

Чек-лист запуска интернет-магазина

Что решить до техники, как выбрать формат магазина, что умеет платформа CS-Cart, что настроить до открытия и что обычно докупают в первый год. Отмечайте выполненное для себя — к запуску не должно остаться ни одного пустого квадрата. Присылать его никуда не нужно.

6 частей · 84 пункта в 13 шагах Актуально для CS-Cart 4.20, русская сборка

Цены на 31.08.2026

ЧАСТЬ 1 · ДО ТЕХНИКИ

Что решить до того, как строить магазин

Самые дорогие ошибки делаются не в вёрстке. Ниша, аудитория и экономика проверяются на бумаге за неделю, а после запуска переделываются месяцами и за другие деньги.

01 Цель и стратегия

- Зачем вам магазин: новый канал продаж, замена офлайна, выход в регионы, снижение нагрузки на менеджеров
- По какому числу поймёте, что получилось: заказов в месяц, выручка, доля онлайн в обороте
- Что делаете, если план не выполняется вдвое, — и что, если перевыполняется втрое
- **Проверка:** цель сформулирована числом и сроком, а не словами «увеличить продажи»

02 Кто ваш покупатель

- Разбейте аудиторию на сегменты: кто они, какую задачу решают, чем выбирают
- Для каждого сегмента — где он вас ищет и по каким словам
- Опишите одного типичного покупателя целиком: возраст, город, доход, что его останавливает от покупки
- **Зачем это на запуске:** от сегментов зависит структура каталога, тексты и то, какие фильтры нужны в первую очередь

03 Конкуренты и рынок

- Соберите 5–7 конкурентов из выдачи по вашим ключевым запросам
- Разберитесь: цены, ассортимент, структуру каталога, доставку, что обещают на первом экране
- Сделайте тестовый заказ у двух — увидите весь их сервис изнутри
- Проверьте спрос в Яндекс.Вордстате: сколько людей в месяц ищут ваш товар
- **Итог:** одна фраза, чем вы отличаетесь. Если её нет — магазин будет конкурировать только ценой

04 Экономика проекта

- Средний чек и маржа с заказа — сколько остаётся после закупки и доставки
- Сколько готовы платить за одного покупателя из рекламы и сколько заказов нужно, чтобы выйти в ноль
- Конверсия: для нового магазина закладывайте 0,5–1,5 % и считайте по нижней границе
- Постоянные расходы: хостинг, сопровождение, обновления, зарплата менеджера
- **Проверка:** при пессимистичном сценарии проект не уходит в минус в первые полгода

05 Ассортиментная матрица

- Полный перечень позиций, разложенный по категориям и группам
- Товары-локомотивы, на которые идёт трафик, и товары с маржой, на которых зарабатываете
- Какие характеристики есть у каждой группы — из них потом вырастают фильтры
- **Практика:** матрица делается в обычной таблице и потом становится основой импорта в магазин

06 Поставщики и склад

- Если вы производитель — пункт пропускаем
- Критерии выбора: расстояние и сроки поставки, качество, работа с мелким оптом, цена закупки
- В каком виде поставщик отдаёт прайс — Excel, выгрузка, API: от этого зависит, как часто обновляются остатки
- **Дропшипинг:** без своего склада, отгружает поставщик напрямую — быстрый старт, но меньше маржа и меньше контроля над сроками

ЧАСТЬ 2 • ФОРМАТ

Четыре способа открыть магазин

Выбор зависит от того, сколько у вас времени, денег и насколько нестандартны ваши процессы. Ошибка здесь стоит дороже всего: перенос магазина с одной платформы на другую — это отдельный проект.

