

Linee guida per la presentazione dei prodotti su Amazon.it

Cura della persona

Informazioni sul presente documento

Il successo delle vendite su Amazon.it dipende in larga misura dalla qualità delle informazioni fornite sui prodotti. Descrizioni accurate e complete consentono ai clienti di apprezzare meglio le caratteristiche del prodotto, agevolandone l'acquisto.

In caso di acquisti online, l'acquirente non ha la possibilità di toccare con mano l'articolo, diversamente da quanto accade nelle vendite offline. La pagina descrittiva del prodotto deve quindi consentire ai clienti di avere informazioni sufficienti per apprezzare l'articolo nel suo complesso e ovviare all'impossibilità di visionare l'articolo prima dell'acquisto. Una descrizione corretta ed esauriente dell'articolo consente inoltre di ridurre i resi, contribuendo a ridurre i costi delle vendite online. Descrizioni dettagliate dei prodotti consentono infine di ottenere posizionamenti migliori sui principali motori di ricerca, contribuendo ad incrementare il numero di visualizzazioni del prodotto.

Di seguito potrai trovare una guida alla pubblicazione dei prodotti su Amazon.it. Le informazioni contenute in questa guida hanno valore puramente illustrativo. Amazon non assume alcuna responsabilità in merito alla loro completezza.

Ti ricordiamo inoltre che Amazon **non fornisce consulenza legale**. E' responsabilità del venditore assicurarsi che le informazioni relative ai propri prodotti siano corrette e complete e che le proprie offerte siano conformi a tutte le disposizioni di legge applicabili. Ti invitiamo ad avvalerti del supporto di un consulente legale di tua fiducia in caso di dubbi in merito alla possibilità di pubblicare offerte relative ad alcuni prodotti e alle informazioni da fornire in caso di vendite online.

Ulteriori informazioni sono disponibili nelle seguenti pagine di aiuto su [Seller Central](#):

- Guida stilistica per i prodotti della categoria Bellezza
- [Elenchi di classificazione / Browse Tree Guides \(= BTG\) per prodotti](#) della categoria Bellezza
- [Modello file disponibilità a magazzino \(Flat File\) per il caricamento dei prodotti](#) della categoria Bellezza

La vendita dei prodotti della categoria "Cura della Persona" richiede l'invio di una preventiva richiesta ad Amazon. Per inviare una richiesta di abilitazione alla vendita è possibile contattare il supporto al venditore tramite questo [modulo \(Formular\)](#).

Informazioni generali sulla categoria Cura della persona

Categorie

- Rasatura e depilazione
- Cura della bocca e dei denti

- Cura dei capelli
- Salute
- Massaggi e benessere
- Cura delle unghie
- Cura della pelle

All'interno di questa categoria è possibile pubblicare anche apparecchi medicali (quali ad esempio lettini per massaggi, sedie a rotelle, stampelle, deambulatori e ausili alla deambulazione e dispositivi medici elettronici)

Sono esclusi: articoli erotici (appartengono alla categoria "Salute e cura della persona") e articoli per bambini (appartengono alla categoria "Prima infanzia")

Procedimento (esempio: Rasatura Maschile)

- Categoria corretta: 4327765031, 4327766031 oppure 4327767031
Salute e cura della persona Rasatura Maschile
Lame da rasoio [4327765031]
Rasoio [4327766031]
Set [4327767031]
- Product Type: PERSONAL_CARE_APPLIANCE, codice GL: 364
- Se si inseriscono informazioni sui prodotti con un modello di caricamento dat ("Flat File"), è necessario utilizzare il modello dedicato per la relativa categoria di prodotto; per i prodotti della categoria cura della persona è necessario utilizzare il Flat File Articoli di drogheria e per il bagno
-

Se si intende pubblicare per la vendita un prodotto già presente su Amazon.it, è necessario utilizzare la pagina prodotto già esistente. E' necessario verificare che i prodotti siano uguali (e non differiscano invece per produttore, colore, variante...) e siano contraddistinti dallo stesso EAN.

Panoramica dei campi per le caratteristiche principali dei prodotti

Mediante i seguenti campi è possibile fornire le informazioni principali sui prodotti. Le descrizioni dettagliate di ciascun campo sono contenute nelle pagine seguenti.

