

Ce guide de style vous aidera à présenter efficacement votre offre de produits et à optimiser vos ventes.

La réussite de vos ventes sur Amazon.fr dépend en très grande partie de la **qualité** des informations saisies concernant le produit. La page de description du produit **remplace le face-à-face pour conseiller le client, inexistant** dans le e-commerce. Les clients trouvent plus facilement les offres produit qui sont détaillées, saisies correctement et intelligemment intitulées et illustrées. Ces produits **se vendent donc mieux** et sont **plus rarement retournés**.

En outre, les moteurs de recherche trouvent plus facilement et plus rapidement les pages produit dont les informations sont complètes. Plus vous enregistrez de contenu sur votre page produit, plus vous avez de chances qu'elle soit bien classée dans les résultats des principaux moteurs de recherche et qu'elle reçoive donc plus de visiteurs.

Pour de plus amples informations, consultez la page [Seller Central](#), vous y trouverez :

- Listes de classification / Browse Tree Guides (=BTG) pour les produits d'épicerie
- Modèle de fichier de stock (Flat File) pour envoyer sur le serveur les informations concernant vos boissons alcoolisées

Restrictions de vente pour la catégorie (boutique) Boissons alcoolisées

Veillez noter que pour les boissons alcoolisées (de type « VINS », « SPIRITUEUX » ou « BIERES »), l'autorisation fait l'objet d'une restriction particulière. Si vous n'avez pas encore déposé de demande d'autorisation de vente pour cette catégorie, veuillez contacter le service [Vendre sur Amazon](#). L'autorisation requiert entre autres le respect de ces règles, qui garantissent à nos clients de pouvoir faire des achats dans les meilleures conditions.

Veillez également noter ce qui suit : vous avez l'obligation de vous assurer qu'aucun produit faisant l'objet d'une restriction d'âge ne sera remis à des personnes ne remplissant pas le critère d'âge minimum légal. En cas de doute, faites appel à un spécialiste du conseil juridique indépendant quant aux dispositions légales auxquelles vous êtes assujetti, en tant que vendeur lors de la création de vos offres sur Amazon.fr.

Sommaire

A. Titres	C. Informations détaillées
1. Règles applicables aux titres des produits	1. Règles capitales pour optimiser le référencement et la qualité des données
2. Structure des titres	2. Liste à puces (Bullet Points)
3. Exemples de titres corrects et incorrects :	3. Description du produit
	4. Caractéristiques spécifiques pour les produits de type vin / eau-de-vie ou boissons à l'eau-de-vie / bières
	5. Lot (bundles) / nombre d'unités par lot
	6. Indication du prix de base
B. Images produit	7. Marque
1. Critères minimums à remplir	8. Identification du bon Browse Node ID (identifiant de nœud de navigation)
2. Les différents types d'images produit	9. Filtres d'affinage
3. Exemples d'images correctes et incorrectes :	10. Variantes
	11. Termes de recherche
	12. Enregistrement des informations d'identification sur votre compte vendeur

A. Titres

Les titres parlants renforcent la confiance que les clients vous accordent. Le titre d'un produit figure à côté de l'image qui le représente et c'est par le titre que le client se fait sa **première impression** sur votre produit. Il s'agit donc du premier moyen que vous avez de convaincre vos clients de votre professionnalisme et de votre qualité. De plus, le titre produit apparaît dans les résultats de recherche sur Amazon mais aussi sur les autres moteurs de recherche.

Choisissez un **titre concis, informatif et précis** qui respecte la syntaxe recommandée par Amazon :

Souvenez-vous que chez Amazon, il ne peut y avoir qu'une seule page d'informations détaillées par produit, même lorsque plusieurs vendeurs créent une offre pour ce produit. Les titres produits et les descriptions ne doivent donc jamais contenir d'informations spécifiques d'un vendeur. Le non-respect de ce principe peut entraîner la suppression de votre article dans cette catégorie.

1. Règles applicables aux titres des produits

✓ Correct

- ✓ Privilégiez des titres courts : contentez-vous des caractéristiques indispensables pour distinguer ce produit des autres ; 80 caractères maximum.
- ✓ Faites attention à l'emploi des majuscules et minuscules (pas de mots entiers en majuscules). Ainsi, écrivez p. ex. « Diplomatico ».
- ✓ Respectez l'orthographe française de la marque ou du nom du fabricant.
- ✓ À l'exception des noms propres, les titres produit doivent toujours être rédigés en français.
- ✓ En cas d'offre groupée de produits, indiquez la quantité dans le titre.
- ✓ Format pour les grammes ou millilitres : « chiffre – espace – unité » ; p. ex. pour 50 ml, utilisez les abréviations courantes des unités : millilitre = ml, gramme = g, litre = l, milligramme = mg.
- ✓ Ajoutez un espace avant et après chaque « / ».
- ✓ Mentionnez le poids / volume d'un article dans le titre des ASIN enfants.