01 Разработка под ключ

- Аналитика, свой дизайн и функциональность под ваши процессы
- Дороже и дольше, но структура и страницы сразу делаются под поиск и удобство
- **Кому:** нестандартная логика продаж, большой каталог, планы на несколько лет вперёд

02 Готовое решение из коробки

- Платформа плюс премиум-тема плюс набор модулей — запуск за недели
- Дизайн не уникальный, часть функций придётся отключить как лишние
- **Кому:** первый магазин, проверка ниши, ограниченный бюджет. Дорабатывать можно позже, платформа та же

03 Аренда платформы

- Платёж каждый месяц, возможности зависят от тарифа
- Каталог и функции ограничены; за нужную функцию — переход на дорогой тариф
- **Считайте вдолгую:** за два-три года аренда обычно выходит дороже собственной лицензии, а магазин остаётся не ваш

04 Витрина на маркетплейсе

- Трафик, оплата и логистика уже готовы — но за комиссию с каждой продажи
- Рядом с вами такие же товары, конкуренция идёт ценой
- Ваша клиентская база остаётся у площадки, а не у вас
- **Разумно:** использовать как дополнительный канал, а не единственный

На что смотреть при выборе платформы

Удобная админка — в ней вы проведёте больше времени, чем на витрине. Визуальный редактор страниц. Гибкая карточка товара и фильтры. Готовое SEO без доплат. Интеграции с 1С, кассами и маркетплейсами из коробки. Права доступа для сотрудников. И обязательно — попробуйте демоверсию до покупки: это бесплатно и экономит месяцы.

ЧАСТЬ 3 • ПЛАТФОРМА

Что такое CS-Cart и что вы получаете

CS-Cart — платформа для интернет-магазинов и маркетплейсов с открытым исходным кодом. Лицензия покупается один раз и остаётся у вас навсегда: процента с оборота нет, магазин живёт на вашем сервере, доступы и данные —

ваши. Платформа входит в реестр российского ПО, а русская сборка сразу содержит оплату, доставку, кассы и обмен с 1С для российского рынка.

01 Три редакции для магазина

- **Стандарт — 37 900 ₽.** Один магазин, один склад. Вся функциональность витрины, каталога, заказов и маркетинга.
- **Бизнес — 87 900 ₽.** Неограниченное число витрин из одной админки, многоскладовость, REST API поставщиков.
- **Максимум — 252 900 ₽.** То же, что Бизнес, плюс пять лет обновлений и три месяца премиум-поддержки вендора.
- Для площадки со сторонними продавцами нужна другая линейка — Multi-Vendor, от 108 900 ₽ в год.

02 Что это значит на практике

- Магазин не привязан к подрядчику: код открыт, дорабатывать может любая команда.
- Платёж фиксированный. При росте оборота в десять раз цена платформы не меняется.
- Обновления после первого года — по желанию, подписка 15 950 ₽ в год.
- Хостинг оплачивается напрямую хостеру. Ориентир — 3 500 ₽ в месяц за сервер под магазин до 10 000 товаров.

ЧАСТЬ 3 • ВОЗМОЖНОСТИ

Что работает сразу после установки

Ниже — функциональность самой платформы, без единого дополнительного модуля. Пометка «Бизнес» означает, что возможность открывается в старшей редакции.

01 Каталог и товары

- Категории и подкатегории любой вложенности, свои шаблоны для каждой
- Варианты товара — цвет, размер, объём — со своими ценами, фото и остатками
- Опции и комбинации опций, обязательные и сопутствующие товары
- Комплекты и наборы «купить вместе»
- Характеристики товаров и фильтры по ним на витрине
- Импорт и экспорт CSV, в том числе по расписанию с внешнего адреса
- Цена за единицу измерения — за метр, литр, килограмм
- Подарочные сертификаты, списки желаний, сравнение товаров
- Несколько складов и остатки по каждому **БИЗНЕС**

02 Заказы и оформление

- Оформление без регистрации — пошаговое или в один экран. В теме UniTheme2 чекаут уже собран аккуратно, отдельный модуль на это не нужен
- Свои статусы заказов и письма покупателю на каждый статус
- Ручное создание и редактирование заказа из админки
- Возвраты и обмены по регламенту RMA
- Печатные счета, накладные и заказы в PDF
- Журнал изменений заказа — кто и что менял
- Ограничение способов оплаты и доставки по стране, сумме и составу корзины
- Работа с поставщиками: свои цены, склады и уведомления

