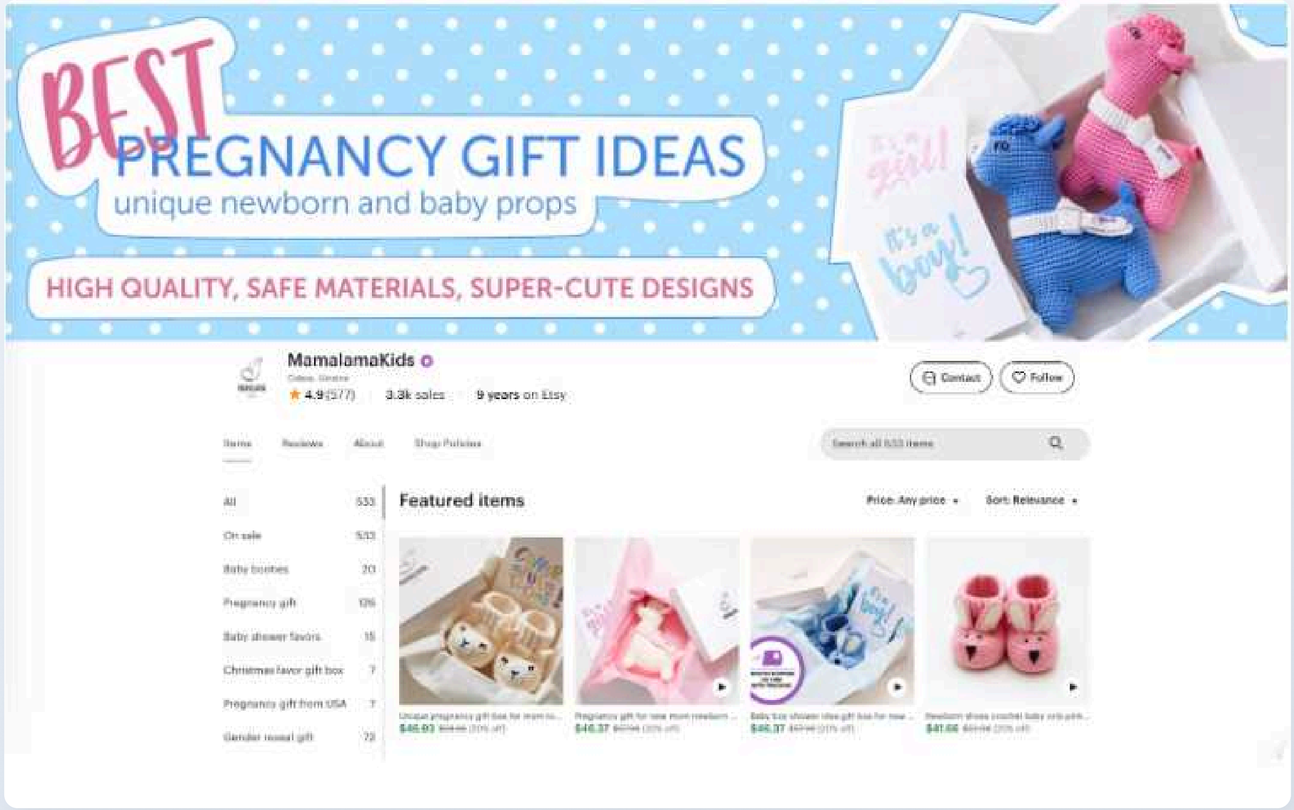
- ☑ назву магазину;
- ☑ банер та аватар;
- ☑ лістинги і секції товарів;
- ☑ короткий опис (Shop announcement);
- ☑ розділ «Про магазин» (історія продавця) з доданими туди ілюстраціями процесів роботи (за бажанням продавця);
- ☑ політики магазину;
- ☑ відгуки.

Усе це працює на довіру, а не на SEO.

Банер і аватар

Важливо усвідомлювати, що більшість клієнтів шукатиме вас через пошук і потраплятиме спочатку на картку товару з видачі. Безпосередньо в магазин звідти переходить лише незначна частина аудиторії, тому головна сторінка магазину не є тією, що справляє перше враження на клієнта. Тим не менше, цей простір теж важливо використати з користю для магазину і його іміджу.
Було б добре, якби банер магазину не просто повторював колаж з товарів, які клієнт і так бачить на цій сторінці, а інформував про щось важливе: знижки, промоакцію, конкурентні переваги товарів чи новинки.

Аватар (в ідеалі) має містити логотип вашого бренду або чітку інформацію про нього.



Shop Announcement — короткий опис під товарами

Раніше цей блок знаходився одразу під банером і був більш важливим для враження про ваш магазин. Тепер Etsy прибрав його нижче і, по суті, його роль мінімальна. Тим не менш, можна заповнити announcement кількома реченнями про магазин: що ви продаєте, для кого і чому саме у вас мають купувати.

Розділ About — історія продавця

Etsy максимально просуває в своєму позиціюванні ідею “real people, real makers” — тобто справжніх простих людей, які вміють створювати класні продукти і діляться ними зі світом. Тому в розділі «Про магазин» чудово було б написати про вас і як ви прийшли до відкриття магазину.

Як правильно написати історію продавця

Структура простою мовою

1. Хто ви

- кілька речень про себе
- не потрібно біографії

I’m a designer and creator behind this shop.

2. Що ви створюєте

- які товари
- для кого

I create digital planners and journaling tools designed to bring calm and structure into everyday life.

3. Чому це важливо

- ідея
- цінності
- натхнення

Every item is designed with attention to detail and usability, so it’s both beautiful and practical.

4. Як ви працюєте

- handmade / digital
- процес
- підхід

Each product is carefully created and tested before being published in the shop.

Що НЕ потрібно писати:

- ❌ «Я з України, тому купіть у мене»
- ❌ довгі особисті історії
- ❌ політичні теми
- ❌ скарги або виправдання

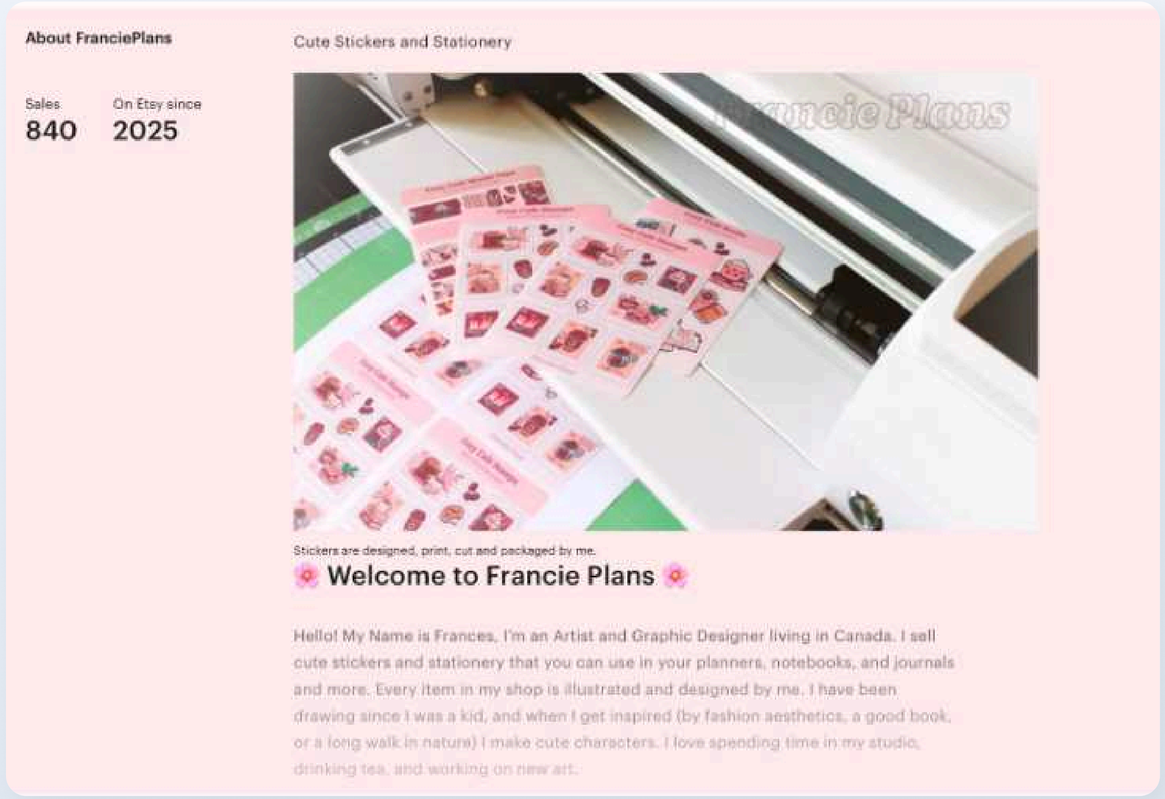
Але можна акуратно згадати:
Proudly created in Ukraine 🇺🇦

Фото та відео в розділі About

Etsy дуже рекомендує додавати візуальний контент.

- **Що можна додати:**
  - робоче місце
  - процес створення
  - матеріали
  - готові вироби

Навіть прості фото з телефону чудово підійдуть для ілюстрації процесу.



Політики магазину

Більшість розділів тут Etsy заповнює автоматично, вам залишається лише переглянути інформацію, яку він пропонує
і зберегти її. В цьому блоці знаходиться інформація про:

- returns & exchanges (повернення і обмін)
- cancellations (скасування)
- shipping (доставку)
- digital items (цифрові товари)

Існує думка, що Etsy більше довіряє магазинам із заповненими політиками. Це важко довести фактичними тестуваннями, бо на розвиток магазину впливає багато різних параметрів. Проте заповнені політики точно підвищують довіру та поліпшують користувацький досвід для потенційних замовників.



Часті помилки новачків

❌ **Залишати About порожнім**

❌ **Копіювати чужі тексти**

❌ **Писати надто «офіційно»**

❌ **Намагатися продати замість розповісти**

Висновок

Головна сторінка магазину — це:

довіра → впевненість → покупка

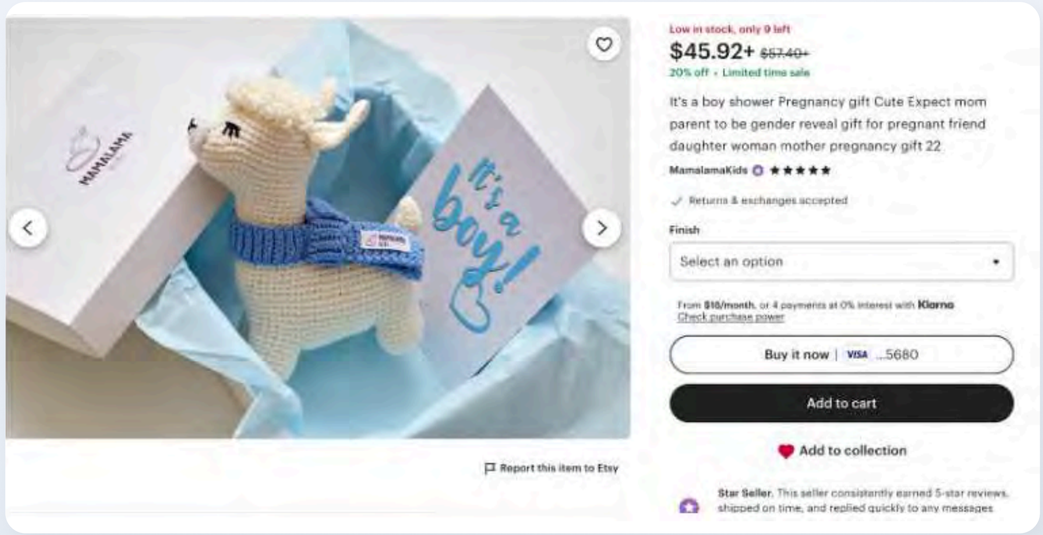
Ваші лістинги можуть продавати і без головної сторінки, адже більшість покупців купуватиме через пошук і не бачитиме вашої «вітрини». Але для повторних клієнтів, а також покупців, які мають сумніви і йдуть вивчати вас детальніше, ця інформація допоможе прийняти рішення швидше.

Як правильно заповнювати лістинг та створювати ефективні описи товарів на Etsy

Лістинг на Etsy — це основна одиниця продажу. Саме його Etsy аналізує, ранжує та показує покупцям у пошуку.

Якщо коротко:

SEO приводить трафік → фото зупиняють → опис і деталі продають



Загальна логіка лістингу

Etsy дивиться на:

1. релевантність (ключові слова);
2. поведінку покупців (кліки, покупки, фаворити);
3. якість сервісу продавця.

Покупець дивиться на:

- фото, ціну;
- відгуки;
- доставку;
- зрозумілий опис.

Title — назва товару

Назва товару (title) має містити основні ключові слова, за якими його шукатиме покупець. Водночас бажано, щоб назва не виглядала, як перелік SEO-виразів і насамперед була зрозумілою живій людині – покупцеві. Використовуйте у своєму тайтлі основні пошукові запити (які ви підібрали за допомогою eRank і аналогічних сервісів), що відповідають на такі запитання про товар:

- ☑ Що це?
- ☑ З чого це зроблено?
- ☑ Для чого це?
- ☑ Для кого це?
- ☑ Чи підійде на подарунок?
  Якщо так, то для кого/ з якого приводу?

Чого краще уникати:

- ✗ 10 ключів через кому
- ✗ LL CAPS (всі слова прописані ВЕЛИКИМИ БУКВАМИ)
- ✗ emoji
- ✗ повторення одного слова (це просто дарма займає місце

Title — для людей, не для спаму

Photos & Video — вирішальний фактор

Фото, особливо обкладинка товару, — це фактор №1 для кліку

Etsy віднедавна дозволяє додавати до 20 фото і 1 відео в картку товару, тож використайте цю можливість максимально ефективно. Покажіть свій товар у різних ракурсах, продемонструйте важливі деталі і способи використання, додайте відео, яке ще краще демонструє товар.

Перше фото:

- чітке;
- зрозуміле
- без дрібного тексту;
- одразу демонструє товар.

Інші фото:

- деталі;
- варіанти;
- масштаб;
- використання;
- що входить до набору.

Відео:

- не обов’язкове, але дуже бажане;
- підвищує довіру;
- працює навіть без звуку.

Category & Attributes — приховане SEO

Категорія та атрибути:

- працюють як додаткові теги
- також впливають на пошук

- ☑ Вибирайте найбільш точну категорію
- ☑ Заповнюйте максимум релевантних атрибутів

Чим Etsy краще розуміє товар, тим точніше показує, а це вже визначає результат для вас.

Tags — 13 можливостей потрапити в пошук

- 13 тегів
- до 20 символів кожен

Правила:

- ☑ Релевантні товару (чітко відносяться до товару, а не просто суміжні за нішею)
- ☑ Загальновживані, а не вигадані фантазійні назви

Важливо:

Etsy не бачить різниці в множині/однині, показує товари за принципом широких входжень (тобто сам комбінує слова з різних тегів чи різних частин заголовку, намагається показувати не тільки за дослівним збігом, а і за сенсом).

Description — для покупця, не для алгоритму

Опис товару не відіграє значної ролі у пошуковій видачі та суттєво не впливає на ранжування, але може впливати на конверсію — тобто на те, як швидко людина ухвалить рішення про покупку, вивчаючи сторінку продукту.

Структура хорошого опису

Перші 2–3 рядки:

- ☑ коротко: що це і для кого

Що ви отримаєте:

- ☑ список;
- ☑ формат;
- ☑ кількість.

Як використовувати:

- ☑ інструкція;
- ☑ приклади.

Важливі моменти:

- ☑ цифровий товар / фізичний
- ☑ повернення.

Price — не демпінг, а стратегія

Etsy не просуває дешевший чи дорожчий товар. Etsy просуває те, що краще купують.

Враховуйте:

- ☑ комісії;
- ☑ доставку;
- ☑ час;
- ☑ цінність.

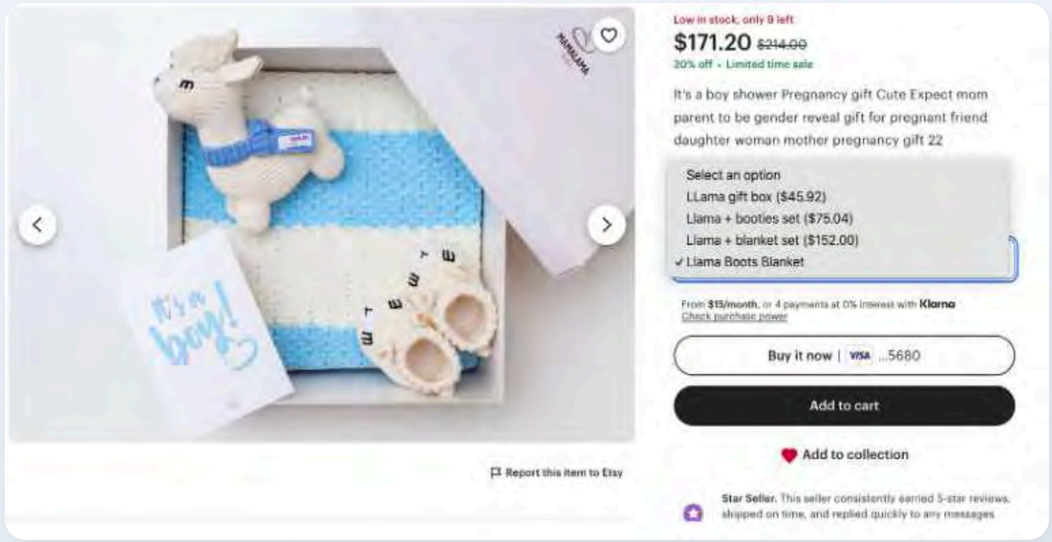
Краще:

- ☑ середня ціна + якісна подача, ніж дешево і без довіри

Продавати в люкс-сегменті чи з прайсом, вищим за конкурентів, абсолютно реально. Головне, щоб покупець міг швидко зрозуміти, чому він має заплатити вам більше.

Variations — зручність = більше продажів

До кожного лістингу опціонально можна додати варіації: різні кольори, розміри, набори тощо. Це не тільки інструмент інформування покупця, а й можливість збільшити чек магазину. Це спрацює, якщо ви мотивуєте клієнта купити більше. Наприклад, показавши у варіаціях, що цей товар можна придбати в парі з іншим.



Варіації:

- розмір;
- формат;
- кількість;
- тип.

Shipping / Delivery

Фізичні товари:

- коректний processing time;
- реалістичні терміни доставки.

Digital:

- автоматичне розблокування можливості завантажити файл після оплати;
- покупець сам вибирає, в який момент йому завантажити товар.

Типові помилки новачків

- ❌ погані фото
- ❌ незрозумілий опис
- ❌ в title багато повторів одного слова
- ❌ порожні атрибути
- ❌ в тегах вигадана назва товару, а не реальний запит людини, яка його шукатиме

Висновок

Хороший лістинг — це:

SEO + візуал + довіра + сервіс

Навіть простий товар може продаватись добре, якщо лістинг оформлений правильно і на нього існує попит на ринку.

Скільки тегів можна і треба використовувати

Etsy дає можливість додати до товару:

- ☑ 13 тегів
- ☑ до 20 символів кожен

Золоте правило:
Використовувати ВСІ 13 тегів у кожному лістингу.

Незаповнені теги = втрачені можливості з’явитись у пошуку.

Як Etsy читає теги

Важливо розуміти:

- ☑ Etsy розбиває теги на окремі слова
- ☑ комбінує їх між собою
- ☑ порівнює з пошуковим запитом покупця

Тобто:

`digital planner ipad = planner ipad digital`
коми, порядок слів і множина не мають значення

Поширений міф:

❌ «Потрібно повторювати ключові слова в тегах і title»

Ні.

Etsy:

- ☑ вже бачить ключі з title
- ☑ повтори не дають бонусу
- ☑ забирають місце для інших запитів

Якщо ви вже використали всі заплановані слова, але в тегах ще є місце, можна додати вираз із повтором. Наприклад, якщо вже є тег planner sticker, можна додати journal sticker. Також не буде помилкою додати окремо слово journal, навіть якщо тег зі словом sticker уже використано – Etsy зможе автоматично сформувати фразу journal sticker з цих тегів.

Як правильно підбирати теги

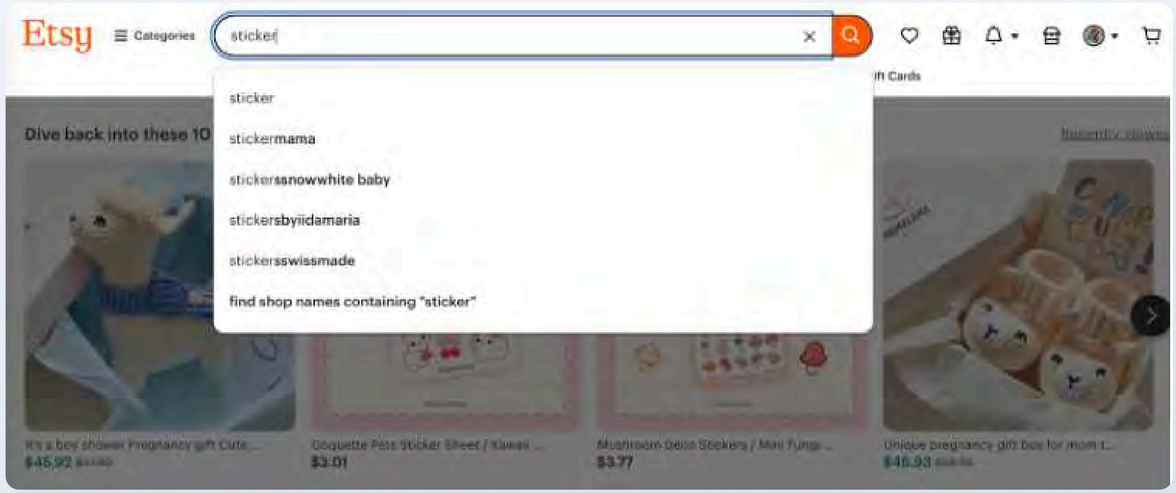
Спосіб 1. Пошук Etsy

- ☑ Введіть слово в пошук.

Перегляньте пропозиції і підказки автозаповнення рядка пошуку — це реальні запити покупців, серед яких можна шукати ідеї.

Спосіб 2. Категорії та фільтри

- ☑ Etsy підказує популярні атрибути та фільтри в різних нішах. Вони теж працюють як SEO і дають підказки щодо запитів.



Спосіб 3. Аналіз конкурентів

- ☑ подивіться:
  - top listings
  - Titles
  - categories;

❌ не копіюйте сліпо ☑ **аналізуйте логіку**

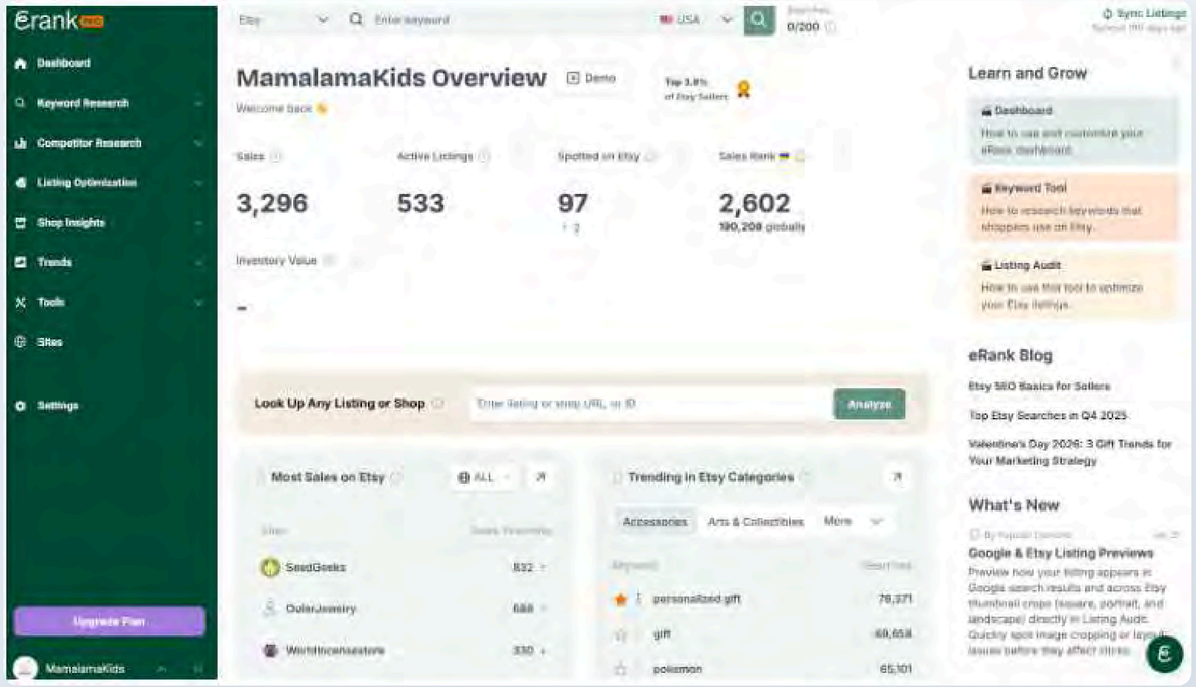
Як правильно підбирати теги

Спосіб 4. SEO-інструменти

- ☑ eRank
- ☑ Marmalead

Вони допомагають:

- ☑ оцінити попит
- ☑ знайти ніші і підніші
- ☑ уникнути надконкурентних слів



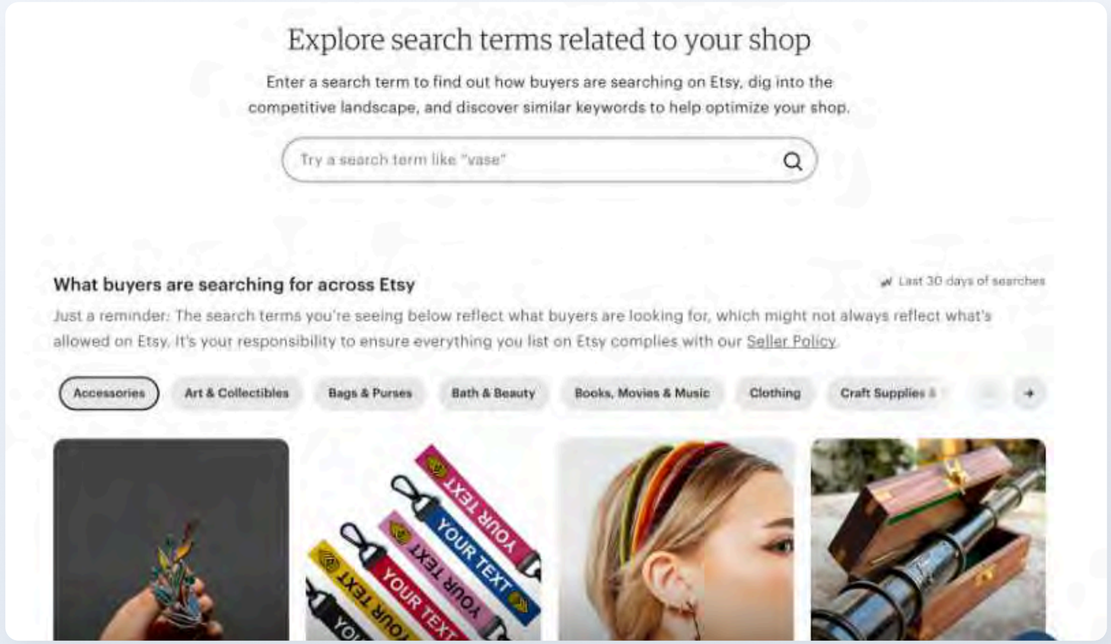
Як правильно підбирати теги

Спосіб 5. Розділ Marketplace insights в адмінці магазину

Тут Etsy показує, які слова використовують інші продавці в лістингах, а також орієнтує стосовно реальної ситуації в видачі за тими чи іншими запитами.