✗ Incorrect

- ✗ Tout en minuscules ou tout en majuscules (p. ex. DIPLOMATICO ou diplomatico), chiffres en toutes lettres.
- ✗ Utilisation d'abréviations.
- ✗ Les informations telles que le prix et les conditions d'expédition, les informations sur l'entreprise ou les informations à caractère temporel telles que « Offre à durée limitée » ou « Produit de l'année » ne doivent pas faire partie du titre.
- ✗ Utilisation de symboles tels que : !, ?, *, €, « »
- ✗ Utilisation de balises HTML ou de caractères spéciaux non disponibles sur un clavier standard (p. ex. ®, ©, ™)
- ✗ N'utilisez pas de « | » (pipe) ni de # (hash).
- ✗ Commentaires subjectifs ou promotionnels tels que « offre spéciale », « meilleure vente », « port payé », etc.
- ✗ N'utilisez pas votre nom de vendeur en guise de marque ou de fabricant, sauf si votre nom de vendeur est réellement la marque commerciale du produit.
- ✗ Titre trop long ou mots-clés de recherche dans le titre.

2. Structure des titres

Le **format des titres** sur Amazon dans la catégorie boissons alcoolisées est le suivant :

Pour le vin, le champagne, etc., les éléments à utiliser sont les suivants, **si disponibles** :

[Marque/Vignoble] + [Nom du produit] + [Assemblage / Cépage principal] + [Millésime] + [Douceur (doux / sec)] + ([Nombre de bouteilles] "x" [Volume net du produit (en l)])

Exemples de titres de produits :

- « Langmeil Valley Floor Syrah 2012 sec (6 x 0,75 l) »
- « Rotwild Dornfelder 2013 sec (1 x 0,75 l) »
- « Peter Mertes Coffret de vin bio Allemagne (6 x 0,75 l) »
- « Moët & Chandon Impérial Pinot noir sec (1 x 0,75 l) »

Cas particulier : En cas de coffrets mixtes, n'indiquez ni le millésime ni les arômes. En cas de mélange, indiquez « Assemblage » ou n'indiquez rien. En revanche, si toutes les bouteilles ont le même millésime et les mêmes arômes, ces informations peuvent être indiquées dans le titre.

Pour les spiritueux, la bière, etc., les éléments à utiliser sont les suivants, si disponibles :

[Marque] + [Nom du produit] + [Type d'alcool] + ([Nombre de bouteilles] "x" [Volume net du produit (en l)])

Exemples de titres de produits :

« Lagavulin Single Malt Whisky (1 x 0,7 l) »

« Becks Gold Blonde (6 x 0,33 l) »

« Frangelico Liqueur de noisette (1 x 0,7 l) »

3. Exemples de titres corrects et incorrects :

✓ Titres corrects

- ✓ Somersby Cidre à la pomme (1 x 0,33 l)
- ✓ Kalea Coffret de bières « 12 spécialités brassicoles » (12 x 0,33 l)
- ✓ Crystal Head Vodka (1 x 0,7 l)
- ✓ Stony Cape Chardonnay 2013 sec (1 x 3 l)
- ✓ Feinkost Käfer Coffret de vins « Europa » Assemblage (6 x 0,75 l)

✗ Titres incorrects

- ✗ Kalea Coffret de bières – boîte métallique haute qualité contenant 12 spécialités brassicoles sélectionnées
- ✗ Antitoxin Absinthe 0,5 ltr. – Bouteille avec tête de mort – Skullbottle – Bouteille tête mort – Skull Bottle
- ✗ Promo 5+1 Terre Allgre Sangiovese Puglia IGT, 6 bouteilles pour le prix de 5 !
- ✗ Doppio Passo Primitivo de 2013

Modification de titres : Plusieurs possibilités s'offrent à vous si vous souhaitez modifier un titre existant :

- Éditer le titre directement dans le *Seller Central* via → *Gérer le stock* → *Actions (sur le produit)* → *Éditer les informations* → *Informations importantes* → *Nom du produit*
- Vous pouvez également éditer le *Flatfile* puis enregistrer les lignes des produits concernés avec le nouveau titre.
- Vous pouvez également enregistrer des modifications via le [Listingloader](#).
- En cas de difficulté, adressez-vous au service [Vendre sur Amazon](#).

B. Images produit

Pour réussir à vendre sur une boutique en ligne, il est essentiel d'avoir des images claires et représentatives qui permettent de reconnaître sans ambiguïté le produit proposé. En présence de photos diverses et de bonne qualité du produit, le visiteur est beaucoup plus susceptible d'acheter. Privilégiez les images en haute résolution afin de pouvoir utiliser la fonction agrandissement. Nous recommandons également de fournir plusieurs images sous différents angles ou avec des vues détaillées du produit. Les illustrations ne doivent comporter ni texte, ni filigrane, ni logo.

