

РОМАН ВОЛЬСКИЙ

ТОВАРКА С НУЛЯ



**Бизнес на перепродаже одежды:
Авито, опт, Wildberries, Китай**

Реальная история + пошаговый гайд

СОДЕРЖИТ
НЕЦЕНЗУРНУЮ
БРАНЬ

18+

Виктор Гидатов Роман Вольский ТОВАРКА С НУЛЯ

<https://litres.ru/74051209>

SelfPub; 2026

Аннотация

Тебе шестнадцать, в кармане пусто, а в шкафу куртка, которая разонравилась. С неё началась история, которая привела к заказам на фабриках Китая на полтора миллиона рублей.

«Товарка с нуля» — не курс от инфоцыгана, а честный путь обычного парня из Калуги: первые продажи на Авито, оптовые рынки, свой бренд одежды, выход на Wildberries и Ozon, поездки в Китай — и провалы, выгорание, замороженные деньги.

Внутри — рабочая система по шагам: где брать товар, как фотографировать и писать объявления, чтобы покупали у тебя, как попасть в топ Авито, зайти на маркетплейсы, считать юнит-экономику и заказывать в Китае без ошибок.

Реальные цифры, реальные ошибки, никакого глянца. Есть телефон и желание — этого достаточно, чтобы начать.

Содержание

Вступление. Почему ты дочитаешь это до конца	5
Откуда я такой	7
Пакт честности: никакого инфоцыганства	9
Мы, русские, крутимся-вертимся	11
Что внутри этой книги	12
Почему именно сейчас	13
Глава 1. Школьник из Калуги, который захотел большого	14
Отец, который не ходил на чужую работу	15
Садовод, стоник и шкаф	16
Тот самый момент	18
Первые шаги после щелчка	19
Почему именно одежда	20
Что из этой главы забрать тебе	20
Глава 2. Садовод и первые восемь тысяч	22
Рынок, который не забудешь	23
Первый закуп: восемь тысяч рублей и никакого плана	25
Первая поездка одному — честно про страх	27
Как я добирался	29
Что у меня заходило лучше всего	30
Что из этой главы забрать тебе	31
Глава 3. Авито как машина продаж: фото, текст	33

и алгоритм	
Авито — это поисковик, а не доска объявлений	34
Фото: от асфальта к студийному свету	36
Заголовки и описания: SEO по-человечески	39
Скорость ответа — скрытый рычаг алгоритма	41
Стратегия публикаций и реклама	42
Авторейтинг: твоя репутация работает на тебя	44
Что из этой главы забрать тебе	44
Глава 4. Где брать товар и с чего начать (план под твой бюджет)	46
Карта источников товара: от шкафа до фабрики	47
Шкаф и «мёртвые» вещи дома	47
Розничные рынки — Садовод и аналоги	48
Оптовые рынки — ТЯК и схожие площадки	49
Китай онлайн — Таобао и 1688	49
Прямой Китай — поездка на фабрики	50
Планы старта по бюджетам	52
До 8 000 # — стартуй с тем, что есть	52
~20 000 # — переходим в режим системы	53
~100 000 # — оптовый масштаб и первые шаги на маркетплейсах	54
Конец ознакомительного фрагмента.	55

Виктор Гидатов, Роман Вольский ТОВАРКА С НУЛЯ

Вступление. Почему ты дочитаешь это до конца

Мне было около шестнадцати, когда я продал на Авито свою собственную куртку — надоевший «стоник». Stone Island, классика, синтепон, с тем самым нашивным компасом на рукаве. Куртка висела в шкафу второй год и уже не грела так, как грела в день покупки. Я сфотографировал её прямо на кровати — покрывало в клетку как фон, свет из окна, угол чуть снизу, чтобы смотрелась солидно. Написал объявление за пять минут и выставил цену на ощупь. Никаких расчётов, никакой аналитики — просто пальцем в небо.

Через день написал покупатель. Мы поторговались немного — как это водится. Договорились. Встретились у метро, он протянул деньги, я протянул куртку. Сделка заняла от силы три минуты.

И в ту секунду, когда деньги легли мне в ладонь, в голове щёлкнуло что-то очень простое и при этом совершенно

оглушительное: «Стоп. Так что, на этом можно зарабатывать?»

Не «было бы неплохо попробовать». Не «надо изучить рынок». А именно это тихое, почти детское «стоп», после которого мир слегка сдвигается и уже не встаёт обратно на прежнее место. Я стоял у метро с деньгами в кармане и понимал, что только что продал что-то, что уже мне не нужно, — и это сработало. Значит, можно взять то, что не нужно другим, и продать тем, кому нужно. Значит, можно делать это снова и снова — и зарабатывать. Не мыть полы, не разносить пиццу, не ждать подарков на день рождения. Просто — брать и продавать.

Именно с этого щелчка всё и началось.

Откуда я такой

Я был обычным школьником из Калуги. Не из Москвы, не из богатой семьи, без связей и без стартового капитала. Классика жанра: денег нет, но очень хочется — честнее стартовой позиции для русского парнишки не придумаешь. Не было бизнесмена-папы, который посадит тебя в кресло и скажет «вот тебе миллион, развернись». Был телефон, дикое желание иметь деньги на свои хотелки и отец, от которого мне передалась тяга к деньгам и умение не ныть, когда тяжело. Всё. Вот это всё — мой стартовый капитал.

Сейчас за моей спиной — тысячи проданных вещей, оптовые закупки на рынках, свой стритвир-бренд **RORO**, поездки на фабрики в Китай и первые заказы там на **полтора миллиона рублей**. Лучший месяц бренда — **четыреста тысяч**. Сейчас стабильно под сорок заказов в день. А начинал я с **восьми тысяч**, которые собрал на первый закуп на Садовоме.

