



Guide de création de Pages Produits pour Amazon.fr

Jeux & Jouets – Bébés & Puériculture

Les informations que vous référencerez sur notre site seront visibles par nos clients sur la page détaillée de chaque produit.

La qualité des données dans notre catalogue et la qualité de la classification des produits sur Amazon.fr est le facteur qui assure un fort trafic, la fidélité de nos clients et des taux de conversion page vue/vente.

En effet, comme les clients ne peuvent pas «voir», ni toucher le produit, les informations que vous leur communiquerez sont déterminantes dans leur décision d'achat. Elles permettent aussi de réduire les retours produits de la part de clients mal ou trop peu informés.

De plus, l'information de chaque page produit est prise en compte par les moteurs de recherche. Ainsi, les pages produits ayant le meilleur contenu seront plus facilement repérables par les clients.

Tout le contenu que vous ajouterez, le degré de précision dans le choix des termes et le fait de les insérer dans les champs appropriés impacte directement vos ventes futures.

Pour référencer vos produits sur Amazon.fr, vous devez remplir un Fichier de Mise en Vente téléchargeable depuis votre compte Vendeur Seller Central (Onglet Stock / Fonctions avancées / Chargement du Fichier de Stock).

Cette étape peut s'avérer longue la première fois, mais est primordiale pour que les clients trouvent, sélectionnent et achètent vos produits.

Contenu & images de qualité = Volume de ventes maximisé

Nous vous suggérons d'ouvrir votre Fichier de Mise en Vente « Jeux & Jouets – Bébés / Puériculture », d'imprimer ce Guide de création de Pages Produits et de lire attentivement ce dernier, afin d'avoir toutes les indications pour saisir vos informations dans les bonnes colonnes.

Titre / Dénomination Produit („product-name“)

Le titre du produit doit décrire le produit de manière courte et claire. Il est primordial pour que les clients puissent trouver facilement les produits qu'ils recherchent, notamment par les moteurs de recherche.

C'est pourquoi nous vous recommandons d'appliquer le format suivant :

1) Produits de marque :

- **[Marque] + [Nom du Produit] + [Informations Complémentaires Principales]**
- Silverlit - Picoo-Z - Véhicule radio commandé -
- Disney – Peluche Remy Ratatouille - Hauteur 20cm - Ultra doux
- Mattel - Peluche Popples Friendly Pop
- Tigex - 8 gobelets empilables – Jouets de bain - 0 à 6 mois
- Bébé Confort - Poussette Loola Full - Optic Chocolate
- Mattel - Poupée Barbie - Princesse Erika + Tenue

2) Sans marque (Produit Générique): ne renseignez JAMAIS un nom de marque s'il n'existe pas.

Appliquez le format suivant :

[Nom du Produit] + [Informations Complémentaires Principales]

Maison de poupée en bois – XV55 – Réalisation artisanale en bois de pin

Règles générales:

- Utiliser des majuscules et des minuscules de la façon suivante : n'écrivez pas « DISNEY » mais « Disney », « POUSETTE » mais « Poussette ». Cela vaut aussi pour les descriptions et puces. (pour le titre : 1^{ère} lettre de chaque mot en majuscule, le reste en minuscule)
- Le titre ne doit inclure qu'une brève description du produit. Toute information complémentaire, sur l'entreprise, le prix, liens internet ou la livraison, ne doivent pas y être inclus. (Évitez „Soldes“ ou encore „jusqu'à épuisement des stocks“)
- Tout titre ou description produit doivent être en Français, et bien orthographiés.

Type de produit – Sous-catégorie (Product_Type)

Spécifiez la sous-catégorie de chaque article par les termes appropriés dans la colonne **Product_Type** (= type de produit) de votre Fichier de Mise en Vente pour que toutes les informations apparaissent sur le site.

Les données à inscrire doivent être des données spécifiques, des «valeurs valides». Voici un exemple de classification Amazon.fr des différents types de produits par catégorie et sous-catégorie :

Exemples de produits à insérer	Sur Amazon.fr, vos produits apparaîtront dans ces catégories :	Dans le fichier de mise en vente, spécifier la sous-catégorie dans la colonne Product_Type en choisissant une des «valeurs valides» suivantes.
Jeux de cartes, jeux de société, jeux de plateau	Jeux & Jouets	ToysAndGames
Figurines, poupées, radio commandes		
Trottinette, skate board		
Déguisements, imitations		
Tous les articles relatifs aux bébés et à la puériculture (y compris les jouets premier âge)	Puériculture & Bébé	BabyProduct
Articles liés à la maternité	Puériculture & Bébé	BabyProduct

Produit Parent & Produit Enfant (child) – Colonne Parentage

Si vous voulez vendre un produit qui existe en différentes modèles (tailles, couleurs), il faut créer des « variations produits ».

