

Ce guide a pour objectif de vous aider à créer votre catalogue de manière efficace et de maximiser votre chiffre d'affaires.

Votre succès sur Amazon.fr dépend largement de la qualité et de la conformité de votre page produit. Les produits avec des informations correctes et détaillées ainsi que des titres et images conformes sont plus visibles pour le client et seront ainsi vendus plus souvent.

Pour le bien de tous nos clients et vendeurs sur Amazon, nous prenons la qualité des données sur notre site très au sérieux. Merci de lire les instructions suivantes afin de comprendre nos exigences vis-à-vis de nos vendeurs. Le respect de ces règles est une condition afin de pouvoir vendre dans cette catégorie, et leur non-respect peut entraîner la suspension de votre compte.

Voici les liens utiles vers les pages d'aide de Seller Central:

- [La dernière version de ce guide](#)
- [Guide de l'arborescence pour la classification](#)
- [Modèle de fichier de stock](#)

Sommaire

A. Titres	2
1. Le contenu des titres.....	2
2. La construction du titre.....	2
3. Exemples de titres.....	3
B. Images	3
1. Les différents types d'images.....	3
2. Prérequis pour les images.....	4
3. Présentation et mise en scène du produit.....	4
C. Améliorer sa visibilité	5
1. Le nœud d'arborescence (browse node)	5
2. Filtres de recherche	6
3. Marque.....	6
4. La description du produit.....	7
5. Mots clés de recherche	7
D. Les variations	8
E. Annexe : Images exemplaires de la catégorie Bijoux	9

A. Titres

Un bon titre met en confiance l'acheteur

Le titre du produit est la première information factuelle sur le produit et représente une opportunité de convaincre le client de votre professionnalisme et de votre performance. Les titres doivent suivre une structure fixe définie par Amazon et doivent rester courts et précis. (Voir point 2 – construction du titre).

Rappelez-vous que chaque produit n'a qu'une page produit sur Amazon, même si plusieurs vendeurs proposent des offres. Ainsi les titres ne doivent **jamais** contenir des informations qui ne sont valables que pour un seul vendeur. Le non-respect de ce principe peut entraîner la suppression de votre article.

1. Le contenu des titres

✓ Correct

- ✓ Orthographe correcte (ne pas tout écrire en majuscule ou minuscule)
- ✓ N'écrivez pas les chiffres (« 2 » au lieu de « deux »)
- ✓ Veillez à ce que le titre soit court tout en intégrant les informations importantes
- ✓ Le titre de l'ASIN parent ne doit pas dépasser les 60 caractères
- ✓ Le titre doit être en français
- ✓ Si vous proposez un lot, indiquez le nombre d'articles dans le titre (« lot de trois »)

✗ Incorrect

- ✗ Tout en majuscules ou minuscules, chiffres écrits
- ✗ Titre trop long ou contenant des mots clés de recherche (« cadeau », « fête des mères », etc)
- ✗ Titre contenant des prix
- ✗ Titre contenant des symboles comme :, / !, ?, *, €, « »
- ✗ Titre contenant des éléments subjectifs ou spécifiques à un vendeur : « Sexy », « Best Seller », « livraison gratuite » « en soldes », « promotion », « bon prix » etc.

Il est capital, d'un point de vue légal, de décrire précisément le produit. Par exemple, si le bijou est contient du métal précieux, indiquez-le avec le titre et le poids (voir détails ci-dessous), mais ne dites pas « argent » s'il s'agit d'un bijou de couleur argent simplement. Idem pour les noms de pierres précieuses, comme par exemple « améthyste », ne les utilisez pas pour décrire un style ou une couleur.