Типові помилки з тегами

- ❌ не використовувати всі 13
- ❌ повторювати слова занадто часто
- ❌ використовувати власні назви, які ви вигадали, але які невідомі на широкий загал
- ❌ копіювати чужі теги без аналізу



Висновок

Теги — це: **13 шансів з’явитись у пошуку Etsy**

Правильно підібрані теги:

- ✅ приводять цільовий трафік
- ✅ підвищують кліки
- ✅ допомагають лістингу закріпитись у пошуку

Як правильно заливати фото та відеоконтент у лістинг Etsy

На Etsy візуал вирішує більше, ніж текст. Покупець спочатку розглядає фото, потім читає, і лише після цього ухвалює рішення.

Як Etsy використовує фото та відео

Фото і відео впливають на:

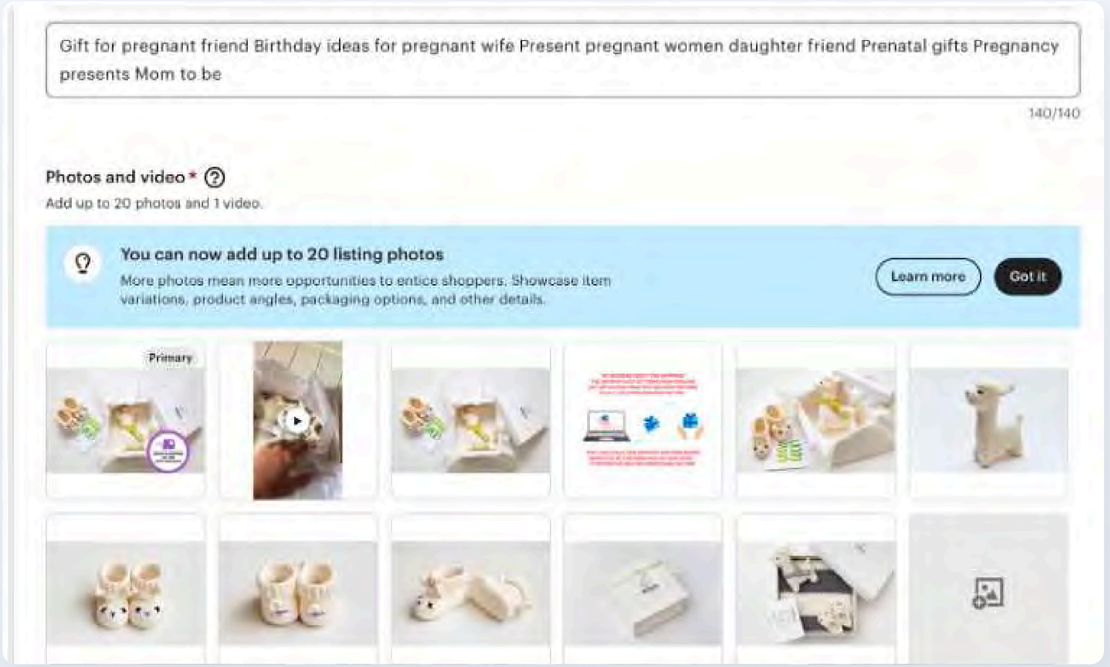
- CTR (чи клікнуть у пошуку)
- conversion rate (чи куплять)
- довіру до магазину
- повторні покупки

Etsy не «читає» фото як Google, але поведінка покупців напряму впливає на ранжування.

Фото: скільки і які

Etsy дозволяє:

- до 20 фото



Etsy не пригнічує у видачі товари з меншою кількістю фото або без відео, тобто фото/відео не впливає на ранжування, але впливає на конверсію (на вірогідність купити), а це вже, в свою чергу, вплине на ранжування.

Перше фото (thumbnail, обкладинка) — найважливіше

Це фото:

- видно в пошуку
- видно у рекомендаціях
- визначає, чи клікнуть після показу

Вимоги:

- ✅ чітко видно і зрозуміло товар
- ✅ фон може бути будь-яким (не обов’язково білим), головне, щоб було видно товар
- ✅ без дрібного тексту чи неочевидних елементів
- ❌ не колаж
- ❌ не перевантажений дизайн
- ❌ бажано не watermark через весь кадр, хоча прямої заборони на такі елементи немає.

Формат і технічні вимоги до фото

- ✅ Рекомендований розмір: 2000 × 1500 px або більше
- ✅ Орієнтація: наразі горизонтальна (4:3), але Etsy часто міняє цей параметр
- ✅ Формат: JPG або PNG
- ✅ Висока чіткість

Etsy автоматично стискає файли, тому краще завантажувати із запасом якості

Галерея фото товару: що саме показувати

Рекомендована структура:

1. Загальний вигляд
2. Деталі / текстура
3. Використання в реальному житті
4. Масштаб (в порівнянні з рукою чи впізнаваним предметом)
5. Що входить до набору
6. Варіації
7. Інструкція / пояснення (кілька інфографік з текстом — чудова ідея)

Фото повинні відповідати реальному вигляду товару, інакше є високий ризик отримати кейс/скаргу від покупця.

Текст на фото: можна чи ні

☑ Можна:

- мінімальний текст
- 1–2 фото з поясненням (інфографіка)

Покупці не завжди уважно читають опис товару, тому краще якісь важливі параметри винести в галерею фото у вигляді інфографіки.

Відео в лістингу

Etsy дозволяє:

- 1 відео
- до 15 секунд
- без звуку (або зі звуком, але не критично)

Що показувати у відео:

- продукт у використанні
- процес
- деталі
- рух / об’єм

Відео сильно підвищує довіру до товару, навіть максимально просте з телефону.

Технічні вимоги до відео

- ☑ Формат: MP4 / MOV
- ☑ Максимальний розмір файлу: ~100 MB
- ☑ Вертикальне або горизонтальне
- ☑ Без титрів дрібним шрифтом

Фото та відео для digital-товарів

Важливий момент!

Показуйте:

- ✅ прев’ю
- ✅ приклади
- ❌ Не вводьте в оману
- ✅ Mockups
- ✅ екрани
- ❌ Не показуйте фізичний товар, якщо його немає.

Типові помилки

- ❌ **одне фото в галереї**
- ❌ **темні або нечіткі знімки**
- ❌ **фото не відповідають товару**

Коли і як оновлювати фото

Якщо товар гарно продається, а головне фото не втратило своєї актуальності, то з його заміною краще не ризикувати. Оновлення обкладинки товару не впливає на його ранжування, але може вплинути на привертання уваги покупців, а це, в свою чергу, вже вплине на ранжування. Навіть з кращим фото люди можуть менше реагувати на товар, що несе ризик погіршення роботи бестселера. Такі експерименти краще проводити на дублікатах товарів, не змінюючи нічого в бестселері.

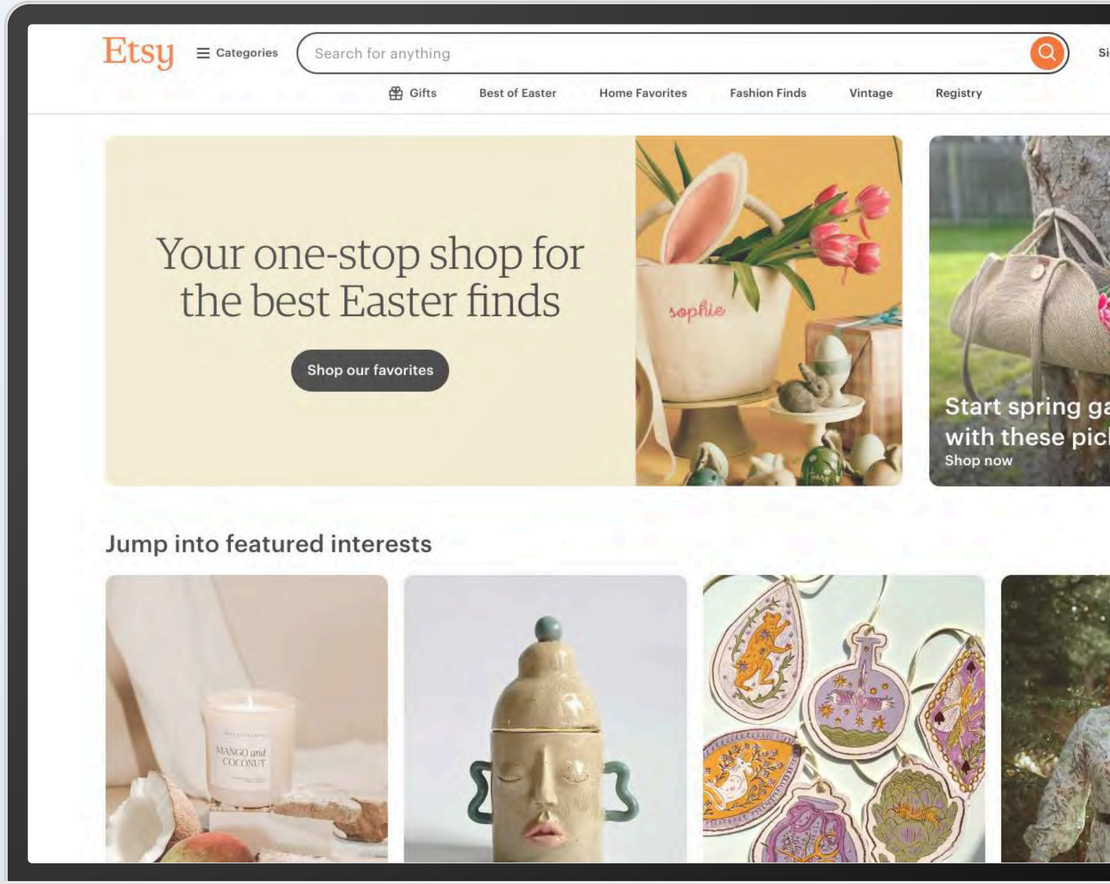
Висновок

Хороші фото та відео:

зупиняють → пояснюють → продають

Навіть ідеальний title і теги не врятують лістинг із поганим візуалом.

Аналіз товару та ніші до старту



Аналіз товару та ніші до старту

Перед запуском магазину на Etsy перевірте, чи є попит на ваш товар. Це базова гігієна – щоб не витрачати час даремно. Використовуйте такі інструменти для аналізу, як eRank, EverBee чи Alura. Вони показують, що шукають покупці, скільки конкурентів у цій ніші та скільки можна заробити.

Топ інструменти для Etsy (і порівняння з Amazon/eBay):

eRank

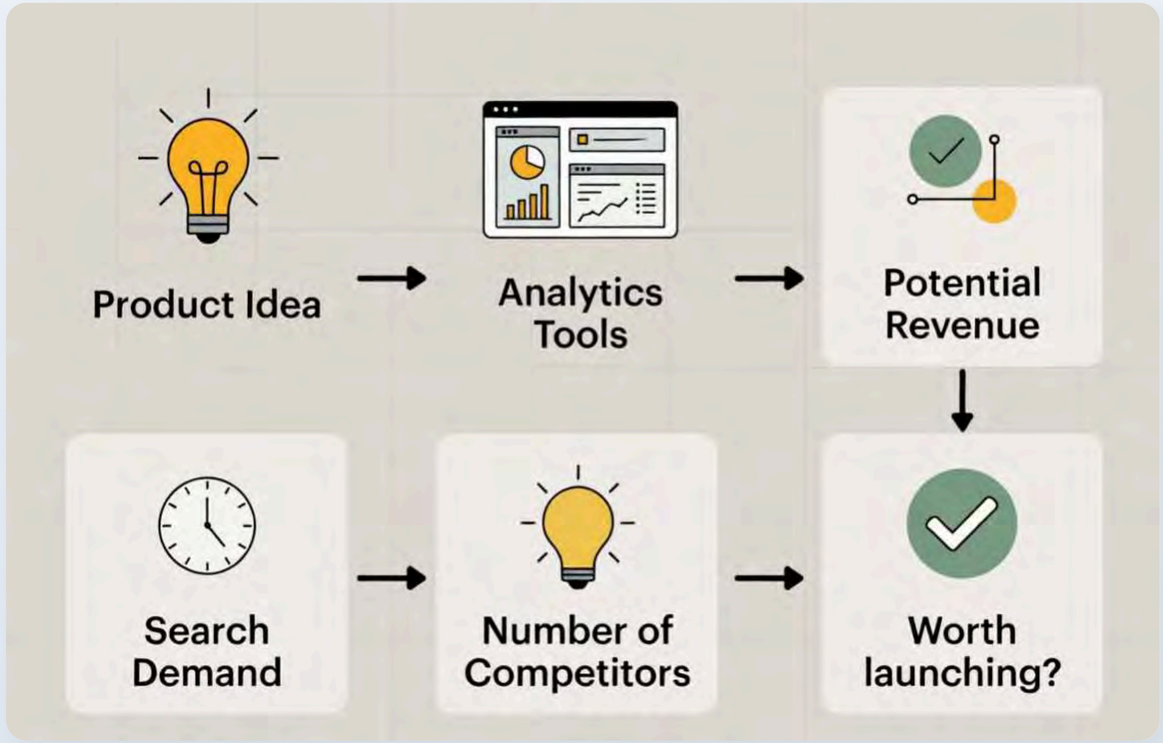
SEO, ключові слова, тренди. Ідеально для новачків – показує, де Etsy виграє в Amazon.

EverBee

Шукає топові товари, оцінює продажі.

alura

Все в одному: дослідження ніші, ціни, конкуренти.



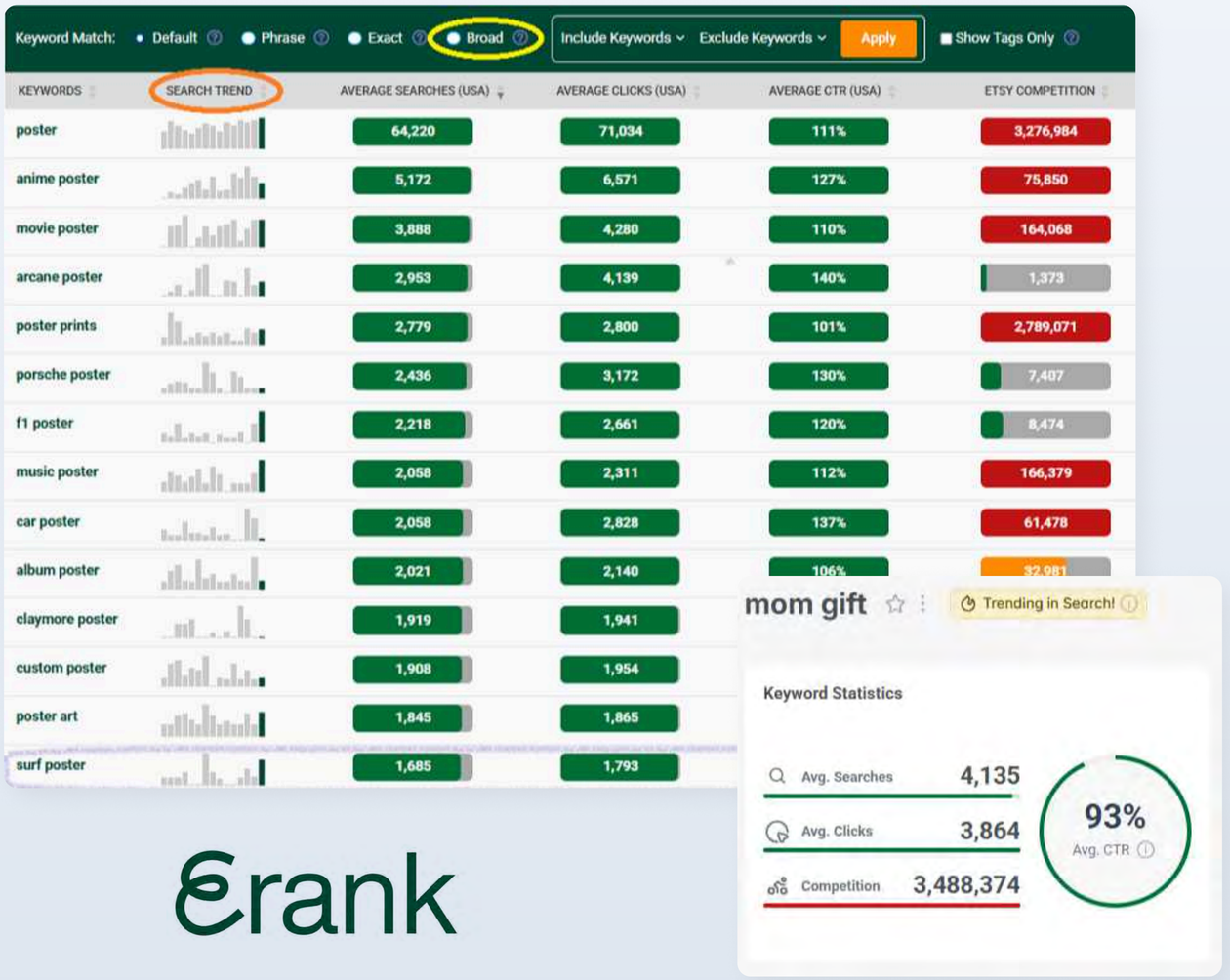
eRank

SEO та аналітика Etsy:

- показує ключові слова, тренди, сезонність;
- допомагає зрозуміти, які запити перегріті, а де є можливість зайти;
- оптимальний для першого знайомства з Etsy SEO.

Коли використовувати:

на старті магазину та при оптимізації лістингів. При перегляді ключового запиту з вибраної ніші ви зможете побачити, скільки магазинів продають цей товар та скільки покупців його шукають. Ви зрозумієте, в які місяці спостерігається найбільша активність і яких результатів досягли вже працюючі магазини.



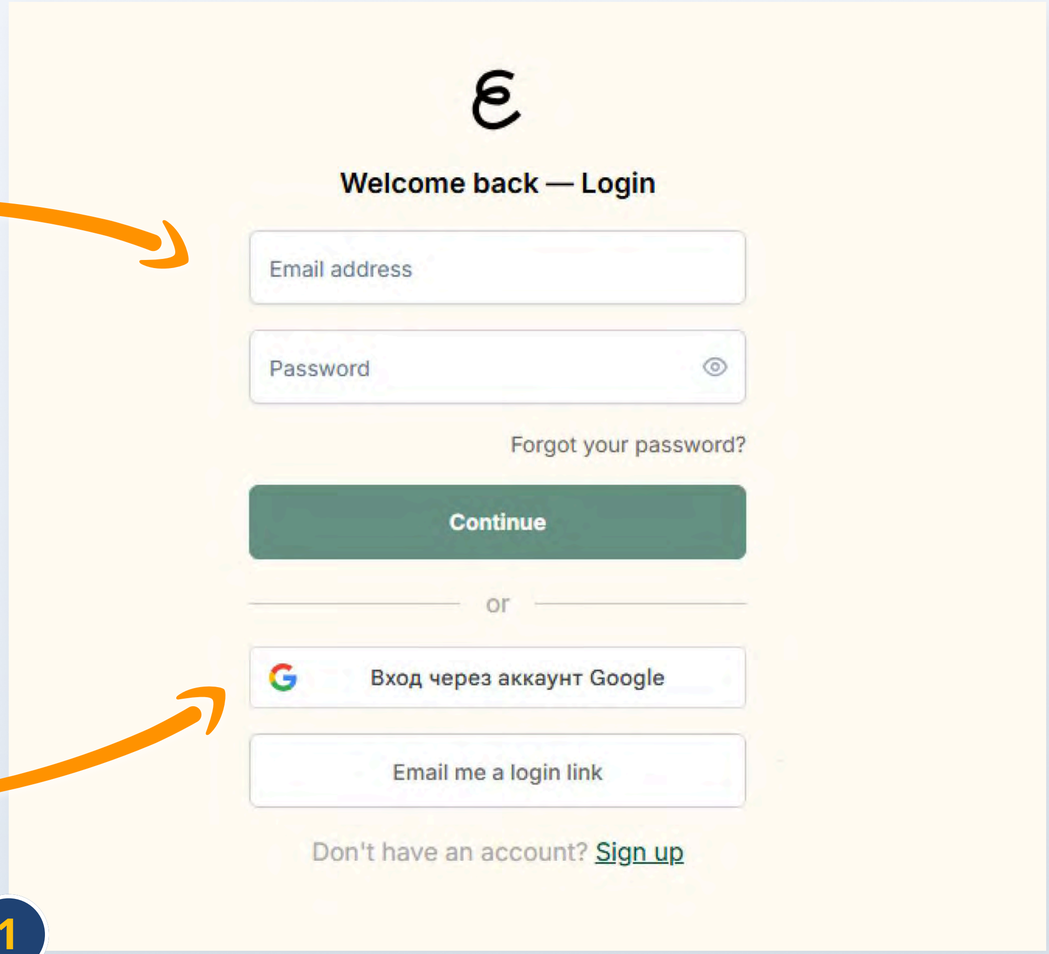
УКРПОШТА Payoneer Tania Bondar Etsy & Shopify Sales ЦІЛЬ

Реєстрація в eRank

1 Реєстрація в eRank

1. Перейдіть на сайт eRank.
2. Зареєструйтеся (можна через Google) автоматично – для цього треба натиснути “Вхід через аккаунт Google”.

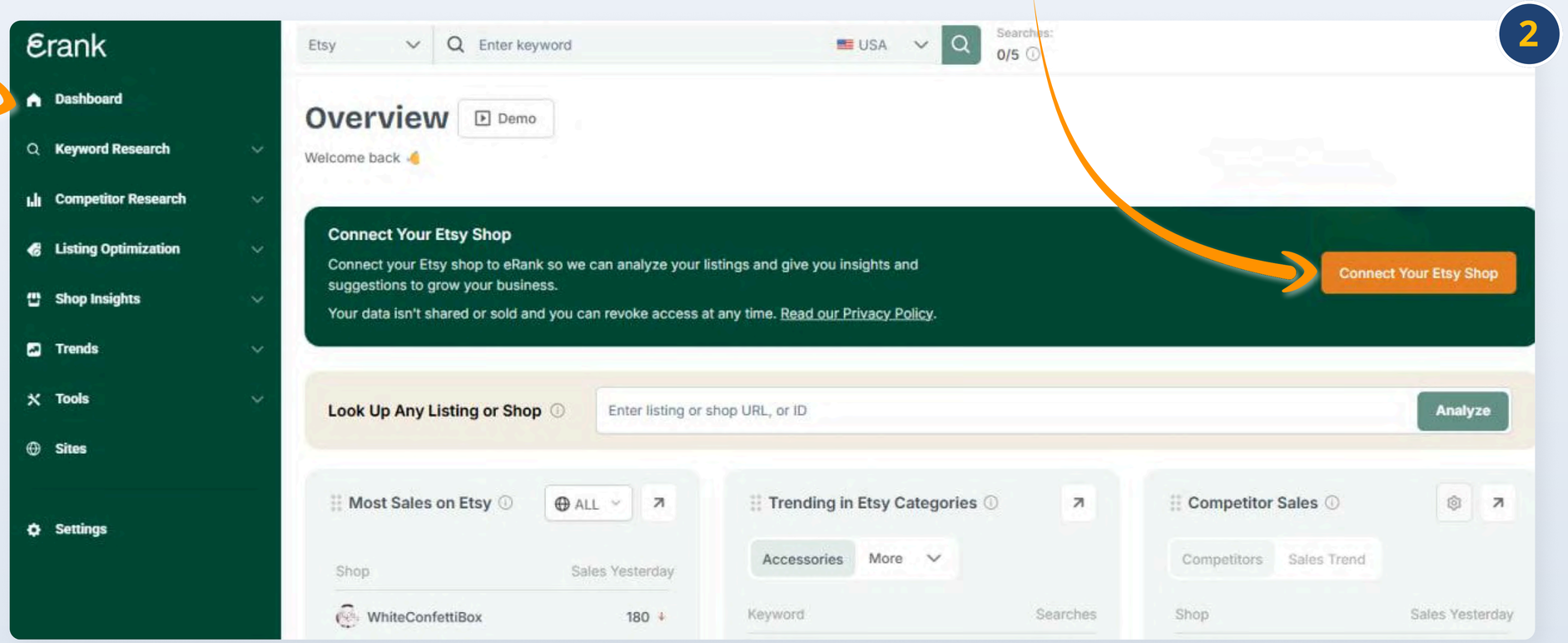
Зареєструватись ↗



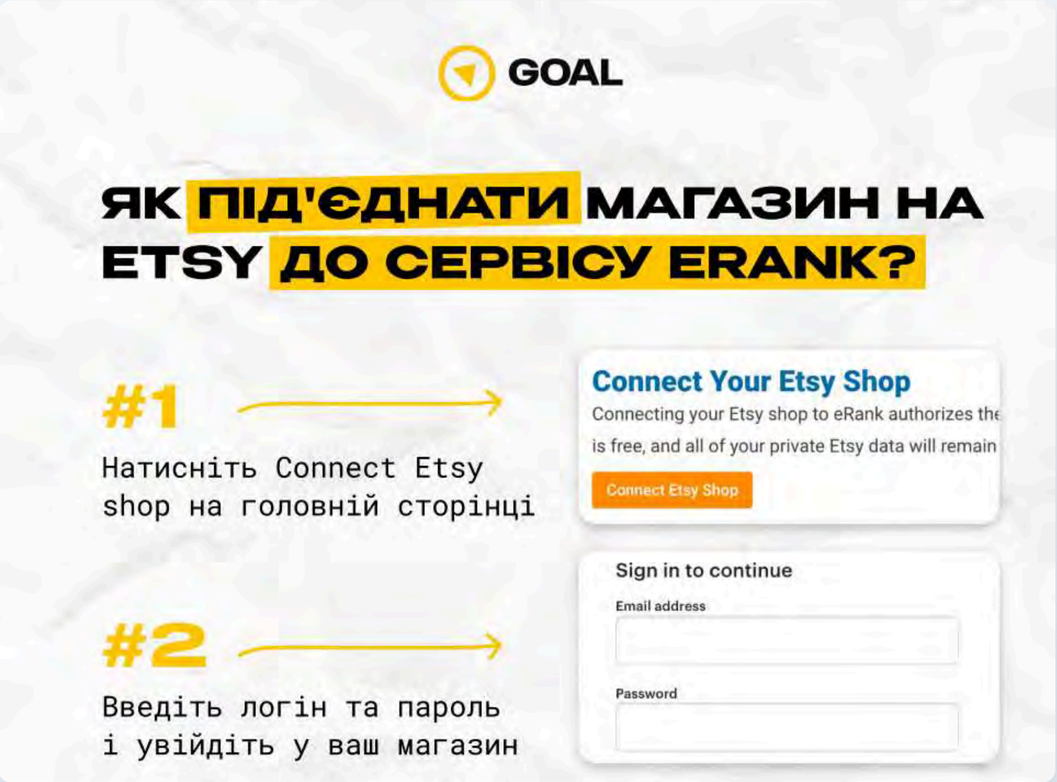
Реєстрація в eRank

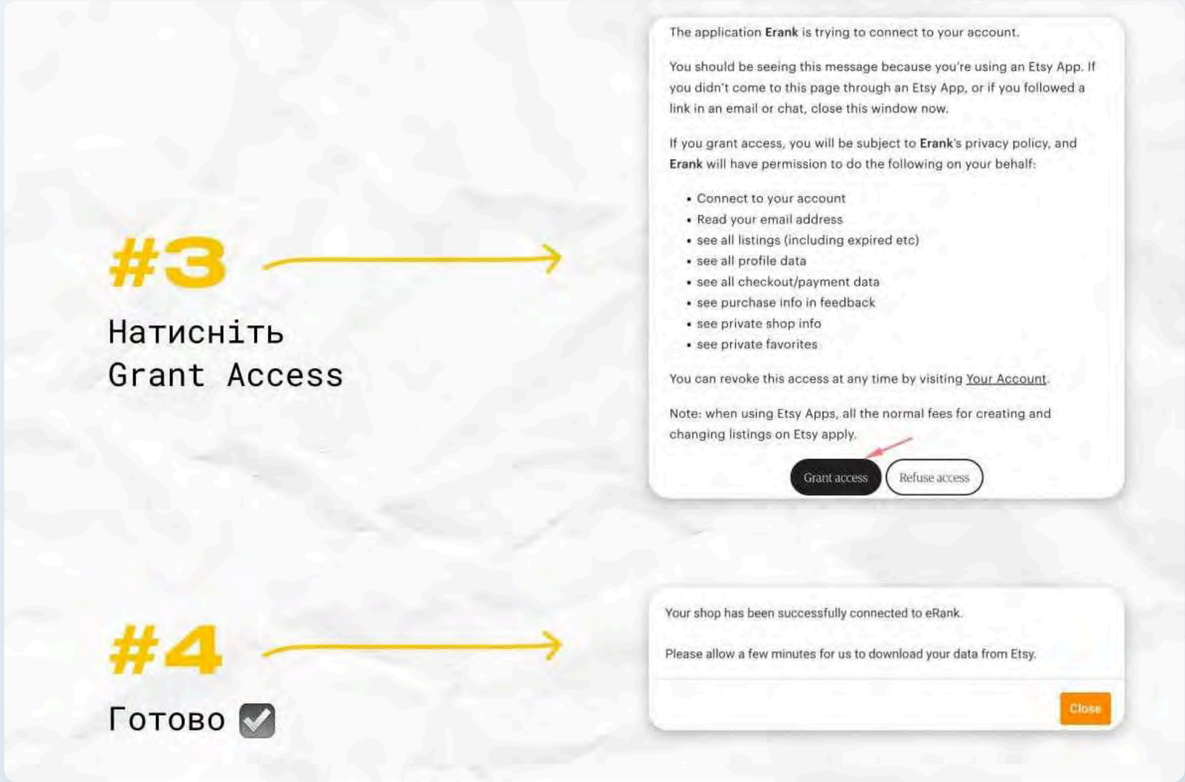
Після цього ви потрапите на головну сторінку в розділ **Dashboard** та зможете користуватися кабінетом.