03 Оплата и доставка для России

- ЮKassa, Тинькофф, Сбербанк, Альфа-Банк, PayPal, Stripe и рассрочка
- СДЭК, Почта России, Vohberry, ПЭК, Деловые Линии, PickPoint, самовывоз
- Зоны доставки и тарифы: по весу, сумме, количеству, расстоянию
- Онлайн-касса по 54-ФЗ и передача чеков в ОФД
- Налоги и НДС, в том числе разные ставки для категорий
- Определение города покупателя и подстановка его в доставку

04 Маркетинг и продажи

- Акции и скидки по условиям: на категорию, группу покупателей, сумму, промокод
- Купоны, подарки к заказу, бесплатная доставка по правилу
- Бонусные баллы за покупки и списание баллов в оплату
- Апсейл, кросс-сейл, «с этим товаром покупают», хиты продаж
- Рассылки и письма о брошенной корзине
- Отзывы о товаре и магазине с модерацией и оценками — штатных возможностей хватает большинству магазинов
- Блог, лендинги и баннеры в визуальном конструкторе блоков
- Группы покупателей с персональными ценами — основа для B2B

05 Поиск, SEO и аналитика

- Человекопонятные адреса, метатеги и шаблоны метатегов
- Карта сайта sitemap.xml и управление robots.txt
- Редиректы со старых адресов — переезд без потери позиций
- Микроразметка товара и хлебных крошек
- Товарные фиды для Яндекс.Маркета, Google и рекламных кабинетов
- Яндекс.Метрика и Google Analytics, электронная торговля
- Поиск по каталогу с учётом характеристик и категорий

06 Управление и техника

- Открытый исходный код — правки и доработки без ограничений
- Роли сотрудников и права доступа к разделам админки
- **Обмен с 1C по CommerceML — штатный модуль русской сборки:** категории, товары, характеристики, цены, остатки, изображения и выгрузка заказов со статусами обратно в 1C
- REST и GraphQL API для интеграций с любыми системами
- Полностраничный кэш и оптимизация под нагрузку
- Приложение для управления заказами с телефона
- Журнал отправленных писем и лог действий администраторов
- Несколько витрин на разных доменах из одной админки

БИЗНЕС

Чего в коробке нет

Поиска с подсказками и исправлением опечаток, отдельных адресов для страниц фильтров, конвертации картинок в WebP, регистрации по коду из SMS, разделения физлиц и юрлиц, аналитики продаж по товарам, приложения для покупателей и маркировки рекламы. Это закрывается готовыми модулями — список с ценами и пользой в конце документа.

ЧАСТЬ 4 • ЧЕК-ЛИСТ

Шаги до открытия магазина

Порядок важен: каждый следующий шаг дешевле делать после предыдущего.

Пункты про сервер, настройку и запуск входят в наши тарифы — если работаете с нами, держать их в голове не нужно.

Решения до старта

Половина сорванных сроков — это не разработка, а несобранный контент и неготовые документы.

- ☐ Пройдены части 1 и 2: цель, аудитория, конкуренты, экономика, ассортимент, формат

Если хоть один пункт оттуда без ответа — вернитесь, это дешевле, чем переделывать после запуска.

- ☐ Определён ассортимент первой очереди: сколько позиций выходит в день открытия

Запускаться с 50 товарами и дополнять — нормально. Ждать полный каталог — потеря месяцев.

- ☐ Оформлено юридическое лицо или ИП, открыт расчётный счёт

- ☐ Куплен домен, доступ к его панели у вас, а не у прошлого подрядчика

- ☐ Заведена почта на своём домене для писем магазина

- ☐ Собран контент: фото товаров, описания, характеристики, прайс в любом виде

- ☐ Назначен ответственный со стороны бизнеса, кто принимает решения по проекту

Шаг 1 Платформа и лицензия

Редакция выбирается один раз и влияет только на витрины и склады.