1. Critères minimums à remplir :

- L'illustration doit faire au minimum 500 pixels sur son côté le plus long. L'agrandissement est possible à partir de 1200 pixels.
- Le produit doit utiliser 80 à 90 % de la surface totale de l'image. Le produit complet doit être représenté sur l'image (aucune partie du produit ne doit être coupée).
- Le produit doit être facilement reconnaissable, correctement éclairé et placé dans une position et sous angle de vue pertinents. D'une manière générale, le client doit pouvoir se fier à ce qui est représenté sur l'image :
 - si le titre correspond à une offre d'une bouteille, alors l'image ne doit comporter qu'une bouteille ;
 - si le titre correspond p. ex. à un pack de 6 bières, alors 6 bouteilles doivent apparaître sur l'image, les unes à côté des autres (et non décalées).
- L'image ne doit comporter ni texte, ni cadres ou bordures, ni logos, ni étiquettes, ni affichage de prix, ni filigrane.
- L'arrière-plan de l'illustration principale doit être blanc à 100 % (RVB 255,255,255 ; cela requiert un traitement infographique). Un ombrage léger pour mettre en valeur le produit par rapport à l'arrière-plan est autorisé. L'image principale doit exclusivement représenter le produit **sans accessoires ni exemples d'utilisation**.
- Si vous avez d'autres illustrations du produit, un arrière-plan coloré est autorisé et il est également possible de représenter le produit dans son contexte d'utilisation. L'arrière-plan ne doit cependant pas détourner l'attention du produit proposé. Le

texte, les représentations schématiques et les croquis sont autorisés dans la mesure où ils contribuent à une meilleure compréhension du produit.

- ❑ Si le produit existe en plusieurs versions (p. ex. en plusieurs parfums), chaque variante doit avoir sa propre image.
- ❑ Les illustrations enregistrées doivent être au format JPG, avec le mode de couleurs RVB (les images en mode CMJN sont rejetées par le système lors de leur lecture).
- ❑ Pour l'image principale, n'utilisez pas de photos de mise en situation (en revanche, ces photos sont autorisées et même souhaitables en tant qu'images complémentaires).
- ❑ N'utilisez pas d'images de remplissage telles que des inscriptions « image non disponible ».

2. Les différents types d'images produit :

Dans le catalogue d'Amazon, il est possible d'afficher plusieurs images pour un même produit. Vous devez au minimum fournir une image principale pour tous les ASIN parents (= articles de catégorie mère) et pour tous les ASIN enfants (= articles de catégorie fille). Nous vous recommandons toutefois de mettre à disposition d'autres images haute résolution de votre produit afin de mieux informer vos clients et de les inciter à acheter.

Image principale de l'ASIN parent : vous devez fournir une image principale « parent » qui représente le produit que vous avez configuré.

Image principale de l'ASIN enfant : il vous faut fournir pour chaque ASIN enfant une image principale qui illustre la dimension ou le parfum du produit. Pour chaque variante d'un produit que vous mettez en vente, il vous faut fournir une image principale enfant.

Images alternatives : ces images offrent diverses vues du produit afin de mieux représenter l'arrière d'une bouteille, les emballages-cadeaux ou des suggestions de présentation. Vous pouvez enregistrer jusqu'à huit images alternatives par ASIN parent et ASIN enfant.

3. Exemples d'images correctes et incorrectes :

✓ Images principales correctes



✗ Images principales incorrectes





- ✓ Représentations claires et de qualité du produit individuel, éventuellement avec emballage-cadeau.
- ✓ Arrière-plan blanc sans ombrage.
- ✓ Image d'un lot de produits représentant chacun des produits vendus du lot.

- ✗ Pas d'arrière-plan blanc, cadre.
- ✗ Plusieurs produits, faible résolution, mauvaise qualité, apparition de texte, logo filigrane ou prix.
- ✗ Emballage non identifiable.
- ✗ Image représentant notamment des produits non inclus dans la livraison
- ✗ Éléments gênants / inscription, ex. « coffret de bières premium ».

Modifier l'image produit : Plusieurs possibilités s'offrent à vous si vous souhaitez modifier des images produit existantes :

- Éditer l'image directement dans le *Seller Central* via → *Gérer le stock* → *Actions (sur le produit)* → *Éditer les informations* → *Images*
- Vous pouvez également éditer le *Flatfile* puis enregistrer les lignes des produits concernés avec les nouvelles images.
- En cas de difficulté, adressez-vous au service [Vendre sur Amazon](#).

C. Informations détaillées

Les clients trouvent plus facilement les produits qui ont été saisis correctement et qui ont été détaillés de façon compréhensible ; par conséquent, ces produits font l'objet de ventes plus fréquentes.

La réussite de vos ventes sur Amazon.fr dépend non seulement du choix judicieux des titres et des images, mais aussi de la qualité des informations fournies sur le produit.