2 **Якщо ви хочете аналізувати свій магазин на Etsy, то прив'яжіть його до eRank.**



Інструкція: як під'єднати свій магазин

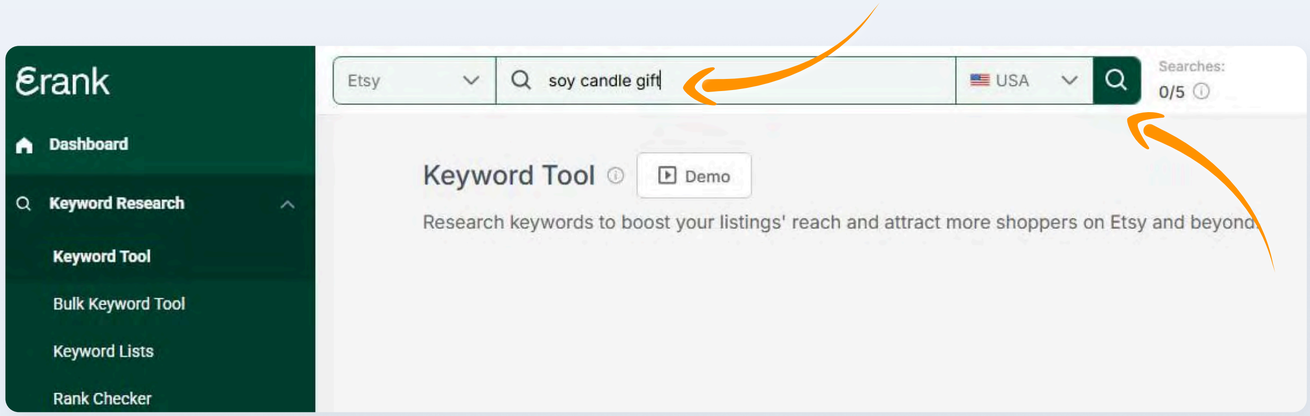




Основні розділи сервісу eRank, які необхідні для роботи з магазином та аналізу

Інструмент: **Keyword Tool**

1. У верхньому меню натисніть **Keyword Tool**
2. У полі пошуку введіть **1 ключовий запит**
3. Натисніть **Search**



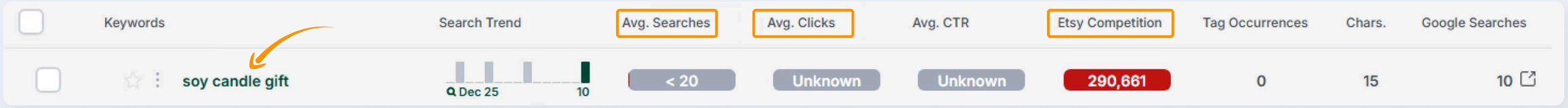
На які показники дивитись

- **AVERAGE SEARCHES** – сортує теги за найбільшою кількістю пошукових запитів. Часто допомагає з’ясувати попит та зрозуміти кількість тегів, за якими ніша просувається.
- **AVERAGE CLICKS** – сортує за кліками по ключових запитах. Використовуйте для показу найбільш клікабельних ключових слів.
- **AVERAGE CTR** – сортує за відношенням кількості кліків до пошукових запитів. Тобто якщо за тегом було 1000 показів і 500 кліків, то CTR становитиме 50%. За статистикою цей тег буде для вас дуже релевантним.
- **ETSY COMPETITION** – сортує за конкуренцією лістингів за цим запитом. Бажано сортувати за найменшою конкуренцією та підбирати найбільш релевантні теги – це пришвидшить продажі у новому магазині. Надалі можна використовувати конкурентніші.

Пошук тегів

При пошуку тегів маєте орієнтуватися на 2 основні показники: кількість шукачів і кількість конкурентів.

Перша колонка показує середню кількість пошуків за цим запитом на місяць. Ці показники розраховують на основі річних даних: загальну кількість пошуків за рік ділять на 12 і отримують середнє значення за місяць



- **Високочастотні пошукові запити** – це слова, фрази або навіть речення, які користувач вводить у пошуковому рядку, найчастіше певної тематики. Як правило, до ВЧ-запитів відносяться загальні категорії інформації, яку шукає користувач.

  Наприклад, запити типу “книги”, “іграшки”, “подарунки” тощо, без уточнення, які саме книги, іграшки і подарунки – це високочастотні запити.

- **Середньочастотні** – більш конкретизовані запити. Тут подається уточнена інформація. Наприклад, “дитяча книга”, “дерев’яні іграшки”.

- **Низькоконкурентні** – такі запити користувачі будуть вводити рідко, лише коли захочуть отримати конкретний результат. Тому ці запити формують цільовий трафік.

  Наприклад, “дитяча книга з ведмедиком”, “дерев'яна іграшка ручної роботи”.

Пошук тегів

Остання колонка вказує, скільки на Етсі у вас конкурентів, які використовують цей тег, щоб знайти клієнта.

Всі теги ділимо загально на 3 категорії за конкуренцією та на 3 за кількістю шукачів.

- **Висококонкурентні** (конкуренція понад 50 тис.)

Вони в останній колонці світяться червоним кольором. За ними показуються в основному магазини, які не лише мають гарну семантику та фото, а й багато постійних продажів. Часто вони є високочастотними – світяться зеленим кольором в першій колонці, що свідчить про велику кількість пошуків за цим тегом (в середньому понад тисячу). До таких тегів потрібно доходити з часом.

- **Середньоконкурентні**

Підсвічуються жовтим / помаранчевим кольором в колонці «конкуренція» (в середньому – це теги з конкуренцією від 10-15 тис. до 50 тис., але в різних нішах показники можуть трішки відрізнятись). Вони можуть бути як високочастотні, так і середньочастотні (жовтий колір та показник 200+ до 900 орієнтовно).

- **Низькоконкурентні**

Підсвічуються зеленим або сірим кольором, якщо конкуренція дорівнює майже нулю. Залежно від ніші цей показник може складати декілька сотень конкурентів або декілька тисяч). Вони зазвичай і низькочастотні (світяться червоним кольором в колонці «шукачі» та мають показник пошуків в середньому до 200 на місяць), та дуже корисні для нових магазинів, щоб вибитись у видачі.

Пошук тегів

Низькоконкурентні теги (наприклад, із конкуренцією менше 100) зазвичай мають мало пошукових запитів, але вони корисні, адже за ними буде 100% видача на перших 3-х сторінках. Вони продають максимально – саме за ними найчастіше здійснюють покупки.

У лістингах потрібно поєднувати всі ці категорії. Коефіцієнт конкуренції допомагає зрозуміти сам eRank. Висока конкуренція відображається червоним кольором, середня – жовтим\помаранчевим, низька оптимальна – зеленим та суперницька – сірим.



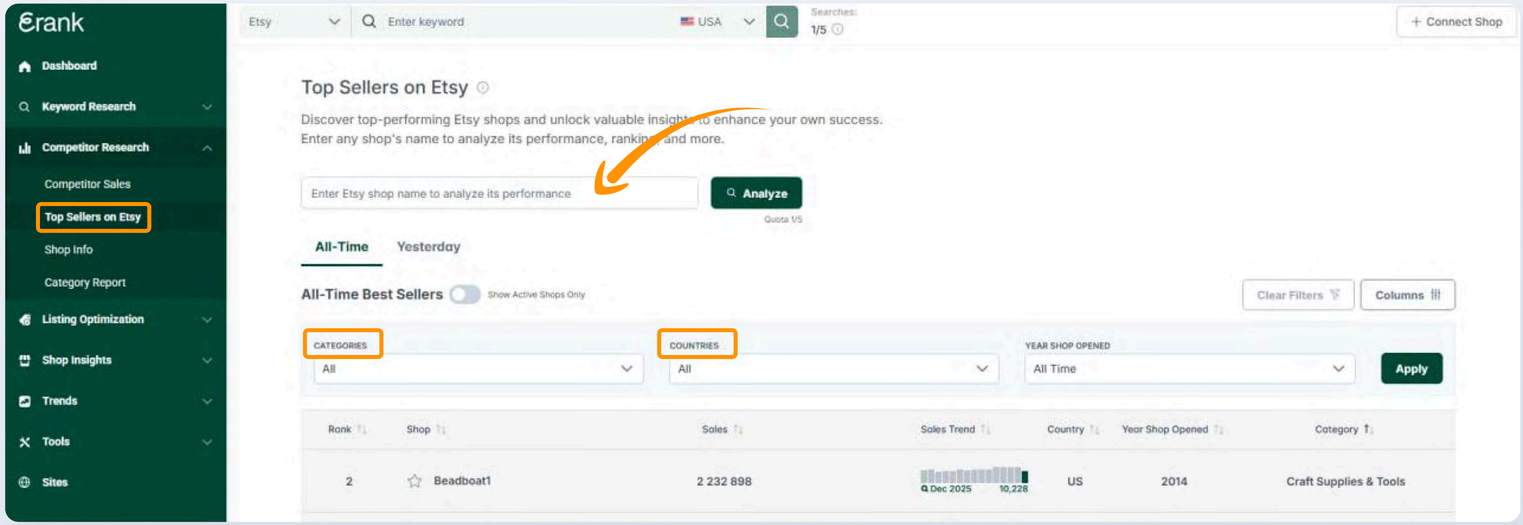
KEYWORDS	SEARCH TREND	AVERAGE SEARCHES (USA)	AVERAGE CLICKS (USA)	AVERAGE CTR (USA)	ETSY COMPETITION
gift idea		247	336	136%	2,006,866
party favors		10,182	11,798	116%	1,136,729
christmas tags		846	718	85%	311,711
bridesmaid gift		5,488	5,526	101%	552,008
matcha gift		199	190	95%	4,423
crochet gift		422	70	< 20%	315,073
stoner gift		304	134	44%	37,310
scrapbooking		11,055	10,695	97%	4,834,387
silhouette		544	205	38%	1,317,946

УКРПОШТА Payoneer Tania Bondar Etsy & Shopify Sales ЦІЛЬ

Інструкція: як дивитися та аналізувати конкурентів у eRank → Top Sellers on Etsy

Де знайти розділ

1. Увійдіть в eRank.
2. У лівому меню відкрийте “Competitive Research”.
3. Знайдіть і відкрийте Top Sellers on Etsy.

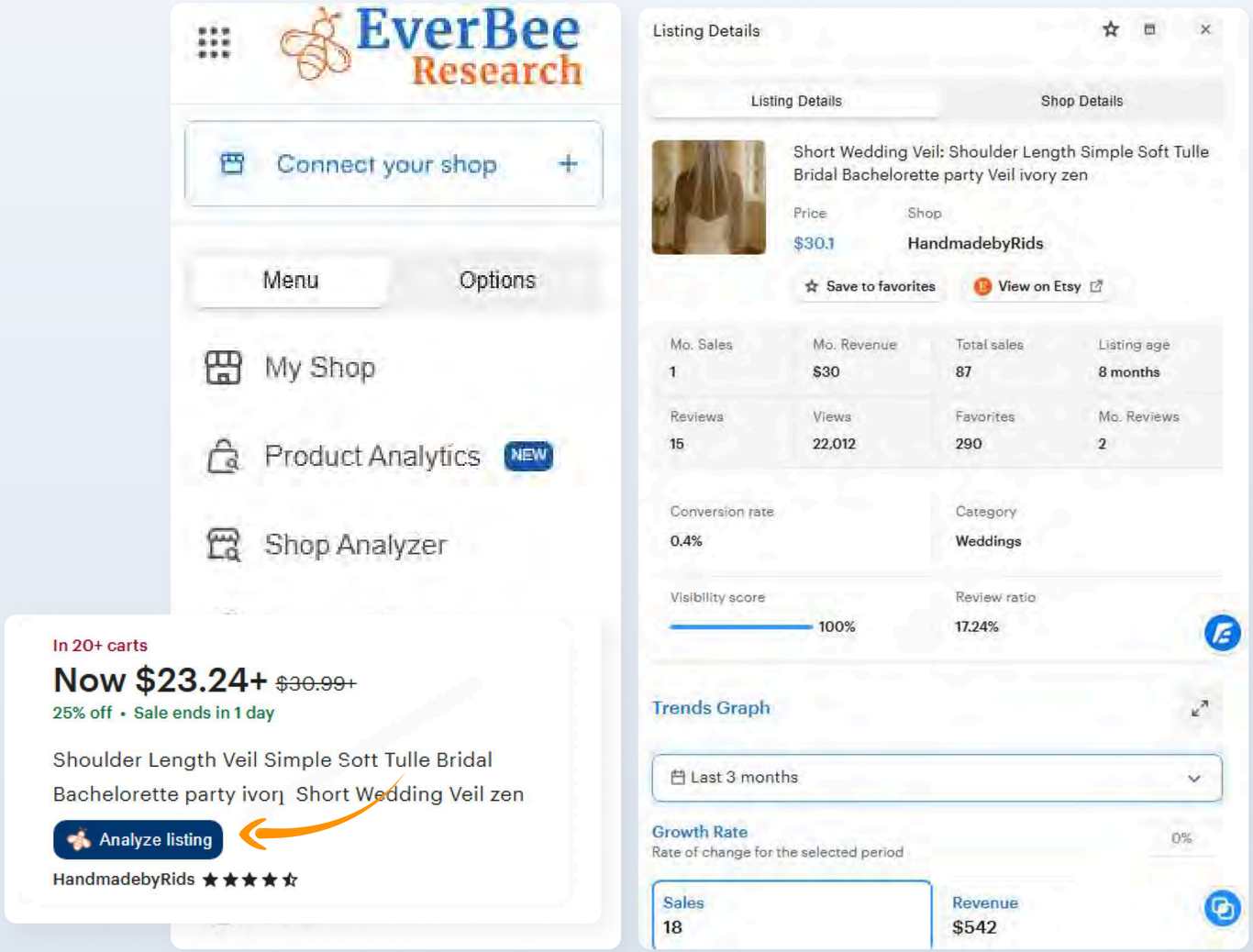


Тут ви можете: ввести назву магазину, який вас цікавить, відфільтрувати магазини за категорією, часом створення або країною та подивитись детально кращих гравців у цій ніші

EverBee

Аналіз товарів і продажів:

- показує **приблизні продажі конкурентів;**
- допомагає знайти **топові товари в ніші;**
- зручний для перевірки: “чи продається це взагалі?”



Коли використовувати:

перед запуском товару або нової категорії. Ви зможете встановити застосунок у Google Chrome та одразу у видачі аналізувати лістинги конкурентів: дивитись теги та продажі.

УКРПОШТА Payoneer Tania Bondar Etsy & Shopify Sales ЦІЛЬ

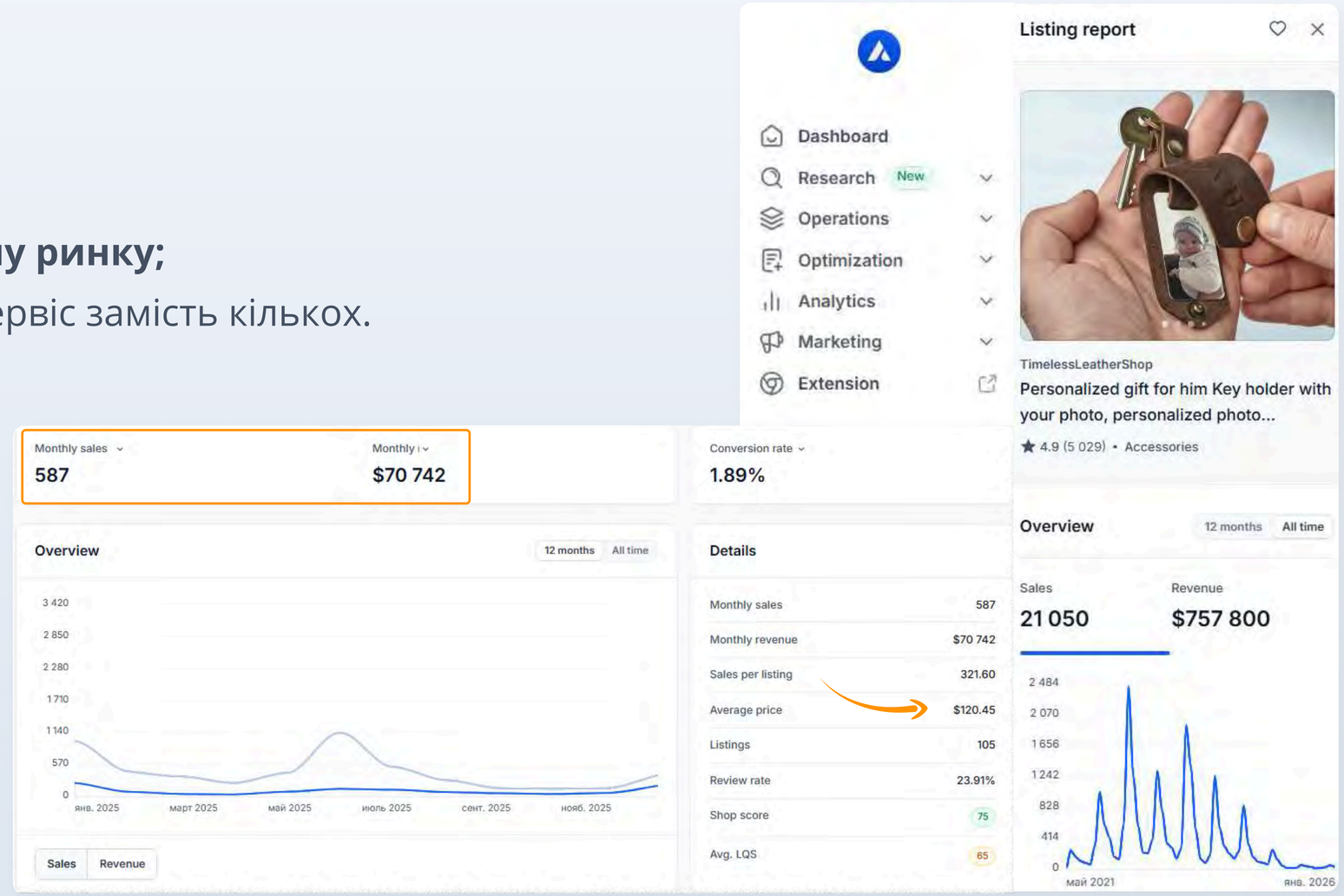
Alura

Все в одному для Etsy:

- ✅ аналіз **ніші, конкурентів, цін;**
- ✅ зручно дивитись **загальну картину ринку;**
- ✅ підходить для тих, хто хоче один сервіс замість кількох.

Коли використовувати:

для дослідження ніші перед запуском магазину. Сервіс показує приблизні продажі магазинів у розрізі місяця та загалом.



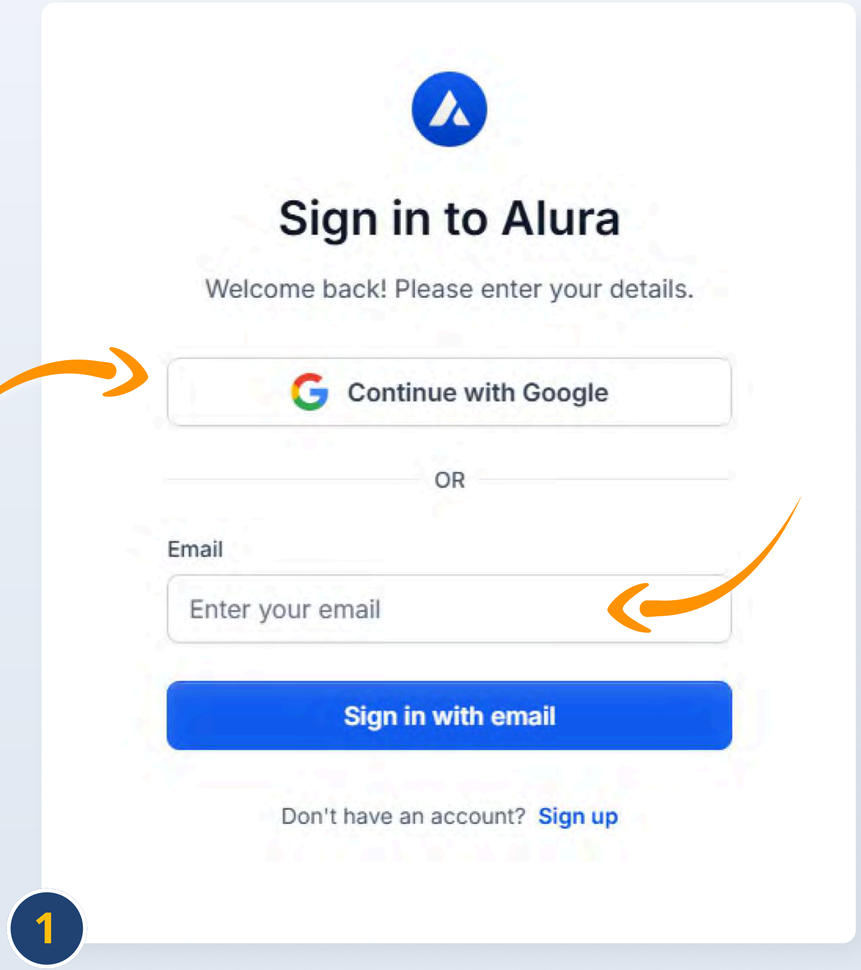
УКРПОШТА
Payoneer
Tania Bondar
Etsy & Shopify Sales
ЦІЛЬ

Як підключити та почати працювати з Alura

1 Реєстрація та підключення Alura

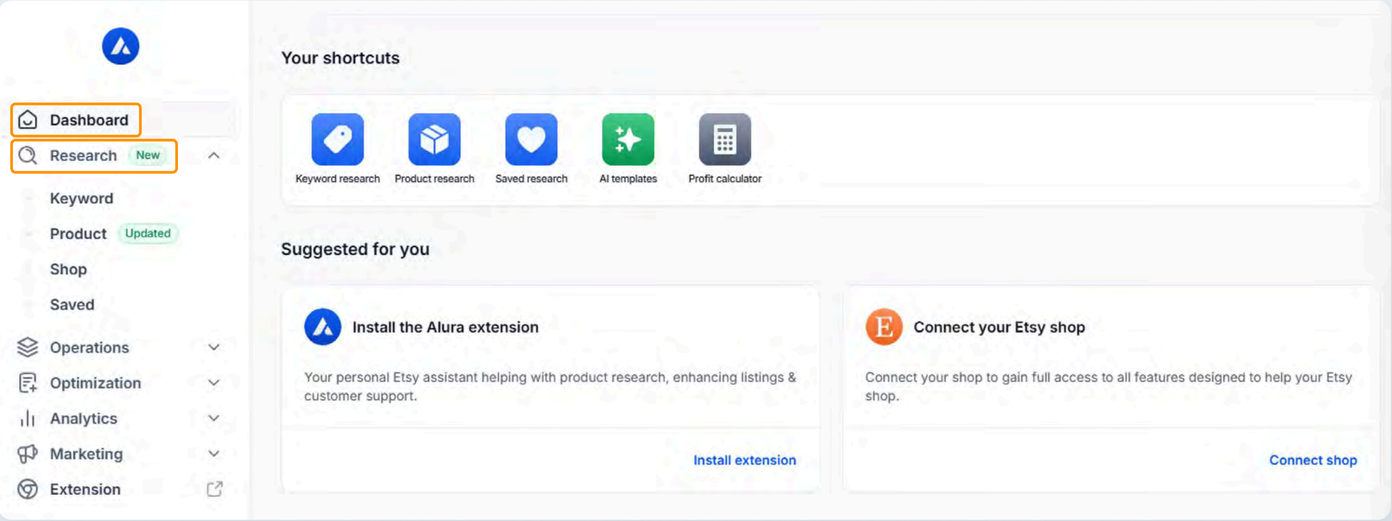
1. Перейдіть на сайт **Alura**
2. Натисніть **Sign Up**
3. Зареєструйтеся через:
   - Google або
   - Email + пароль
4. Після входу підтвердьте, що працюєте з **Etsy**

Зареєструватись ↗



Як підключити та почати працювати з Alura

Після цього ви потрапите на
Dashboard (головну сторінку)



Ліве бокове меню (основна навігація)

☑ Dashboard

- Це головна сторінка (та, яку ви зараз бачите)
- Повертає сюди з будь-якого розділу
- Використовується як точка старту

☑ Research (New).
Один з найважливіших розділів

Тут ви:

- шукаєте ідеї товарів;
- аналізуєте попит і конкуренцію;
- дивитесь, що продається зараз.