И между этими двумя цифрами — не магия и не счастливое стечение обстоятельств. Между ними электрички в шесть утра, тюки с вещами, которые я тащил на себе, ночи над объявлениями и описаниями товара, бракованный товар, неадекватные клиенты, работа в ноль, неликвид на пятьдесят тысяч, который три года пылился на полке, и десятки моментов, когда казалось — всё, хватит, иду на обычную ра-

боту. Как все нормальные люди.

Не ушёл. Пишу эту книгу.

Пакт честности: никакого инфоцыганства

Прежде чем мы двинемся дальше — я хочу заключить с тобой договор. Тихий, без подписи, но настоящий.

Я не инфоцыган. И эта книга не про «успешный успех».

Ты, скорее всего, видел их. Ребята с ноутбуком на фоне яхты. «Через неделю ты заработаешь первый миллион, работая два часа в день». Кейсы, где все цифры идеальные. Отзывы, где у всех всё получилось. Курсы за тридцать, пятьдесят, сто тысяч — и после них ты остаёшься с pdf-шкой и ощущением, что тебя обокрали не грубо, но аккуратно.

Я ненавижу этот жанр ровно за одно: он врёт. Он продаёт тебе картинку вместо инструмента. И ты идёшь по этой картинке, спотыкаешься о первую же реальность, думаешь «значит, у меня не получится» — и бросаешь. А дело было не в тебе. Дело было в том, что тебе продали глянец вместо правды.

Здесь будет правда. Цифры — настоящие. Провалы — мои. Страхи — тоже мои. Если что-то не работало — скажу прямо. Если я облажался — расскажу как и почему. Те самые пятьдесят тысяч неликвида? Расскажу, что купил и почему это был плохой закуп. Выгорание? Расскажу, когда накрывало и что помогло не слиться окончательно. Китай на полтора миллиона? Расскажу, что получилось, а что пошло не так.

Потому что именно провалы учат быстрее, чем чужие победы, аккуратно упакованные в презентацию.

Мы, русские, крутимся-вертимся

Есть одна вещь, в которой у нас, русских, нет равных. Не в технологиях, не в маркетинге, не в логистике. В умении выкрутиться. Из ничего, на коленке, в минусе, без инструкции — но выкрутиться. Найти лазейку. Придумать схему. Сделать из г**на конфетку, простите за прямоту, — и ещё умудриться продать её дороже рыночной.

Я видел это вокруг себя с детства. Люди открывают ларьки после увольнения. Сдают гараж, чтобы купить первую партию товара. Везут клетчатые сумки с рынка в пять утра, потому что на другой вариант денег нет. Это не нищета — это особый вид предпринимательского инстинкта, который в других странах надо долго воспитывать бизнес-школами, а у нас он вшит на уровне прошивки.

Авито — это и есть наш инструмент. Наш, русский. Более ста миллионов объявлений. Миллионы людей, которые каждый день что-то продают, покупают, перепродают. Это не барахолка и не гаражная распродажа. Это живой, настоящий рынок, где человек без офиса, без юрлица и без команды может зарабатывать деньги уже с первого дня.

Я это знаю точно. Потому что делал именно так.

Что внутри этой книги

Я проведу тебя по всему пути, который прошёл сам — от первой продажи куртки до собственного бренда и поставок из Китая. Никаких разделов «для мотивации». Только то, что реально работало.

Ты узнаешь, как продать первую вещь, даже если у тебя ноль опыта и ноль понимания — с чего начать и как не облажаться с ценой и описанием. Поймёшь, где реально брать товар: Садовод, ТЯК, другие рынки, и как не потерять деньги на первом же закупе. Разберёшь, как фотографировать и писать объявления так, чтобы покупали именно у тебя, а не у конкурента, который стоит на рубль дешевле.

Я объясню, как работает алгоритм Авито и как попадать в топ — без накруток и серых схем. Расскажу, как я перешёл с разовых продаж на опт и систему. Покажу, как шаг за шагом выйти на маркетплейсы — Wildberries даёт девяносто процентов моих продаж — и не потонуть в комиссиях и штрафах.

Поговорим про бренд **RORO**: как я запустил своё производство, что продавалось, а что нет, и почему свитер себестоимостью тысяча рублей уходил за четыре с половиной. И обязательно — про выгорание. Потому что я горел, и не раз. Если я не расскажу тебе, как с этим быть, — вся остальная информация окажется бесполезной в нужный момент.

Почему именно сейчас

Порог входа по-прежнему низкий. Чтобы начать, не нужен офис, склад, команда или инвестор. Не нужно ждать, пока накопится «нормальная» сумма, или пока «всё устаканится», или пока ты «разберёшься получше».

Нужны восемь тысяч рублей, смартфон и готовность действовать, пока другие ждут подходящего момента.

Подходящий момент — это сейчас. Это страница, которую ты читаешь.

Если ты сейчас примерно там, где был я — мало денег, но дикое желание что-то изменить — **эта книга для тебя**. Не обещаю, что будет легко. Обещаю, что будет честно. И что к последней странице у тебя будет не мотивация на один вечер, а понятный план на завтра.

Налей чай. Поехали.

Глава 1. Школьник из Калуги, который захотел большего

В моём городе деньги не валялись на улице. В этом я был уверен лет до пятнадцати.

Калуга — это не Москва и не Питер. Это одинаковые пятиэтажки, мимо которых каждое утро бредёшь в школу. Карманных денег — на шаурму и проездной, ни рубля сверху. По вечерам я залипал в YouTube, где парни из соседних регионов распаковывали коробки с Nike и Adidas и небрежно роняли: «подняли на этом столько-то». А я смотрел в потолок и думал одно: «У них-то откуда? Чем они лучше меня?»

Оказалось — ничем. Просто они раньше меня поняли одну простую вещь.

Семья у меня была самая обычная. Мама, папа — не бедно, но и не богато. Вокруг все повторяли один и тот же скучный сценарий: «учись хорошо, найди нормальную работу». Я смотрел на него и нутром чувствовал — что-то тут не так.