1. Règles capitales pour optimiser le référencement et la qualité des données

- Nos clients ne trouveront vos produits facilement et rapidement que si vous indiquez l'intégralité des données et des détails ; vous favorisez ainsi leur décision d'achat.
- Des descriptions produit correctes et détaillées peuvent augmenter vos ventes et vous aider à réduire le nombre de retours. N'utilisez que les données officielles du fabricant. Dans la mesure du possible, rédigez la description de chaque produit individuellement, sous forme d'un bloc de texte : celui-ci se substitue au face-à-face habituel pour conseiller le client et augmente la probabilité d'apparaître dans les résultats de recherche.
- Attribuez à votre produit un identifiant de nœud de navigation (Browse Node ID) concret (toujours le nœud le plus bas/détaillé) afin qu'il puisse apparaître dans les résultats de recherche et de filtrage.
- En utilisant des termes de recherche, vous permettez aux visiteurs de retrouver votre produit même en saisissant un synonyme. L'utilisation de marques tierces ou de marques de comparaison n'est pas autorisée dans ce contexte.

2. Liste à puces (Bullet Points)

Dans les puces / caractéristiques produit, vous avez l'occasion d'en dire plus sur les avantages et les propriétés de votre produit. Les caractéristiques doivent être concises, afin que le client comprenne en un clin d'oeil les avantages de votre produit et que son intérêt soit suscité, l'incitant à lire le reste des informations. La liste à puces se trouve juste à côté de la photo du produit et est utile tant pour la recherche Amazon interne que pour les moteurs de recherche externes.

- Présente sur la page de description, la liste des caractéristiques principales du produit donne au client des informations complémentaires sur votre produit et peut fortement l'inciter à acheter.
- Veuillez à n'indiquer dans cette liste que des informations concises et pertinentes : si vous souhaitez décrire davantage votre produit, faites-le dans la description produit.
- Choisissez cinq caractéristiques clés de votre produit que vous souhaitez mettre en vedette.
- Écrivez la première lettre de chaque élément de la liste en majuscule.
- Écrivez tous les chiffres en toutes lettres.
- Si une des puces s'articule en plusieurs idées, séparez-les par des points-virgules.
- Utilisez des abréviations pour les dimensions, p .ex. ml pour millilitre.
- Évitez les signes de ponctuation tels que les traits d'union, les symboles, les points et les points d'exclamation.
- Évitez les allusions vagues et préférez-leur des caractéristiques factuelles aussi exactes que possible.
- Ne mettez pas d'informations relatives au prix ou à caractère publicitaire. Les remarques sur l'expédition et les informations sur l'entreprise ne sont pas autorisées : Amazon fournit déjà ces renseignements.
- Pour le vin**, respectez si possible la structure suivante :
 - Description du vin : recopiez ici le contenu de l'attribut « short_product_description ».
 - Nos recommandations : recopiez ici le contenu de l'attribut « suggested_food_pairing ».
 - Pays d'origine + région + sous-région : recopiez ici le contenu des attributs « country_string », « region_of_origin » et « subregion_of_origin ».
 - Autres caractéristiques intéressantes : distinctions (prix, médailles...), type de bouchon ou capsule, température de dégustation, etc.

✓ Caractéristiques correctes des listes à puces (VIN)

- ✓ Description du vin : vin fruité aux arômes intenses avec des notes boisées et veloutée
- ✓ Notre recommandation : idéal en accompagnement des viandes de repas festifs, des gibiers et des fromages bien affinés
- ✓ Origine : Italie > Pouilles
- ✓ Température de dégustation : 16 à 18°C
- ✓ Type de bouchon/capsule : bouchon en liège naturel

✓ Caractéristiques correctes des listes à puces (BIÈRE)

- ✓ Coffret de bières au « design rétro », contenant 12 spécialités brassicoles différentes et une note de dégustation
- ✓ Édition limitée, coffret réutilisable
- ✓ Élu produit de l'année par la revue spécialisée Regal (2012)

✓ Caractéristiques correctes des listes à puces (SPIRITUEUX)

- ✓ Description : excellent rhum, 12 ans d'affinage en petit fût de chêne
- ✓ Distinctions
- ✓ Couleur : ambre foncé

✗ Caractéristiques incorrectes des listes à puces (VIN)

- ✗ 6 vins Käfer à prix de gros imbattable !
- ✗ Des bouteilles pour tous les goûts !
- ✗ 6 vins européens de divers cépages, dont les plus célèbres.

✗ Caractéristiques incorrectes des listes à puces (BIÈRE)

- ✗ Bières de divers pays
- ✗ Lot de bières
- ✗ En cas de non-disponibilité momentanée d'un article, nous nous réservons le droit de le remplacer par un article de valeur identique ou supérieure.
- ✗ L'authentique

✗ Caractéristiques incorrectes des listes à puces (SPIRITUEUX)

- ✗ Whisky des États-Unis
- ✗ Whisky du Tennessee
- ✗ contient des colorants

Modification des puces : Plusieurs possibilités s'offrent à vous si vous souhaitez modifier des attributs de puces existantes :

- Éditer les puces directement dans le *Seller Central* via → *Gérer le stock* → *Actions (sur le produit)* → *Éditer les informations* → *Description*
- Vous pouvez également éditer le *Flatfile* puis enregistrer les lignes des produits concernés avec les nouvelles caractéristiques (puces).
- En cas de difficulté, adressez-vous au service [Vendre sur Amazon](#).