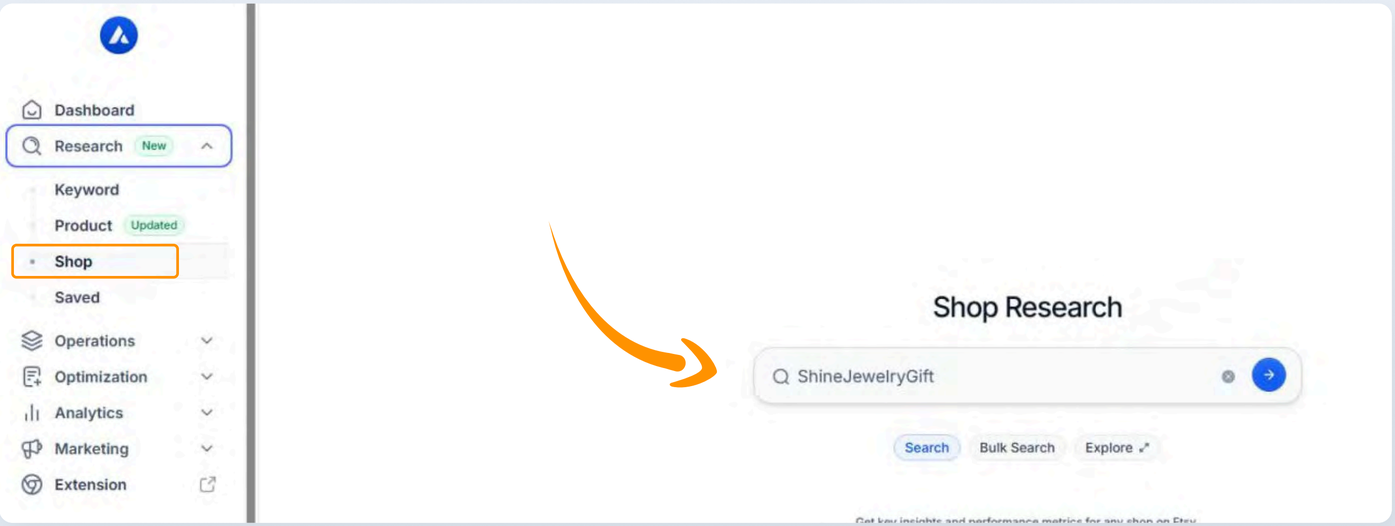
Всередині:

- Product Research
- Keyword Research

УКРПОШТА Payoneer Tania Bondar Etsy & Shopify Sales ЦІЛЬ

Аналіз конкурента за назвою магазину в Alura

1. Увійдіть в **Alura**
2. У лівому меню відкрийте **Research**
3. Виберіть розділ **Shop Research**



Як правильно ввести магазин конкурента

ЩО ВВОДИТИ

- ТІЛЬКИ назву магазину
- Без https://
- Без www
- Без /shop/

Правильно:
ShineJewelryGift

Що показує Analyze shop (і як це читати)

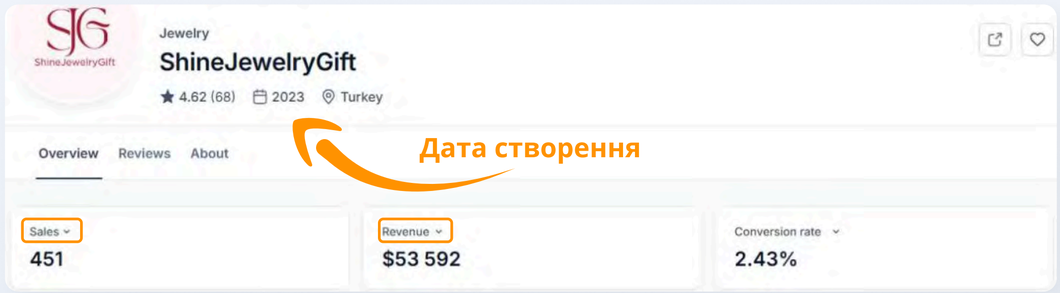
1. Total Sales (загальні продажі)

- Орієнтовна кількість усіх продажів магазину

Як інтерпретувати

- Велике число → магазин давно і стабільно продає
- Мале, але з ростом → перспективний конкурент

Використовується для розуміння масштабу бізнесу



1. Revenue

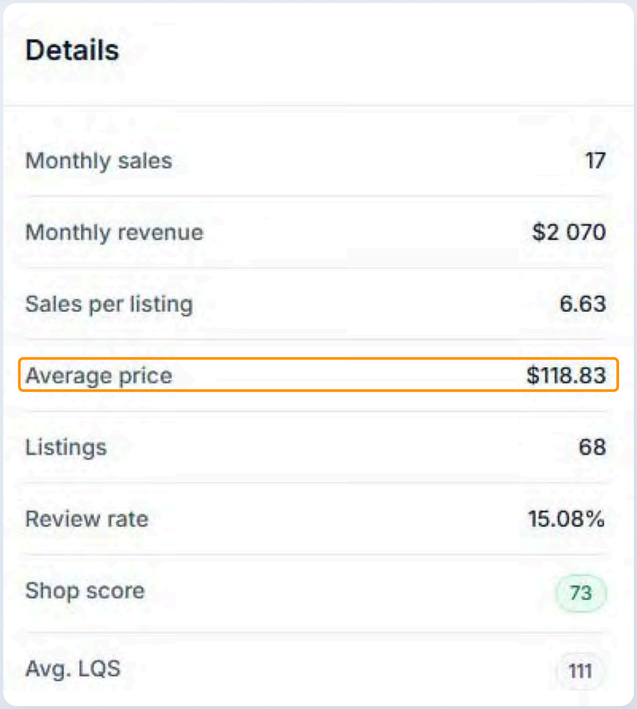
- Приблизний оборот магазину

Навіщо

- Показує, **чи є гроші в цій ніші**
- Допомагає оцінити потенціал

3. Average Product Price (середня ціна)

- Середній чек у магазині



УКРПОШТА
Payoneer
Tania Bondar
Etsy & Shopify Sales
ЦІЛЬ

Скільки коштує підключення інструментів аналізу Etsy

eRank

Вартість: від **$9.99 / місяць**
Безкоштовна версія: є (обмежений функціонал)

Як підключити

1. Зареєструватися на eRank
2. Підключити Etsy-магазин
3. Вибрати тариф (можна почати з безкоштовного)

Рекомендовано для старту та SEO-оптимізації

EverBee

Вартість: від **$0 / місяць**
Безкоштовна версія: немає

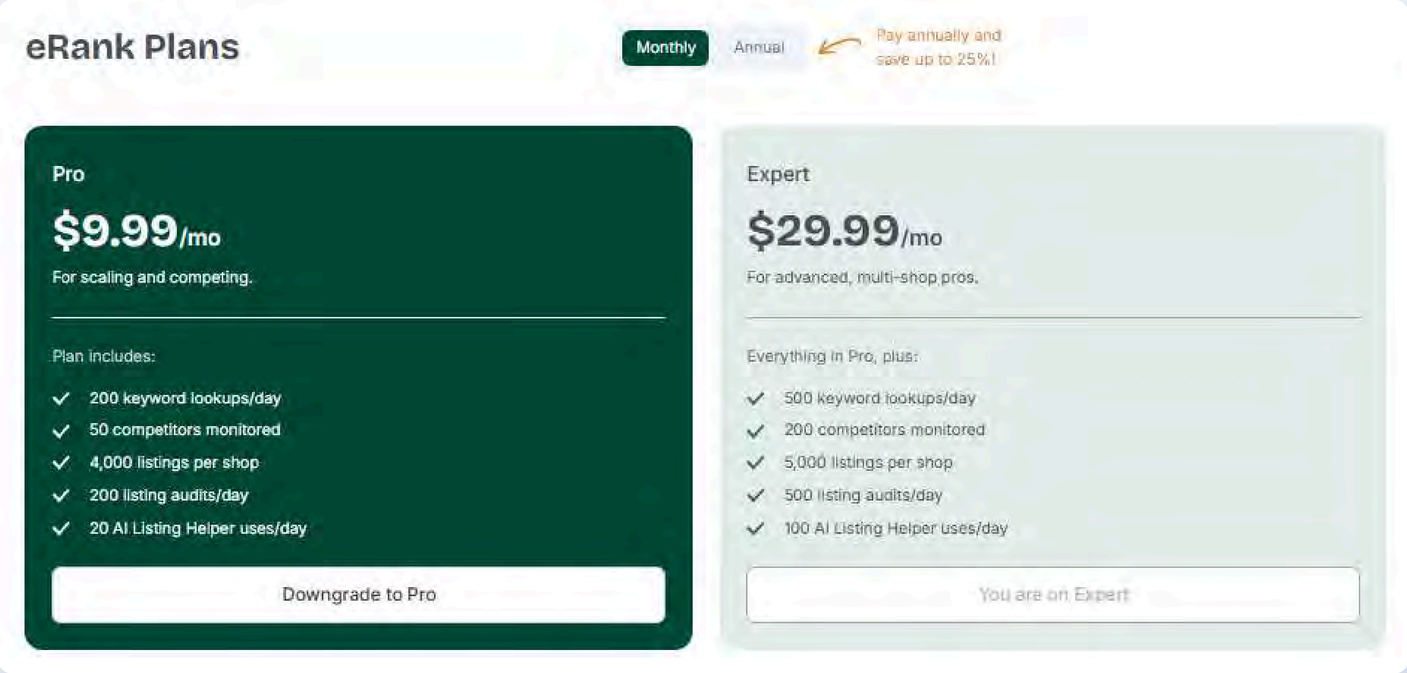
Як підключити

1. Зареєструватися на EverBee
2. Встановити розширення Chrome
3. Увійти через Etsy-акаунт

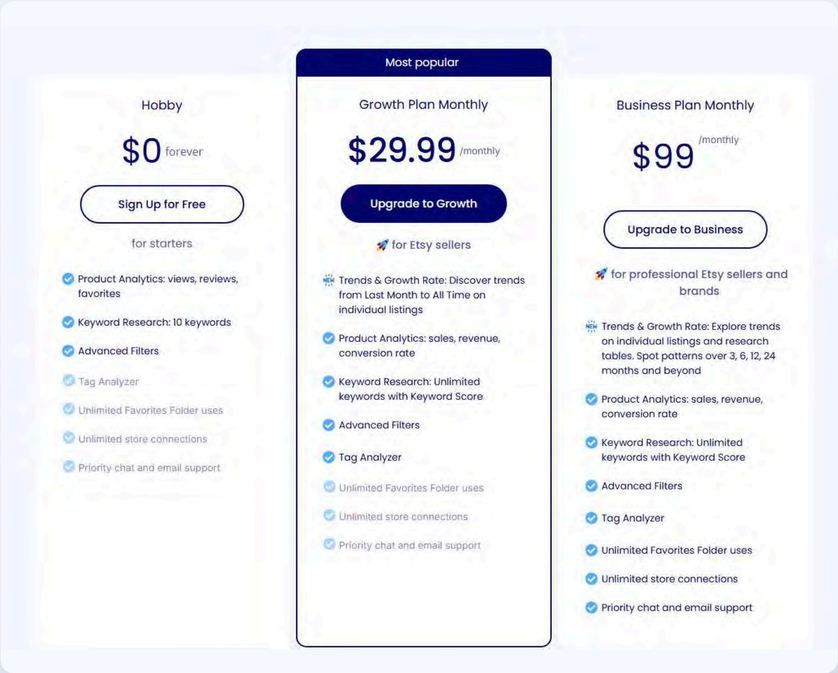
Для аналізу продажів та перевірки попиту

Скільки коштує підключення інструментів аналізу Etsy

eRank



EverBee

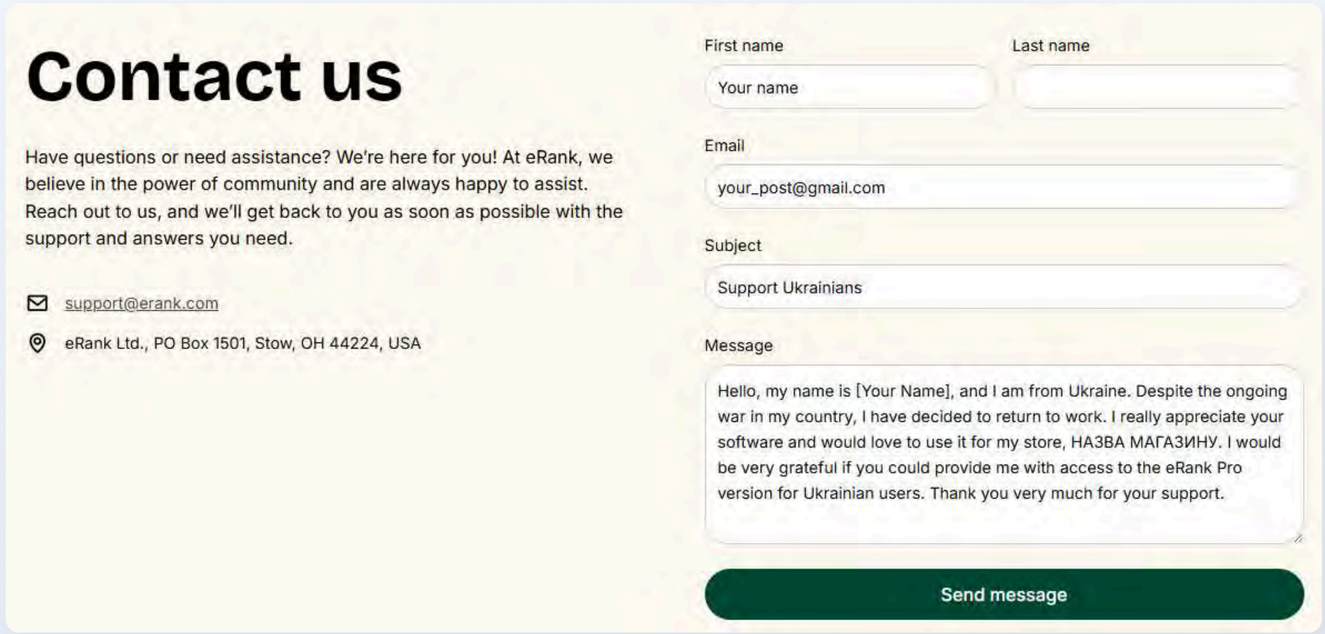


Безкоштовний доступ до eRank Pro для українців

З початком повномасштабної війни українські користувачі отримали від eRank безкоштовний доступ до тарифу Pro, а інтерфейс платформи став доступним українською мовою. Акція триватиме до закінчення війни.

Щоб активувати цю можливість, слід зареєструватися на сайті eRank і звернутися до служби підтримки із запитом на підключення версії Pro, вказавши своє українське походження. Зазвичай доступ оформляється протягом одного дня.

Підтримка eRank ↗



Українці можуть отримати безкоштовну підписку eRank, підключивши український магазин і написавши на support@erank.com. Це стало можливим завдяки домовленості агенції «Ціль» з власником eRank у квітні 2022 року — загальна економія вже перевищує $100 000.

Скільки коштує підключення інструментів аналізу Etsy

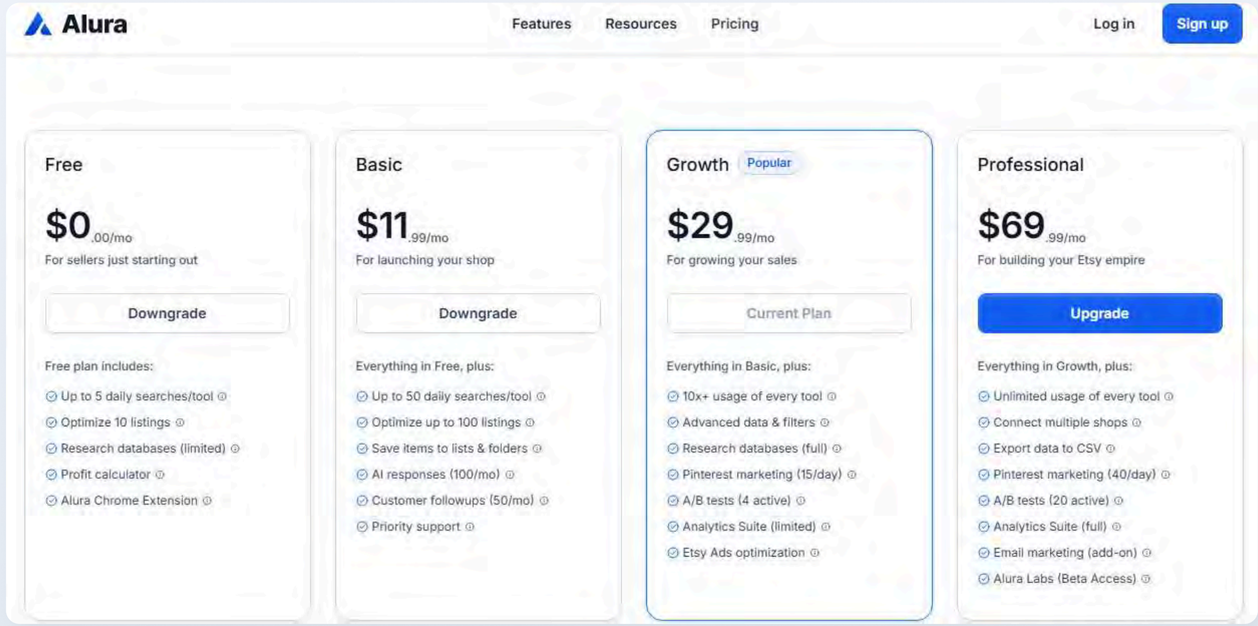
Alura

Вартість: від **$0 / місяць**
Безкоштовна версія: тестовий період

Як підключити

1. Зареєструватися на Alura
2. Підключити Etsy-магазин
3. Вибрати тариф

Для аналізу ніш, цін і конкурентів



Де дивитися ціни

eRank ↗ EverBee ↗ Alura ↗

Як виглядає основний функціонал аналітичного продукту

Що входить у базовий функціонал аналітики Etsy

Більшість аналітичних сервісів мають однакову логіку, незалежно від інструменту.

Пошук та аналіз ключових слів

Що показує:

- що саме шукають покупці на Etsy;
- частотність запитів;
- рівень конкуренції.

Використовується для:

- назв лістингів;
- тегів;
- категорій.

Аналіз товарів і продажів

Що показує:

- які товари продаються;
- приблизну кількість продажів;
- середні ціни в ніші.

Використовується для:

- перевірки ідеї товару;
- вибору ціни;
- запуску нових продуктів.

Аналіз магазинів і конкурентів

Що показує:

- топові магазини в ніші;
- їхній асортимент і структуру;
- динаміку продажів.

Використовується для:

- розуміння рівня конкуренції;
- пошуку точок відмінності.

Як виглядає основний функціонал аналітичного продукту

Тренди та сезонність

Що показує:

- періоди росту і спаду попиту;
- сезонні піки;
- трендові запити.

Використовується для:

- планування запусків;
- підготовки до сезонів;
- уникнення «мертвих» періодів.

Допоміжні інструменти

- Аудит лістингів
- Підказки з оптимізації
- Порівняння ключових слів

Аналітичний продукт — це не один показник, а набір інструментів для ухвалення рішень.

Як оцінити попит, конкуренцію та середню вартість товару

1 Оцінюємо попит та конкуренцію через eRank

Що дивимося:

- чи є пошукові запити;
- чи шукають цей товар регулярно.

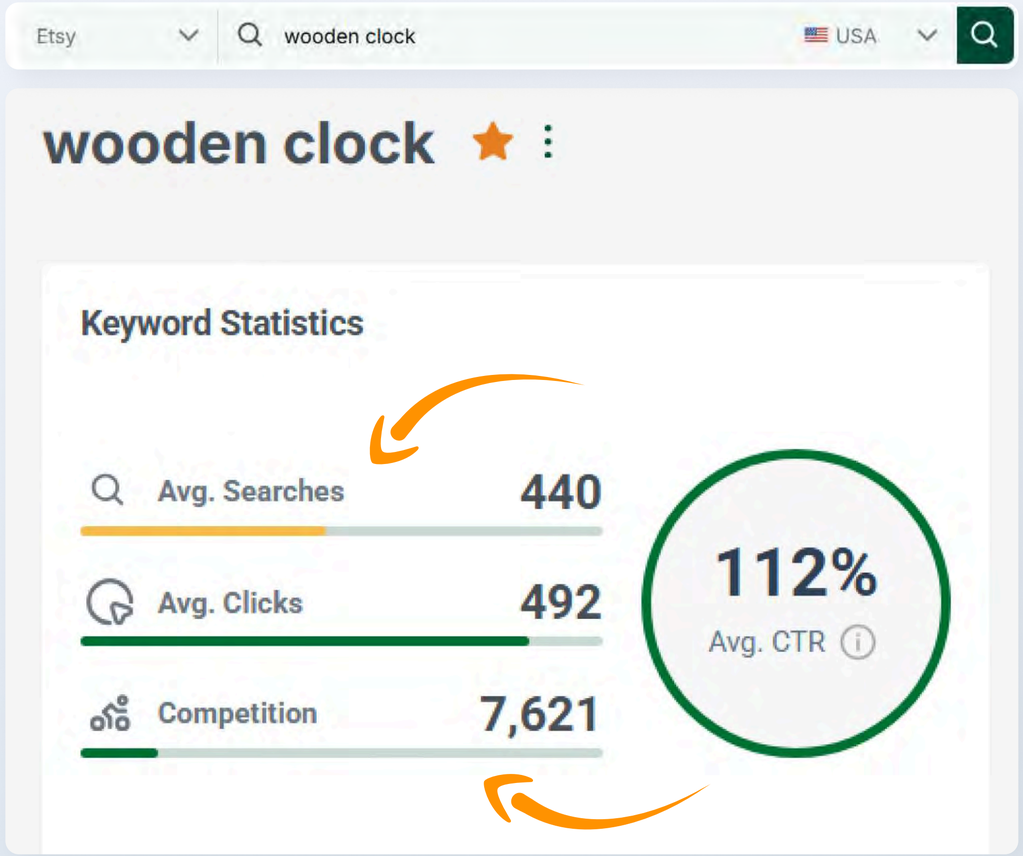
Як перевірити:

- Etsy Search (підказки);
- ключові слова в eRank / Alura.

Що вважається нормою:

- є стабільні запити;
- не 1–2 рази на місяць.

Попит є → можна рухатись далі



Як оцінити попит, конкуренцію та середню вартість товару

2 Оцінюємо конкуренцію у видачі

Що дивимося:

- скільки лістингів у видачі;
- наскільки сильні топпродавці.

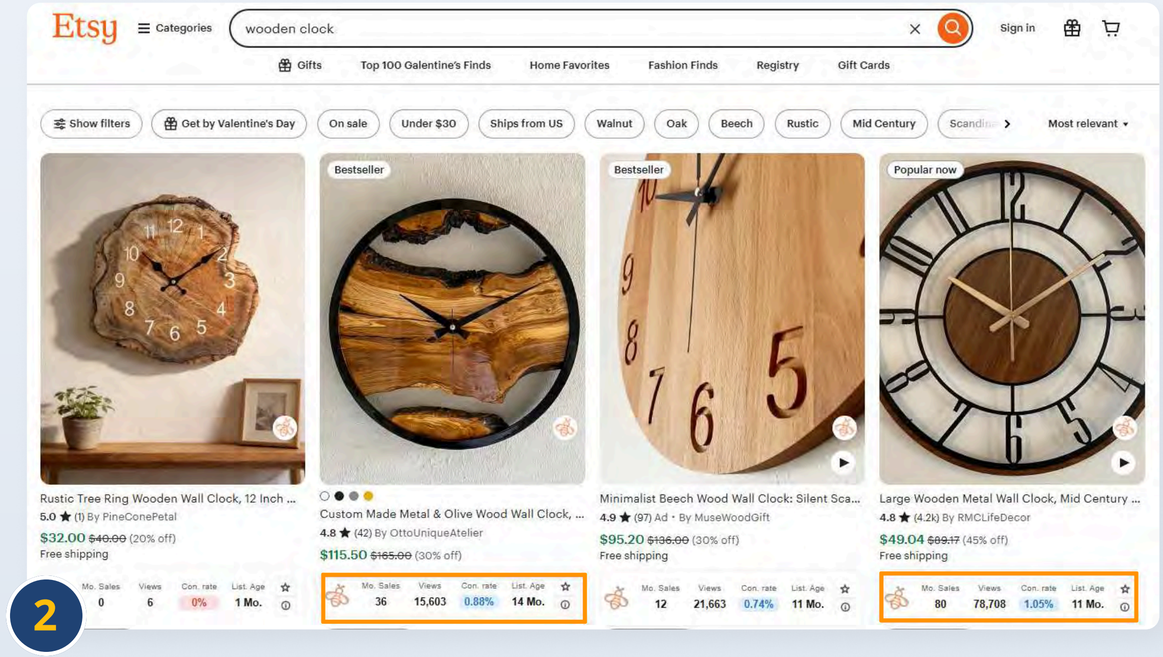
Як перевірити:

- кількість результатів у Etsy;
- аналіз конкурентів в Alura / eRank.

Що вважається нормою:

- на першій сторінці не лише великі бренди;
- є магазини з невеликою кількістю продажів.

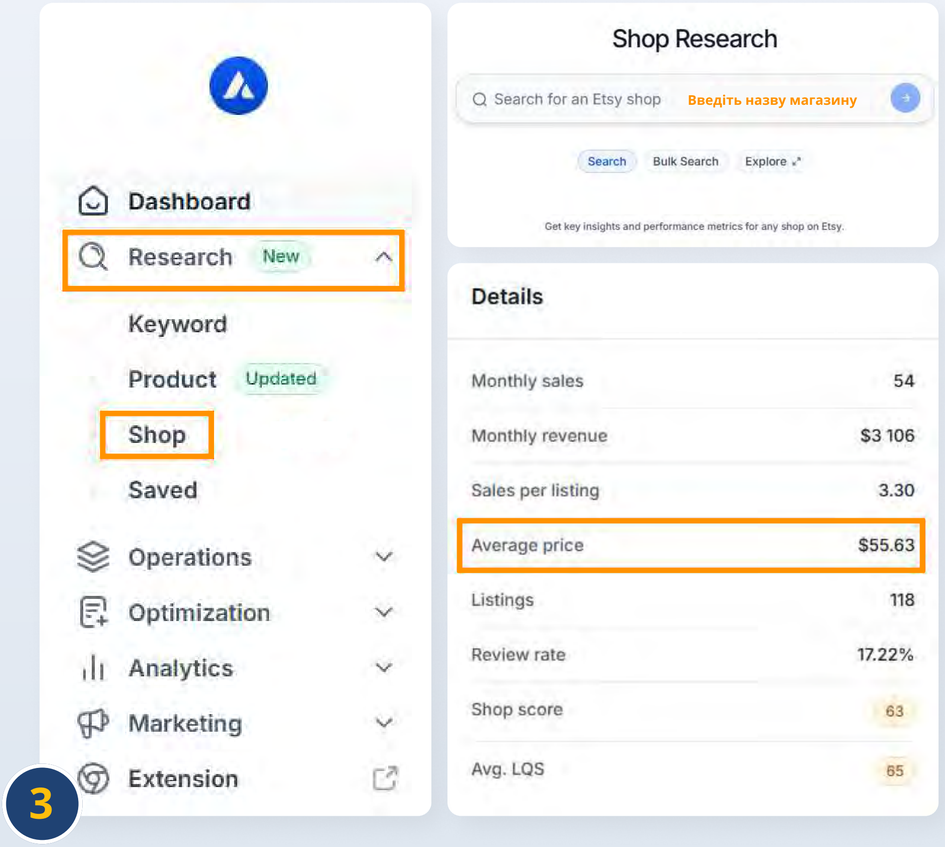
Є шанс виділитись → ніша не «закрита»



Як оцінити попит, конкуренцію та середню вартість товару

3 Оцінюємо середню вартість товару

- ✅ **Крок 1. Вхід на платформу Alura**
  - Відкрите вебсайт Alura і авторизуйтеся у своєму акаунті.
- ✅ **Крок 2. Перехід до дослідження магазину**
  - У верхньому меню виберіть розділ Research → далі Shop.
- ✅ **Крок 3. Введення назви магазину**
  - У полі пошуку введіть назву магазину, середню ціну товарів якого ви хочете дізнатися.
- ✅ **Крок 4. Перегляд деталей магазину**
  - Після пошуку відкривається сторінка з таблицею Details.
- ✅ **Крок 5. Пошук середньої ціни**
  - У таблиці Details знайдіть показник Average price – це і є середня вартість товарів у цьому магазині.