Но один живой пример перед глазами у меня всё-таки был. Отец.

Отец, который не ходил на чужую работу

Пока мои одноклассники говорили «мой папа работает инженером» или «мой папа на заводе», я говорил другое: «Мой папа — предприниматель». ИП, косметика, потом свой салон красоты. Я с детства видел эту кухню изнутри: папа договаривался по телефону, считал что-то в тетрадке, иногда матерился когда поставщик подводил, иногда радовался когда месяц закрылся хорошо.

Это не была картинка «богатый и успешный». Это было: человек сам решает, сам рискует, сам получает. Никто над ним не стоит с указкой.

Тяга к деньгам передалась мне от него — не как жадность, не «хочу тачку и цепь». А как азарт. Мне с раннего возраста было важно не просить, а делать самому. Заработать, а не выклянчить. Ощутить, что деньги пришли именно потому, что я что-то сделал руками.

Школьником я не умел ничего особенного. Но это желание — оно было настоящим. И оно меня в итоге привело куда надо.

Садовод, стоник и шкаф

Всё началось с обычной семейной поездки в Москву. Нам надо было закупиться одеждой — по-человечески, оптом, дёшево. Взяли электричку, приехали на Садовод. Кто не был — это огромный рынок в Москве, где можно купить всё: от носков до пуховиков, от ноунейма до реплик известных брендов. Цены — в разы ниже магазинных.

Ходили долго. Мне тоже купили несколько вещей. Среди них — куртка Stone Island, «стоник», как мы его тогда называли. Красивая, статусная, в школе такое носить — авторитет сразу другой. Я был доволен.

Но прошло несколько недель, и она просто перестала меня радовать. Поносил, привык, разонравилась. Висит в шкафу, денег стоила, места занимает. Обидно.

И тут — не знаю откуда взялась эта мысль — я подумал: «А выставлю-ка на Авито». Достал телефон, сфотографировал куртку прямо на полу (никакого фона, никакого света — просто на полу). Написал описание от руки, как умел. Поставил цену — чуть ниже того, что мы заплатили, чтобы точно ушла. И нажал «Опубликовать».

Ждал. День, два.

Потом пришло сообщение. Потом звонок. Потом человек приехал, посмотрел, отдал деньги.

Я стоял с этими деньгами в руках и не мог понять, почему

мне так странно. Ведь ничего особенного — просто продал старую куртку. Но что-то внутри щёлкнуло.

Тот самый момент

Это было как первый раз попасть по мячу с полного размаха и почувствовать — попал. Не «ладно получилось», а именно — попал.

Я держал деньги и в голове крутилась одна мысль, очень простая, почти смешная в своей очевидности: **«Если я могу продать свою куртку — значит, могу продавать и чужие. А значит, могу на этом зарабатывать».**

Вот и всё. Не было никакого бизнес-плана. Не было наставника. Не было стартового капитала. Была одна мысль, которая перевернула что-то внутри.

Понимаешь, в чём сила этого момента? Большинство людей смотрят на шкаф и видят шкаф. Я посмотрел — и увидел возможность. Это и есть тот навык, с которого всё начинается. Не деньги, не связи, не образование. А умение увидеть потенциал там, где другие видят старую куртку.

Этот навык можно качать. Я качал его годами. И ты будешь — если дочитаешь эту книгу до конца.

Первые шаги после щелчка

В тот же вечер я сел за ноутбук. Не смотреть сериалы — искать. Как работает перепродажа одежды? Где берут вещи? Что продаётся лучше? Кто этим занимается?

Гугл в 2016-м по этой теме выдавал всякую чушь, нормальных материалов было мало. Но я нашёл несколько форумов, несколько пабликов ВКонтакте. Люди писали про Садовод, про ТЯК, про оптовые базы. Писали про маржу, про фотографии, про описания объявлений.

Я читал всё подряд и понимал: это реально работает. Люди покупают на рынках за 500–800 рублей, продают на Авито за 2000–3000. Вещи расходятся. Деньги крутятся.

У меня не было 8 тысяч рублей на первый нормальный закуп — это будет позже, это будет следующая глава. Пока у меня был только один проданный стоник и горящие глаза. Но этого оказалось достаточно, чтобы начать.

Я сделал ещё несколько продаж — из своих вещей, потом помог продать что-то у мамы, потом у одноклассника. Каждый раз — то же ощущение: вот деньги, я их заработал, никто мне их не дал.

Это было лучше любых карманных денег.

Почему именно одежда

Можно спросить: почему одежда? Почему не техника, не игрушки, не что-то другое?

Честный ответ: случайно. Стоник был из одежды — вот и всё. Но потом я понял, почему это направление сработало именно для меня, и почему оно работает для многих.

Одежда — это эмоция. Люди покупают вещи не потому что холодно, а потому что хотят выглядеть определённым образом. Stone Island, Ralph Lauren, Polo, Burberry — это не просто ткань с логотипом. Это статус, стиль, принадлежность к «своим». Люди готовы платить за это.

А значит, маржа в одежде — огромная. Себестоимость и цена продажи могут отличаться в три, четыре, пять раз. Я это ещё не понимал тогда, в школе. Но инстинктивно чувствовал: тут что-то есть.

Плюс порог входа — ноль. Тебе не нужен магазин, не нужна лицензия, не нужен офис. Телефон, Авито, первая вещь. Всё.

Что из этой главы забрать тебе

Начни с того, что уже лежит у тебя дома. Открой шкаф прямо сейчас. Старые кроссовки, куртки, брендовые вещи, которые разонравились — выстави на Авито сегодня.

Первая продажа важнее первого миллиона: она ломает в голове барьер «я так не умею».

Тебе не нужны деньги, чтобы начать. Тебе нужна первая сделка. Деньги придут после неё — и вот тогда уже вкладывай в следующий закуп.