	Descrizione	Nomi dei relativi campi
Titolo del prodotto	Il titolo del prodotto si trova accanto all'immagine e viene visualizzato nei risultati della ricerca.	product-name
Marchio	Marchio presente sul prodotto e con cui il prodotto viene commercializzato dal produttore.	brand
Gruppo di destinazione / Reparto	Indica la destinazione del prodotto in base al quale il cliente può filtrare la ricerca. Valori validi: donna, uomo, unisex	department1

Caratteristiche del prodotto / Highlights (caratteristiche principali)	L'elenco puntato consente di indicare le caratteristiche principali del prodotto per fornire ai clienti una descrizione sintetica del prodotto	
Unità d'imballaggio / Gusto	È possibile inserire varianti per gli articoli disponibili in gusti diversi e/o confezioni diverse.	color flavor size
Descrizioni del prodotto	Consente di fornire una descrizione più estesa delle caratteristiche del prodotto e delle sue funzionalità.	product-description
Dettagli del prodotto	Caratteristiche ed informazioni necessarie relative al prodotto, quali ad es. ingredienti.	
Filtro categorie (Browse Nodes)	La categoria di prodotto in cui l'articolo viene pubblicato sul sito.	recommended-browse-node1
Chiavi di ricerca	Parole chiave associate all'articolo, che consentono di trovare l'articolo dal motore di ricerca del sito. Ogni campo consente l'inserimento di più chiavi, fino a un massimo di 50 caratteri.	search-terms1-5
Immagini del prodotto	È possibile caricare fino a 9 immagini. La risoluzione minima è 500 pixel. La funzione zoom è disponibile per immagini con risoluzione a partire da 1.000 pixel.	main-image-url swatch-image-url other-image-url1-8
Correlazioni varianti	In caso di differenti taglie, colori o confezionamenti per uno stesso articolo, occorre inserire una variante: le varianti sono visualizzate sulla pagina di dettaglio sotto al prodotto principale.	relationship_type variation-theme parent-child parent_sku

Titolo/denominazione del prodotto

Il titolo del prodotto si trova accanto all'immagine ed è una delle prime informazioni visualizzate dal cliente. Inoltre, il titolo del prodotto appare nei risultati di ricerca sia su Amazon sia su motori di ricerca esterni.

Il titolo deve essere sintetico, esauriente e preciso deve inoltre rispettare il seguente formato:

Esempio

Formato:	[Marchio]	[N. modello]	[Nome modello]	[Denominazione prodotto]	[Breve descrizione]
Esempio:	Joyetech	510	Ego-T	Sigaretta elettronica	Kit iniziale
Risultato	Joyetech 510 Ego-T Sigaretta elettronica kit iniziale				
Formato errato:	sigaretta elettronica di RICCARDO® in set conveniente, modello R101 classic - contenuto: 1 sigaretta e 10 cartucce con 0,0 mg di nicotina, tabacco al gusto "MB", con numerosi accessori - il kit perfetto per iniziare				

Informazioni generali

- a) Il titolo deve essere breve: limitarsi a descrivere le caratteristiche necessarie affinché il prodotto si distingua dagli altri (max. 80 caratteri).
- b) Utilizzare correttamente maiuscole e minuscole (evitare lo stampatello). Ad es., “Clever Smoke”.
- c) Inserire il marchio o il produttore rispettando l’ortografia italiana.
- d) Non vanno inserite nel titolo informazioni quali prezzo, spedizione, informazioni sull’azienda oppure indicazioni temporali quali “offerta limitata”.
- e) Redigere il titolo del prodotto in lingua italiana (ad eccezione dei nomi propri).
- f) Formato di pesi e misure: “Numero – spazio – unità”, ad es. 50 ml; i millilitri vanno abbreviati con “ml”, i grammi con “g”.

Immagini dei prodotti

In un negozio online, immagini chiare e pertinenti in cui il prodotto offerto è chiaramente riconoscibile sono di fondamentale importanza. In caso di acquisti online, l'acquirente non ha la possibilità di toccare con mano l'articolo, diversamente da quanto accade nelle vendite offline. La pagina descrittiva del prodotto deve quindi consentire ai clienti di avere informazioni sufficienti per apprezzare l'articolo nel suo complesso e ovviare all'impossibilità di visionare l'articolo prima dell'acquisto. E' preferibile caricare immagini ad alta risoluzione che siano zoomabili. È inoltre consigliabile caricare varie immagini che ritraggono angolazioni o dettagli diversi del prodotto. Le immagini del prodotto non possono contenere testo, filigrane o loghi.