2. La construction du titre

Le format des titres pour la catégorie Bijoux sur Amazon est normé ainsi :

- a) **ASIN Parent** (article regroupant les ASINs enfants (variations), ne peut être vendu seul) :

[Marque] - [Gamme] - [Type de Bijoux] [Genre] - [Matière] – [autres précisions]

Exemple: Miore - MA950ZRP56 - Bague Femme Or Blanc 375/1000 (9 carats) 1.25 gr - Saphir

- b) **ASIN enfant** (article subordonné, variation de taille par exemple) :

Pour les ASINs enfants, rajoutez la taille et/ou le type de variation si existant (type métal, poids diamant, taille perle, etc) :

[Marque] - [Gamme] - [Type de Bijoux] [Genre] - [Matière] – [autres précisions] – [Taille]

Exemple 1: Miore - MA950ZRP56 - Bague Femme Or Blanc 375/1000 (9 carats) 1.25 gr - Saphir - T 56

Exemple 2: Miore - MA950ZRP56 - Bague Femme Or Blanc 375/1000 (9 carats) 1.25 gr - Saphir - T 54

3. Exemples de titres

Bracelet :

- Miore - M0632W - Bracelet Femme - Or Blanc 750/1000 (18 carats) 12.88gr - Diamant 0.23ct - 18.3 cm
- Extravaganza - 344060044 - Bracelet Homme - Acier Inoxydable - Caoutchouc - 22 cm
- Oxbow - W51236M - Nomad Spirit - Bracelet Homme - Acier Inoxydable - Cuir Tressé Marron - 21.5 cm

Collier :

- Nature d'Ambre - 3170554 - Collier Femme - Câble 3 Rangs - Ambre 4g - Fermoir Argent 925/1000 - 42cm
- Hello Kitty - K4C008N - Collier Fille - Cordon Coton Noir - Pendentif Métal Doré - Oxyde de Zirconium – Noir

Bague :

- R&T - 70091T54 - Bague Femme - Argent 925/1000 1.81 gr - Oxyde de Zirconium - Blanc - T54

Charms :

- s.Oliver - 322409 - Charms Femme - Argent 925/1000 - 1.2 gr - Oxyde de Zirconium - Fer à cheval

Chaîne :

- Miore - CHNV9W - Chaîne Femme - Or Blanc 375/1000 (9 carats) - 1.1 gr - 45 cm

B. Images

Les images de bonne qualité et conformes au standard Amazon sont indispensables pour vendre correctement

L'image est l'élément prédominant dans l'e-commerce. Une bonne résolution, une qualité professionnelle et une multitude d'angles de vue sont les facteurs les plus importants dans la décision d'achat du client. Les produits avec moins d'images, de moindre qualité ont une conversion plus faible et finissent par descendre dans les résultats de recherche.

La résolution minimale est de 500x500 Pixels – mais de 1000x1200 pour bénéficier de la fonction zoom sur la photo. De plus, il est fortement recommandé de télécharger plusieurs vues d'angles différents. Le non-respect de nos standards d'images peut entraîner la suppression de l'article.

1. Les différents types d'images

Sur Amazon, plusieurs images peuvent être montrées par produit. Au minimum nous exigeons une image principale pour chaque ASIN parent et enfant. Nous recommandons fortement d'ajouter des images secondaires de haute résolution. Vous avez la possibilité d'utiliser 3 types d'images pour présenter votre produit :

ASIN image principale: obligatoire

Images secondaires: Ces images présentent les différentes vues du produit. Vous pouvez en télécharger jusqu'à 8 différentes par produit

Image principale

Diamond Manufacturers - Bague de fiancailles avec diamant Rond Femme - Or blanc 750/1000 (18 cts) - Diamant 0.30 ct
de [Diamond Manufacturers](#)
[Soyez la première personne à écrire un commentaire sur cet article](#)
Taille de la Bague:
45.5

Prix: ~~EUR 3.332,00~~
Nouveau Prix : **EUR 1.000,00**
Économisez : **EUR 2.332,00 (70%)**

Il ne reste plus que 3 exemplaire(s) en stock.
Expédié et vendu par [Diamond Manufacturers](#).