Смотри на окружение как на школу бизнеса. Я смотрел на отца и впитывал механику — как он договаривается, как считает, как рискует. Если такого примера рядом нет — впитывай из этой книги. Мотивация испаряется, механика остаётся.

Возможность — это навык, а не удача. Его можно и нужно тренировать. Начни замечать, что и за сколько перепродаётся вокруг тебя — в интернете, на рынках, у знакомых. Насмотренность конвертируется в деньги.

Первый щелчок важнее первой большой суммы. Тот момент с куртками — это не «я заработал деньги». Это «я понял, что так можно». Разница огромная. Ищи свой щелчок.

Запомни: всё, что у меня было на старте — телефон, одна надоевшая куртка и мысль «а что, так можно?». У тебя есть как минимум столько же. Значит, стартовые условия одинаковые.

Глава 2. Садовод и первые восемь тысяч

Одна проданная куртка сломала мне мозг. Раз сработало — сработает снова. Только теперь я хотел продавать не от случая к случаю, а специально, с умыслом. И тут же упёрся в первый настоящий вопрос любого предпринимателя: **где брать товар?**

Ответ ждал меня в трёх часах езды от дома — на рынке размером с небольшой город. Снова выручил отец: он мотался в Москву по своим делам — салон, косметика, поставщики — и иногда брал меня с собой. Пока он разруливал дела, я слонялся по **Садоводу** и впитывал всё, что видел.

Рынок, который не забудешь

Первый раз на Садоводе — это что-то среднее между шоком и восторгом.

Представь: ты выходишь со станции метро, и перед тобой — город внутри города. Ряды до горизонта, буквально. Тысячи торговых точек, одна вплотную к другой. Горы курток, кроссовок, сумок, поясных сумок, шапок. Всё кричит, всё торгуется, всё живёт своей особенной жизнью с самого утра. Запахи — смесь ткани, уличной еды и чего-то неопределённо-азиатского. Продавцы зазывают, покупатели тащат тележки с огромными баулами, где-то в дальнем углу мужик грузит коробки в «Газель».

Голова кружилась.

Я ходил рядом с отцом и смотрел, как он работает. Останавливается у точки. Щупает ткань. Называет цену вполонину от той, что написана на бирке. Продавец морщится, называет другую. Отец пожимает плечами и делает вид, что уходит. Продавец зовёт обратно. Сходятся где-то посередине.

Это был мой первый урок коммерции: **цена на Садоводе — это не цена. Это приглашение к разговору.**

Написано «1500» — значит, можно взять за 900, если торговаться грамотно. Написано «опт от 5 штук» — значит, спроси за десять, и получишь совсем другую историю. Каждые сброшенные двести рублей с одной вещи — это твоя чи-

стая прибыль, которую не надо зарабатывать на другом конце.

Первый закуп: восемь тысяч рублей и никакого плана

Мой первый собственный закуп был на **восемь тысяч рублей**. Вот и весь стартовый капитал. Никаких кредитов, никаких инвесторов — просто деньги, которые я накопил или попросил у отца, уже не помню точно.

Восемь тысяч на Садоводе — это не так мало, как кажется. Если не разбрасываться и брать точно, можно набрать приличную стопку вещей, которые на Авито уйдут в два-три раза дороже.

Но тут начиналась настоящая хитрость. Большинство новичков, попав на Садовод впервые, делают одну и ту же ошибку: берут то, что **дёшево**, а не то, что **нужно**. Видят цену 150 рублей за штуку — думают, «раз дёшево, значит зарабатую». Привозят домой тридцать одинаковых безымянных футболок — и обнаруживают, что никто их не ищет. Объявление висит месяц, два, три. Товар занимает место. Деньги заморожены.

Мне повезло — у меня было преимущество, которое я тогда не осознавал в полной мере. Из-за отца, из-за тусовки, из-за того, что я вырос в среде, где следят за модой и хайпом — я **понимал, что люди ищут**. Я не брал что попало. Я брал то, что молодёжь в Калуге хотела купить, но не могла найти нормально или по нормальной цене.

Это и есть половина дела: не «купить дёшево», а «купить дёшево то, что точно купят».

Первая поездка одному — честно про страх

Потом отец перестал брать меня с собой каждый раз. И я поехал сам.

Вот тут стало по-настоящему страшно. Не в смысле «ой, боюсь» — а в смысле реального внутреннего дискомфорта, который я тогда не умел называть правильными словами.

Мне было лет четырнадцать-пятнадцать, калужский подросток, который едет в Москву за шмотками. Чужой огромный город, где легко потеряться. Метро, которое работает по своим правилам. Пересадки, схемы, незнакомые станции. Рынок, где каждый второй продавец смотрит на тебя как на лёгкую добычу — молодой, неопытный, явно не москвич.

Внутри сидел странный вопрос, который я не сразу понял: **«Зачем мне это вообще? Зачем я, а не как все?»** Все мои знакомые тусовались, ничего не делали, и всё у них было нормально. А я тащусь на электричке в пять утра, чтобы стоять у рядов и торговаться за двести рублей.

Плюс у меня были реальные проблемы с коммуникацией. Я не был разговорчивым парнем. Подойти к продавцу, назвать цену ниже, держать паузу, не смущаться от его взгляда — это давалось с трудом. Я учился разговаривать с людьми прямо там, на ходу, в режиме реального времени.

И да — **меня обманывали**. Недокладывали пару штук в

пачку. Впаривали лежалый товар под видом свежего. Накручивали за «особый» размер, которого я почему-то не заметил сам. Один раз привёз домой вещи, которые оказались с браком — мелким, незаметным в спешке, но заметным покупателю на фотографии.

Каждый такой развод стоил мне денег. Но давал урок, который не купишь ни на каком курсе. Второй раз на ту же удочку не попадался.

Как я добирался

На **электричке** из Калуги в Москву — это примерно три часа в одну сторону. Потом метро до рынка. Потом обратно, с сумками. Иногда на **BlaBlaCar**, когда удавалось найти машину и цена была нормальной.