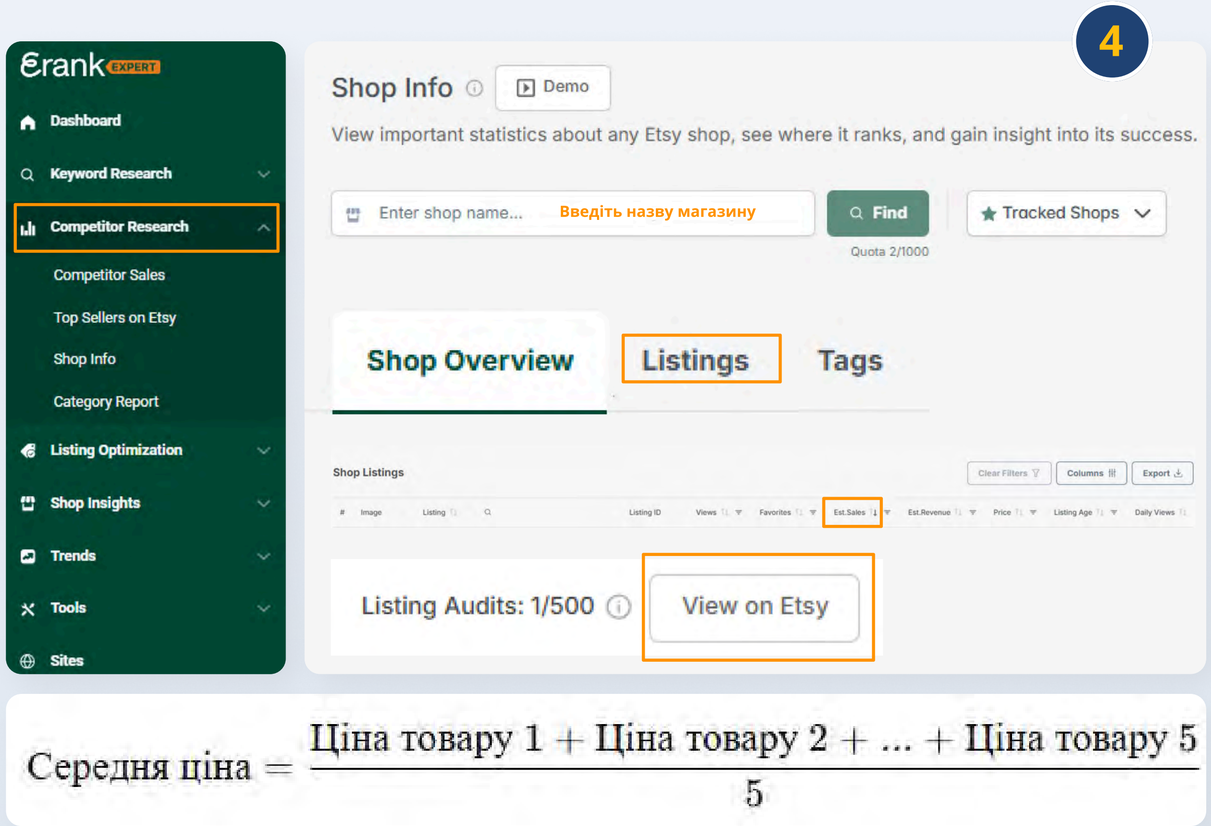


УКРПОШТА
Payoneer
Tania Bondar
Etsy & Shopify Sales
ЦІЛЬ

Як оцінити попит, конкуренцію та середню вартість товару

4 Як вручну розрахувати середню ціну магазину на Etsy через eRank

- ☑ **Крок 1** — Відкрити **eRank → Competitor Research → Shop Info.**
- ☑ **Крок 2** — Ввести назву магазину → перейти на вкладку **Listings**.
- ☑ **Крок 3** — Відсортувати за **Est. Sales** → вибрати **5** найпопулярніших лістингів.
- ☑ **Крок 4** — Натиснути **View on Etsy** → записати ціни.
- ☑ **Крок 5** — Розрахувати середню ціну.
- ☑ **Крок 6** — Отримане число – приблизна середня ціна магазину.



$$\text{Середня ціна} = \frac{\text{Ціна товару 1} + \text{Ціна товару 2} + \ldots + \text{Ціна товару 5}}{5}$$

Як порахувати юніт-економіку товару

Формула юніт-економіки

Прибуток з 1 одиниці = ціна продажу

- собівартість товару
- доставка – комісії Etsy (загальні – приблизно 20%)

☑ Собівартість

- матеріали
- виробництво / робота
- паковання

Все, без чого товар не існує

☑ Доставка

- доставка покупцю
- пакувальні матеріали
- комісія поштового сервісу

Навіть якщо доставка «безкоштовна» — вона все одно закладена в ціну

☑ Комісії Etsy

- комісія за продаж
- транзакційна комісія
- платіжна комісія

В середньому – 15–20% від ціни

Як зрозуміти, що економіка нормальна

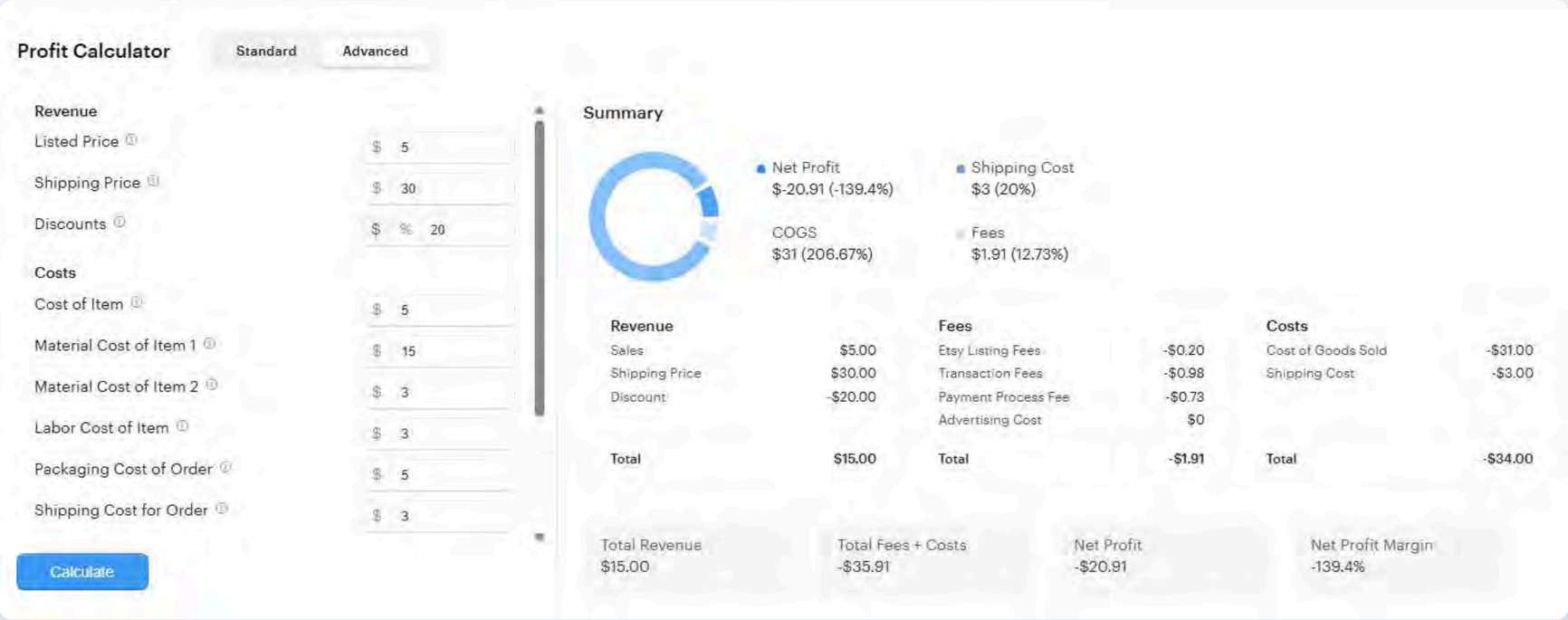
- прибуток **не менше 30–40%** з одиниці
- ціна перекриває всі витрати
- залишається запас на знижки та рекламу

Profit Calculator EverBee

Це інструмент для розрахунку **реального прибутку з одного товару** на Etsy.
Показує **чистий результат**, а не приблизну оцінку.

Він враховує: ціну товару, доставку, собівартість, комісії Etsy

Розрахувати ↗



УКРПОШТА
Payoneer
Tania Bondar
Etsy & Shopify Sales
ЦІЛЬ

Як виглядає функціонал Profit Calculator

☑ Що саме він рахує

- **Total Revenue** — фактичний дохід з продажу
- **Total Fees + Costs** — всі витрати
- **Net Profit** — чистий прибуток або збиток
- **Profit Margin** — маржа у %

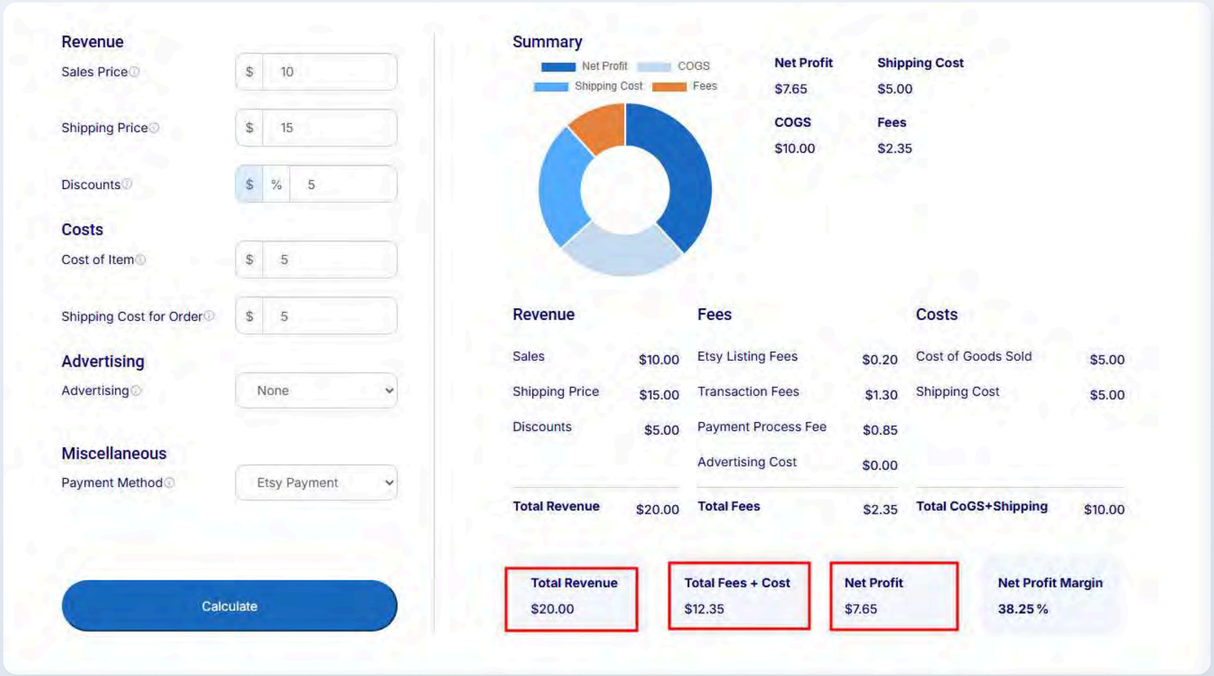
☑ Що показує цей приклад

У наведеному розрахунку:

- дохід з продажу: $20
- загальні витрати: $12.35
- результат: $7.65

☑ Навіщо це потрібно новачку

- щоб не продавати в мінус
- щоб правильно ставити ціну
- щоб розуміти, чи є сенс запускати рекламу товару



Розрахунок рентабельності товару

Стаття витрат	Витрати, % чи $	Сума,$
Витрати на рекламу товару в середньому від ціни	20%	$13,00
Комісія Etsy з проданого товару з урахування ціни доставки	6,50%	$4,23
Комісія Etsy за кожен виставлений лістинг (стягується за виставлення нового лістинга, продовження лістингу кожні 4 місяці та відновлення з розпроданих)	0,20$	$0,20
ПДВ, яке передається в Україну (збирає та передає сам Etsy), 20% від витрат на Etsy, а не ціни товару (витрати на рекламу, 6,5% комісії, 6,5% ETSY Payments + 0,3$ та комісії за лістинг 0,2$)	20%	$3,49
Комісія ETSY Payments за кожен продаж (фіксована сума)	0,30$	$0,30
Комісія з ціни продажу ETSY Payments	6,00%	$4,20
Комісія Payoneer	2,00%	$1,30
Доставка товару (в розрахунку коробка габаритом 24*17*5 см в США, вагою до 0,5кг)		$3,00
Комісія Payoneer (за вивід коштів на карту)	3%	$1,10
Комісія банка України (Приват, Моно) за зняття власних коштів	0%	$0,00
Ціна упаковки		$1,00
Страховий резерв на випадок втрати\пошкодження\плати за повернення товару від якого відмовились	0,50%	$0,33
Собівартість виготовлення товару - затрати по роботі $		$3,00
Собівартість виробу по матеріалам, $		$12,00
Ціна продажу:	**$65,00**	
% рентабельність виробу	**27,49%**	
Фактичний чистий дохід з 1 продажу:	**$17,87**	
	ВИТРАТИ:	**47,1**

Практичні поради та рекомендації для вдалого старту

☑ Починайте з простого

- Виберіть 1 нішу
- Запустіть 1–3 продукти
- Не намагайтеся охопити все одразу
- Виберіть назву магазину та налаштуйте профіль
- Додайте фото, біо з описом свого бренду та контактами. Встановіть політики доставки, повернення та оплати – це підвищує довіру.

☑ Не ускладнюйте аналітику

- Виберіть 1–2 інструменти
- Не намагайтеся використати всі функції одразу
- Зосередьтеся на базових показниках

Аналітика має допомагати, а не лякати.

☑ Завжди перевіряйте попит

- Використовуйте Etsy Search + аналітичний інструмент
- Не запускайте товар «на відчуттях»
- Дивіться, чи справді це шукають
- Аналізуйте конкурентів: подивіться на топпродавців у вашій категорії – вивчіть їхні ціни, фото та відгуки. Не копіюйте, але надихайтеся.

☑ Оптимізуйте лістинги для SEO

Використовуйте ключові слова: у заголовках, тегах та описах вставляйте фрази, які шукають покупці.
Фото: завантажуйте 10+ високоякісних знімків з різних кутів, з моделями або в контексті. Додавайте відео для кращої конверсії.

☑ Рахуйте юніт-економіку ДО запуску

- Порахуйте собівартість, доставку, комісії
- Перевірте прибуток через калькулятор
- Закладайте запас на знижки та рекламу

Продаж у мінус — найчастіша помилка новачків.

☑ Дайте магазину час

- Etsy не дає миттєвих результатів
- Перші висновки роблять через 30–90 днів
- Тестуйте, коригуйте, покращуйте

Стабільність важливіша за швидкість.

Практичні поради та рекомендації для вдалого старту

Зосередьтеся на обслуговуванні клієнтів

- Відповідайте швидко: на повідомлення – протягом 24 годин, з подякою за замовлення.
- Додавайте бонуси: візитівки, подяки або маленькі подарунки в посилках – це підвищує кількість відгуків.
- Відгуки: просіть про них після доставки. Позитивні рецензії – ключ до видимості в пошуку Etsy.
- Порада щодо відгуків: 5-зіркові оцінки збільшують продажі на 20–30%. Будьте ввічливими навіть з проблемними клієнтами.

Маркетинг та просування

- Соціальні мережі: діліться фото товарів на Instagram, Pinterest, Facebook.
- Реклама: почніть з Etsy Ads з бюджетом $2–25/день на топпродукти.
- Порада: не покладайтеся тільки на Etsy – 50% трафіку повинно йти ззовні. Беріть участь у трендах Etsy (наприклад, сезонні колекції).

Порада

Перший рік – про фундамент. Багато продавців досягають $1000+ прибутку за 90 днів з регулярними додаваннями лістингів та маркетингом.

Глосарій Etsy-початківця

Атрибути (Attributes)

Додаткові характеристики товару, такі як колір, розмір, матеріал тощо, які допомагають покупцям знайти потрібний продукт.

Варіація (Variation)

Різновид одного товару, що може включати різні кольори, розміри, матеріали тощо.

Високо / середньо / низькочастотні ключі (High/Medium/Low Frequency Keywords)

Ключові слова, що відрізняються частотою використання у пошукових запитах. Для кожної ніші є свій показник високо- чи низькочастотності.

Дашборд (Dashboard)

Панель управління на Etsy, де продавці можуть бачити свої продажі, статистику, повідомлення та іншу важливу інформацію.

Діджитал лістинг (Digital Listing)

Оголошення про продаж цифрового товару, який доставляється покупцеві в електронному вигляді.

Інфографіка

це спосіб подачі інформації за допомогою графічних елементів (діаграми, графіки, образи). Іншими словами, це візуалізація складної інформації

Кастомізація (Customization)

Можливість замовити товар із певними змінами, такими як колір, розмір або дизайн, на запит покупця.

Категорія (Category)

Група товарів, яка об'єднує схожі продукти для полегшення їх пошуку покупцями.

Клік (Click)

Дія натискання на лістинг або оголошення, що призводить до перегляду товару або сторінки.

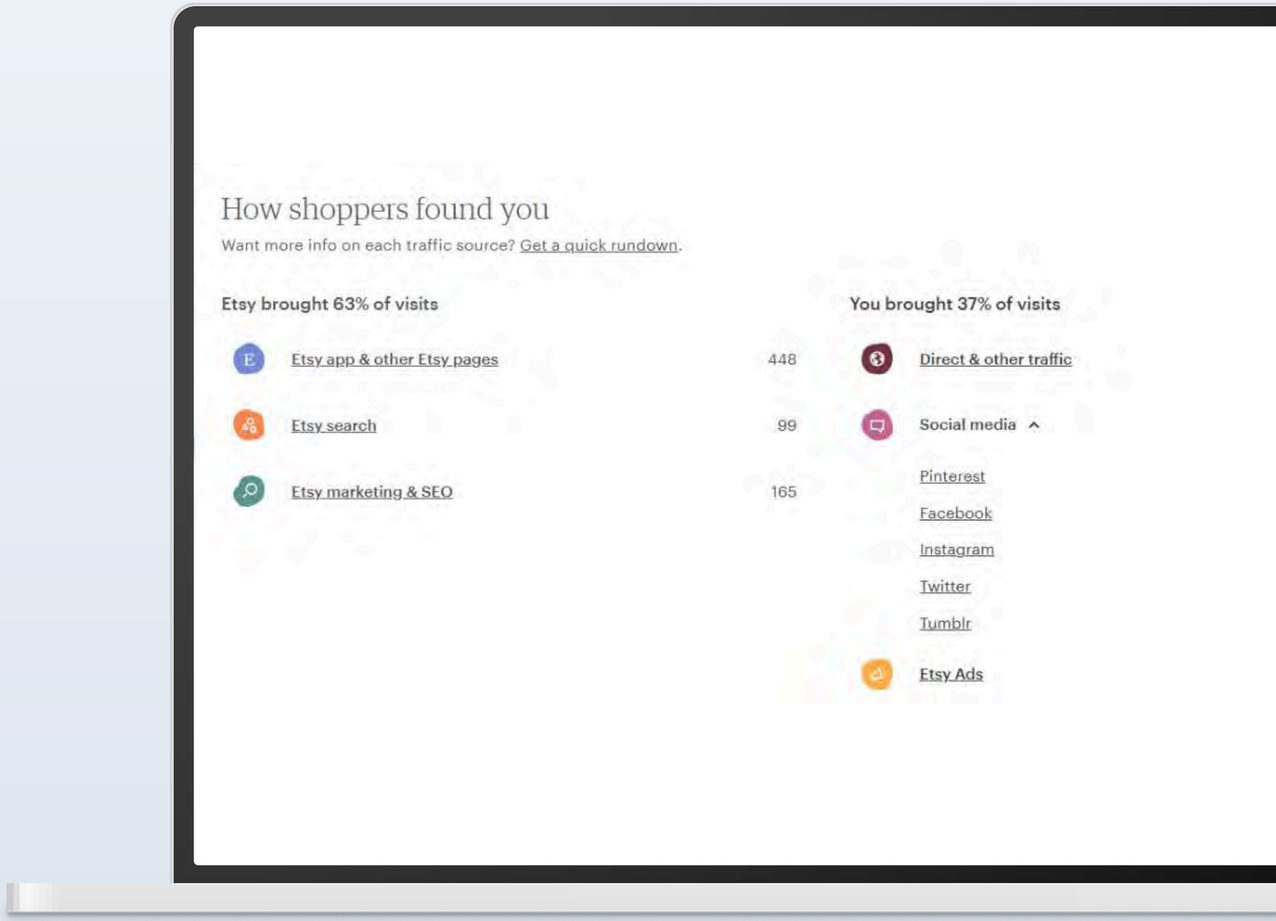
Ключові слова (Keywords)

Слова або фрази, які використовуються в описі та заголовках товарів для покращення пошукової оптимізації (SEO).

Лістинг (Listing)

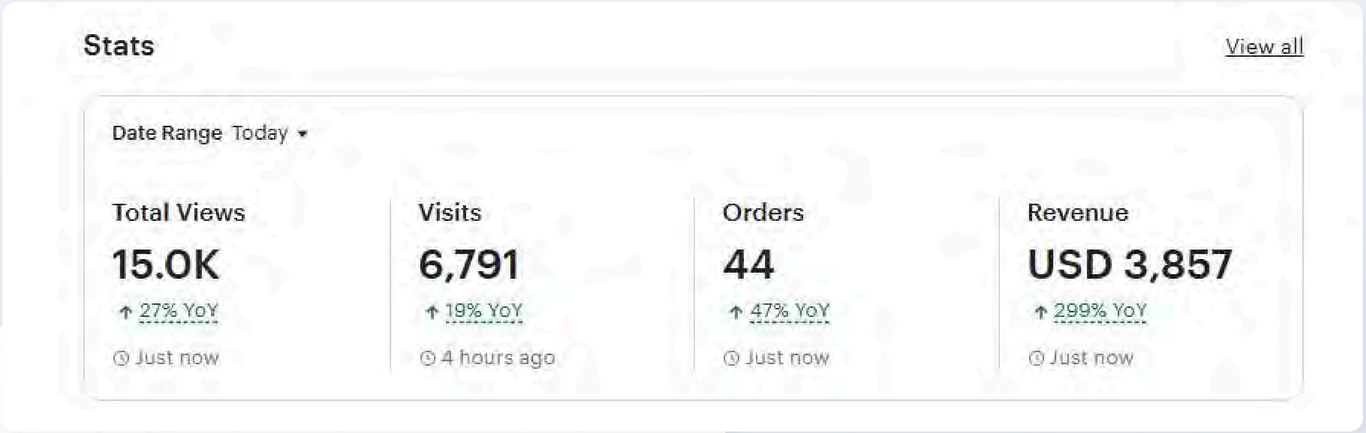
Сторінка з інформацією про продукт на Etsy, що включає опис, фотографії, ціну та ін.

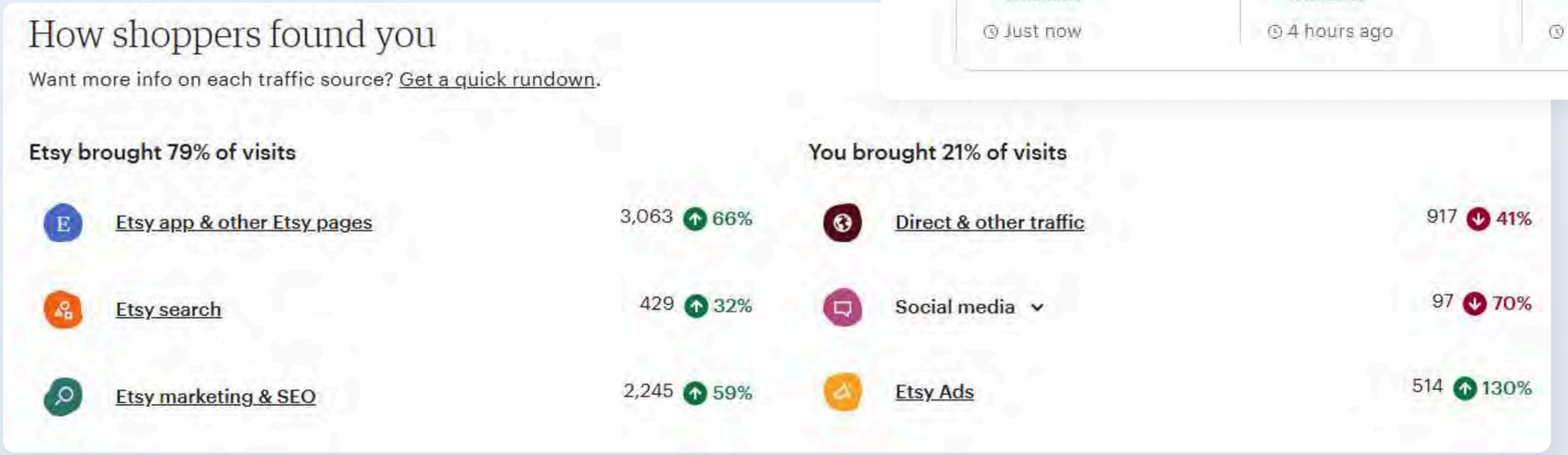
Запуск перших промоактивностей



Запуск перших промоактивностей

Після аналізу запустіть промо, щоб привернути увагу покупців. Це базові інструменти Etsy: аналітика, внутрішня реклама, соцмережі, знижки.





Мета перших промо

Перші промоактивності потрібні **не для масштабування,** а для:

- отримання перших **переглядів і кліків;**
- збору **початкової статистики;**
- перевірки, **як покупці реагують на товар.**

На цьому етапі ми **тестуємо**, а не «зливаємо бюджет».

☑ Що входить до перших промоактивностей

Etsy Ads

- реклама лістингів всередині Etsy;
- покази в пошуку та рекомендаціях;
- мінімальний бюджет.

Перший і найпростіший рекламний інструмент для новачків.

☑ Акції та знижки

- нижка на перші замовлення;
- участь у промо Etsy (Sales events);
- автоматичні пропозиції покупцям.

Допомагає підвищити конверсію на старті.

☑ Зовнішній трафік (мінімально)

- Pinterest (органічно);
- соціальні мережі.

Додатковий плюс, але не обов’язково на старті.

❌ Чого НЕ варто робити на старті

❌ великі рекламні бюджети;
❌ запускати рекламу на всі лістинги;
❌ робити складні промомеханіки.

Спочатку — прості кроки та аналіз реакції.

Як налаштувати аналітичний кабінет продажу та які метрики потрібно там помітити

1 **Увійдіть в Etsy, перейдіть до Shop Manager > Stats.**

2 **Налаштуйте період (30 днів).**

Метрики маст-хев

- Visits (скільки разів покупці заходили в магазин або лістинги) – >100/день – добре.
- Orders – кількість покупок.
- Conversion Rate (конверсія) – 0,5-4%.
- Revenue (дохід) – сума продажів за період.
- Traffic Sources (джерела: Etsy search, соцмережі).
- Top Listings – які товари приносять найбільше переглядів і продажів.

Аналітичний кабінет окремо налаштовувати не потрібно – він починає працювати, щойно у магазині з'являються лістинги, та може отримувати покази й замовлення. Зі сторони продавця важливо розуміти що можна бачити та аналізувати.