La variation d'un produit, dans la colonne **Parentage** comprend les deux éléments (ou les valeurs valides) suivants :

- **Parent** – Le produit «parent» est la racine de la page produit. Il n'est pas à vendre, mais son information est nécessaire pour afficher les produits «child» dérivés (taille, couleur, taille et couleur). Pour le «parent», dans le Fichier de Mise en Vente :
 - Ne pas ajouter de code barre, de prix, ni de quantité
 - Ajouter des images et des informations sur le produit tel qu'une description, des variations ou attributs du produit qui lui sont assignés
 - Pour ce qui est du titre, le produit «parent», doit être très général et sans référence aux variations (ex : **Amazon – Gilet bébé maille chenille**)
- **Child** – Le produit «child» (enfant) représente le produit que vous voulez vendre. Chaque produit «child» a son propre prix, niveau de stock, images etc. Le titre du produit «child» doit comprendre les variations d'attribut tels que couleur et/ou taille du produit (ex: **Amazon – Gilet bébé maille chenille - Bleu – 0-6 mois**). Le titre du «child» est l'information que voit le client quand il sélectionne son produit. Si les spécificités sur la variation ne sont pas ajoutées dans le titre, elles ne seront plus visibles par le client une fois la commande passée.

Lorsque vous créez une variation parent/enfant, assurez-vous que les informations saisies sont correctes.

- La colonne **parentage** (lien de parenté entre produits) vous permet de définir si un sku (produit) représente un parent ou un de ses enfants (child).
- La colonne **parent-sku** permet de lier le parent et les enfants. Il faut donc noter en face de chaque enfant (child), le SKU du parent.
- La colonne **relationship-type** permet de lier les enfants à leur parent (exemple : inscrire «Variation» ou ne rien mettre). Ce champ ne doit être rempli que pour les enfants.
- La colonne **variation-theme** précise la nature de la variation entre le parent et les enfants. Ce champ doit être rempli pour le parent et les enfants.
- La colonne **color-map** permettra à votre produit d'être inclus dans notre outil de recherche avancée par couleur. Ce champ est obligatoire si vous fournissez une valeur pour le champ "color".
Référez-vous à la liste de couleurs dans l'onglet "Valeurs Valides" du Fichier de Mise en Vente et sélectionnez celle qui se rapproche le plus de la couleur de votre produit.
- L'exemple ci-dessous détaille une double variation basée sur la taille et la couleur du produit.

Exemple de variation parent / enfant dans le Fichier de Mise en Vente

1	TemplateType=Beauty						
2	sku	parentage	parent-sku	relationship-type	variation-theme	size	color
3	03AMZNCOSM01-P	parent			SizeColor		
4	03AMZNCOSM01-21	child	03AMZNCOSM01-P	Variation	SizeColor	10 CM	Rouge
5	03AMZNCOSM01-22	child	03AMZNCOSM01-P	Variation	SizeColor	15 CM	Bleu

NB : Les valeurs valides à inclure dans les colonnes **Product_Type, Relationship, Parentage** et **Variation_Theme** doivent être sélectionnées parmi les valeurs valides inscrites dans l'onglet « Définitions des Intitulés ».

Des informations et exemples détaillés concernant les variations figurent dans le Fichier de Mise en Vente.

Détails / Caractéristiques du produit („BulletPoints“)

Vous pouvez entrer jusqu'à 5 puces/tirets afin de mettre en avant les principaux bénéfices et fonctionnalités du produit (bullet points). Cela vous permet de donner plus de visibilité aux caractéristiques distinctives du produit pour le client.

Restez concis : Assurez-vous que chaque puces ne dépasse pas une longueur de 15 mots.

Exemple :

- *Type de jeu : Adultes*
- *Origine du produit : Chine*
- *Contenu du jeu : 102 lettres bois + 4 chevalets + 1 sac velours + 1 livret de jeu + 1 plateau de jeu tournant*

Toute information complémentaire, sur l'entreprise, le prix, liens internet ou la livraison, ne doivent pas y être inclus.