3. Description du produit

La description du produit permet une description détaillée du produit mis en vente, sous forme d'un bloc de texte libre. Elle remplace le face-à-face avec un vendeur. Vous pouvez donner des informations générales sur le fabricant ou la marque, ainsi que sur le processus de production. Votre description produit est votre « vendeur en ligne » : c'est ce qui explique au client pourquoi cet article est celui qu'il lui faut. Veillez donc à ce qu'elle contienne toutes les informations pertinentes qui inciteront le client à acheter. La longueur du texte est variable. N'utilisez que des textes en français, afin de n'exclure aucun client.

Pour le vin, donnez principalement des informations sur le vignoble : pour décrire le vin en lui-même, utilisez plutôt la liste à puces et d'autres attributs tels que `taste_description`, `short_product_description`, `food_pairing`, etc.

✓ Correct

- ✓ Utilisez ce champ pour décrire plus précisément l'article et pour le différencier d'autres produits similaires.
- ✓ Décrivez les caractéristiques exclusives du produit.
- ✓ Faites des phrases complètes et évitez le style télégraphique.
- ✓ Pas d'écriture en gras, en italique ou autre mise en forme.
- ✓ Employez un discours neutre et orienté client (évitez les « nous garantissons... », écrivez plutôt p. ex. « [Marque] garantit... »).
- ✓ Décrivez le produit, pas votre marque.

✗ Incorrect

- ✗ Ne laissez pas ce champ vide : ce serait perdre une chance de convaincre le client.
- ✗ Ne donnez **pas de détails à un commerçant ou à une offre en particulier** (p. ex. le prix ou les conditions d'expédition) : la description du produit s'affichera chez tous les vendeurs ; elle ne doit donc contenir que des informations valables pour tous.
- ✗ N'utilisez ni abréviations, ni caractères spéciaux, ni majuscules.

- ✘ N'utilisez ni accroches racoleuses (telles que *NOUVEAUTÉ MONDIALE*), ni format HTML, mise en forme ou énumérations.

Modifier la description produit : Plusieurs possibilités s'offrent à vous si vous souhaitez modifier une description produit existante :

- Éditer la description directement dans le *Seller Central* via → *Gérer le stock* → *Actions (sur le produit)* → *Éditer les informations* → *Description*
- Vous pouvez également éditer le *Flatfile* puis enregistrer les lignes des produits concernés avec la nouvelle description.
- En cas de difficulté, adressez-vous au service [Vendre sur amazon](#).

4. Caractéristiques spécifiques pour les produits de type vin / eau-de-vie ou boissons à l'eau-de-vie / bières

Pour vos clients, ces informations enrichissent vos offres de produits ; elles sont affichées dans un encadré spécifique sur la page d'informations du produit, p. ex. :

Descriptif technique

Teneur en alcool	13 %
Marque	Château Beaulieu
Pays d'origine	France
Nombre d'article(s) dans l'emballage	1
Fabricant/Producteur	Château Beaulieu
Nombre d'article(s) dans l'emballage	1
Conditions de conservation	A stocker de préférence dans un endroit frais et sombre.
Format	bouteille
Millésime	2015

Dans les caractéristiques spécifiques de la catégorie d'articles, nous recommandons en particulier de mentionner les informations suivantes :

- Degré d'alcool** (alcohol_content) : indiquez le titre alcoométrique de votre boisson (en pourcentage du volume).
- Millésime** (vintage) : décrit l'année de pressage du raisin. Pour les vins dont le millésime n'est pas connu, indiquez « NV » (no vintage). Autrement, indiquez la date dans le format suivant : AAAA ; exemple : 2005. Les clients peuvent utiliser ce champ pour affiner leur recherche. Les ASIN comportant un millésime ne doivent en aucun cas être modifiés, car un ASIN différent est établi pour chaque millésime (y compris lorsque le code EAN est le même). Pour chaque nouveau millésime d'un vin, un nouveau code SKU doit également être créé dans votre stock.
- Assemblage de cépages** (varietal_composition) : décrivez les cépages qui composent votre vin. Exemple : « 40 % merlot, 30 % syrah, 30 % cabernet ».
- Cépage principal** (varietal_designation) : dans le cas d'un assemblage, indiquez le cépage principal utilisé pour la production du vin. Exemple : « 80 % merlot, 20 % syrah » signifie que le cépage principal est le merlot. Lorsqu'aucun cépage n'est dominant (plus de 80 %), indiquez « assemblage » comme cépage principal.
- Note de dégustation** (taste_description) : décrivez en une phrase le goût de votre vin.
- Douceur du vin** (sweetness_description) : choisissez, parmi les valeurs fournies dans le Flat File, celle qui correspond le mieux au goût de votre vin. Exemples : sec, demi-sec, moelleux, liquoreux.
- Description** (short_product_description) : choisissez un à trois mots qui décrivent le goût ou l'arôme.
- Accompagnement** (suggested_food_pairing) : recommandez des aliments que ce vin peut accompagner. Vous pouvez mettre une recommandation dans chaque colonne. 3 recommandations max. au total.
- Pays, région, sous-région d'origine** (country_string ; region_of_origin et subregion_of_origin) : ces champs décrivent l'origine du vin. Choisissez les valeurs les plus appropriées parmi celles proposées. Exemple : country_string : Australie, region_of_origin : Australie-Méridionale, subregion_of_origin : Riverland
- Type de produit** (package_content_type) : définit le filtre pour les lots d'une variété, les lots mixtes, les caisses-outres ou les bouteilles individuelles.