Як налаштувати аналітичний кабінет продажу та які метрики потрібно там помітити

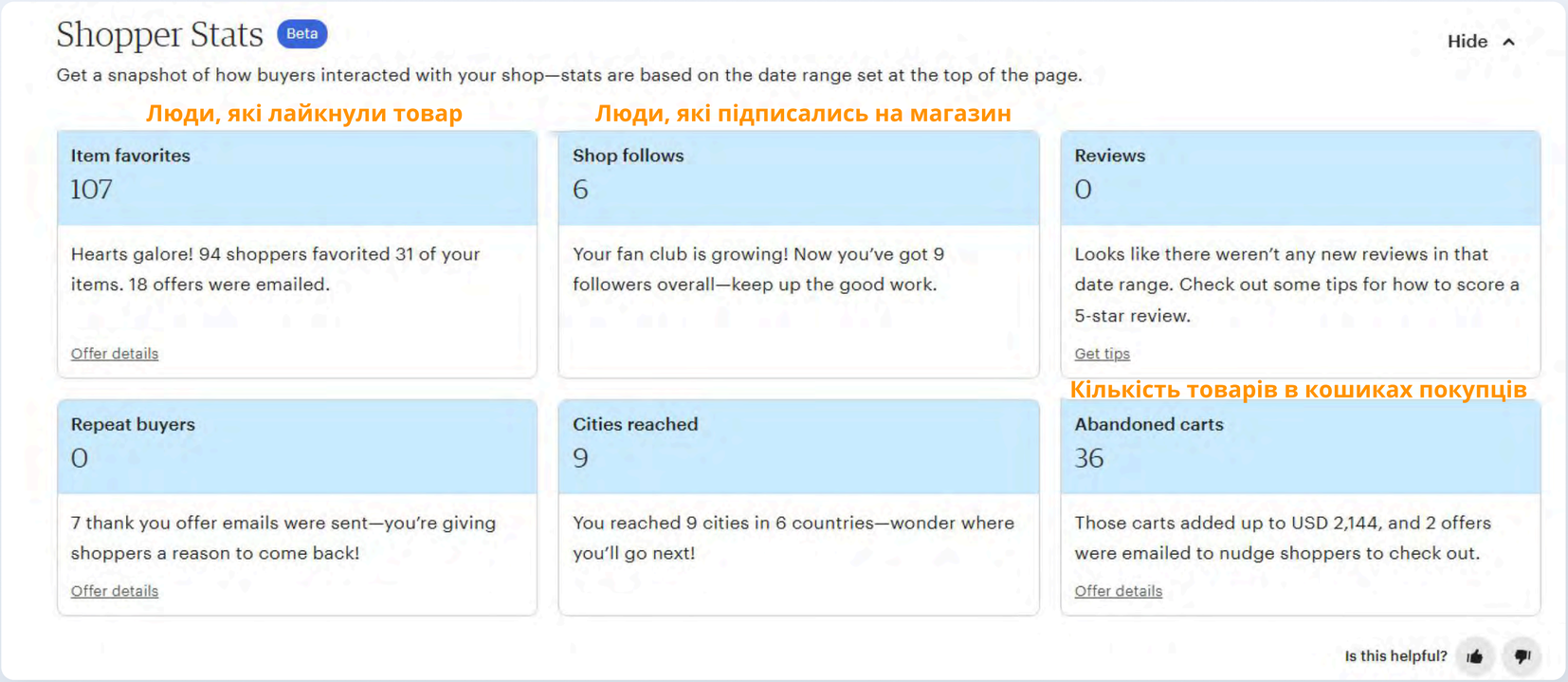
☑ Як правильно дивитися на дані

- Аналізуйте **не один день**, а **7 / 30 днів**
- Порівнюйте **до і після змін** (SEO, реклама, знижки)
- Не робіть висновки без достатньої кількості даних



Як налаштувати аналітичний кабінет продажу та які метрики потрібно там помітити

В розділі Stats є блок “ Shopper Stats”, який показує: кількість лайків на товари, кількість підписок на магазин і кількість покинутих кошиків.



Як налаштувати аналітичний кабінет продажу та які метрики потрібно там помітити

У розділі **Stats** є блок “ **Traffic Sources**”, що показує канали, які приводять покупців у магазин.



Які інструменти надає сама платформа та як їх запустити

Etsy Ads (Вбудована реклама)

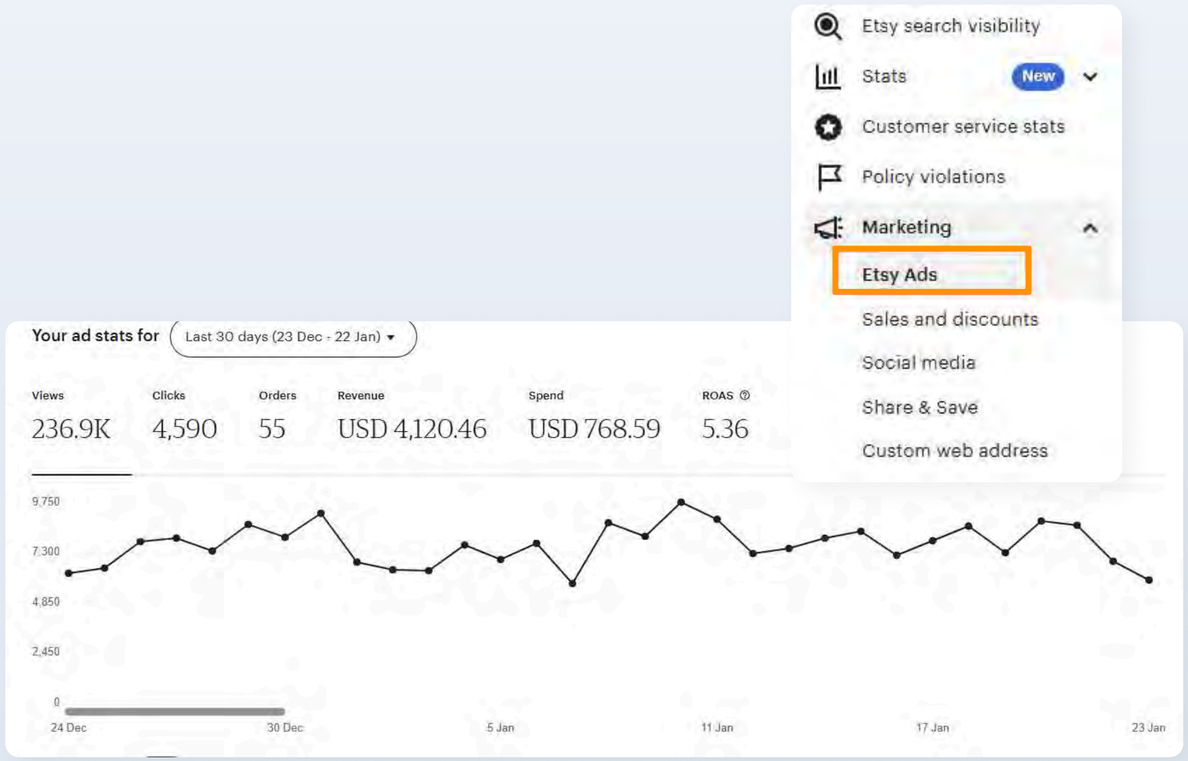
☑ Що робить:

- просуває лістинги в пошуку Etsy;
- показує рекламу покупцям, які вже шукають подібні товари;
- оплата за кожен клік.

☑ Де знайти:

- Shop Manager → Marketing → Etsy Ads

Найпростіший спосіб отримати перші кліки.



Покроково Ads: виберіть лістинги, бюджет, запустіть

1 **Перейдіть в Ads**

Shop Manager → Marketing → Etsy Ads

2 **Виберіть лістинги для реклами**

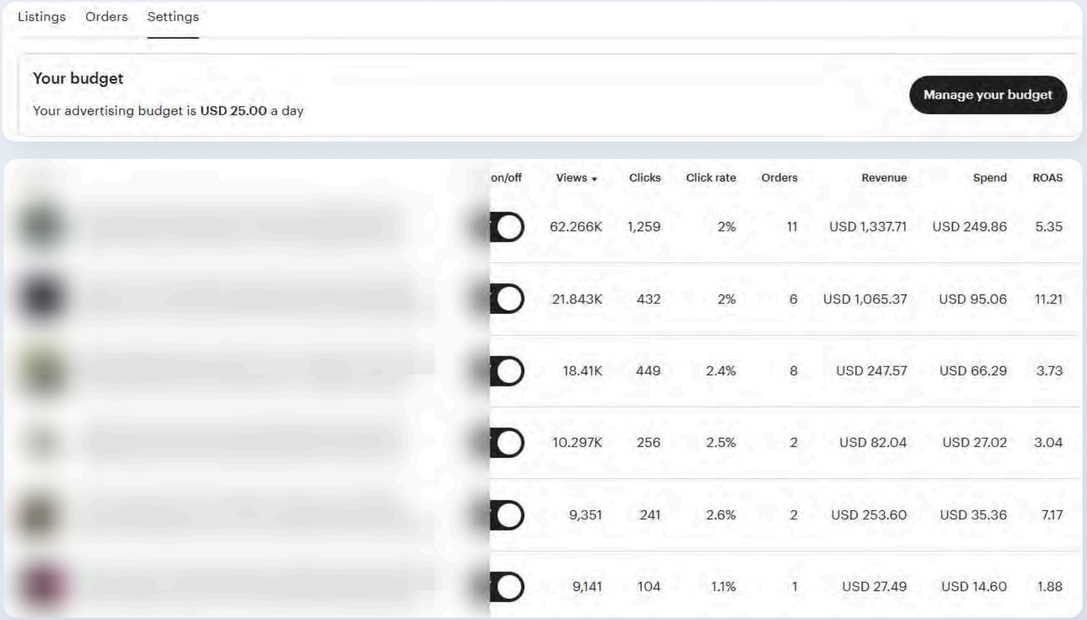
Рекламуйте 3–10 лістингів, а не весь магазин.

☑ Відбирайте лістинги з:

- сильним головним фото;
- зрозумілою назвою (ключ на початку);
- конкурентною ціною;
- 5–10+ улюблених / переглядів (якщо вже є).

❌ Не запускайте в Ads:

- лістинги без нормальних фото;
- товари з низькою маржею (ризик “в мінус”);
- позиції без SEO (порожні теги/категорії).



Покроково Ads: виберіть лістинги, бюджет, запустіть

3 Встановіть денний бюджет

Стартовий бюджет: $1–5/день (для тесту достатньо)

Рекомендація:

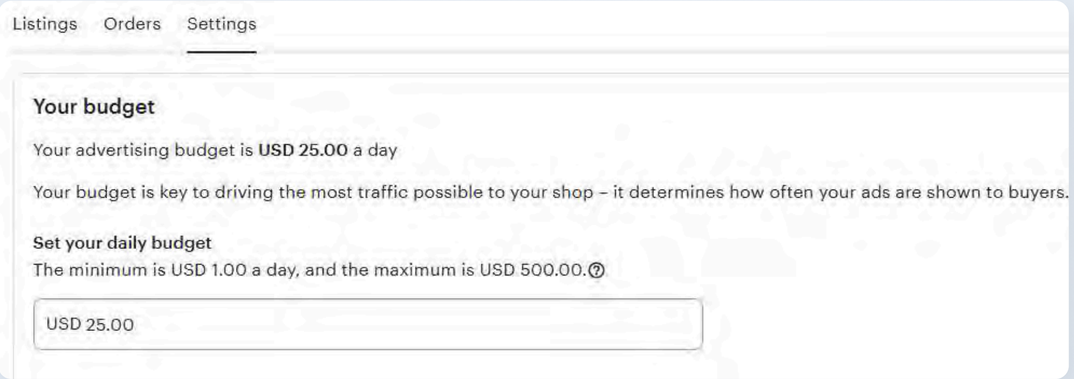
- перші 7–14 днів — **не чіпайте бюджет щодня;**
- дайте алгоритму зібрати дані.

4 Запустіть Ads

Натисніть **Start / Turn on Etsy Ads**

Після запуску перевірте:

- чи активні вибрані лістинги;
- чи зберігся бюджет;
- чи з’явилися покази (іноді потрібен час).





Покроково Ads: виберіть лістинги, бюджет, запустіть

5 Що відстежувати перш за все (після запуску)

Дивіться у звіті Ads:

- **Impressions** (покази) — чи є видимість;
- **Clicks** — чи цікавить фото/ціна/оффер;
- **Orders / Revenue** — чи є продажі;
- **ROAS** — окупність (якщо показує).

Новачку достатньо 2 висновків:

- **немає кліків** → проблема у фото/ціні/позиціонуванні;
- **є кліки, немає продажів** → проблема в лістингу (опис, доставка, ціна, довіра).

❌ Типові помилки новачків

- запуск Ads на всі лістинги одразу;
- занадто великий бюджет “, щоб точно спрацювало”;
- зміни щодня без паузи на статистику.

Мінічеклист перед стартом Ads

☑ Фото ☑ SEO ☑ Ціна ☑ Маржа

☑ Доставка → **тоді запускаєте.**

УКРПОШТА Payoneer Tania Bondar Etsy & Shopify Sales ЦІЛЬ

Які інструменти надає сама платформа та як їх запустити

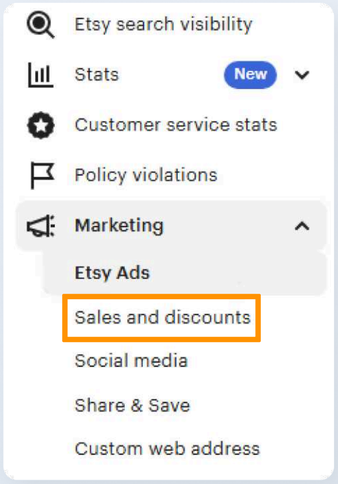
Sales & Discounts (знижки та акції)

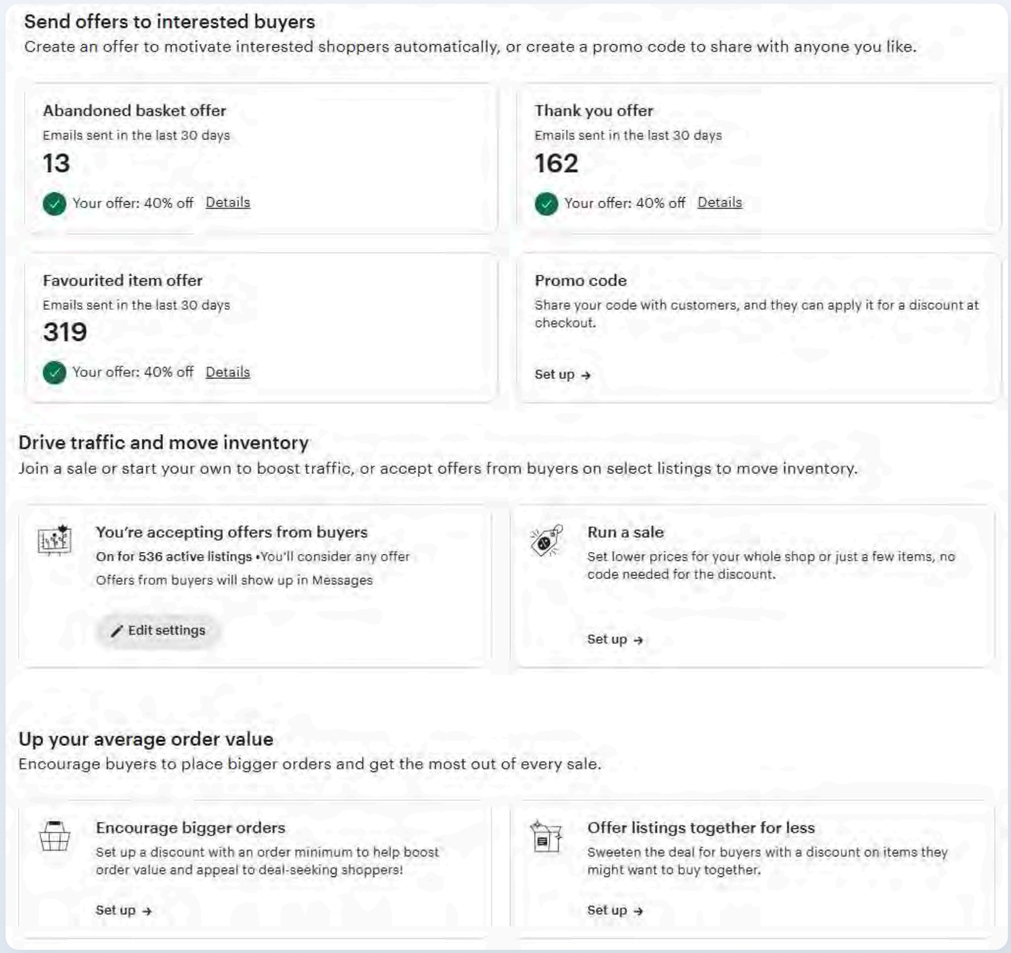
☑ Що робить:

- створює знижки;
- дає змогу брати участь у промо Etsy;
- підвищує конверсію.

☑ Де знайти:

- Shop Manager → Marketing → Sales & Discounts





Як налаштувати знижку

1 Запуск створення знижки

Run a sale

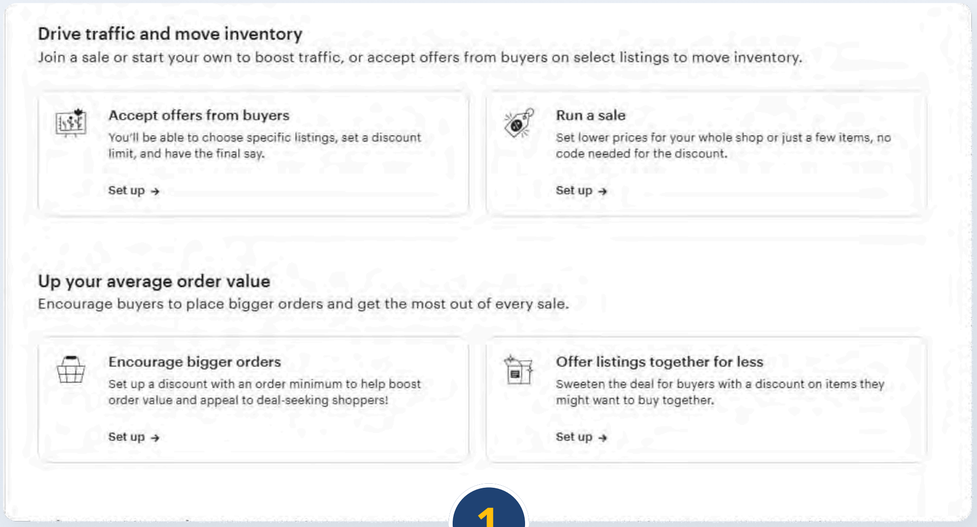
Натисніть Run a sale, щоб створити знижку для магазину або окремих товарів без використання промокоду.

2 Налаштування параметрів знижки

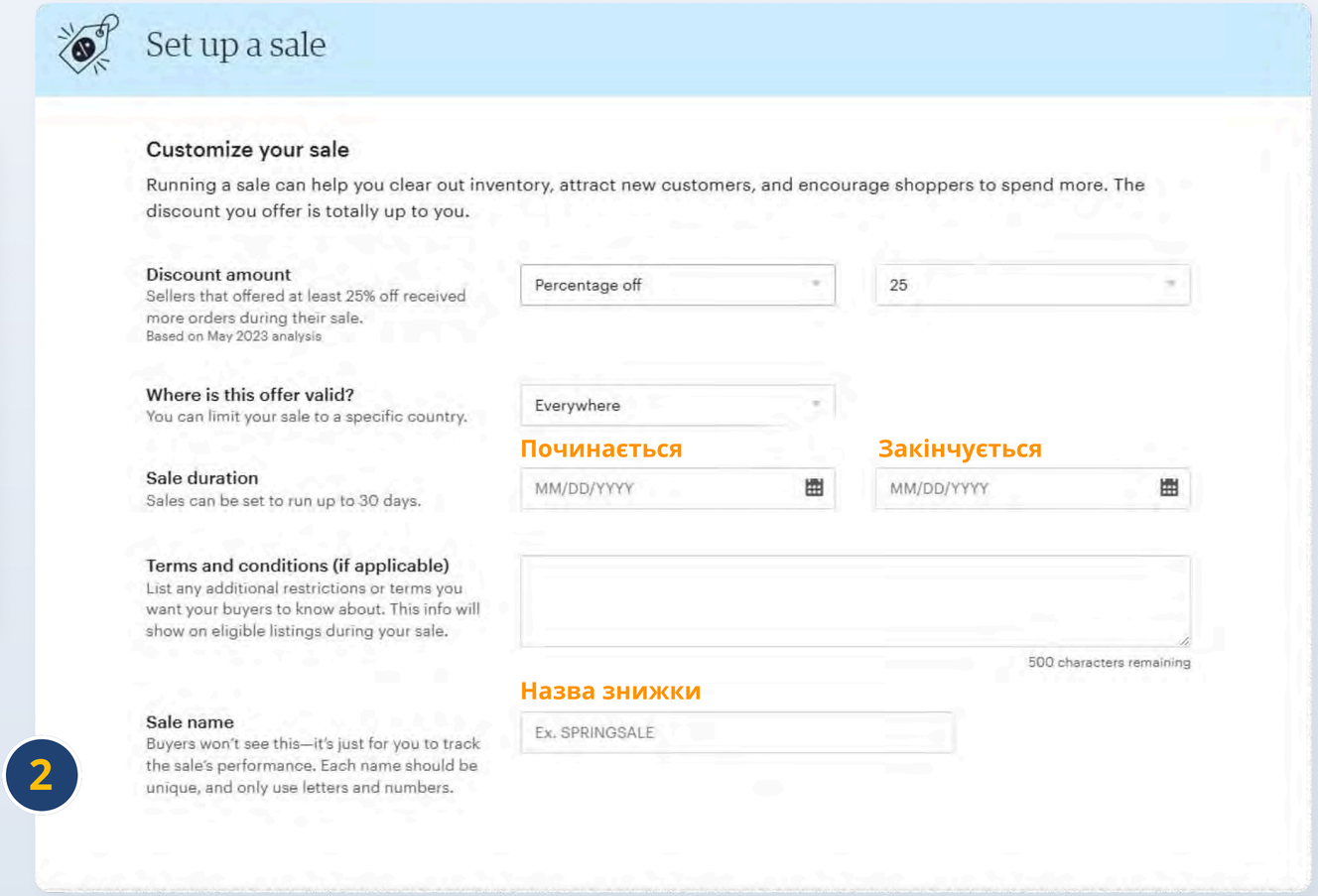
Customize your sale

- **Discount amount** — виберіть тип знижки (Percentage off) та вкажіть відсоток (наприклад, 25%).
- **Where is this offer valid?** — виберіть регіон дії знижки (зазвичай Everywhere).
- **Sale duration** — вкажіть дату початку та дату завершення дії знижки.
- **Terms and conditions** — за потреби додайте короткі умови (необов’язково).
- Sale name — внутрішня назва знижки (видима лише вам, для аналітики).

Як налаштувати знижку



1



2

Як налаштувати знижку

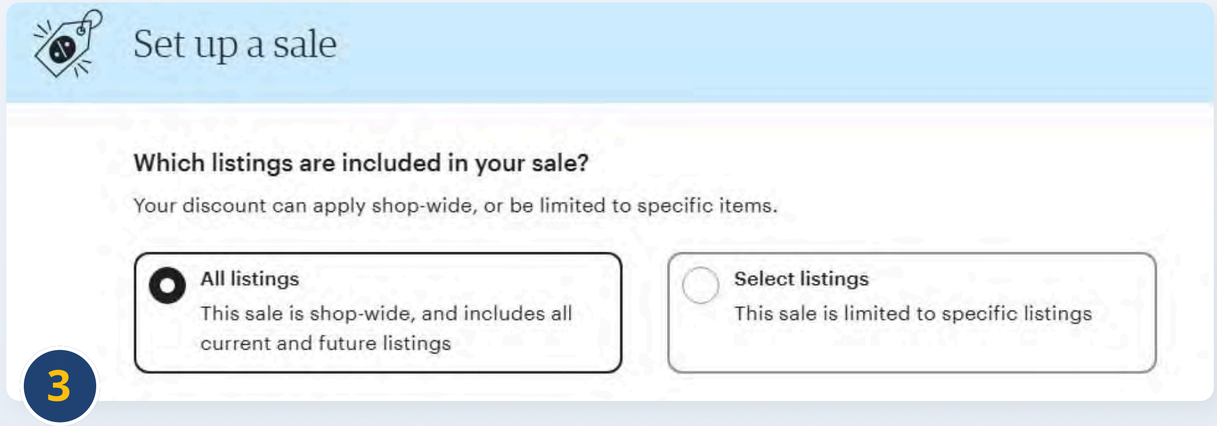
3 Вибір товарів для знижки

- [x] **Which listings are included in your sale?**

- **All listings** — знижка застосовується до всіх товарів у магазині (включно з майбутніми).
- **Select listings** — знижка діє лише на обрані лістинги.

4 Перевірка та підтвердження

- [x] **Review your sale details**





Як зробити SEO-оптимізацію для лістингів

Назва (Title)

- починається з основного ключового слова;
- без зайвих слів і «води»;
- логічна і зрозуміла для покупця.

Etsy читає перші слова назви найкраще.

Теги (Tags)

- використовуйте всі 13 тегів;
- кожен тег — окремий пошуковий запит;
- без повторів слів.

Теги допомагають Etsy зрозуміти, за якими запитами показувати товар

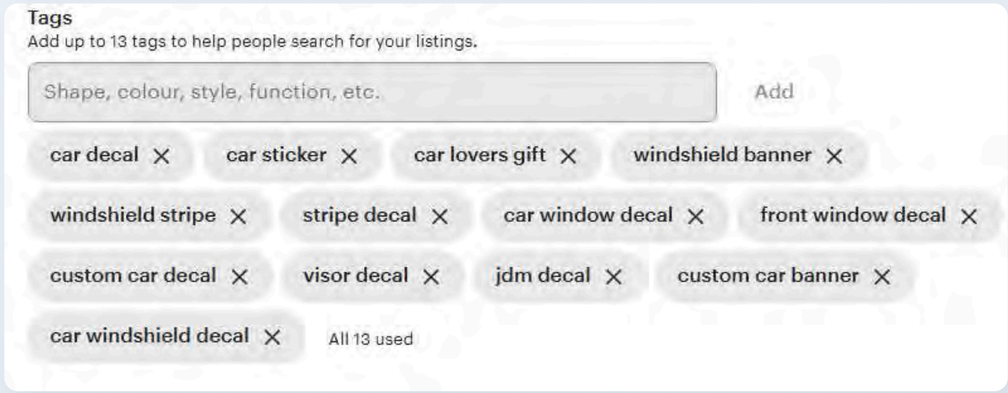
Категорії та атрибути

- вибирайте максимально точну категорію;
- заповнюйте всі релевантні атрибути (колір, матеріал, стиль).

Title



Tags



Category



Як зробити SEO-оптимізацію для лістингів

✅ Опис товару

- перші 2–3 рядки — найважливіші;
- використовуйте ключові слова природно;
- описуйте вигоди, а не просто характеристики.

Опис важливий і для покупця, і для зовнішнього пошуку (Google).

