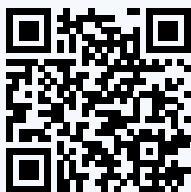


Чек-лист размещения SaaS в каталоге

Практическая карта подготовки позиционирования, доказательств и поисковых входов до публикации продукта.

Сформулируйте задачу и результат продукта
Соберите проверяемые доказательства
Разведите брендовый, сравнительный и интеграционный спрос



Сканируйте QR-код, чтобы открыть актуальную страницу размещения на Gruzdevv.ru.

[Открыть страницу размещения](#)

Версия 1.0 / 1 августа 2026

Как пользоваться гайдом

Этот документ можно проходить по порядку или открыть нужный раздел из содержания. Поля рассчитаны на рабочую встречу продукта, маркетинга и редактора каталога.

01. Быстрый старт

Минимальный пакет, который можно собрать за 30 минут.

02. Карта позиционирования

Поля карточки без рекламных общих слов.

03. Доказательства

Что приложить к обещаниям, тарифам и интеграциям.

04. Поисковые входы

Как развести интенды и не создавать дубли.

05. Пакет на публикацию

Финальная проверка и полезные ссылки.

АНТИДУБЛЬ

Не переносите текст из PDF в лендинг целиком. Используйте ответы как исходные факты и адаптируйте формулировки под конкретный поисковый интенд.

Быстрый старт

Цель первого прохода - не написать идеальный текст, а собрать факты, которые редактор сможет проверить и разложить по отдельным страницам.

1 Одна задача

Закончите фразу: сервис помогает [кому] выполнить [задачу] и получить [измеримый результат].

2 Один главный сценарий

Опишите путь от входных данных до результата в 3-5 действиях пользователя.

3 Одна точка доверия

Выберите сильнейшее доказательство: демо, публичный кейс, документацию или проверяемую интеграцию.

4 Один следующий шаг

Укажите точную ссылку: регистрация, демо, калькулятор, документация или контакт отдела продаж.

КРИТЕРИЙ ГОТОВНОСТИ

Готово, если незнакомый человек может за минуту понять: для кого продукт, какую работу он выполняет, чем подтверждается результат и куда нажать дальше.

Карта позиционирования без рекламного тумана

Заполните таблицу короткими фактами. Эти формулировки можно использовать как основу карточки, сравнений и страниц интеграций, но не копировать дословно во все документы.

Поле	Вопрос	Хороший формат	Проверка
Категория	Какую работу покупает клиент?	Глагол + объект: анализировать звонки	Совпадает с каталогом и интерфейсом
Аудитория	Кто принимает решение и кто работает?	Роль, размер команды, отрасль	Нет слова «для всех»
Результат	Что меняется после внедрения?	Срок, экономия, новый контроль	Есть метод расчета или пример
Ограничения	Когда продукт не подходит?	Лимит, язык, регион, стек	Ограничение видно до регистрации
Цена	За что платит клиент?	За пользователя, объем, событие	Тарифная страница доступна
Интеграции	С чем продукт обменивается данными?	Источник - действие - приемник	Есть документация или marketplace URL

ПРАКТИКА

Разница между карточками создается не количеством прилагательных, а конкретностью аудитории, данных, результата и ограничений.

Карта доказательств: обещание должно иметь источник

Для каждого сильного утверждения подготовьте один внешний или внутренний источник. Если доказательства нет, переформулируйте обещание как возможность, а не гарантированный результат.

Продукт

- ☐ Рабочая демо-ссылка или видео сценария
- ☐ Скриншоты с понятными подписями
- ☐ Документация по ключевой функции
- ☐ Дата последнего обновления продукта

Коммерция

- ☐ Публичные тарифы или понятный способ запроса цены
- ☐ Состав тарифа и единица биллинга
- ☐ Условия пробного периода
- ☐ Региональные и юридические ограничения

Доверие

- ☐ Контакт владельца карточки
- ☐ Политика обработки данных
- ☐ Подтвержденный кейс с контекстом
- ☐ Канал поддержки и ожидаемое время ответа

Экосистема

- ☐ Официальные страницы интеграций
- ☐ API или webhook документация
- ☐ Связанные боты, MCP и расширения
- ☐ Альтернативы, с которыми сравнивают продукт

КРАСНЫЕ ФЛАГИ

- «Лучший» без методики
- Проценты без периода и выборки
- Логотип клиента без разрешения
- Интеграция, доступная только через Zapier
- Скрытая цена под видом бесплатного продукта

КАК РАБОТАТЬ С ЧЕК-ЛИСТОМ

Отметьте только то, что можно подтвердить ссылкой, интерфейсом или документом. Неисполненные пункты становятся планом улучшения, а не поводом скрыть ограничение.

Пять поисковых входов вокруг одного SaaS

HTML-лендинг и этот PDF должны отвечать на разные вопросы. Лендинг приглашает к размещению, PDF помогает команде подготовить данные. Карточка продукта затем раскрывает конкретный сервис.



Карта интенгов

Интент	Пример запроса	Главный ответ документа
Бренд	[название] что это	Факты, назначение, официальный URL
Доверие	[название] отзывы	Опыт, ответы представителя, ограничения
Выбор	аналоги [название]	Критерии и различия, а не список логотипов
Сравнение	А или В	Одинаковые параметры и сценарии
Связи	[сервис] интеграция с X	Источник, действие, данные и результат

SEO И УНИКАЛЬНОСТЬ
Уникальность поддерживается распределением интенгов: один URL - один главный вопрос пользователя.

Пакет SaaS на публикацию

Соберите материалы в одной папке и передайте ссылки, а не архив без структуры. Названия файлов должны объяснять их назначение.

Файлы и факты	Проверка и связи
☐ [] Официальный сайт и URL регистрации	☐ [] Категория, аудитория и главный сценарий
☐ [] Логотип на прозрачном фоне	☐ [] Тарифы, ограничения и пробный период
☐ [] 3-6 подписанных скриншотов	☐ [] Интеграции с источниками
☐ [] Краткая формула позиционирования	☐ [] Контакт владельца карточки

Полезные разделы и примеры

Страница размещения	Условия, состав карточки и начало публикации.
Каталог SaaS	Примеры структуры и соседние категории.
Аналоги	Как выглядит отдельный интент выбора.
Статьи	Примеры дополнительных информационных материалов.
Контакты	Вопросы редакции и нестандартные форматы.



Подготовьте пакет и начните размещение SaaS