- Conseils de dégustation** (serving_recommendation) : par exemple, « Servir à température ambiante ».
- Classification** (designation) : choisissez la valeur la plus appropriée parmi celles proposées dans le Flat File.
Exemple : AOC, Vendange sélectionnée.
- Contenance de la bouteille** (size_name) : indiquez la contenance de la bouteille individuelle, p. ex. « 0,75 l ».
- Type de whisky** (alcohol_type) : choisissez dans la liste les valeurs correspondant au type de whisky dont il s'agit.
Exemples : Blended Whisky, Bourbon Whisky, Grain - Rye - Corn Whisky, Single Malt Whisky, Vatted Malt Whisky.

5. Lot (« bundles ») / Nombre d'unités par lot (Item Package Quantity ou IPQ)

Les informations sur le contenu des lots ou ensembles (« bundles ») de votre offre donnent au client des renseignements concernant le nombre d'unités par lot (IPQ). Assurez-vous d'avoir saisi le bon IPQ dans les données groupées et qu'il s'affiche correctement sur la page de description.

Remarque : Certains fabricants attribuent des EAN à des articles séparés et les vendent en lots (p. ex. « 2 pour le prix d'un »). D'autres divisent ces lots et vendent les articles séparément. Afin de minimiser la confusion et le taux d'erreur des clients sur la page de description, il est important que vous indiquiez par l'IPQ d'un article s'il s'agit d'un lot ou d'un produit seul.

Remarque : indiquez le nombre d'articles que vous vendez dans votre dossier produit. Ceci devrait empêcher de trouver des informations différentes sur la même page de description d'un même produit.

Veillez à indiquer le nombre de pièces que contiennent vos produits. Vous ne pouvez utiliser un ASIN que pour un nombre de pièces précis. Si vous souhaitez proposer un produit contenant un nombre de pièces différent, cela nécessite un autre ASIN. Les lots de plusieurs articles identiques doivent être enregistrés sous le code EAN du fabricant de l'article seul, et la quantité doit être indiquée dans le champ « Item Package Quantity ».

6. Indication du prix de base

Cette indication renseigne le client sur le prix de base de chaque produit. Sur la page de description, le prix est donné au litre. Mettez à disposition les informations suivantes :

Exemple : Doppio Passo Salento IGT 2013 Primitivo sec (6 x 0,75 l) ; prix : 41,94 €

Dans le Flat File : volume de vente (item_display_volume) : 6 x 0,75 l = **4,5**

Dans le Flat File : unité de mesure du volume de vente (item_display_volume_unit_of_measure) : **litre**

Le prix de base est alors calculé automatiquement par le système. Ici, il s'élève à : 9,32 € le litre. Affichage sur la page d'informations du produit :

Château Beaulieu Coteaux d'Aix en Provence AOC 75 cl 2015

de Château Beaulieu

★★★★★ 6 commentaires client

Prix : **EUR 5,68 (EUR 7,57 / l)** Premium

Tous les prix incluent la TVA.

7. Marque/Fabricant

La marque n'est pas uniquement prise en compte par la recherche sur Amazon, mais également par des moteurs de recherche externes, et les clients peuvent filtrer les résultats de recherche par marque.

Indiquez **toujours** une marque et **orthographez-la correctement**. Pour les produits No Name (sans marque), indiquez « Inconnu », mais pas votre nom de vendeur.

Si un vignoble n'a pas de marque déposée propre, il est également possible d'indiquer le nom du vignoble.

Définition de « marque » (Brand) : il s'agit de la marque du produit. Il s'affiche sur la page d'informations du produit et est utilisé pour optimiser la catégorisation.

Définition de « fabricant » (Manufacturer) : il s'agit du nom du fabricant du produit, qui est souvent identique à la marque. Il s'affiche sur la page d'informations du produit et est utilisé pour optimiser la catégorisation.

Pour le vin, indiquez le nom de l'exploitant viticole.