Переплачивать за старшую «на будущее» не нужно — редакцию можно повысить позже.

- ☐ Выбрана редакция: Стандарт для одного магазина, Бизнес для нескольких витрин и складов
- ☐ Лицензия оформлена на ваше юридическое лицо, а не на подрядчика
- ☐ Получен и сохранён лицензионный ключ
- ☐ Решено, нужна ли подписка на обновления после первого года

Шаг 2 Сервер и инфраструктура

Магазин на слабом или ненастроенном сервере теряет заказы молча: страницы открываются медленно, письма уходят в спам, бэкапов нет ровно до первой аварии.

- ☐ Подобран сервер под каталог и посещаемость, оформлен на вас
- ☐ Установлен стек: веб-сервер, PHP нужной версии, база, кэш
- ☐ Подключён SSL-сертификат и включён переход на https
- ☐ Настроена отправка почты с домена: SPF, DKIM, DMARC
Без этого письма о заказах попадают в спам.
- ☐ Настроены ежедневные резервные копии и проверено восстановление из них
- ☐ Включён мониторинг доступности и свободного места
- ☐ Доступы к серверу, домену и админке собраны в одном месте у владельца

Шаг 3 Каталог

Структура каталога определяет и удобство покупателя, и половину будущего SEO. Переделывать её после индексации дорого.

- ☐ Продумана структура категорий: как покупатель ищет товар, а не как устроен склад
- ☐ Составлен список характеристик и решено, какие из них станут фильтрами
- ☐ Товары загружены: название, цена, фото, описание, характеристики, артикул
- ☐ Настроены варианты товара — размеры, цвета — и остатки по ним
- ☐ Заданы правила наличия: что показывать при нуле на складе
- ☐ Настроен обмен с 1С или другой учётной системой, если товары ведутся там
- ☐ Проверены цены: наценки, скидки, минимальные суммы

Шаг 4 Оформление и тексты

Первый экран решает, останется ли посетитель. На нём должно быть понятно, что продаётся, кому и что делать дальше.

- ☐ Установлена и настроена тема оформления, подобраны цвета и шрифты под бренд
- ☐ Загружены логотип, фавикон и картинки для соцсетей
- ☐ Собрана главная страница: предложение, категории, хиты, доверие
- ☐ Оформлена карточка товара: фото, цена, наличие, доставка, кнопка
- ☐ Написаны тексты о доставке, оплате, возврате и о компании
- ☐ Проверено, как всё выглядит на телефоне — не на своём мониторе
- ☐ Заполнены контакты: телефон, почта, адрес, часы работы, мессенджеры

Шаг 5 Приём оплаты

Договор с банком занимает от нескольких дней до двух недель — это самый частый повод сдвинуть запуск. Начинайте заранее.

- ☐ Выбран и подключён эквайринг, подписан договор
- ☐ Проведён тестовый платёж на живые деньги и возврат по нему
- ☐ Подключена онлайн-касса, чеки уходят в ОФД и покупателю
- ☐ Настроены налоговые ставки и признаки предмета расчёта
- ☐ Проверено, что заказ меняет статус после успешной оплаты
- ☐ Решено, нужны ли оплата по счёту для юрлиц и рассрочка

Шаг 6 Доставка

Непонятная стоимость доставки — вторая причина брошенных корзин после отсутствия цены.

- ☐ Подключены службы доставки и получены их договоры или API-ключи
- ☐ Настроены зоны и тарифы: город, регион, страна
- ☐ Подключён выбор пункта выдачи на карте
- ☐ Заданы сроки доставки, которые видит покупатель
- ☐ Настроен самовывоз, если есть точка
- ☐ Проверено, что стоимость доставки считается в корзине до оформления

Шаг 7 **Юридическая часть**

Проверяющие смотрят на это в первую очередь, а покупатель — на то, есть ли у магазина реквизиты.