Images secondaires

2. Prérequis pour les images

Obligatoire	<ul style="list-style-type: none">• Chaque produit doit obligatoirement avoir une image principale pour le parent et tous les enfants• Chaque image principale doit être sur fond 100% blanc• L'image doit montrer uniquement le produit à vendre• Le produit entier doit être visible dans l'image (aucune partie ne doit être coupée)• La couleur doit correspondre à la couleur en vente• La taille minimale est 1000x1200 Pixels pour activer le Zoom
Recommandé	<ul style="list-style-type: none">• Photo du produit de haute qualité• Taille de 1300x1500 Pixels, à partir de laquelle la fonction « Mouse Over Zoom » sera activée
Interdit	<ul style="list-style-type: none">• Mannequin plastique ou bijoux porté sur les images principales• Produits sans image ou avec des images de substitution (ex. « pas d'image disponible »)• Les images principales ne doivent pas être en noir et blanc• Des illustrations à la place d'une photo• Aucune image ne doit contenir de texte, des cadres, des logos, des étiquettes, des symboles ou des filigranes• Il est interdit de présenter plusieurs produits dans une photo (sauf les lots)

Veillez vous référer à l'annexe pour des exemples d'images.

3. Présentation et mise en scène du produit

La mise en scène :

- Un seul bijou par photo
- Pas de mannequin plastique, humain ou de support
- Les images secondaires peuvent être prises sous différents angles

✓ **Correct**



✗ **Incorrect**



C. Améliorer sa visibilité

Les produits créés avec des données correctes et complètes seront trouvés facilement par le client et se vendront ainsi plus souvent

Au-delà des titres et des images, votre succès sur Amazon dépend également de la qualité des informations présentes sur la page produit. Plus il y a d'information et plus le produit sera facilement trouvé, cela s'applique notamment pour le type de métal, type de pierre... Vous trouverez des informations détaillées sur les attributs requis dans le modèle de fichier de stock : [Modèle de fichier de stock](#)

Les règles de base pour augmenter la visibilité :

- Assignez toujours le nœud d'arborescence le plus précis possible; n'utilisez jamais un nœud générique comme « Bijoux »
- La description du produit doit remplacer le dialogue de vente, et permet d'augmenter les ventes et de réduire le taux de retour : Ecrivez un texte courant se basant sur les informations officielles du fabricant. Cette description fait partie des informations référencées dans l'algorithme de recherche du site
- Les mots clés de recherche font apparaître vos produits lors d'une recherche libre (voir paragraphe 5 ci-dessous)

1. Le nœud d'arborescence (browse node)

L'arborescence est comparable aux rayons d'une boutique et permet de ranger un produit dans le catalogue d'Amazon

Chaque rayon correspond à un numéro de nœud dans le [Guide de l'arborescence pour la classification](#). Si vous n'indiquez pas de nœud, votre produit ne peut être trouvé.



Boutique

Bijoux

- Accessoires (38 096)
- Bagues (30 837)
- Bijoux de corps (29 571)
- Boite à bijoux (1 219)
- Boucles d'oreilles (42 494)
- Boucles d'oreilles clips (2 041)
- Boutons de col (19)
- Boutons de manchette (5 803)
- Bracelets (73 014)
- Charms (24 132)
- Colliers (64 823)
- Drops (4 317)
- Parures (2 237)
- Pendentifs (57 938)
- Épingles de cravate (48)

- ✓ Utilisez toujours la dernière version du guide d'arborescence
- ✓ Assignez un seul nœud à chaque produit. Identifiez la meilleure catégorie. Choisissez un nœud affiné, identifiable par sa couleur noire dans le guide, et non grisée. Indiquez ce numéro dans le champ « recommended browse node » de votre fichier de stock.
- ✓ Si vous avez un doute lors de la classification, allez sur le site et recherchez un produit similaire au vôtre et vendu par Amazon, vérifiez ensuite dans quelle catégorie il a été rangé. Il existe également un [outil de classification](#) qui peut vous aider à faire ce travail. Vous trouverez les instructions [ici](#).

Nœuds d'arborescence

2. Filtres de recherche

Pour rechercher un produit, les clients peuvent taper directement le nom du produit dans la barre de recherche ou utiliser les filtres présents sur la gauche du site. A chacun de ces filtres correspond un champ dans le fichier d'inventaire. Si vous ne les complétez pas, vos produits n'apparaîtront pas dans les résultats de recherche lorsqu'un client cliquera sur l'un de ces critères, et par conséquent vous aurez un chiffre d'affaires inférieur à ce que vous pourriez réellement vendre.