Requisiti minimi per le immagini dei prodotti:

- Dimensioni minime: 500 pixel sul lato più lungo; le immagini sono zoomabili con risoluzione a partire da 1.000 pixel.
- Il prodotto deve occupare l'85% della superficie totale dell'immagine.
- L'immagine deve ritrarre il prodotto intero (nessuna parte deve essere tagliata).
- Le immagini devono essere prive di testo, bordi/cornici, loghi, etichette, cartellini con prezzi e filigrane.
- Lo sfondo dell'immagine principale deve essere completamente bianco (RGB 255,255,255: richiede un'elaborazione). È consentita una lieve ombreggiatura per mettere il prodotto in risalto rispetto allo sfondo dell'immagine. Per quanto riguarda l'immagine principale, assicurarsi che ritragga il prodotto senza accessori né esempi di utilizzo.
- Per quanto concerne le altre immagini, il prodotto deve essere rappresentato nel proprio ambito di utilizzo. È consentito l'uso di testi, rappresentazioni schematiche e schizzi a condizione che siano utili alla descrizione del prodotto.
- Non caricare alcuna immagine di lifestyle come immagine principale. È possibile caricare questo tipo di immagini come immagini secondarie.
- Il prodotto deve essere chiaramente riconoscibile e fotografato da un'inquadratura che lo rappresenti con chiarezza. L'immagine deve rappresentare il prodotto venduto. Ad esempio,:
 - Se il prodotto offerto è un profumo, l'immagine deve ritrarre un solo flacone.
 - Se il profumo viene venduto ad es. in un set insieme a un deodorante, nella foto del prodotto devono comparire il flacone e il deodorante l'uno accanto all'altro (e non singolarmente).
- Se il prodotto è disponibile in configurazioni diverse (ad es. dimensioni, colori), occorre caricare un'immagine per ognuna di queste varianti (si veda il punto 3.3).
- Formato immagine: JPG con modalità cromatica RGB (il sistema non consente il caricamento di immagini con modalità cromatica CMYK).
- Non utilizzare segnaposti come "Immagine non disponibile".

I vari tipi di immagini dei prodotti:

Nel catalogo Amazon è possibile visualizzare più immagini per ogni prodotto. E' richiesto l'inserimento di almeno un'immagine principale per tutti i Parent ASIN (= articoli principali) e i Child ASIN (= articoli subordinati).

- Immagine principale Parent ASIN: l'immagine principale deve rappresentare il prodotto in vendita (Parent).
- Immagine principale Child ASIN: Per ogni Child ASIN occorre inserire un'immagine che rappresenti le varianti del prodotti in vendita, come ad esempio le dimensioni o le sfumature di colore. È necessario inserire un'immagine Child per ogni variante del prodotto venduto.

Le immagini secondarie mostrano varie angolazioni del prodotto ai fini di una migliore rappresentazione del prodotto, oppure per fornire maggiori dettagli sulla confezione o su possibilità di utilizzo. È possibile inserire fino a otto immagini per ogni Parent ASIN e Child ASIN.

Esempi di immagini idonee e non idonee:

✓ Immagini principali idonee

✗ Immagini principali non idonee



Si

- ✓ Per i singoli prodotti scegliere immagini chiare, di alta qualità e pertinenti
- ✓ L'immagine principale deve rappresentare il prodotto in vendita e presentare uno sfondo bianco senza ombreggiature
- ✓ L'immagine principale deve rappresentare il prodotto senza confezione
- ✓ L'immagine principale deve ritrarre solamente il prodotto, senza accessori o esempi di utilizzo
- ✓ In caso di set, l'immagine deve rappresentare tutti i singoli prodotti contenuti nella confezione

No

- ✗ Immagini a bassa risoluzione e di pessima qualità con testi, loghi, filigrane e indicazioni di prezzo
- ✗ Immagine principale con sfondo colorato o cornice
- ✗ Immagine principale contenente varie prospettive
- ✗ Immagini contenenti messaggi promozionali
- ✗ Elementi di disturbo quali "NOVITÀ", "Set" o simili
- ✗ Immagine che non rappresenta i prodotti contenuti nella confezione

Modificare le immagini dei prodotti: Se si desidera modificare immagini già esistenti, è possibile procedere come segue:

- Rielaborare l'immagine in Seller Central tramite → Gestisci il tuo inventario → (nella pagina del prodotto) Azioni → Modifica dettagli → Immagini
- In alternativa è possibile modificare il Flatfile e successivamente caricare le righe dei prodotti interessati con le nuove immagini.
- In caso di problemi contattare l'assistenza alla vendita .