Подросток с баулом в переполненной электричке, считающий каждую копейку на дорогу и еду. Один раз поел на рынке — дешёвая шаурма у входа, потому что брать кафе не было смысла. Каждый рубль в дороге — это рубль меньше в закупе.

Звучит, может, романтично в пересказе. На деле — это было просто утомительно. Беготня, ранние подъёмы, тяжёлые сумки, усталость в ногах к вечеру. Но именно тогда я поймал ощущение, которое потом не отпускало: **система работает**. Привёз, сфотографировал, выложил, продал, реинвестировал — и так по кругу. Колесо крутилось.

Что у меня заходило лучше всего

Методом проб и ошибок я нашупал бренды, которые продавались стабильно и быстро. Не безымянный «ширпотреб с этикеткой» — а конкретные имена, которые молодёжь искала на Авито намеренно:

Ralph Lauren / Polo — классика, которая никогда не умирает. Поло-рубашки, свитшоты с конником. Берут студенты, берут взрослые, берут для подарка.

Burberry — клетка, тренчи, шарфы. Статусный бренд, который узнают даже те, кто не следит за модой. Продаётся чуть дольше, но по хорошей цене.

Stone Island — это уже более узкая история, но фанаты бренда ищут его активно и готовы платить. Компасик на рукаве — особая история.

Zara — массовый рынок, но с понятным стилем. Девчонки берут хорошо.

Nike и Adidas — вечная классика кроссовочного рынка. Спрос есть всегда, конкуренция высокая, но и оборот быстрый.

Я не брал всё подряд. Я брал **ходовое** — то, что искали люди, то, что висело в объявлениях сометками «срочно нужно» или «куплю за норм цену».

Перед каждым закупом — простая проверка на Авито: сколько объявлений о продаже такой вещи? По какой цене?

Как давно висят? Если объявления старые и их много — значит, не берём. Если свежие и мало — берём.

Что из этой главы забрать тебе

Оптовые рынки — стартовая точка новичка. Садовод, ТЯК и их аналоги в других городах — это твой первый поставщик. Позже будет опт напрямую и Китай, но на старте рынок даёт главное: низкий порог входа и возможность потрогать товар руками.

Учись торговаться — это навык, а не нахальство. Называй цену ниже. Спрашивай оптовую цену даже если берёшь немного. Молчи после того, как назвал цену — пусть продавец первым заполнит паузу. Каждые 200 # скидки с вещи — твоя прибыль, которая уже в кармане.

Бери ходовое, а не дешёвое. Перед закупом проверь спрос на Авито: сколько таких объявлений, по чём продают, как быстро уходят. Лучше взять одну вещь за 800 # и продать за 2000, чем тридцать вещей по 100 #, которые будут лежать полгода.

Тебя обманут — это нормально. Закладывай потери от мошенничества в «стоимость обучения». Один раз недоложили, второй раз подсунули брак — к третьему разу у тебя появится чутьё и список вопросов, которые ты задаёшь перед оплатой.

Страх перед «большим городом» и «мутными типа-

ми» — рабочий. Он уходит с каждой поездкой. К пятой-шестой ты уже знаешь рынок как свои пять пальцев, знаешь продавцов в лицо, знаешь, кому доверять, а кого обходить стороной.

Реинвестируй первые деньги обратно. Не трать прибыль на себя — возвращай в закуп. Так восемь тысяч через несколько оборотов превращаются в шестнадцать, потом в тридцать, потом в систему.

Стартовый капитал как преграда — это миф. У меня было 8000 # и электричка. Если есть желание считать и крутиться — этого достаточно, чтобы начать.

Глава 3. Авито как машина продаж: фото, текст и алгоритм

Четыре-пять тысяч рублей в день. Школьник. Из Калуги. Без диплома, без связей, без стартового капитала.

Звучит как заголовок инфоцыгана — но это были мои реальные цифры. После школы я не успевал даже снять рюкзак: сразу садился отвечать на сообщения, фотографировать, перделывать карточки. Заказы шли по **4–5 в день** — это **4–5 тысяч рублей** для пацана, которому раньше хватало на шаурму и проездной. На карманные оставалось с запасом, ещё и на следующий закуп откладывал.

Но это не упало с неба. Мне пришлось разобраться, как Авито работает изнутри: что поднимает объявление в топ, почему одна карточка собирает сотни просмотров, а другая — тишину. На это ушли месяцы проб, ошибок и набитых шишек. Сейчас отдаю тебе всё это разжёванным — чтобы ты прошёл этот путь за дни, а не за полгода.

Авито — это поисковик, а не доска объявлений

Первое, что нужно понять и прочно вбить себе в голову: **Авито — это поисковая система.** Не барахолка, не объявления на столбе, а полноценный алгоритм, который решает, кому показывать твоё объявление, а кому нет. Чем лучше ты его понимаешь, тем больше у тебя заказов.

Алгоритм смотрит на четыре вещи одновременно:

Релевантность — насколько твоё объявление совпадает с тем, что человек ищет. Вбил человек «куртка Stone Island» — Авито смотрит, есть ли эти слова у тебя в заголовке и описании.

Качество карточки — насколько хорошо заполнено объявление: заголовок, фото, описание, характеристики. Пустая карточка без описания или с одним фото — алгоритм считает её «некачественной» и двигает вниз.

Доверие к продавцу (авторейтинг) — это твоя репутация: отзывы покупателей, история продаж, как долго ты на платформе, есть ли нарушения. Чем лучше история — тем выше доверие, тем охотнее Авито продвигает твои объявления.

Поведение людей (CTR) — кликают по тебе или листают мимо. Если люди видят твоё объявление и кликают — алгоритм делает вывод: «полезная карточка, поднимем вы-

ше». Если листают мимо — опускает.

Вот и вся механика. Теперь пройдём по каждому рычагу отдельно.