Description du produit

La colonne **Description** vous permet de détailler tous les attributs et fonctionnalités de votre produit.

N'hésitez pas à y noter un maximum d'information de manière claire, ce qui permettra aux clients de prendre des décisions d'achat éclairées.

Vous pouvez utiliser des codes HTML de formatage simple uniquement. Ex:
 , mais pas de liens ni d'images.

Notez que plus un produit est cher, plus il est important d'ajouter une description précise.

Toute information complémentaire, sur l'entreprise, le prix, liens internet ou la livraison, ne doivent pas y être inclus.

Voici un exemple :

Description du Produit

Jungle speed est un jeu poilant qui vous permettra de mesurer vos réflexes et votre vivacité. Chacun possède des cartes dont il devra se débarrasser pour emporter la partie tandis qu'un totem de bois trône au centre de la table. A chaque tour, on retourne des cartes, si deux cartes sont semblables, les joueurs concernés doivent saisir le plus promptement possible le totem, et le plus rapide refile alors ses cartes à son infortuné adversaire. Pour corser la difficulté, il existe des cartes pratiquement semblables qui peuvent tromper les joueurs et d'autres qui forceront tous les joueurs à intervenir.

Attributs spécifiques à certaines catégories de produits

Certains jouets nécessitent des informations produits précises (radio-commandes, poussettes bébé...).

Nous avons donc créé des champs spécifiques afin de donner une meilleure visibilité aux données associées aux produits.

Ces informations sont capitales, elles interviennent dans le processus de recherche du client (recherches avancées par personnage, par thème, par type de matériel...) et dans sa décision d'achat.

Afin que vos produits bénéficient de nos outils de recherche avancée, nous vous encourageons vivement à **renseigner les attributs suivants** si vous proposez des produits dans les catégories **concernés** :

<u>Tous les produits</u> Age minimum recommandé par le fabricant Age maximum recommandé par le fabricant Nombre de pièces	<u>Licences</u> Personnage	<u>Radio-commandes</u> Télécommande incluse Type de radio-commande Fréquence Nombre de canaux Nombre de directions
<u>Maquettes & Modélisme</u> Echelle	<u>Puzzles</u> Thème	Type de moteur Utilisation recommandée
<u>Costumes</u> Taille Couleur Variations nécessaires	<u>Peluches</u> Forme	<u>Piles & batteries</u> Piles nécessaires Piles incluses Type de pile/batterie Nombre de piles
<u>Vélos & véhicules pour enfants</u> Poids maximum recommandé par le fabricant	<u>Jouets en bois</u> Matière principale	
<u>Poussettes</u> Hauteur du sol aux poignées Longueur d'assise Largeur d'assise Matière des roues	<u>Jeux éducatifs</u> Valeurs éducatives	

Ces données sont de la plus grande importance pour trouver vos produits sur site et représentent donc un facteur de succès essentiel.

Mots clé de recherche („SearchTerm“)

La recherche sur Amazon.fr peut se faire par mots-clés : les clients peuvent taper n'importe quel mot pour rechercher leurs produits.

Votre titre produit est un mot clé par essence : il est automatiquement pris en compte dans toute recherche sur Amazon.

Vous pouvez par ailleurs ajouter d'autres mots clés (synonymes) dans les colonnes Search Terms 1 à 5 pour maximiser la recherche de vos produits par mots clés (1 à 2 mots maximum par colonne).

Classification dans l'arborescence de la catégorie („RecommendedBrowseNode“)

Le choix d'un nœud d'arborescence (browse node) est comparable à choisir la place du produit sur une étagère d'un magasin.

Lorsque vous créez des pages produits sur Amazon.fr, il est indispensable que vous attribuez à chacun de vos produits la sous-catégorie adéquate. Ceci est la seule manière de vous assurer que les clients Amazon trouveront vos produits quand ils les cherchent – une **condition sine qua non pour bien vendre** !

De plus, veuillez bien à sélectionner le nœud le plus précis possible : meilleure est la classification du produit sur le site Amazon.fr, et plus le client trouvera facilement votre produit dans la masse de produits déjà existante.

Ex : dans la liste ci-dessous, choisir le nœud en gras, et non celui en gris!