Mumm Champagne Brut Cordon Rouge 1/2 Bouteille 37,5 cl

de MUMM



2 commentaires client

8. Identification du bon Browse Node ID (identifiant de nœud de navigation)

La bonne association de vos produits avec un « Browse Node », c'est-à-dire un nœud de navigation, est extrêmement importante pour leur référencement. Les Browse Nodes (nœuds de navigation) sont les catégories de produits Amazon (boutiques) telles que les clients peuvent les voir sur le site. Un Browse Node (nœud de navigation) se compose d'un numéro unique à plusieurs chiffres (le Browse Node ID, l'identifiant de nœud de navigation) et d'un chemin de catégories, p. ex. :

ID : 5816643031 ; chemin : Épicerie / Bières, Vins, Spiritueux / Vins / Rouge

Votre produit peut être décrit sans équivoque grâce au Browse Node ID (identifiant de nœud de navigation). Ces numéros de classification constituent la base du classement des produits, aussi bien pour la navigation de type « exploration » que pour la recherche de produits sur Amazon.fr. Étant donné le grand nombre d'articles en vente sur Amazon.fr, l'attribution à votre article d'un Browse Node ID (identifiant de nœud de navigation) non ambigu est décisive pour que les clients puissent trouver vos produits dans les catégories correspondantes. Indiquez toujours un Browse Node ID non ambigu, autrement dit, choisissez toujours la désignation la plus précise (en noir) et jamais un Browse Node (nœud de navigation) de catégorie supérieure (en gris). Cette dernière condition est indispensable au filtrage avancé lors de la recherche (Refinements (filtres d'affinage), voir chapitre 8).

Toutes les sous-catégories disponibles pour la catégorie Boissons alcoolisées sont consultables [ici](#), dans le Browse Tree Guide (BTG).

9. Filtres d'affinage (Refinements)

Les filtres d'affinage sont des filtres supplémentaires au sein de nœuds de navigation spécifiques. Ces filtres s'affichent dans la colonne de gauche de la page des résultats de recherche. Ces filtres permettent de restreindre la sélection d'articles et de la préciser.

Plus le client navigue loin dans la hiérarchie des catégories, plus les filtres d'affinage sont spécifiques. Si le client clique sur un filtre d'affinage, votre article n'apparaît alors que si l'information correspondante a été renseignée dans le modèle de fichier de stock (Flat File). Les champs à remplir dans le Flat File varient selon le type d'article. Pour savoir quels filtres d'affinage sont proposés pour quels nœuds de navigation, consultez le Browse Tree Guide (BTG) [ici](#).

En plus des outils de filtrage, ces données sont souvent affichées sur la page de description. Le client peut alors obtenir davantage d'informations sur l'article, ce qui favorise son passage à l'achat.

Exemples de filtres pour le vin :

< Épicerie	Millésime	RÉGIONS				
< Bières, vins et spiritueux	<input type="checkbox"/> 2009 (307)	ALSACE	BEAUJOLAIS	BORDEAUX	BOURGOGNE	CORSE
Vins	<input type="checkbox"/> 2010 (505)	JURA	PROVENCE	LANGUEDOC ROUSSILLON	VALLEÉ DU RHONE	VALLEÉ DE LOIRE
Blanc (2 588)	<input type="checkbox"/> 2011 (836)					
Rosé (544)	<input type="checkbox"/> 2012 (1 115)					
Rouge (6 802)	<input type="checkbox"/> 2013 (1 261)					
	<input type="checkbox"/> 2014 (1 387)					
	<input type="checkbox"/> 2015 (710)					
	+ Voir plus					

10. Variantes

Les variantes sont un élément important à prendre en compte lors de l'établissement d'offres de vos produits sur Amazon. Les variantes sont des produits enfants (ASIN enfant) qui dépendent hiérarchiquement d'un produit parent (ASIN parent).

Bien que le produit parent doive faire partie de vos données produit, vous ne le mettez pas en vente sur Amazon. En effet, le catalogue d'Amazon utilise le produit parent comme base pour établir des relations entre d'autres produits. Les variantes sont renseignées au moment de la création de l'offre produit.

Un produit enfant est un article bien précis, p. ex. un vin dans une quantité particulière. Vous pouvez avoir de nombreux produits enfants, tous subordonnés au même produit parent. Chaque produit enfant se différencie d'une manière ou d'une autre par rapport aux autres produits enfants, p. ex. de par sa quantité : 0,5 l, 0,75 l, 1 l ou bien « 1 bouteille », « 3 bouteilles », « 6 bouteilles », etc.

Le champ Parent Enfant (Parent Child) permet de définir de quel produit il s'agit (parent ou enfant). Pour les produits enfants (ASIN enfant), il est également nécessaire de renseigner le champ Type de variante (Variation Theme), par exemple pour déterminer si la variante diffère de l'original de par ses dimensions (SizeName). Les variantes (variation_theme) suivantes sont proposées pour les boissons alcoolisées :