Фото: от асфальта к студийному свету

Фотография — это первое, что видит человек в выдаче. Ещё до того, как прочитает заголовок, его взгляд упирается в картинку. Я обнаружил опытным путём: **главная фотография даёт примерно 40% кликабельности**. А клики — это сигнал алгоритму. Больше кликов — выше позиция. Это важнейший рычаг.

Мой путь по фону прошёл три этапа — от полного позора до нормальной студии. Начинал я с того, что снимал вещи буквально **на асфальте во дворе**. Серьёзно. Бизнес-империя магазина ДРИП стартовала с куртки, разложенной на сером тротуарном покрытии. Смешно вспоминать, но тогда мне казалось — сойдёт.

Сошло, но плохо. Фото были некрасивые, CTR хромал. Потом я дорос до белой простыни на полу — уже лучше, хоть и не идеал. А потом вложил по-серьёзному: заказал **фирменный ковёр-фон с логотипом магазина за 10 000 #**, плюс дополнительный однотонный **фон за 4 000 #**, и собрал **свет суммарно на 15 000 #**. На первый взгляд кажется дорого для школьника — но это вложение, которое окупается на каждом проданном свитере.

Про свет — отдельная тема, потому что многие покупают первый попавшийся китайский прожектор и удивляются,

почему вещи смотрятся дёшево. Разберись в видах:

Студийный постоянный свет — видишь результат сразу при съёмке, без сюрпризов. Удобно новичку: что в кадре — то и на фото.

Софтбокс — даёт мягкий, ровный свет без жёстких теней. Вещь на нём смотрится дорого и аккуратно. Это мой основной инструмент.

Соты (honeycomb) — насадка на источник света для направленного «вкусного» пятна. Хорошо работает для акцента на детали: патч Stone Island, оригинальный тег, фактура ткани.

Плюс отражатель, чтобы заполнить тени со второй стороны.

Теперь про сами кадры — что снимать и как:

10 фото плюс одно видео на объявление. Не пять, не семь — десять. Показывай всё: общий план, детали, бирки, патчи, замки, швы. Покупатель хочет увидеть вещь со всех сторон и убедиться в оригинальности.

Холодный свет (температура 5500–6500К) — вещь смотрится чище, нейтральнее и дороже. Тёплый свет даёт желтизну, которая убивает вид.

Вещь отпарь перед съёмкой — обязательно. Мятая тряпка не продаётся, как её ни крути и ни фоткай. Паровой отпариватель — один из первых инструментов, который я купил.

Разложи красиво — аккуратная плоская раскладка,

симметрия, никаких заломов по углам. Мозг воспринимает опрятность как сигнал качества.

Главная фотография должна **цеплять с первой секунды** — выбирай лучший кадр, а не первый попавшийся.

Заголовки и описания: SEO по-человечески

Именно тогда я впервые столкнулся с понятием **SEO**. В применении к Авито это просто: люди ищут словами, и эти слова должны быть в твоём объявлении. Алгоритм сканирует заголовок и описание и решает, релевантно ли твоё объявление запросу.

Формула заголовка: бренд + тип вещи + ключевое слово, как ищут люди.

Плохой заголовок: «Куртка мужская б/у»

Хороший заголовок: «Куртка Stone Island пуховик оригинал мужская»

Ещё примеры рабочих заголовков, которые я использовал:

«Свитер Ralph Lauren Polo шерсть оригинал размер М»

«Футболка Nike Dri-FIT оригинал мужская L»

«Рубашка Burberry клетка оригинал размер 50»

«Спортивные штаны Adidas оригинал L флис»

«Худи Zara мужское oversize новое с биркой»

Видишь логику? Бренд стоит в начале — он и ключевое слово, и доверие. Потом тип вещи. Потом «оригинал» — это отдельный поисковый запрос, люди так и пишут: «stone island оригинал».

Описание — не место для одной строчки «смотрите фо-

то». Описание должно быть **объёмным и насыщенным ключевыми словами**: бренд, размер, состояние, материал, откуда вещь, есть ли бирки и документы. Во-первых, Авито лучше понимает, что ты продаёшь. Во-вторых, покупатель получает ответы на вопросы ещё до того, как написал тебе — это снижает барьер к покупке.

Пример структуры хорошего описания:

«Stone Island пуховик, оригинал. Размер L (50 RU), подходит на рост 178–185. Состояние 8/10: без дырок и пятен, есть лёгкие следы носки. Оригинальный патч на рукаве. Пух 80%/перо 20%, очень тёплый. Полная комплектация, есть бирки. Покупал в официальном магазине. Торг уместен при реальном интересе.»

Цена — всегда сверяй с рынком перед публикацией. Открываешь Авито, вбиваешь свой товар, смотришь диапазон. Дороже всех — не купят: человек пролистнёт к конкурентам. Дешевле всех — заподозрят подвох или брак. Ставь рыночную цену или чуть ниже — и получишь поток запросов.

Скорость ответа — скрытый рычаг алгоритма

Это то, о чём почти никто не говорит открыто, а я узнал через практику. **Скорость ответа на сообщения — один из факторов ранжирования.** Отвечаешь медленно — алгоритм считает аккаунт неактивным или ненадёжным и **режет показы сразу по всем твоим объявлениям.** Не по одному, а по всему профилю сразу.

Я отвечал быстро — обычно в течение пяти-десяти минут — и это держало весь профиль в верхней части выдачи. Параллельно это давало живой сигнал покупателю: «продавец на месте, не ждать». Конверсия из вопроса в оплату у таких продавцов выше.

Практический совет: включи уведомления от Авито на телефоне. Пусть это неудобно и отвлекает — зато видишь каждое сообщение сразу. В начале, пока профиль молодой, это критично.