- ☐ Опубликовано политика обработки персональных данных
- ☐ Настроено согласие на обработку данных в каждой форме
- ☐ Опубликовано оферта или условия продажи и правила возврата
- ☐ Работает баннер согласия на cookie, аналитика подключается по согласию
- ☐ Указаны полные реквизиты продавца: название, ИНН, адрес, телефон
- ☐ Проверено, нужна ли маркировка рекламы, если планируется реклама на сайте

Шаг 8 **Поисковая оптимизация**

Базовое SEO делается до открытия и стоит недорого. После — приходится переделывать вместе с адресами и терять позиции.

- ☐ Настроены человекопонятные адреса страниц
- ☐ Заполнены шаблоны заголовков и описаний для категорий и товаров
- ☐ Сформирована карта сайта и настроен robots.txt
- ☐ Настроены редиректы со старого сайта, если это переезд
- ☐ Проверена микроразметка товара, цены и наличия
- ☐ Добавлены товарные фиды для Яндекс.Маркета и рекламных кабинетов
- ☐ Сайт добавлен в Яндекс.Вебмастер и Google Search Console

Шаг 9 Аналитика

Без целей и электронной торговли реклама запускается вслепую: видно клики, но не видно заказов.

- ☐ Установлена Яндекс.Метрика, включён вебвизор
- ☐ Настроены цели: отправка формы, звонок, оформленный заказ
- ☐ Подключена электронная торговля — Метрика видит состав и сумму заказа
- ☐ Установлен Google Analytics или менеджер тегов, если он нужен
- ☐ Проверено, что счётчик срабатывает у всех посетителей, а не после согласия
- ☐ Решено, нужен ли коллтрекинг для звонков

Шаг 10 Проверка перед запуском

Час на этот список экономит первые потерянные заказы и репутацию у первых покупателей.

- ☐ Оформлен настоящий заказ от лица покупателя — с оплатой и доставкой
- ☐ Письма о заказе приходят и покупателю, и менеджеру, и не в спам
- ☐ Все формы отправляются и заявка доходит до почты и CRM
- ☐ Проверены телефон, почта и мессенджеры в шапке — кликаются и работают
- ☐ Магазин проверен на телефоне: каталог, фильтры, карточка, корзина, оплата
- ☐ Скорость главной и карточки измерена, тяжёлые картинки сжаты
- ☐ Нет страниц с ошибкой 404 в меню и в перелинковке
- ☐ Поиск по сайту находит товар по названию и по артикулу
- ☐ Проверены орфография и цены — свежим взглядом, не автором текстов

Шаг 11 День запуска

Технический момент, который лучше проходить утром буднего дня, а не в пятницу вечером.

- ☐ Домен переключён на боевой сервер, сайт открывается по основному адресу
- ☐ Снят запрет индексации, robots.txt открыт для поисковиков
- ☐ Сделана резервная копия сразу после переключения
- ☐ Сайт отправлен на переобход в Вебмастер и Search Console
- ☐ Проверено, что заказы приходят с боевого адреса, а не с тестового
- ☐ Сотрудники знают, как принимать заказ и менять статус

Шаг 12 Первый месяц после открытия

Магазин — не проект со сроком сдачи, а система, которая живёт. Первый месяц показывает, что чинить в первую очередь.

- ☐ Раз в неделю смотрите отчёт: визиты, заказы, конверсия, отказы
- ☐ Смотрите поисковые запросы внутри сайта: что ищут и чего не находят
- ☐ Соберите первые отзывы у покупателей и опубликуйте их
- ☐ Проверьте, что бэкапы делаются и восстанавливаются
- ☐ Установите обновления безопасности платформы и модулей
- ☐ Решите, кто ведёт магазин дальше: свой сотрудник или сопровождение подрядчика

Часть 5 • Что покупают

Модули, которые ставят чаще всего

Цены указаны для редакции Стандарт. Для Бизнеса и Максимума модули и пакеты стоят вдвое дороже — они лицензируются на больший контур. Обязательного здесь нет ничего — это то, что просят в первый год, когда магазин уже собирает трафик и заказы. Всё перечисленное — готовые решения: ставятся за часы, а не разрабатываются неделями. Рядом с каждым — чем оно полезно покупателю и администратору.