Prodotti disponibili in diverse configurazioni (varianti)

Per agevolare la ricerca da parte del cliente, tutte le varianti/configurazioni di un prodotto vengono mostrate direttamente sulla pagina descrittiva del prodotto. La rappresentazione delle varianti può differire a seconda della linea di prodotto. In presenza di varianti, le recensioni dei clienti vengono raggruppate all'interno delle varianti del prodotto, ossia vengono visualizzate le stesse recensioni per tutte le varianti/configurazioni di un prodotto. Per questo è importante inserire solo varianti di prodotti che si differenzino per un solo attributo, ad es. colore o dimensioni. Ad esempio non è consentito inserire una variante in caso di prodotti diversi di uno stesso marchio, ad es. shampoo per capelli e balsamo della stessa marca.

Le varianti sono sempre composte da due componenti:

1. Un articolo principale (= articolo superiore, "Parent"):
Questo prodotto non è acquistabile sul sito, non contiene informazioni su quantità, prezzo o codice a barre. All'articolo principale vanno comunque attribuite un'immagine e una descrizione prodotto per consentire il caricamento delle varianti. Il titolo deve essere generale.
2. Uno o più articoli collegati (= "Child"):
Solo questi articoli possono essere acquistati dai clienti. A ogni singolo prodotto devono essere associati immagini, prezzi, tempi di consegna ecc. Ogni singolo articolo deve avere un proprio codice a barre (EAN, UPC). Non è possibile rappresentare tutte le varianti con un solo codice a barre. Allo stesso modo è necessario che gli attributi (ad es. dimensioni o colore) vengano riportati nella rispettiva variante nel titolo dell'articolo subordinato, ad es. 70 cm. In seguito tale informazione verrà visualizzata sia nella conferma d'ordine del cliente sia nel report sull'ordine in Seller Central.

La colonna Parentage indica se uno SKU rappresenta l'articolo principale ("Parent") oppure un articolo ad esso collegato ("Child"). Per quanto riguarda le varianti di prodotto, la colonna ParentSKU indica lo SKU dell'articolo principale. La colonna RelationshipType indica la relazione con l'articolo principale. Nel caso delle varianti, essa è sempre "Variation". La colonna VariationTheme descrive più il tipo di variante, ad es. "Size" (= dimensioni), "Color" (= colore), "Size/Color" (= dimensioni e colore). In fase di inserimento, assicurarsi di inserire la correlazione corretta. Se si tratta di un articolo "Child" appartenente a una gamma di varianti, inserire lo SKU dell'articolo "Parent" corrispondente.

Dettagli/caratteristiche del prodotto (Bullet Points - elenco puntato/Highlights - caratteristiche principali)

Gli highlights (caratteristiche principali) del prodotto riportati sulla pagina di dettaglio forniscono al cliente maggiori informazioni sul prodotto per orientare la sua decisione di acquisto. Di seguito alcune linee guida utili per completare gli highlights:

- Descrivere le cinque caratteristiche fondamentali dell'articolo
- Mantenere coerenza nella presentazione dei prodotti del proprio catalogo. Se la prima caratteristica descrive il gusto del prodotto è consigliabile mantenere lo stesso ordine anche per gli altri prodotti del proprio catalogo
- Ripetere le informazioni importanti contenute nel titolo e nella descrizione
- Iniziare ogni highlight (caratteristica principale) con una lettera maiuscola
- Scrivere per esteso tutti i numeri
- Se gli highlights (caratteristiche principali) si compongono di più frasi, separare le frasi con punto e virgola
- Abbreviare come segue le unità di misura (come ad es. millilitri o centimetri):
 - Metri: m
 - Decimetri: dm

- Centimetri: cm
- Millimetri: mm
- Litri: l
- Decilitri: dl
- Centilitri: cl
- Millilitri: ml

- Evitare segni d'interpunzione come trattini, simboli, punti e punti esclamativi. Indicare caratteristiche il più possibile identificative del prodotto
- Non inserire informazioni relative a prezzi o di natura pubblicitaria
- Non inserire informazioni sulla spedizione e sull'azienda. E' possibile inserire queste informazioni in altri campi dedicati
- La descrizione aiuta i clienti a valutare il prodotto, per cui lacune, errori o inaccurately potrebbero effetti negativi sulla soddisfazione del cliente

Descrizione del prodotto

La descrizione del prodotto consente di fornire una descrizione testuale dettagliata del prodotto. Questo campo permette di illustrare nel dettaglio le caratteristiche del prodotto. Una descrizione dettagliata dell'articolo aiuta il cliente a valutare meglio il prodotto. Nella descrizione è inoltre possibile inserire informazioni generali sul produttore o sul marchio del prodotto così come informazioni sul processo di produzione.