✅ Фото та візуал

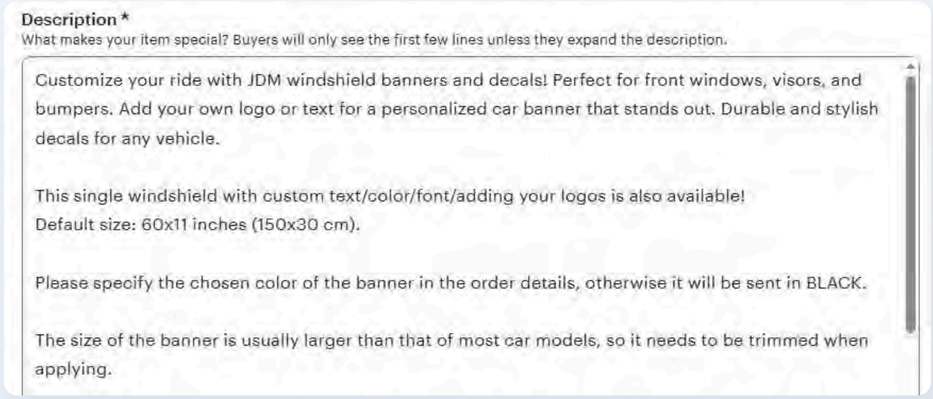
- сильне головне фото;
- товар зрозумілий без читання тексту;
- фото впливають на **CTR і конверсію.**

Навіть ідеальне SEO не спрацює без хорошого візуалу.

❌ Типові помилки новачків

- опіювати теги в назву слово в слово;
- використовувати загальні слова без попиту;
- не заповнювати атрибути;
- змінювати SEO щодня без аналізу.

Description →



Photos →



Chek-list правильно заповненого лістингу

- Завантажено всі 10 фото. Є фото товару повністю, а також приближений формат, де зображено важливі деталі, інфографіки, приклад паковання (якщо це важливо для даного товару). За допомогою фото ви маєте показати цінність товару та переконати клієнта купити його.
- 1 відео із демонстрацією процесу виробництва, важливого функціоналу або емоції від користування товаром.
- Заголовок лістингу містить до 140 символів та починається з пріоритетного ключовика для даного товару.
- Додано опис товару із кількома тегами на початку. В описі чітко розписані деталі, матеріал, розмір, є перелінковка на інші товари.
- Вказано правильну ціну, яку ви вирахували для даного товару.
- Заповнені варіації, щоб задовольнити будь-якого клієнта та не втратити його. Пропонуємо наш максимум.
- Правильно заповнена категорія, звірена з Erank.
- Вказані всі деталі про товар, актуальна інформація.
- Додано 13 тегів та декілька про матеріали.
- Підібрано правильну секцію.
- Стоїть галочка «рекламувати товар», якщо потрібно, або вимкнена, якщо ви не хочете рекламувати даний товар.

Ідеї для брейнштормy etsy-тегів

Описовість

/краще використовувати теги, що складаються з кількох слів, ніж тег із кожним словом окремо/
Розглянемо на прикладі товару “minimalist jewelry”: аби краще передати зміст, замість тегів “ring”, “diamond”, “minimalist”, краще прописувати “diamond ring”, “minimalist ring”, “diamond jewelry” і т.д.

Для кого цей товар

/подумайте, кому найбільше підійде товар/
Наприклад, “gift for women”, “teacher gift”.

Стиль

/використовуйте теги, які показують унікальний стиль товару, епоху, естетику тощо/
Наприклад, “minimalist”, “boho”, “rustic” тощо.

Матеріали та техніки

/додавайте теги, що наголошують на тому, з чого виготовлено товар та з використанням якої техніки/
Наприклад, фетровий капелюх — “felt hat”, мисочки з переробленого пластику — “recycled plastic bowls”.

Для якої події знадобиться

/атрибути вказують, для якої події створено лістинг/
Отже, атрибут “Christmas gift” підійде для святкових панчох “Christmas stockings”.
Наприклад, “bridesmaids gifts” — подарунки для наречених.

Розмір

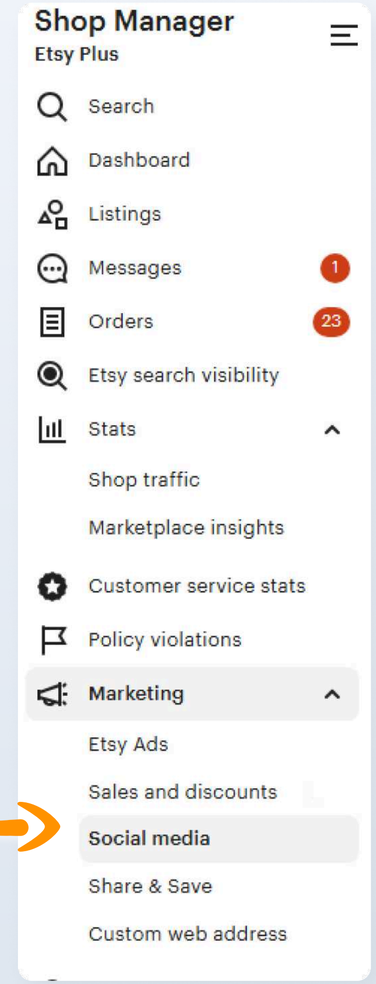
Наприклад, “tiny animal figures” — крихітні фігурки тварин, “large make up bags” — великі косметички.

Як налаштувати зв’язку із соціальними мережами Facebook Instagram Pinterest

Соцмережі – ключ до трафіку! Особливо Pinterest – це візуальна платформа, ідеальна для хендмейд (піньте фото товарів – отримуйте репости роками!).

Покроково

1. **Shop Manager >** Marketing > Social Media.
2. **Connect Facebook/Instagram:** Авторизуйтеся і тегайте продукти в постах.
3. **Для Pinterest:** Connect Pinterest – підтвердьте сайт (claim your shop). Автошаринг лістингів на дошки.
4. **Приклад:** створіть дошку "Ukrainian Handmade" – піньте фото з Etsy, додавайте посилання.
5. **У 2026 р. інтеграція глибша:** Pinterest Ads з Etsy-даними. Трафік з Pinterest може складати 30% від загального!



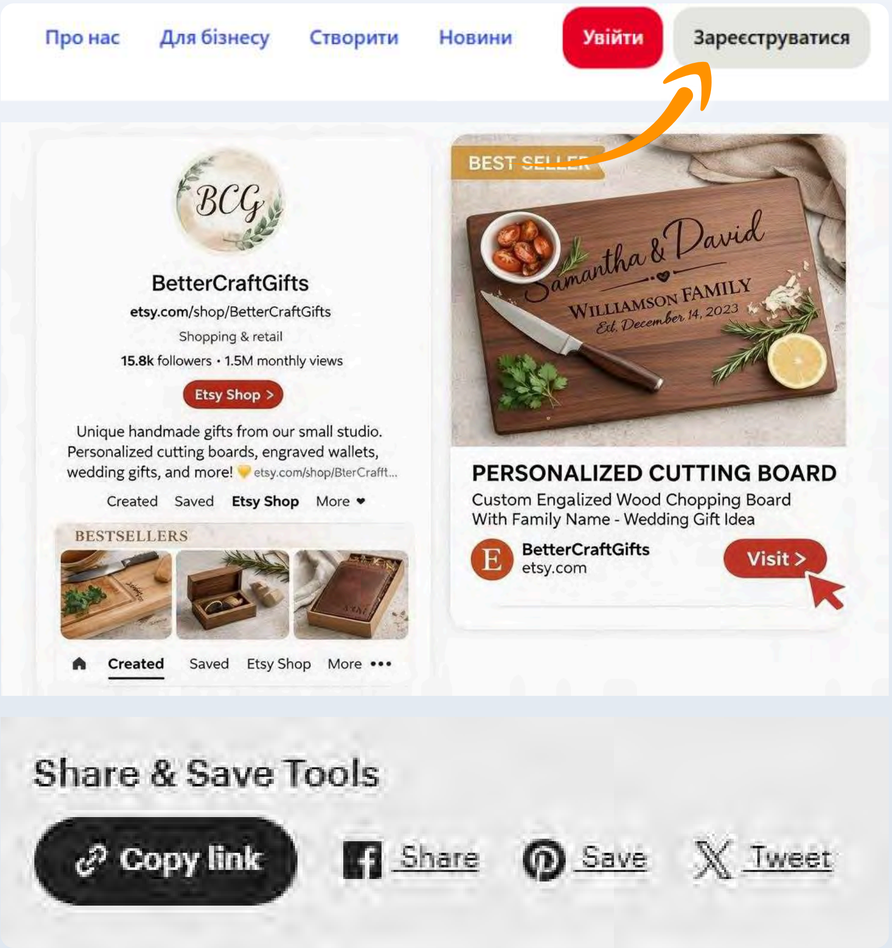
Pinterest

Pinterest + Etsy

☑ **Що зробити:**

- створити бізнес-акаунт Pinterest;
- додати посилання на Etsy-магазин;
- створювати піни з лістингами (вручну або автоматично).

Pinterest не потребує щоденних постів.



Pinterest

Крок 1. Як створити бізнес-акаунт Pinterest

- Перейдіть на сайт Pinterest та натисніть Sign up або Log in, якщо у вас уже є особистий акаунт.
- Виберіть варіант Create a business account або перейдіть до налаштувань і змініть особистий акаунт на бізнес-акаунт (Convert to business account).

Крок 2. Заповнення інформації про бізнес

- Business name — вкажіть назву бренду або магазину.
- Website — додайте сайт або посилання на Etsy-магазин (необов’язково, але рекомендовано).
- Country/Region — виберіть країну.
- Language — вкажіть мову акаунту.
- Business type — виберіть категорію діяльності (наприклад, Online retail).

Крок 3. Налаштування профілю

- Додайте логотип або фото профілю.
- Заповніть About your business — короткий опис бренду та ніші.
- Виберіть цілі використання Pinterest (збільшення трафіку, продажі, впізнаваність бренду).

Крок 4. Підтвердження сайту (опціонально)

- Підтвердьте сайт або Etsy-магазин, щоб отримати доступ до розширеної аналітики та підвищити довіру до акаунту.

Як правильно викладати піни в Pinterest

Крок 1. Створення піна

- Увійдіть у бізнес-акаунт Pinterest.
- Натисніть Create → Create Pin.
- Завантажте підготовлене зображення.

Крок 2. Заповнення інформації про пін

- Title — короткий, чіткий заголовок із ключовими словами.
- Description — опис із ключовими словами (1–2 речення), що пояснює користь піна.
- Alt text — додайте альтернативний текст для кращої видимості в пошуку.
- Destination link — вставте посилання на сайт, Etsy-лістинг або іншу сторінку.

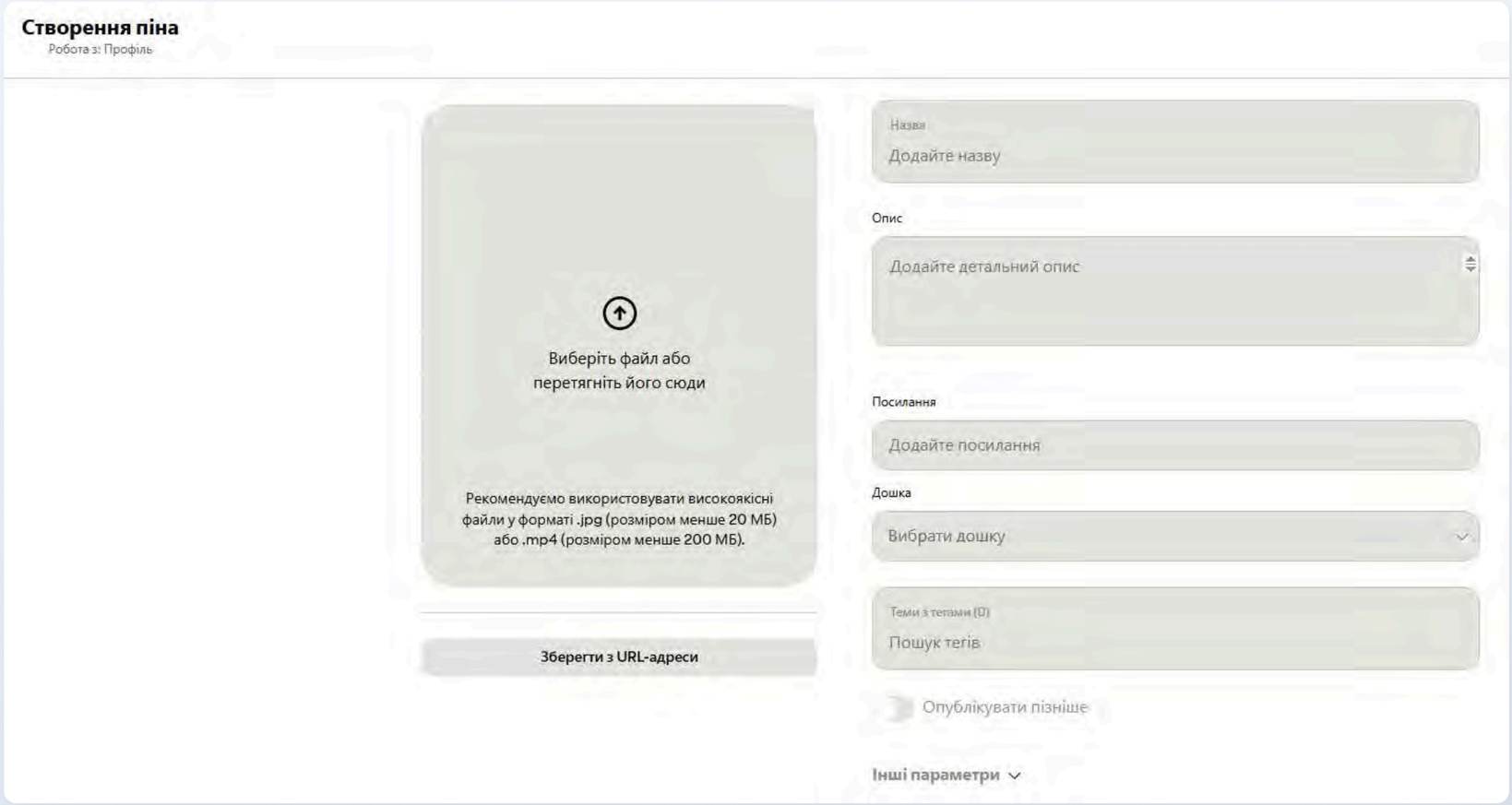
Крок 3. Вибір дошки

- Виберіть релевантну дошку, яка відповідає тематиці піна.
- За потреби створіть нову дошку з SEO-оптимізованою назвою та описом.

Крок 4. Публікація піна

- Натисніть Publish, щоб опублікувати пін одразу, або Schedule, щоб запланувати публікацію на потрібну дату та час.

Як правильно викладати піни в Pinterest



Як налаштувати свої пропозиції, знижки, промокоди чи бандли

Навіщо потрібні сезонні пропозиції

✅ **Сезонні промо допомагають:**

- підвищити конверсію;
- стимулювати покупку тут і зараз;
- виділитись серед конкурентів у пікові періоди.

Це один з найпростіших способів отримати більше продажів без реклами.

Знижки (Sales & Discounts)

✅ **Коли використовувати:**

- свята та сезони;
- запуск нового товару;
- низька конверсія.

Це один з найпростіших способів отримати більше продажів без реклами.

Промокоди

✅ **Коли використовувати:**

- для підписників соцмереж;
- для повторних клієнтів;
- як бонус за підписку / повідомлення.

Добре працюють як персональні пропозиції.

Бандли (набори товарів)

✅ **Коли використовувати:**

- товари логічно доповнюють один одного;
- подарункові набори;
- підвищення середнього чека.

Бандли часто продаються краще, ніж одиничні товари.

Автоматичні пропозиції Etsy

- знижка для тих, хто додав товар в обране;
- пропозиції для покинутих кошиків.

Працюють автоматично, без вашої участі.

Як налаштувати свої пропозиції, знижки, промокоди чи бандли

1. Shop Manager > Marketing > Sales and Discounts.
2. Create Promo Code: Виберіть % off, fixed amount, free shipping.
3. Для бандлів: Offer Listings Together – виберіть 2-3 товари, знижку 5-10%.
4. Запустіть: встановіть дати, мінімум замовлення. Приклад: 10% off на перше замовлення.

Як налаштувати Promo code

☑ Крок 1. Перехід для створення знижки

Promo code
Натисніть Promo code, щоб створити знижку для всього магазину або для окремих товарів за допомогою промокоду.

☑ Крок 3. Вибір товарів для знижки

Which listings are included in your sale?

- **All listings** — знижка застосовується до всіх товарів у магазині, включно з новими лістингами.
- **Select listings** — знижка діятиме тільки на обрані товари.

☑ Крок 2. Налаштування параметрів знижки

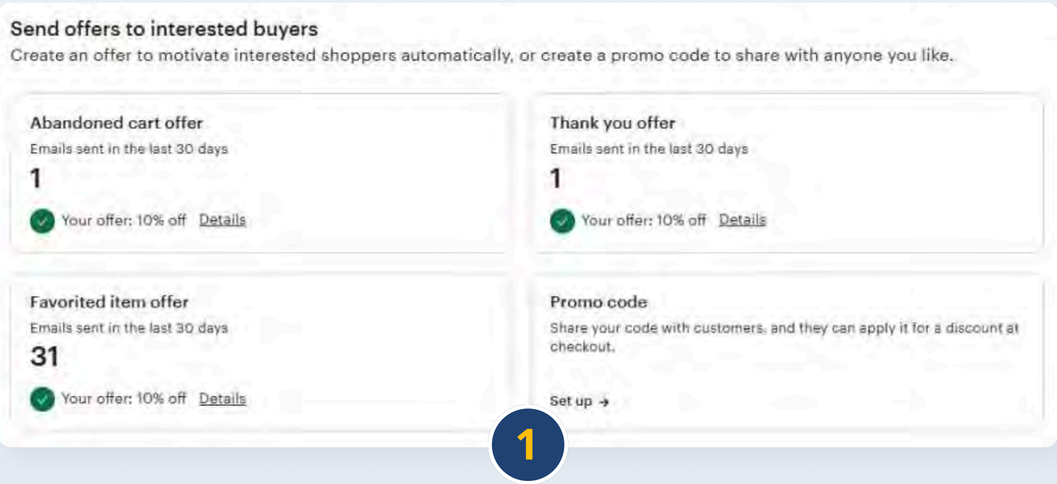
Promo code

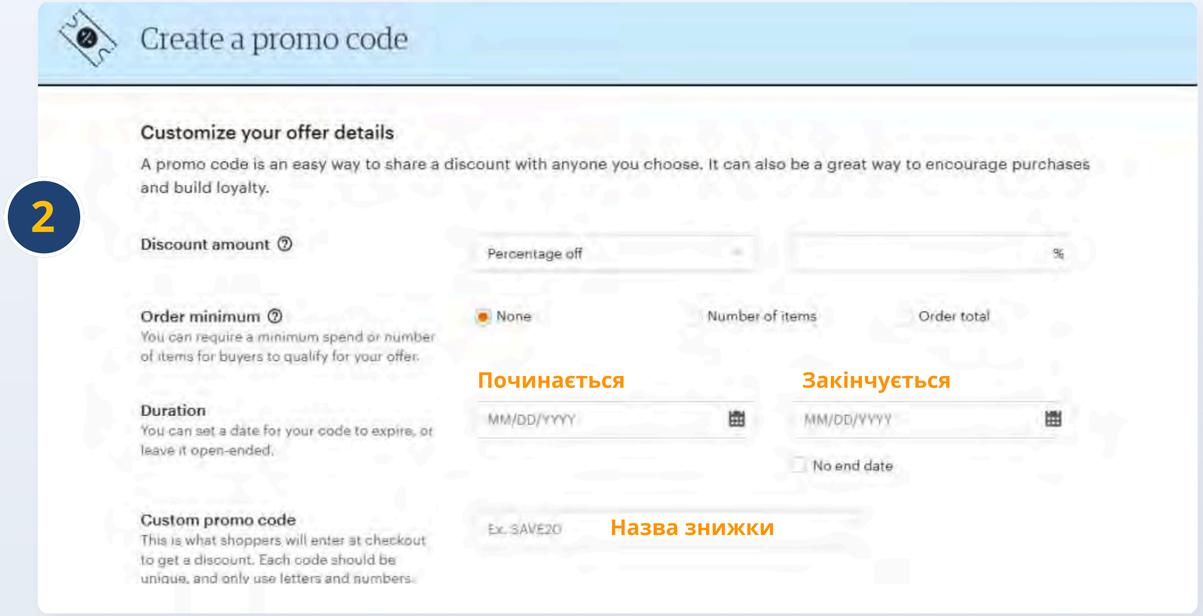
- **Discount amount** — виберіть тип знижки (Percentage off для відсоткової знижки або Fixed amount для фіксованої суми) та вкажіть значення (наприклад, 20%).
- **Where is this offer valid?** — виберіть регіон дії знижки (зазвичай Everywhere).
- **Sale duration** — встановіть дату початку та завершення знижки.
- **Terms and conditions** — за потреби додайте короткі умови використання (необов’язково).
- **Sale name** — внутрішня назва знижки для вашої аналітики (видима тільки вам).

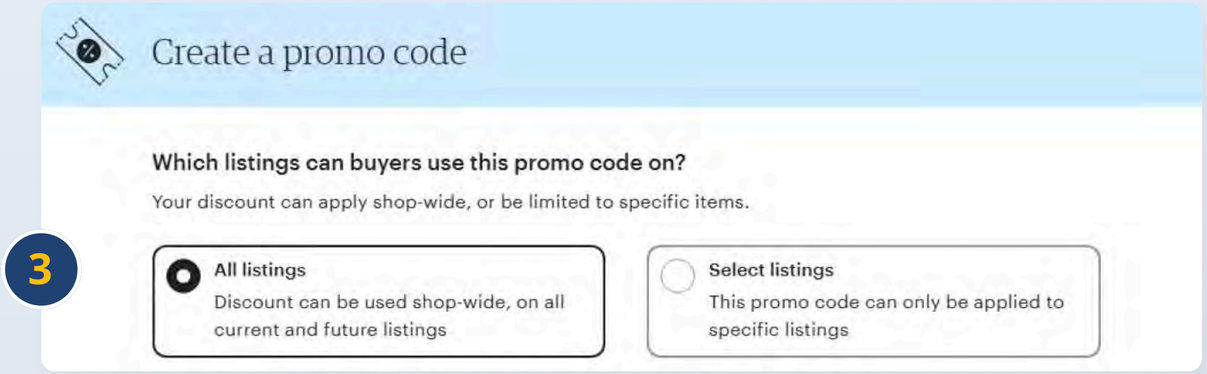
☑ Крок 4. Перевірка та підтвердження

Review your sale details — перевірте всі налаштування знижки перед підтвердженням.

Як налаштувати Promo code







Як налаштувати знижку – Offer listing together for less

☑ Крок 1. Перехід для створення знижки

Offer listings together for less
Натисніть Offer listings together for less, щоб створити автоматичну знижку при купівлі кількох товарів одночасно (без промокоду).

☑ Крок 2. Вибір товарів для знижки

Виберіть 2–3 лістинги, які будуть об’єднані в одну пропозицію зі знижкою.

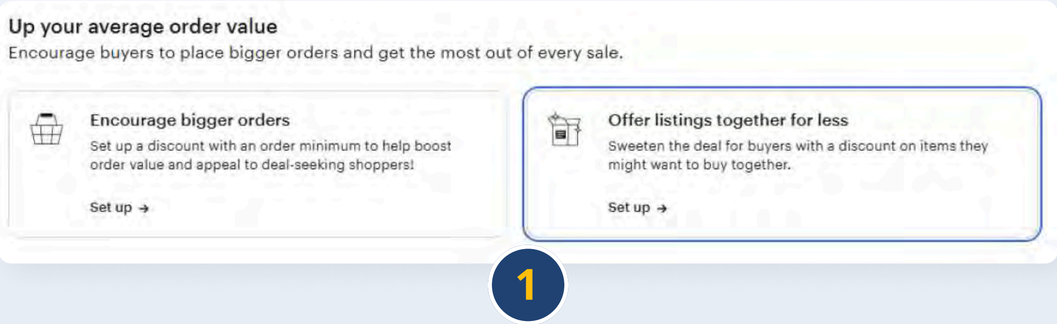
☑ Крок 3. Налаштування знижки

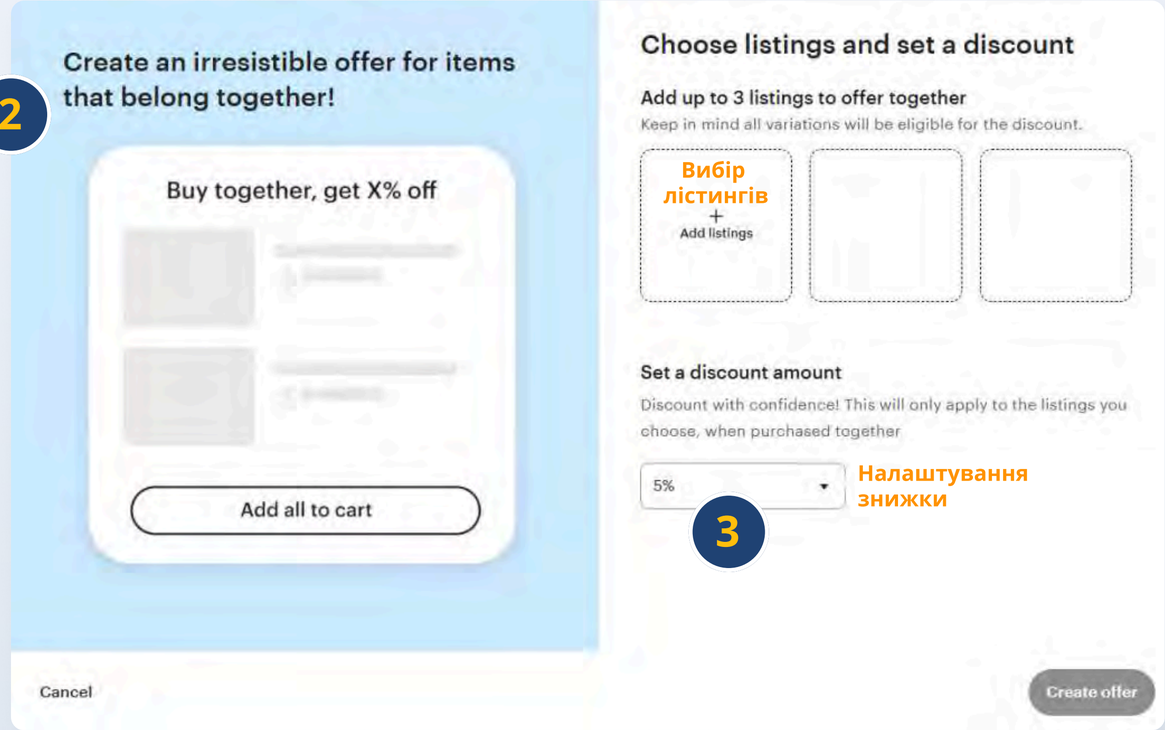
Вкажіть відсоток знижки, який буде застосовуватися при одночасній покупці вибраних товарів (наприклад, 10% або 15%).

☑ Крок 4. Перевірка та підтвердження

Перевірте вибрані лістинги та розмір знижки та підтвердіть створення пропозиції.