Стратегия публикаций и реклама

Я нашупал рабочую схему, которую держал стабильно:

Одно объявление в день. Звучит как ограничение, но это фишка. Авито видит, что аккаунт живой и активный, и **сам начинает тебя продвигать.** Регулярность публикаций — это бесплатный буст за дисциплину. Если выкидывать всё скопом раз в неделю, алгоритм воспринимает это как менее активный профиль.

Реклама около 500 рублей на объявление. Бывало по-разному: иногда платил 500 рублей и получал **ноль дополнительных просмотров** — деньги ушли в никуда. А иногда без всякой рекламы, на чистой органике, объявление набирало **1000 просмотров за день.** Поэтому не молись на платное продвижение и не считай его панацеей. Фундамент — карточка. Реклама лишь ускоряет то, что уже хорошо работает.

XL-объявление — другой формат показа в выдаче, при котором покупатель видит **три фотографии** прямо в ленте, не заходя внутрь. Это отдельная точка касания с вещью. Если берёшь XL — думай про три кадра: лучший общий план, деталь, которая продаёт (патч, бирка, логотип), и ещё один ракурс. Например, на свитер Stone Island: свитер целиком, патч крупно, состав и бирки.

Тариф «Успешная сделка» — специальная схема ко-

миссии вместо фиксированного платежа за размещение. Звучит привлекательно, но поймать его в начале не получится: он открывается **после 300+ продаж**. Так что сначала набиваешь историю, и только потом получаешь эту плюшку. Воспринимай это как горизонт: пройдёшь 300 продаж — будет тебе бонус.

Авторейтинг: твоя репутация работает на тебя

Авито оценивает не только объявление, но и тебя как продавца. Авторейтинг — это суммарная оценка: отзывы от покупателей, история профиля, давность регистрации, отсутствие нарушений и жалоб. Чем выше авторейтинг — тем охотнее алгоритм продвигает все твои объявления.

Отзывы копятся сами, если ты нормально работаешь: честно описываешь состояние вещи, быстро отвечаешь, без обмана. Но можно немного подтолкнуть: после каждой сделки вежливо напони покупателю оставить отзыв. Большинство не против, просто забывают.

Я на своём опыте убедился: когда складывается всё вместе — **актуальный бренд, правильные фото, хорошие отзывы, цена по рынку, быстрый ответ** — профиль начинает работать почти на автопилоте. Одно тянет другое: хороший авторейтинг даёт показы, показы дают клики, клики дают продажи, продажи дают новые отзывы. Маховик раскручивается.

Что из этой главы забрать тебе

Авито — поисковик. Алгоритм оценивает релевантность, качество карточки, авторейтинг и CTR. Оптимизируй

под все четыре — и тебя будут видеть.

Фото — главный рычаг. Вложись в свет (softbox, холодный 5500К), ковёр-фон и отпаривание вещи. 10 фото плюс видео — минимальный стандарт. Главная картинка решает 40% кликов.

Заголовок по формуле: бренд + тип вещи + ключевое слово. Описание — объёмное, с SEO. Цена — по рынку, без крайностей.

Отвечай быстро. Медленный ответ режет показы по всему профилю. Включи уведомления и будь на связи, особенно в начале.

Одно объявление в день + реклама ~500 # при желании + XL-формат для лучших позиций. Постоянство активности профиля — это бесплатное продвижение.

Авторейтинг работает на тебя. Честные описания, быстрые ответы, живые отзывы — и алгоритм сам начинает продвигать тебя выше конкурентов.

Авито не нужно обманывать — ему нужно объяснить, что ты хороший продавец. Фото, текст и скорость ответа — это и есть твой язык разговора с алгоритмом.

Глава 4. Где брать товар и с чего начать (план под твой бюджет)

«С чего вообще начать, если денег кот наплакал?»

Это вопрос номер один, который мне пишут новички. И я понимаю его лучше, чем кажется, — потому что сам стоял ровно там же. Восемь тысяч рублей на руках, куча неловкого оптимизма и ноль понимания. Никаких связей, никакого наставника, который ткнул бы пальцем: вот сюда, вот за этим, вот почём. Только телефон, интернет и звенящее в голове «ну и что теперь делать-то?»

В этой главе я разложу по полочкам всё, что сам прошёл: откуда брать товар на каждом этапе и как выстраивать стратегию закупа в зависимости от того, сколько у тебя денег прямо сейчас.

Карта источников товара: от шкафа до фабрики

Путь закупа у большинства нормально работающих перепродавцов выглядит одинаково. Я не исключение. Вот лестница, которую ты будешь проходить ступень за ступенью — и перепрыгивать нельзя, потому что каждая ступень даёт опыт, который нужен на следующей.

Шкаф и «мёртвые» вещи дома

Это нулевой бюджет. Буквально ноль рублей. Зайди к себе в шкаф и найди то, что ты не носишь уже год или дольше. Прошлогодний пуховик, кроссовки, которые жмут, куртка от бабушки с биркой — всё это деньги, которые просто висят в шкафу и не работают.

На таком товаре учишься снимать, писать объявления, отвечать покупателям и не облажаться при встрече. Ты ещё ничего не вложил, а уже получаешь практику — и первые живые деньги в оборот. Это важно: любой первый рубль с продажи важнее, чем ноль рублей с правильной стратегии в голове.

Розничные рынки — Садовод и аналоги

Когда в кармане появились первые деньги от домашних продаж, следующий шаг — розничный рынок. В Москве это Садовод и Южные ворота. В других городах есть свои аналоги — погугли «оптово-розничный рынок одежды + [твой город]» или ближайший крупный.

Здесь ты берёшь совсем немного — 2–5 вещей на тест. Никто не заставляет сразу тащить коробку. Главная задача: **проверить, есть ли спрос** на конкретную вещь по конкретной цене. Вот Nike Air Force 1 за тысячу двести — берёшь одни, ставишь на Авито за две восемьсот, смотришь, как реагируют. Продалось за три дня — значит, тема рабочая, можно брать больше.