- 214844031 Catégories/La Toilette de Bébé/Le Bain de Bébé
- 214848031 Catégories/La Toilette de Bébé/Le Bain de Bébé/Baignoires & Sièges de Bain
- 214850031 Catégories/La Toilette de Bébé/Le Bain de Bébé/Bassines
- 214845031 Catégories/La Toilette de Bébé/Le Bain de Bébé/Gels Bain Douche
- 214849031 Catégories/La Toilette de Bébé/Le Bain de Bébé/Linge et Gants de Toilette
- 214847031 Catégories/La Toilette de Bébé/Le Bain de Bébé/Serviettes de Bain**
- 214846031 Catégories/La Toilette de Bébé/Le Bain de Bébé/Thermomètres de Bain

Voici comment choisir un nœud d'arborescence pour bien classer vos produits:

1. Télécharger le Guide d'arborescence dans les [pages d'AIDE](#) de SellerCentral : Gestion de mon stock / Références / Guides d'utilisation de l'arborescence (GUA)
 - a. Jeux & Jouets
 - b. Bébé & Puériculture
 - c.
2. Identifier le nœud qui correspond le plus précisément à votre produit. Par exemple :
214830031 Catégories/La Toilette de Bébé/L'Hygiène de Bébé/Mouche-Bébés & Déboucheurs d'Oreilles
3. Copier et coller le bon nœud dans la colonne **recommended-browse-node1**, sur la ligne produit correspondante.

NB: Vous devez choisir au moins un «browse node» pour que votre produit soit visible sur Amazon.fr

Nous nous réservons le droit de ne pas conserver dans notre catalogue des produits mal placés.

Si vous avez un doute ou ne trouvez pas de catégorie appropriée, rapprochez-vous de notre [Support Vendeur](#).

Frais de port indexé sur le poids („ShippingWeight“)

Si vous avez configuré vos frais de port en fonction du poids de l'envoi, assurez-vous au préalable d'avoir fourni les valeurs de poids du produit (Item-weight et Shipping-weight) et poids de l'envoi dans votre fichier texte.

Si ces données ne sont pas complétées correctement, le calcul automatique des frais de ports applicables sera erroné.

Prix par unité

C'est une exigence de l'Union Européenne que de présenter un Prix par Unité sur tous les articles vendus au poids, volume ou longueur, ou en gros.

Pour faciliter cette présentation, vous devez fournir à Amazon le prix du produit et la mesure applicable (c.-à-d. le poids, le volume ou la longueur du produit).

Par exemple, si vous vendez un flacon de 300ml de Shampoing pour 2.40 euros, le prix par unité affiché sur la fiche produit et dans les résultats de recherche sera 0.80 euros / 100ml

Images

La qualité de vos photos joue un rôle primordial dans l'acte d'achat du client. En effet, le client ne peut ni toucher, ni voir le produit en «vrai», il se base donc sur l'image du produit. Il est donc très important d'ajouter des images de la meilleure qualité possible.

De plus, nous vous encourageons à mettre en ligne plusieurs images prises à des angles différents. Non seulement de bonnes photos contribuent à une augmentation des ventes, mais elles réduisent aussi le risque de retour produit.

Minimum requis:

- Longueur entre 500 et 2100 pixels. **Minimum de 500 pixels par côté.**
- **Pour bénéficier de notre fonctionnalité Zoom!** Vos images doivent avoir une résolution minimum de 1500 pixels en long ou en large.
- **Photo centrée du produit**, ce dernier devrait occuper 80% à 90% de l'image, et le **fond doit être totalement blanc.**
- Le produit apparaissant sur l'image doit être reconnaissable, correspondant au produit à vendre et photographié sous un angle qui soit pertinent pour la décision d'achat, bien cadré et bien éclairé.
- **Pas de filigranes, de texte, ni de liens vers un domaine** (Ex: abc.fr ou abc_fr).
- Si vous ajoutez un produit avec variations, merci d'ajouter une image par variation de produit
- **Format JPEG** (haute qualité), les images au format CMYK seront rejetées par le système.
- Mode couleur RGB

Si votre produit fait partie d'une variation (ex: une enveloppe existant en différents formats), merci de vous assurer que le sku du parent a également une image assignée.

Exemples de bonnes images:



Exemples de mauvaises images :



Interdictions:

- Images à caractère indécent
- Images filigranées
- Dessins fait à la main
- Dessins animés