Les principaux filtres utilisés:

<p>Type de bijoux Joaillerie (284 570) Bijoux Fantaisie (328 509)</p> <p>Département Femmes (374 542) Hommes (40 741) Enfants (14 211) Mixtes (66 666)</p> <p>Type de métal Acier (37 156) Argent (112 584) Or blanc (44 816) Or jaune (51 829) Plaqué or (9 657) › En voir d'autres...</p> <p>Type de pierre Diamant (53 111) Oxyde de Zirconium (21 754) Perle (5 528) Saphir (8 339) Topaze (5 564) › En voir d'autres...</p>	<p>Le filtre « Type de Bijoux » (feed_product_type) :</p> <p>Il est basé sur le type de produit que vous renseignez en fonction de la nature du bijou. Les types des produits FineEarring, FineNecklaceBraceletAnklet, FineOther, FineRing s'affichent en « Joaillerie » et sont réservés aux bijoux en métal précieux ou aux pierres précieuses (Or, Argent, Platine, Diamant, Rubis, Perles...) et avec un prix supérieur à 50€. Les autres types de produits seront affichés en Bijoux Fantaisie, notamment les bijoux avec un prix plus faibles et fabriqués avec des matériaux moins onéreux (ex : plaqué or, cuir, synthétique).</p> <p>Le filtre « Département » (target_audience_keywords) :</p> <p>Afin d'aider les clients à se repérer dans la boutique Bijoux, il est fortement recommandé d'ajouter la Cible en choisissant une valeur valide pour ce champ.</p> <p>Les filtres « Type de métal » (metal_type) et « Type de pierre » (Gem_type)</p> <p>Avec le type de bijoux, ce sont les filtres les plus importants. Vous pouvez choisir parmi une liste de 39 métaux et 86 pierres différentes. Ils permettent d'affiner rapidement une recherche en fonction du type de métal ou de pierre voulue et de ne pas avoir à choisir parmi tous les produits de la catégorie Bijoux.</p>
--	---

Il est conseillé de mettre le plus d'information possible dans le flux de produit pour Amazon.fr pour profiter de l'affichage dans le descriptif technique juste en dessous de l'image principale. De plus, en fonction de votre produit, il y a des filtres supplémentaires qui peuvent être activés sur le site, comme notamment pour les diamants et pour les perles. Les filtres et leurs valeurs valides évoluent constamment. Nous vous conseillons de vérifier régulièrement l'affichage actuel sur Amazon.fr ainsi que de vérifier sur Seller Central que vous avez la dernière version du fichier de stock, et, le cas échéant, la télécharger pour mettre à jour votre catalogue avec les nouvelles valeurs. La liste complète des champs optionnels se trouve dans le fichier de stock dans l'onglet « définition des intitulés ».

3. Marque

Le champ « Marque » permet de trouver les produits plus facilement pour les clients qui effectuent des recherches via la barre de recherche Amazon, mais aussi pour le référencement de vos produits sur les moteurs de recherche externes. Il est important de respecter l'orthographe de la marque afin que votre produit soit assimilé à celle-ci. Dans le cas où votre produit n'aurait pas de marque, vous pouvez indiquer votre nom de vendeur dans ce champ. La marque ne doit pas être écrite entièrement en majuscule.

4. La description du produit

La description du produit permet de rédiger une description détaillée du produit sous forme de texte courant et remplace le dialogue de vente. Vous pouvez publier ici des informations générales sur la marque ou des informations concernant le style ou la fabrication.

✓ Correct

- ✓ Utilisez ce champ pour décrire l'article en détail et pour le différencier d'autres articles similaires
- ✓ Décrivez les caractéristiques uniques du produit avec la marque, le métal, les numéros de modèle ou série
- ✓ Faites des phrases entières, pas de liste

✗ Incorrect

- ✗ Ne laissez pas le champ libre, vous perdez une chance de convaincre le client
- ✗ Ne mentionnez pas de détails spécifiques à un vendeur ou une offre parce que la description est affichée pour tous les vendeurs du même produit et doit être valable pour tous.

5. Mots clés de recherche

Souvent, le titre et les filtres existants ne suffisent pas pour décrire tous les aspects de votre produit. Ces informations supplémentaires peuvent donc être indiquées comme mots clés de recherche. Utilisez les tendances, les coupes, les matières, les détails et les occasions afin d'augmenter la visibilité de vos produits. Le titre étant déjà référencé comme terme de recherche, il n'est pas nécessaire de répéter ces informations dans les mots clés de recherche. En revanche il est interdit d'intégrer des mots clés de recherche dans le titre.