Обмен с 1С покупать не нужно

Модуль штатный, он входит в русскую сборку CS-Cart и умеет обмениваться категориями, товарами, характеристиками, ценами, остатками и изображениями, а заказы выгружает обратно в 1С вместе со статусами. Платить нужно только за настройку под вашу конфигурацию — сопоставление свойств, типов цен и статусов, — это от 35 000 ₽.

Поиск и продвижение

РЕШЕНИЕ	ЧТО ДАЁТ	ЦЕНА
Живой поиск	Покупателю: подсказки с фото и ценой прямо при вводе — товар находится с двух-трёх букв, а не через каталог. Админу: видно, что искали и по каким запросам ничего не нашлось.	4 500 ₽
Умный поиск на Elasticsearch	Прощает опечатки и неверную раскладку, понимает словоформы и синонимы, держит скорость на каталоге в сотни тысяч позиций. Нужен там, где поиском пользуется большая часть трафика.	от 2 500 ₽/мес
Пакет «Поисковая оптимизация»	Десять модулей внутренней оптимизации: управление индексацией и редиректы, шаблоны title/description/H1 по всему каталогу, расширенная карта сайта, страницы брендов, страницы тегов, alt и title картинок, адреса для страниц фильтров, разметка JSON-LD и Open Graph, мгновенное оповещение Яндекса и Google об изменениях. Админу: метаданные заполняются сами, вручную по 5 000 товаров ходить не нужно.	33 000 ₽
Расширенный блог	Статьи, инструкции и подборки с нормальной вёрсткой и картинками. Приводит поисковый трафик по вопросам	9 000 ₽

РЕШЕНИЕ	ЧТО ДАЁТ	ЦЕНА
	покупателей и снимает часть обращений в поддержку.	

Регистрация и работа с клиентами

РЕШЕНИЕ	ЧТО ДАЁТ	ЦЕНА
Регистрация и вход по коду из SMS	Покупателю: вход по одноразовому коду — без пароля и подтверждения почты, оформление не прерывается. Админу: меньше брошенных регистраций и мусорных адресов в базе.	6 000 ₽
Вход через Сбер ID или Яндекс ID	Регистрация в один клик уже привычным аккаунтом. В профиль сразу приходят имя, телефон и почта — их не надо просить вводить вручную.	6 000 ₽ за каждый
Регистрация физлиц и юрлиц	Покупателю: юрлицо заполняет реквизиты и получает счёт, физлицо не видит лишних полей. Админу: не нужно вручную разбирать, кому выставлять документы, и можно давать юрлицам свои цены и отсрочку.	4 900 ₽
SMS-уведомления покупателям	Статус заказа приходит туда, куда точно смотрят. Снимает половину звонков «а где мой заказ» и уменьшает число невыкупленных отправлений.	6 000 ₽
Подключение SMS-сервисов	Свой шлюз и свой тариф на SMS вместо посредника: подключаются популярные российские сервисы, сообщения уходят с именем вашего магазина.	6 000 ₽

Продажи и повторные покупки

РЕШЕНИЕ	ЧТО ДАЁТ	ЦЕНА
Маркетинг по электронной	Письма о брошенной корзине, просмотренных товарах и списке желаний, запрос отзыва	12 000 ₽

РЕШЕНИЕ	ЧТО ДАЁТ	ЦЕНА
почте	после доставки. Админу: расписание и лимиты отправки, чтобы не выжигать базу разом.	
Программа лояльности	Баллы и уровни за покупки, списание баллов в оплату. Возвращает покупателя без рекламного бюджета — самый дешёвый повторный заказ.	6 000 ₽
История цены товара	Покупателю: видно, что цена не была задрана перед скидкой, — снимает недоверие к акциям. Админу: график цены под рукой в спорах и при пересмотре наценки.	6 000 ₽