На рынке торгуются. Не стесняйся. «Возьму три штуки — дашь скидку?» — это нормально, именно так и работают рынки. Мне самому поначалу было неловко, но потом понял: продавцы сами ждут, когда ты начнёшь торговаться.

Именно на этом этапе я начинал брать то, что хорошо шло у меня через ДРИП: Stone Island, Ralph Lauren/Polo, Burberry, Nike, Adidas, Zara. Всё это лежало на рынке, стоило адекватно, а покупалось на Авито охотно.

Оптовые рынки — ТЯК и схожие площадки

ТЯК — это уже другой уровень. Сюда едешь не за одной вещью, сюда едешь за партией. Здесь цена за единицу заметно ниже, чем в рознице, но минимальная закупка обычно выше. Смысл — снизить себестоимость и увеличить маржу.

Но есть важное условие: в опт заходишь только тогда, когда уже **точно знаешь, что продаётся**. Купить пачку из двадцати толстовок, которые ты ни разу не пробовал продавать — это лотерея. Именно так появляется тот самый неликвид, который потом лежит годами и морально давит. У меня самого на складе лежит неликвид на 50 тысяч, который не продаётся уже третий год — это прямое следствие закупок без предварительного теста.

Алгоритм простой: сначала продай хотя бы три штуки с розничного рынка — потом иди в опт за партией.

Китай онлайн — Taobao и 1688

Когда рынок ты уже освоил, открывается следующая ступень — прямой Китай онлайн. Taobao — это что-то вроде китайского Авито с новыми вещами. 1688 — оптовая платформа для предпринимателей, цены там ниже, но минимальные партии больше.

Здесь нужен посредник — карго-компания или агент, который примет заказ на своё имя, соберёт с разных продавцов и отправит тебе в Россию. Это добавляет наценку и время доставки (обычно две-четыре недели), но цены всё равно выходят ощутимо ниже, чем покупать в РФ.

Важно: начинай с небольших заказов, пока не разберёшься с логистикой, качеством и сроками. Первый раз всегда идёт с сюрпризами — размерная сетка другая, качество может отличаться от фото, доставка задерживается. Это нормально — просто не вкладывай сразу всё.

Прямой Китай — поездка на фабрики

Это уже серьёзный уровень. Едешь в Китай сам, встречаешься с производителями напрямую, договариваешься об условиях и получаешь самые низкие цены — потому что никаких посредников. Но для этого нужен реальный объём: везти контейнер ради ста вещей нет смысла.

Я прошёл этот путь со своим брендом RORO — вышел на производство в Китае, закупил 1300 единиц на 1,5 млн рублей и продавал по 200 штук в месяц. Это уже другой масштаб, другая ответственность и другой уровень риска. До этого момента нужно пройти все предыдущие ступени и хорошо понимать, что именно и в каких количествах ты продаёшь.

Логика проста: тест — рынки. Стабильный спрос —

опт. Крупный объём — Китай. Не прыгай через ступени.

Планы старта по бюджетам

Теперь конкретно — что делать, если у тебя на руках определённая сумма прямо сейчас.

До 8 000 # — стартуй с тем, что есть

Это мой путь. Восемь тысяч рублей и школьный телефон — вот и весь капитал.

Шаг 1. Открой шкаф. Найди всё, что не носишь — куртки, кроссовки, джинсы, рюкзаки. Сфотографируй при дневном свете у окна, напиши честное объявление, выложи на Авито. Первые деньги придут быстрее, чем думаешь.

Шаг 2. Как только на руках есть хоть что-то — езжай на розничный рынок. Бери 2–4 ходовые вещи: базовые Nike или Adidas, что-то из Ralph Lauren/Polo, что-то молодёжное. Бери то, что сам бы носил и что видел в чужих гардеробах — это ориентир спроса.

Шаг 3. Снимай сам, выкладывай сам, отвечай быстро. Задача этого этапа — не заработать на жизнь, а раскрутить маховик. Продал — купил ещё. Продал — купил ещё. Весь оборот обратно в товар.

Шаг 4. Смотри, что продаётся быстро, а что висает. Делай пометки хоть в заметках телефона. Это твоя первая аналитика.

На этом уровне не нужен свет, фон и рекламный бюджет. Нужны скорость и внимание к деталям.

~20 000 # — переходим в режим системы

Двадцать тысяч — это уже другая история. Можно работать осознанно, а не просто «что попало».

Шаг 1. Определись с нишей по результатам прошлого этапа — что у тебя лучше всего продавалось. Возьми небольшую партию: 5–10 вещей одной-двух проверенных моделей. Не разбрасывайся.

Шаг 2. Вложись в контент. Хорошие фото реально поднимают продажи на 30–40%. Не нужно сразу тратить 15 тысяч на свет (хотя я в итоге потратил именно столько), начни скромнее: недорогой фон за 4 тысячи и простая кольцевая лампа за 2–3 тысячи — уже работает.

Шаг 3. Попробуй платное продвижение на Авито. Около 500 рублей на одно объявление — небольшие деньги, но видимость вырастает заметно. Публикуй регулярно, хотя бы по одному объявлению в день.

Шаг 4. Начни вести учёт. Элементарная таблица: что купил, почём, когда продал, сколько заработал. Без учёта ты работаешь вслепую и не можешь понять, что реально приносит деньги.

На этом уровне уже должно приходиться 2–4 заказа в день — если всё делаешь правильно.

~100 000 # — оптовый масштаб и первые шаги на маркетплейсах

Сто тысяч — это порог, когда можно думать серьёзнее.

Шаг 1. Заходи в оптовый рынок (ТЯК и аналоги). Берёшь партиями — цена за единицу падает, маржа растёт. Главное условие — ты уже знаешь, что конкретно берёшь, потому что тестировал раньше.

Шаг 2. Формируй ядро ассортимента: 80% бюджета — на то, что точно продаётся, 20% — на тесты новых позиций. Это баланс между стабильностью и развитием.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.