- Parfum (Flavor)** : les produits enfants se différencient par leur parfum (par ex. fruits rouges, citron, orange).
- Contenance de la bouteille (SizeName)** : les produits enfants se différencient par la contenance de la bouteille (p. ex. 0,25 l, 0,75 l, 1,5 l).
- Parfum et contenance de la bouteille (Flavor-Size)** : les produits enfants se différencient par le parfum et la taille de la bouteille (p. ex. fruits rouges 0,5 l, fruits rouges 1,0 l, citron 0,5 l, citron 1 l, etc.).
- Nombre de bouteilles (number_of_items)** : les produits enfants se différencient par le nombre d'unités vendues en lot (p. ex. : 1 bouteille, 3 bouteilles, 6 bouteilles, 12 bouteilles).
- Suppléments (style_name)** : les produits enfants se différencient par les suppléments (p. ex. avec ou sans emballage-cadeau, etc.).
- Millésime (vintage)** : les produits enfants se différencient par leur millésime (p. ex. 2013, 2012, 2010, etc.).
- Millésime et nombre de bouteilles (vintage-numberofitems)** : les produits enfants se différencient par leur millésime et le nombre de bouteilles (p. ex. 1 bouteille 2013, 3 bouteilles 2013, 1 bouteille 2014, 3 bouteilles 2014, etc.).

11. Termes de recherche

Une grande partie de nos clients utilise Amazon via la recherche. La recherche joue donc un rôle central et adapte vos résultats à l'emplacement de recherche. En principe, il faut choisir entre :

Recherche dans tous les produits / Recherche générale (Page d'accueil) :

Ici, les clients trouvent tous les produits en lien avec les termes de recherche saisis. Plus la demande est générale, plus il est probable que les produits des résultats soient issus de différentes catégories. Le client a la possibilité, après la Recherche dans tous les produits, de filtrer les résultats en sélectionnant la catégorie souhaitée (liens de navigation).

Recherche par catégorie :

Ici, les clients trouvent uniquement les produits en lien avec les mots-clés de recherche saisis dans la catégorie correspondante.

Trouver les bons termes de recherche :

Étant donné que le titre et la liste à puces sont également utilisés dans les résultats de recherche, il n'est pas nécessaire de répéter les informations du titre et de la liste à puces dans les termes de recherche. Réciproquement, les termes de recherche ne doivent pas être utilisés dans le titre ; ils doivent uniquement être définis en tant que termes de recherche. Lors du choix des mots-clés de recherche, mettez-vous à la place du client et posez-vous toujours la question suivante quant à la définition : « **Que va taper le client s'il veut acheter mon produit ?** » Lors du choix des termes de recherche, il est également important de suivre les recommandations suivantes :

✓ Correct

- ✓ Utilisez tous les champs disponibles et efforcez-vous de ne pas dépasser 50 caractères par champ.

✗ Incorrect

- ✗ Répétition de la marque ou d'éléments du titre : ces derniers sont automatiquement pris en compte dans la recherche.

- ✓ Séparez les mots par des virgules et les mots d'une locution (p. ex. création hivernale) par des espaces.
- ✓ Utilisez des désignations ou des définitions qui décrivent votre produit et **qui n'apparaissent pas encore dans le titre ou les puces.**
- ✓ Informations détaillées sur le procédé de fermentation, de maturation, de distillation, de fabrication, etc.
- ✓ Informations détaillées du produit.
- ✓ Saisons particulières (vin de glace, bière de mars allemande, bière de Noël).
- ✓ Indiquez des termes de recherche pour les variantes du produit.
- ✓ Synonymes.
- ✗ Fautes de frappe ou d'orthographe courantes, termes de recherche au pluriel : nos algorithmes de recherche recherchent déjà automatiquement ces mots.
- ✗ Adjectifs à tendance subjective tels que « inimitable », « inoubliable », etc.
- ✗ Concepts trop généraux, par ex. « bière », « vin ».
- ✗ Indication de votre nom de vendeur. Indications fausses ou trompeuses sur les caractéristiques ou la marque : dans les cas les plus graves, cela entraîner la suspension de votre compte.

Il est tout particulièrement interdit de mentionner de faux attributs ou des attributs trompeurs et d'indiquer des marques de tiers ou des noms d'autres fabricants : il s'agit en effet d'une violation de la politique de vente d'Amazon et cela risque d'entraîner la suspension de votre compte.

12. Enregistrement des informations d'identification dans votre compte vendeur :

Veillez à ce que les informations d'identification et de contact figurant **sur votre boutique** soient conformes aux conditions de participation en vigueur et à ce que toutes les informations exigées par la loi soient présentes, telles que la forme juridique de la société, l'adresse, le moyen de contact direct (téléphone/fax en plus de l'adresse e-mail), les numéros d'immatriculation et le représentant légal. Si vous ne savez pas précisément quelles informations vous devez indiquer, faites appel à un spécialiste du conseil juridique indépendant. Vous pouvez sauvegarder les informations d'identification dans Paramètres > Infos sur le compte.

Souvenez-vous que vous êtes seul responsable de la conformité de vos offres aux exigences légales. Amazon ne peut vous fournir aucun conseil d'ordre juridique. Si vous ne savez pas précisément quelles informations vous devez fournir pour vos produits ou si vous vous posez des questions concernant les réglementations légales, nous vous recommandons de faire appel à un spécialiste du conseil juridique indépendant.