Контент и доверие

РЕШЕНИЕ	ЧТО ДАЁТ	ЦЕНА
Вопросы и ответы о товаре	Покупатель спрашивает прямо в карточке, ответ видят все следующие. Админу: вопросы копятся в одном месте, а ответы работают как бесплатный контент для поиска.	6 000 ₽
Часто задаваемые вопросы	Блоки вопросов на страницах и в карточках товара: закрывают возражения до обращения в поддержку и попадают в поисковую выдачу отдельными сниппетами.	6 000 ₽

Аналитика, скорость и закон

РЕШЕНИЕ	ЧТО ДАЁТ	ЦЕНА
Статистика товаров и воронка продаж	Админу: по каждому товару видно просмотры, добавления в корзину и покупки. Понятно, где рассыпается воронка, какие товары зря занимают главную и что вывести в топ категории.	12 000 ₽
Сквозная аналитика Roistat	Видно, какая реклама приносит заказы, а какая только тратит бюджет. Нужна, когда на трафик уходит больше 50 000 ₽ в месяц.	12 000 ₽
Пакет «Ускорение сайта»	WebP, сжатие картинок, отложенная загрузка, приоритет ресурсов. Быстрее выдача, дешевле клик в рекламе, выше место в поиске.	18 000 ₽

РЕШЕНИЕ	ЧТО ДАЁТ	ЦЕНА
Маркировка рекламы (ОРД)	Требование закона, если на сайте размещается чужая реклама или ведутся рекламные кампании с креативами. Токены и отчётность в одном месте.	6 000 ₽

Мобильное приложение

РЕШЕНИЕ	ЧТО ДАЁТ	ЦЕНА
PowerApp — приложение магазина	Своё приложение для iOS и Android на данных вашего магазина: push-уведомления вместо платной рекламы и заметно более высокая конверсия у постоянных покупателей.	199 000 ₽
Публикация в сторсах	Аккаунты разработчика, тексты, графика и прохождение модерации Apple и Google — берём на себя.	18 000 ₽

ЧАСТЬ 6 • ДЕНЬГИ

Сколько стоит запуск с нами

В цену входит всё, что нужно, чтобы магазин заработал: лицензия CS-Cart, премиум-тема, модули, настройка сервера, перенос на боевой и обучение. Цены без НДС.

Старт

от 199 000 ₽

запуск за 3 недели

Первый магазин или переезд с конструктора, каталог до 300 позиций.

Под ключ

от 449 000 ₽

запуск за 6–8 недель

Оформление под бренд, 16 модулей, каталог до 5 000 позиций.

Мультивитринный

от 950 000 ₽

запуск за 10–14 недель

Индивидуальный

от 1 500 000 ₽

срок от 4 месяцев

Несколько витрин, склады, B2B и обмен с 1С в цене.

Своя логика, свой дизайн, высокие нагрузки, сложные интеграции.

Запустить магазин с Cart-Power

Чек-лист заполняйте для себя — присылать его никому не нужно. Если проще передать запуск нам: назовите нишу, размер каталога и срок — подберём тариф, назовём цену и покажем похожие проекты. Консультация бесплатная: **8 800 3020 886**, sales@cart-power.com. Или заполните бриф на сайте — подготовим коммерческое предложение под ваш бизнес.

Cart-Power — официальный реселлер и золотой партнёр CS-Cart. Работаем с платформой с 2013 года, более 500 проектов в России и за рубежом. Аккредитованная ИТ-компания, код вида деятельности 1.01. Телефон 8 800 3020 886, sales@cart-power.com, cart-power.ru

Документ актуален для CS-Cart 4.20, русская сборка. Цены лицензий, темы и модулей — по прайсу store.cart-power.ru на 31.08.2026. Стоимость работ — по ставке 3 500 ₽ в час, НДС 5 %.