Як налаштувати знижку – Offer listing together for less

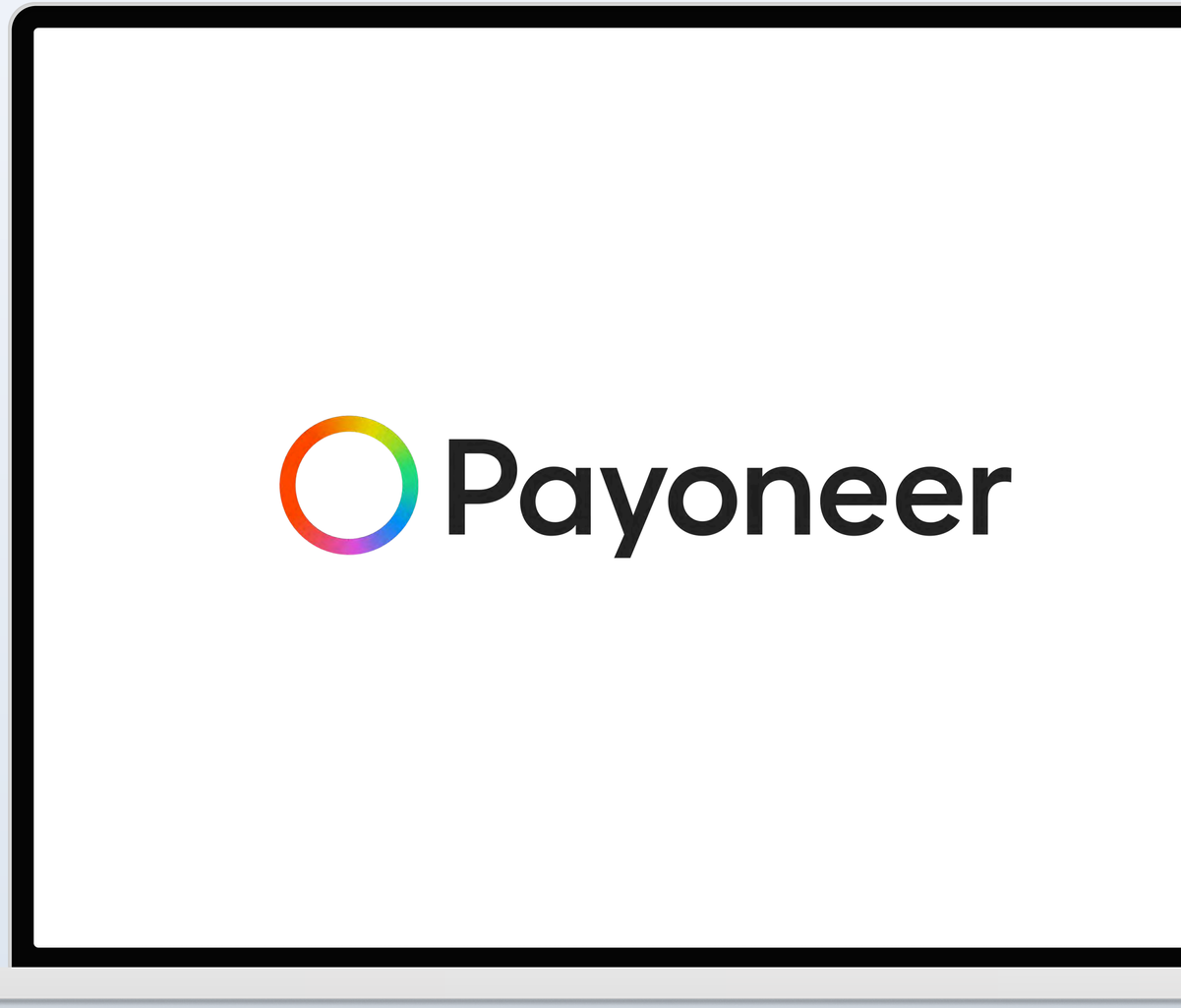




Payoneer — ваш ключ до глобальних маркетплейсів

Приймайте платежі з багатьох платформ напряму на свій Payoneer-акаунт. Це швидко і легко!

З України — у світ. Зі світу — в Україну.



Що таке Payoneer?

Payoneer — це глобальна платіжна платформа, яка допомагає підприємцям по всьому світу:

- отримувати міжнародні виплати;
- здійснювати перекази;
- керувати коштами в понад **190 країнах і територіях.**

Для продавців на маркетплейсах

Payoneer виступає як фінансовий посередник між продавцем і платформами, клієнтами або партнерами.

Ви можете:

- отримувати виплати з Amazon, eBay, Etsy та понад 2 000 інших платформ;
- не відкривати окремий банківський рахунок за кордоном — достатньо акаунту Payoneer.

Завдяки цьому українські продавці можуть легко працювати з глобальними ринками — просто, безпечно і зручно.

Що таке Payoneer?



Чому продавці вибирають Payoneer?

Payoneer — оптимальний вибір для е-селлерів, які працюють на міжнародних ринках. Сервіс поєднує зручність, прозорість та широке покриття, що робить його надійним партнером для глобального зростання.

Основні переваги:

- **Глобальне охоплення**
  Доступ у 190+ країнах та 70+ валютах
- **Локальні реквізити для отримання виплат**
  USD, EUR, GBP та інші валюти
- **Єдиний акаунт — багато платформ**
  Об’єднуйте виплати з Amazon, eBay, Etsy та інших в одному акаунті
- **Мультивалютні баланси + обмін валют**
  Керуйте доходами в кількох валютах і конвертуйте їх у разі потреби
- **Підтримка українською**
  Локальні експерти, які розуміють реалії українського бізнесу

Як зареєструвати акаунт у Payoneer

Щоб почати користуватись Payoneer, перейдіть на офіційну сторінку реєстрації: **Payoneer ↗**

1. Виберіть тип акаунту

Приватна особа
якщо ви не маєте зареєстрованої юридичної діяльності

Компанія / ФОП
якщо ви зареєстровані як підприємець або юридична особа

Для реєстрації ФОП потрібно

- ☑ Вказати ім’я та прізвище **англійською**
- ☑ Вибрати тип юридичної особи: **"Одноосібне володіння"**
- ☑ Додати посилання на **вебсайт або LinkedIn-профіль**
- ☑ Усі поля мають бути заповнені **англійською мовою**

Порада: якщо немає сайту, вкажіть посилання на LinkedIn — це обов’язкове поле.

Налаштування безпеки акаунту

Як це зробити:

1. Увійдіть в особистий кабінет Payoneer
2. Перейдіть у розділ “Налаштування безпеки”
3. Дайте відповіді на 3 секретні запитання

Важливо! Відповіді вводьте англійською мовою без використання спеціальних символів (.,-+=/).

Завантаження документів для верифікації

Щоб повністю активувати акаунт, пройдіть верифікацію.

Як це зробити:

1. **Увійдіть в акаунт Payoneer**
2. **Перейдіть до розділу “Центр верифікації”**
3. **Завантажте документи, які підтверджують вашу особу або компанію**

Основні вимоги до документів

- **Кольорове** скан-копіювання або фото
- Усі **4 кути** документа повинні бути видимими
- Не допускаються фото, змінені у фоторедакторах. Уникайте розмиття, темного освітлення або спалахів
- Текст у документі має бути **чітко читабельним**

Якщо документ не відповідає вимогам — система може запросити повторне завантаження.

Як звернутися до служби підтримки

Якщо у вас виникнуть запитання або технічні труднощі, скористайтеся **Payoneer Support Center.**

Доступні способи зв’язку

Надіслати повідомлення
(через форму на сайті)

Live-чат

Замовити дзвінок

Центр підтримки:
https://payoneer.custhelp.com

Ви також можете знайти відповіді:

- **У базі знань**
  це розділ з інструкціями та відповідями на найпоширеніші запитання.
- **У спільноті Payoneer**
  це форум, де користувачі діляться досвідом, а модератори дають поради.

Підключення до маркетплейсів

У більшості міжнародних маркетплейсів **Payoneer можна додати як спосіб отримання виплат.**

Увага!
Інформація у вашому профілі маркетплейсу (ім’я, адреса, тип компанії) має повністю збігатися з акаунтом Payoneer — інакше можливі затримки або відхилення платежів.

Як це працює

amazon

Перейдіть у **Seller Central** → **Payment Information** → Додайте реквізити Payoneer у потрібній валюті (наприклад, USD для Amazon.com)

ebay

Підключення можливе через **email або банківські реквізити**, залежно від налаштувань акаунту та регіону

Etsy

Для продавців з України Payoneer — о**бов’язкова умова для отримання виплат** через Etsy Payments

Незалежно від платформи

Ви використовуєте локальні реквізити Payoneer (наприклад, USD або EUR), щоб отримувати кошти напряму

Використання та управління коштами

Кошти, отримані на акаунт Payoneer, можна зручно використовувати для виведення або оплат.

Виведення коштів на банківський рахунок

- ☑ **Рахунок ФОП або юридичної особи;**
- ☑ **Персональний рахунок фізособи.**

Виведення доступне у країни з підтримкою SWIFT-переказів.

Оплата підрядникам і постачальникам:

- ☑ **Внутрішній переказ** між акаунтами Payoneer **— безкоштовний.**
- ☑ **Зовнішній банківський переказ (Wire) — платний,** якщо отримувач не користується Payoneer.

Рекомендація
Для регулярної торгівлі (Amazon, eBay) варто працювати як **ФОП 2-ї або 3-ї групи** з валютним рахунком

Конвертація валют та контроль витрат

Payoneer пропонує прозору систему обміну валют з чітким відображенням усіх умов перед підтвердженням транзакції.

Основні переваги

- **Курс валюти** показується в реальному часі **до підтвердження операції**
- **Фінальна сума** після обміну одразу відома
- Усі деталі зберігаються в історії транзакцій — **це спрощує звітність**

Комісія за конвертацію

- **Входить у** внутрішній обмінний курс Payoneer
- Зазвичай: **+2%–3,5% до міжбанківського курсу**
- **0% комісії,** якщо ви переказуєте кошти або оплачуєте у тій самій валюті (без обміну)

Такий підхід дозволяє точно планувати бюджет та уникати неочікуваних витрат.

Виведення коштів в Україні

Payoneer забезпечує зручне та швидке виведення коштів для українських користувачів — завдяки партнерствам з локальними банками.

Рекомендація
Для підприємницької діяльності краще використовувати офіційний рахунок ФОП, щоб уникнути податкових ризиків.

Підтримувані банки

monobank
Universal Bank

Швидке та дешеве виведення через цифрову інтеграцію

ПриватБанк

Найбільший банк України, особливо популярний серед ФОП та IT-фахівців

àбанк пумб

Також підтримуються:
А-Банк, ПУМБ та інші банки

Вибір способу виведення

- ☑ **На рахунок ФОП (у гривні або валюті)**
- ☑ **На особисту банківську картку**

Україномовна підтримка та акаунт-супровід для VIP-клієнтів

Payoneer надає високий рівень обслуговування для продавців з України — від першого кроку до розвитку на міжнародних ринках.

Доступні способи зв’язку

Канали підтримки

- **Цілодобова підтримка** через email та чат у будь-якій точці світу
- **Україномовні консультанти** для зручного та ефективного спілкування

Персоналізоване консультування*

- Допомога з реєстрацією та онбордингом
- Підвищені ліміти на платежі
- Індивідуальні умови / нижчі комісії

Локальні команди по всьому світу

- Підтримка бізнесу незалежно від країни чи юрисдикції

Підтримка спільноти

- Освітні ініціативи, заходи, форуми для підприємців

** Доступно після досягнення певного обсягу транзакцій*

Корисні посилання та ресурси

Збережіть ці ресурси — вони допоможуть вам ефективно користуватись Payoneer

Офіційний сайт
www.payoneer.com

Центр підтримки та FAQ
payoneer.custhelp.com

Новини та освітні матеріали
blog.payoneer.com
facebook.com/groups/PayoneerUA

Актуальні тарифи та умови
payoneer.com/fees

E-EXPORT з Укрпоштою — ваш легкий шлях доставки за кордон

Як продавати по всьому світу. Все про терміни, митне оформлення та правила відправки в одному гайді



Що таке Укрпошта? Міжнародна мережа та логістика Укрпошти

Укрпошта входить до Всесвітнього поштового союзу (ВПС).

Це дає ряд переваг, зокрема:

- ☑ доступ до мережі 230 країн світу та територій;
- ☑ єдині міжнародні стандарти обміну та безпеки.

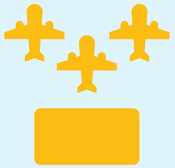
Логістична модель під час війни



Україна ➡ Транзитні хаби:
наземна доставка вантажівками в умовах закритого неба.



Транзитні хаби ➡ Світ:
відправка літаками до країн призначення.



Країни-партнери (авіахаби):
Молдова, Польща, Латвія, Литва, Естонія, Німеччина, Велика Британія.

Можливість відправки з будь-якого відділення по Україні
Процес доставки — від обробки на сортуванні до митниці 24/7

27 000
Локацій

77
Об'єктів сортування

1
ММПО

ВПС

192 поштових оператори
760+ тис. відділень
5,3 млн співробітників



Переваги доставки за кордонз Укрпоштою

Доступна ціна
Ціни стартують від 250 грн

Онлайн-відстеження всього шляху відправлення
За трек-номером будь-коли дізнавайтесь місцезнаходження

Легке митне оформлення
Без участі брокера чидодаткових документів (у 99,5 % випадків)

Безкоштовне повернення
Якщо отримувач передумав чи не забрав

Швидше, ніж ви очікуєте
Велика Британія, ЕС — від 7 днів
США\Канада — від 10 днів
Австралія — від 14 днів

Відсутність так званої об’ємної ваги
Ви сплачуєте за фактичну вагу, а не за повітря

Оформлюйте відправлення онлайн і приходьте до найближчого відділення Укрпошти

Як скористатися послугою?

1. Оформити відправлення можна онлайн:
в особистому кабінеті, мобільному застосунку або через спеціальну систему API для корпоративних клієнтів.

2. Перевірити, чинемає у посилцітоварів, забороненихдля пересилання.

3. Принести у відділенняпосилку, готову до відправки, але у відкритомувигляді

4. Наш оператор надрукує супровідні бланки: адресний ярлик та поштову митну декларацію, якщо у вас немає принтера.



LK 060 012 712 UA

T.P. 1 138.70 UAH

1.0 kg
Maca / poids

SEND FROM:
Vasilieva Anastasia- Ivanovn
+380501007500
street 11
Kyiv
Kyiv
01001
УКРАЇНА Ukraine

SEND TO:
Kolousova Anastasiia
Mikhailovvna, +1+380177455971
1600 Pennsylvania Avenue NW
Washington
20500 United States of America
США

CUSTOMS DECLARATION May be opened officially **CN 22**

Designated operator UKRPOSHTA / Призначений оператор УКРПОШТА

☐ Gift / Подарунок
☐ Documents / Документи
☑ Sale of goods / Продаж товарів
☐ Commercial sample / Комерційний зразок
☐ Returned goods / Повернення товарів
☐ Mixed content / Змішаний вміст

Quantity and detailed description of contents Кількість і детальний опис вкладення	Net weight (in kg) Чиста вага (в кг)	Value and currency Вартість та валюта	HS tariff number Код ТНЗЕД	Country of origin Країна походження
3 Drawing childrens books	0.8	60 USD	4903000000	Ukraine
Total weight (in kg) Загальна вага (в кг)	1.0 kg	Total value Загальна вартість	60 USD	

UKRPOSHTA

Я, що нижче підписався (підписана та адреса вказані на відправленні), підтверджую, що зазначені в даній митній декларації відомості є достовірними, і в цьому відправленні немає ніяких небезпечних або заборонених законодавством або поштовими чи митними регламентами предметів.

Date and sender's signature / Дата і підпис відправника 18.02.2026

Митне оформлення відправлень відбувається в електронному вигляді

На базі онлайн-сервісів Укрпошти реалізовано інформаційний обмін з Митницею України та через національні пошти далі з митницями різних країн світу.

- **Вибирайте коректний код ТН ЗЕД**

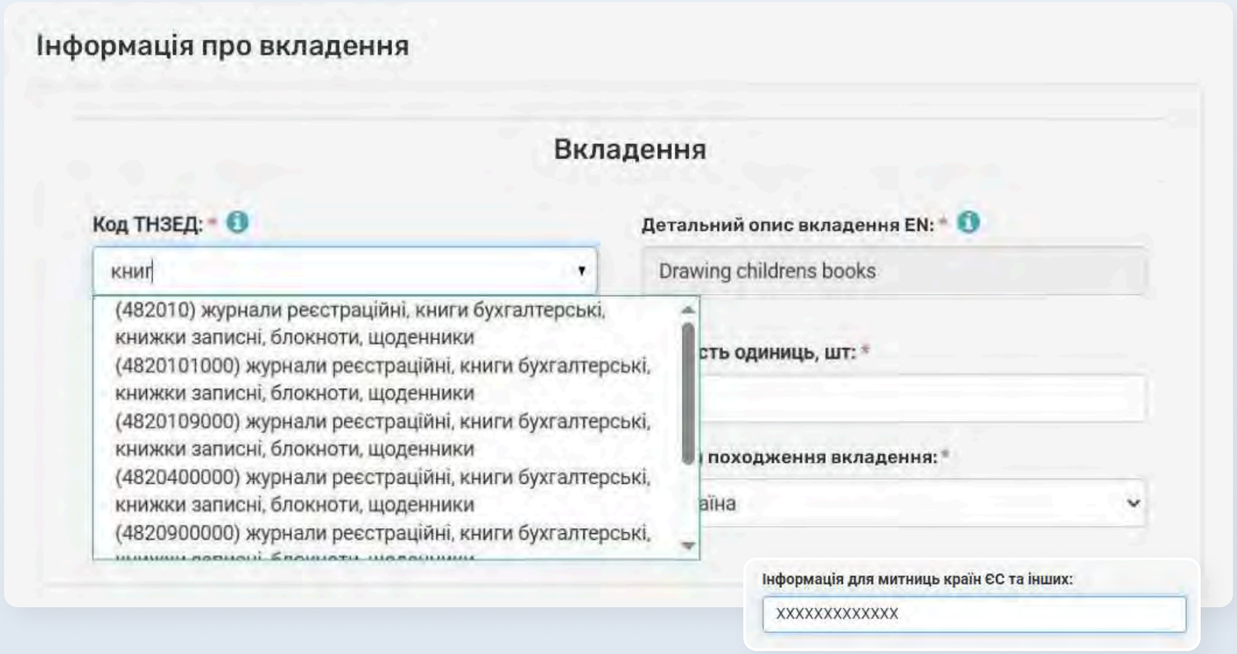
  В онлайн-сервісах Укрпошти є автопідказка та пошук за назвою:

  - вводьте код у відповідне поле — система запропонує варіанти кодів та описів;
  - якщо код невідомий, починайте вводити назву вкладення українською мовою у полі «Код ТН ЗЕД», і система запропонує варіанти для вибору.

- **Вказуйте правильно коди про сплату податків для інших країн**

  В онлайн-сервісах Укрпошти передбачено спеціальне поле для податкового номера IOSS або інших.

Правильний код ТН ЗЕД, опис товару та коректна вартість мінімізують затримки на митниці та прискорюють обробку посилок.



Враховуйте безмитні ліміти та правила країн призначення

Вивіз товарів з України відбувається дуже просто

- ☑ Оформлення відправлень вартістю до 1000 євро від відправника ФОП / юридичної особи — спрощене декларування через поштового оператора без залучення брокера.
- ☑ Відправка від фізичної особи за спрощеним механізмом для товарів до 10 000 євро.

Однак кожна країна має власне митне законодавство та встановлені ліміти на вартість посилок, які можуть ввозитися без сплати додаткових податків (мита).

Дізнайтеся безмитний поріг країни отримувача

Дізнатись більше ↗

Враховуйте безмитні ліміти та правила країн призначення

Що важливо знати відправнику

Різні пороги оподаткування.

У деяких країнах (наприклад, Австралія) безмитний ліміт досить високий, тоді як у країнах ЄС податки можуть нараховуватися на товари будь-якої вартості (якщо не використано систему IOSS).

Специфічні правила.

Окрім вартості, країни можуть обмежувати ввезення певних категорій товарів або вимагати додаткові дозволи.

Відповідальність

Обов'язок перевірити правила країни призначення перед відправкою лежить на відправнику. Це гарантує, що ваш покупець не отримає неочікуваний рахунок від митниці. Для успішного проходження митниці обов'язково зазначайте коректну вартість вкладення в USD або EUR.

Країна	Ліміт безмитного оформлення
США	• Для відправлень з декларованою вартістю до $800: митні нарахування становлять **10%** від задекларованої вартості й сплачуються відправником • Для відправлень з декларованою вартістю понад $800: мито та податки сплачуються отримувачем
Канада	Покупки — **20 CAD** (≈ 15 USD), подарунки C2C — **60 CAD** (≈ 45USD)
Сполучене Королівство	Покупки — до **135 GBP** тільки ПДВ, подарунки — **39 GBP**
Мексика	**300 USD**/відправлення
Країни ЄС	Покупки — до **150 EUR** тільки ПДВ, подарунки — **45 EUR**
Австралія	**1 000 AUD**(≈ 780 USD/відправлення
Казахстан	**200 EUR**/відправлення

Перевіряйте, чи немає у посилці товарів, заборонених для пересилання

Всі міжнародні відправлення проходять обов'язкове **рентген-сканування** на митниці та перевірку службами авіаційної безпеки.

Перевіряйте вкладення перед пакуванням

Чи немає в посилці товарів з основного списку заборонених вкладень

- ☑ Небезпечні вантажі: вибухові, вогненебезпечні речовини, акумулятори, павербанки, парфуми із вмістом спирту, перероблені вироби з відпрацьованих гільз.
- ☑ Заборонені речовини: наркотичні, психотропні засоби та токсичні матеріали.
- ☑ Цінності: антикваріат, алкоголь, тютюнові вироби.
- ☑ Зброя: вогнепальна, холодна зброя та її частини, іграшки, макети, прикраси у вигляді зброї.

Чи немає в посилці товарів, на які є певні обмеження чи процедури для ввезення

Перевірити ↗

Безпечно пакуйте міжнародні відправлення

Відповідальність за належне пакування несе відправник

Основні рекомендації

- ☑ Використовуйте тришаровий гофрокартон. Вміст не має рухатися всередині.
- ☑ Використовуйте пухирчасту плівку, папір або наповнювач.
- ☑ Між стінкою коробки та товаром має бути мінімум захисного шару.
- ☑ Крихке: кожен предмет загортається окремо.

Варіанти паковання

Ви можете використовувати власне паковання, яке відповідає стандартам міцності.

Або придбати необхідне паковання безпосередньо у відділенні Укрпошти.

Паковання ↗

Поради щодо пакування відправлення ↗

⚠ **ВАЖЛИВО:** Міжнародні відправлення надаються оператору у **відкритому вигляді.** Паковання не має бути повністю заклеєним, щоб працівник пошти міг перевірити вміст на відсутність **заборонених до пересилання предметів.**

Вибирайте найзручнішу категорію відправлень, щоб заощадити на тарифі

Укрпошта разом із партнерами — іншими національними поштами світу — пропонує на вибір декілька категорій відправлень: пакет Prime, дрібний пакет рекомендований, посилка та EMS.

Категорії відрізняються: допустимими розмірами, форматом вручення, сумами компенсацій.

За адресою до скриньки/під двері Будь-яка сторона ≤ 60 см, сума сторін ≤ 90 см [3] **Дрібний пакет PRIME** [2]	Особисте вручення + відшкодування Будь-яка сторона ≤ 60 см, сума сторін ≤ 90 см [3] **Дрібний пакет**	Особисте вручення + відшкодування Найбільша сторона ≤ 105 см; обхват ≤ 200 см [3, 4] **Посилка**	Особисте вручення + підвищене відшкодування Найбільша сторона ≤ 150 см; обхват ≤ 300 см [3, 4] **Відправлення EMS**

ISO	Країна	Тариф за штуку					
		до 100г	до 250г	до 500г	до 750г	до 1кг	до 2кг
US	США [5]	6	7	12	18	20	26
GB	Сполучене Королівство	5,5	6,5	13	16,5	19	26
DE	Німеччина	5,5	6,5	13	16,5	19	26
CA	Канада	6	7	12	18	20	26
AU	Австралія	8,5	10	22,5	27	30	41
FR	Франція	5,5	6,5	13	16,5	19	26

Накопичувальна система знижок
Програма лояльності: відправляйте більше — платіть менше

Для клієнтів, які оформлюють відправлення «Дрібний пакет» та «Дрібний пакет PRIME» онлайн (OK/API), діє накопичувальна система знижок

- Для фізичних осіб (без договору): знижка від 3% до 15% нараховується автоматично кожного 6-го числа місяця на основі обсягів відправлень за попередній місяць (при обороті від 10 000 грн).
- Для юридичних осіб (за договором): можливість отримати знижку до 20% за результатами квартальних обсягів.

Деталі ↗

ЗАГАЛЬНА МІСЯЧНА СУМА ВІДПРАВЛЕНЬ «ДРІБНИЙ ПАКЕТ» ТА/АБО «ДРІБНИЙ ПАКЕТ PRIME» (БЕЗ ПДВ)	РОЗМІР ЗНИЖКИ
понад 10 000 до 18 000 грн включно	3%
понад 18 000 до 74 000 грн включно	5%
понад 74 000 до 165 000 грн включно	8%
понад 165 000 грн до 310 000 грн включно	10%
Понад 310 000 грн	15%

Укрпошта — у першій трійці пошт світу за темпами розвитку в 2025 р.

- **Надійність (якість і швидкість) 82,6 → 91,0**
  Понад 90% посилок доставлено вчасно завдяки автоматизації та оптимізації логістики.
- **Обшир доставки (міжнародний обмін) 31,6 → 87,9**
  Потрійне зростання завдяки новим вантажним коридорам та підтримці експорту МСБ.
- **Адаптивність (доступність у реаліях) 9,9 → 21,9**
  Подвійне зростання завдяки пересувним та модульним відділенням поблизу фронту.
- **Стійкість (бізнес-модель) 78,1 → 85,4**
  Доведена стійкість бізнес-моделі до шокових подій у країні.



Служба підтримки. Ми завжди на зв’язку!

Оперативна допомога
Надійка Поштарка — ваша помічниця з експорту.
Допоможе з інформацією щодо статусів відправлень

Графік: 08:00 – 22:00 (без вихідних)
Facebook: facebook.com/NadiykaPoshtarka/

Відділ експорту (бізнес-супровід)
Розширена консультація з питань логістики та укладання договорів для юридичних осіб

Email: ve49@ukrposhta.ua
Телефон: 050 100 33 36
Графік: Пн–Пт – 09:00 – 18:00

Укрпошта — ваш надійний партнер на світовому ринку!

Автори



УКРПОШТА
Payoneer
Tania Bondar
Etsy & Shopify Sales
ЦІЛЬ

Тетяна Бондар

Спеціалістка з просування магазинів на Etsy.

15 років досвіду у маркетингу,
10 — у підприємницькій діяльності.

Провела понад 1000 аудитів Etsy-магазинів, заснувала найбільше в країні ком'юніті Etsy-продавців.

Серед послуг:

- Аудити та консультації з планування, запуску, розвитку та оптимізації бізнесів на Etsy.
- Створення сайтів на Shopify під ключ.
- Щотижневі уроки для початківців і досвідчених продавців за підпискою.
- Публічні відеорозбори статистики магазинів на YouTtube.

https://www.taniabondar.org



УКРПОШТА Payoneer Tania Bondar Etsy & Shopify Sales ЦІЛЬ

Дмитро Машталір

Співвласник Ecommerce Growth Studio "Ціль"

Ми — про маркетинг, продажі та побудову процесів, щоб ставати лідерами у своїх нішах.

Серед послуг:

- 100+ проєктів в реалізації.
- 7 років на ринку.
- Gослуги з виведення товарів в топ на маркетплейсах (Prom, Etsy, Rozetka).
- Розробка Shopify- магазинів з фокусом на CRO.

Ключова експертиза у системній побудові товарного бізнесу.

https://goal-team.com.ua/