Si

- ✓ Utilizzare questo campo per descrivere l'articolo più nel dettaglio, utilizzando frasi complete senza limitarsi ai punti chiave.
- ✓ Descrivere le caratteristiche che caratterizzano il prodotto.
- ✓ Non utilizzare grassetto, corsivo o altri formati sociali.
- ✓ Mantenere uno stile neutro (non scrivere "garantiamo", ma ad es. "[il marchio] garantisce")
- ✓ Descrivere il prodotto.

No

- ✗ Non lasciare vuoto il campo: in questo modo si spreca l'opportunità di fornire informazioni utili per comprendere meglio le caratteristiche del prodotto
- ✗ Non citare dettagli specifici del venditore o dell'offerta (ad es. prezzi o spedizione), poiché la descrizione del prodotto è unica per tutti i venditori, perciò deve contenere solo informazioni generali
- ✗ Non utilizzare abbreviazioni né caratteri speciali, non scrivere in stampatello
- ✗ Non utilizzare espressioni a effetto quali ad es. "NOVITÀ MONDIALE" né formattazione HTML, impaginazioni particolari o enumerazioni

Modifica della descrizione del prodotto: Se si desidera modificare una descrizione di un prodotto già esistente, è possibile procedere come segue:

- Rielaborare la descrizione del prodotto in *Seller Central* tramite → *Gestisci il tuo inventario* → (nella pagina del prodotto) *Azioni* → *Modifica dettagli* → *Descrizione*
- In alternativa è possibile modificare il *Flatfile* e successivamente caricare le righe dei prodotti interessati con la nuova descrizione del prodotto.
- In caso di problemi contattare [l'assistenza alla vendita](#).

Chiavi di ricerca ("SearchTerms")

Gli articoli per i quali vengono inserite chiavi di ricerca possono essere più facilmente trovati dai clienti. Le chiavi di ricerca non devono essere parole già contenute nel titolo del prodotto né nel nome del produttore o del marchio, poiché questi elementi vengono già considerati dal motore di ricerca. L'inserimento di chiavi di ricerca pertinenti rispetto al prodotto consente inoltre di migliorare anche i risultati della ricerca su motori di ricerca esterni ad Amazon.it.

Non è consentito inserire marchi diversi da quelli che contraddistinguono il prodotto come chiavi di ricerca

Si

- ✓ Utilizzare tutti i campi disponibili, l'ideale è max. 50 caratteri per ogni campo.

No

- ✗ Ripetere il marchio o elementi del titolo (riconosciuti in automatico)

- ✓ Dividere le singole parole con virgole e le parole doppie con uno spazio vuoto (ad es. set per San Valentino)
- ✓ Utilizzare denominazioni, sinonimi o definizioni che descrivono il prodotto e che **non compaiono ancora nel titolo**
- ✓ Parole inerenti al prodotto o al marchio
- ✓ Utilizzare denominazioni locali e di uso comune
- ✓ Utilizzare chiavi di ricerca per le varianti del prodotto
- ✗ Errori di ortografia o forma plurale (i nostri programmi di ricerca riconoscono queste chiavi)
- ✗ Aggettivi soggettivi quali unico, indimenticabile ecc.
- ✗ Chiavi troppo vaghe e generiche, ad es. profumo
- ✗ Chiavi attribuite alla concorrenza (nomi di prodotti, marchi)
- ✗ Riferimenti temporali e al prezzo (ad es. conveniente, novità)
- ✗ Inserire il nome del venditore.

L'utilizzo come chiavi di ricerca di attributi falsi o fuorvianti, così come di marchi o produttori terzi non è consentito e può determinare la rimozione delle offerte e/o la sospensione dell'account.

Esempio di contenuti idonei per pagine descrittive

<i>Titolo contenente il marchio del prodotto</i>
<i>Immagini prodotto con sfondo bianco e che rappresentano solo l'articolo che viene effettivamente venduto.</i>
<i>Highlights (caratteristiche principali) pertinenti aiutano il cliente a prendere una decisione sull'acquisto</i>
<i>Informazioni relative a prezzo, disponibilità, spedizione e azienda inserite nelle sezioni dedicate e non nella descrizione del prodotto</i>