✓ Correct

- ✓ Utilisez tous les champs disponibles
- ✓ Séparez les mots avec une virgule, les expressions avec un espace
- ✓ Utilisez des mots qui décrivent votre produit et qui ne sont **pas déjà dans le titre**
- ✓ Utilisez les matières, les dessins ou imprimés (ex. silicone, cœur fendu...)
- ✓ Détails ou accessoires du produit (ex. strass, à boucle,...)
- ✓ Tendances (ex. années 50, fluo, rock, safari, vitaminé, etc.)
- ✓ Occasions (ex. mariage, soirée cocktail, fiançailles, etc.)
- ✓ Synonymes (mariée/mariage, soirée/bal, fête/festif/événement/cérémonie)

✗ Incorrect

- ✗ Ne pas répéter les informations du titre – ils sont déjà référencés pour la recherche
- ✗ Ne pas utiliser des fautes d'orthographe ou des pluriels, ils sont déjà couverts par notre algorithme de recherche.
- ✗ Ne pas utiliser des adjectifs subjectifs comme « joli », « disponible » etc
- ✗ Ne pas utiliser de mots trop génériques, ex. « pull »
- ✗ Ne pas mentionner votre nom de vendeur
- ✗ Ne pas mentionner des attributs mensongers (métal, diamant, noms de grandes marques ou concurrents) – un abus peut entraîner la suspension de votre compte

D. Les variations

Pour créer une variation, il faut créer un produit dit « parent », sans taille, auquel seront rattachés tous les « enfants », c'est à dire toutes les déclinaisons possibles. Toutes les variations concernant la même référence doivent être ajoutées sur la même page produit.

Exemple :



Ici le produit parent est une bague femme, et les déclinaisons sont toutes les tailles disponibles pour ce bijou (6 tailles au total). Toutes les tailles ont été créées via des variations sur la même page produit. Il est important de rattacher toutes les variations au même produit « parent » car:

- Le client peut rapidement connaître toutes les tailles disponibles sans changer de page produit. La navigation sera plus fluide et l'achat sera plus facile.
- De plus, à chaque visite d'un client sur une des pages enfant (quel que soit la taille), l'ensemble des vues sera comptabilisé sous le produit « parent ». Vous multipliez ainsi vos chances de vente parce que le nombre de vues d'un produit parent est un des critères pour ressortir en haut dans les résultats de recherche.

Il existe différents types de variations en Bijoux :

- **Length** => Longueur : qui permet d'indiquer la longueur d'un bracelet ou d'un collier par exemple
- **Length-SizePerPearl** => Longueur –Taille des perles : qui permet d'avoir une double variation sur la taille du bijou et également sur la taille des perles présentes sur le bijou
- **Length-TotalDiamondWeight** => Longueur- Poids de la pierre : qui permet d'avoir une variation sur la longueur du bijou et le poids de la pierre (le poids de la pierre s'exprime en carat)
- **MetalType** => Type de métal : qui permet d'indiquer le type de métal utilisé
- **MetalType-SizePerPearl** => Type de métal-Taille des perles : qui permet une double variation sur le type de métal et la taille des perles
- **MetalType-TotalDiamondWeight** => Type de métal et poids de la pierre : qui permet une double variation sur le type de métal et le poids de la pierre (le poids de la pierre s'exprime en carat)
- **SizePerPearl** => Taille des perles : qui permet d'avoir uniquement des variations sur la taille d'une perle quand celles-ci sont vendues seules
-
- **TotalDiamondWeight** => Poids de la pierre : qui permet d'indiquer le poids de la pierre dans le cas la pierre est vendue seule. Le poids d'une pierre s'exprime en carat.

E. Annexe : Images exemplaires de la catégorie Bijoux

Merci d'utiliser ces images comme référence

Bagues :



Bracelet :



Charms :



Parures :



Boite à bijoux :



Colliers :



Piercings :



Boucles d'oreilles :



Accessoires :



Boutons de manchette :

