



Guide de création de Pages Produits pour Amazon.fr

Équipements de sport

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 sont les facteurs qui assurent 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.

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* « *Équipements de sport* » téléchargeable depuis votre compte vendeur *Seller Central* (Onglet Stock / Fonctions avancés / Chargement du Fichier de Stock).

Cette étape peut s'avérer longue la première fois, mais elle 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* « *Équipements de sport* », 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**.

Merci d'utiliser le *Fichier de Mise en Vente* « *Équipements de sport* » pour les équipements et vêtements de sport. **Pour la vente de chaussures, veuillez utiliser le *Fichier de Mise en Vente* « *Chaussures et accessoires* ».**

Les titres des produits sur Amazon.fr

Les titres des produits sont essentiels pour s'assurer que les clients puissent trouver vos produits sur Amazon.fr ainsi que lors d'une banale recherche sur internet. Ils donnent également des informations précieuses aux clients qui recherchent via l'arborescence, augmentant ainsi vos chances qu'ils cliquent (et donc achètent) l'un de vos produits.

Pour améliorer l'efficacité de ces titres, vous devriez les structurer comme suit :

[Marque] + [Type de produit] + [Modèle] + [Taille] + [Numéro de modèle] + [Description produit]

- Quelques exemples :
 - Adidas X500 Raquette de squash
 - CDTS - Rollers - Roller réglable - 36 au 39 + Sac
 - ...
- Lorsque vous configurez une relation parent / enfant, assurez vous que les enfants représentent la variation la plus spécifique possible du produit, par ex. : (blanc / taille S) (blanc / taille M) (noir / taille M) (noir / taille L) sont quatre variations enfant différentes.
- Utilisez un formatage correct pour vos titres, descriptions et points clefs (pas TOUT EN MAJUSCULE ou tout en minuscule)
- Les titres ne doivent inclure que des éléments de description du produit. N'incluez pas d'information spécifique relative au prix, à la livraison ou de détails concernant votre boutique aux titres que vous soumettez à Amazon.
- Pour éviter d'avoir des titres excessivement longs, n'incluez que les informations clefs qui sont nécessaires pour différencier des objets similaires. Assurez-vous que les titres n'excèdent pas 60 caractères. Rappelez vous que les pages de détail des articles permettent de lister les caractéristiques complètes d'un produit avec une meilleure lisibilité, et donc plus efficacement.
- N'incluez que des titres dans la langue locale : français sur Amazon.fr

Attention ! N'incluez pas d'information spécifique relative au prix, à la livraison ou de détails concernant votre boutique aux titres que vous soumettez à Amazon.

Les caractéristiques du produit :

Product Specifications

Brand:	Gola
Style:	Casual
Fastening:	Lace Up
Outer:	Leather
Inner:	Manmade
Sole:	Manmade

Cette partie contient les attributs que vous avez soumis via votre fichier de mise en vente « chaussures ». Un fichier complet et correctement rempli permettra au client de disposer de suffisamment d'informations préalables à la vente pour effectuer son choix dans de bonnes conditions. A l'inverse, un fichier incomplet ou inexact générera probablement des réclamations et des retours.

Créations de variations :

La création de relations parent/enfant requiert votre attention ! Une relation parent/enfant se doit d'être correctement configurée dès le départ. Les exemples ci-dessous vous présentent les différents points importants :

- La colonne *Parentage* définit si un SKU donné est un parent ou un enfant
- La colonne *ParentSKU* sert à déclarer le SKU Parent. A n'utiliser que pour un SKU enfant !
- La colonne *RelationshipType* est utilisée uniquement par l'enfant pour déclarer le type de variation liant l'enfant au parent. Elle peut différencier plusieurs produits d'une même gamme ou offrir un lien direct vers les accessoires d'un produit sur la page de détail du produit.
- La colonne *VariationTheme* est utilisée pour définir le critère de variation. Il peut concerner la couleur, la taille ou la combinaison de ces deux critères

Attention ! Le référencement de chaussures doit se faire à l'aide du template chaussures et des nœuds de l'arborescence relatifs. Le référencement d'habits de sports

L'exemple suivant présente le cas d'une relation parent / enfant présentant une variation de taille au sein d'une même famille de produits. La liste des variations possibles se trouve dans l'onglet 'valeurs valides' de votre fichier de mise en vente « Équipements de sport ».

A	CY	CZ	DA	DB
TemplateType=Sports				
SKU	Parentage	ParentSKU	RelationshipType	VariationTheme
03AMZNTRUF01	Parent			Size
03AMZNTRUF02	Child	03AMZNTRUF01	Variation	Size
03AMZNTRUF03	Child	03AMZNTRUF01	Variation	Size

Voici l'affichage proposé par Amazon pour une variation de ce type :



[See larger image](#)



[Share your own customer images](#)

Easton BX70 Reflex (-3) Baseball Bat

Other products by [Easton](#)

No customer reviews yet. [Be the first.](#) | [More about this product](#)

List Price: ~~\$129.99~~

Price: **\$59.85 - \$99.99**

[Special Offers Available](#)

Select Size

Size:

Select Size to view availability (or, see the complete [pricing and availability chart.](#))

Save
up to
50%

Up to 50% Savings on Thousands of Products

Find great bargains on [thousands of products](#) in Sports & Outdoors. Plus, get FREE Super Saver Shipping and Amazon Prime on qualifying orders. [Shop now.](#)



Description du produit :

La description du produit vous donne l'opportunité de détailler les caractéristiques d'un produit spécifique. Une description complète et fiable permet au client de mieux comprendre le produit et donc d'améliorer son ressenti d'acheteur. Pour améliorer la pertinence de vos descriptions, suivez ces quelques conseils :

- Décrivez clairement le produit et différenciez-le des autres produits partageants ses similarités
- Pour optimiser votre description, vous pouvez inclure des termes clés dans les premières et dernières phrases. Ces mots clés peuvent couvrir jusqu'à 5% décompte total des mots utilisés pour la description
- Veillez à ne pas utiliser « uniquement » des mots clés dans votre description. Cela aurait pour effet de réduire votre positionnement lors d'une recherche libre.
- Exemple de description :
« Sandales Kickers pour homme, en cuir, à extrémités arrondies, retenues par une bride ajustable sur la cheville, montées sur une semelle de caoutchouc. Kickers, avec les Pepito, réinvente la chaussure spartiate en l'adaptant à la vie urbaine, dans un esprit sympathique et authentique. »
- N'incluez que des descriptions dans la langue locale : français sur Amazon.fr

Attention ! N'incluez pas d'information spécifique relative au prix, à la livraison ou de détails concernant votre boutique aux descriptions que vous soumettez à Amazon.

Caractéristiques principales :

Indiquez jusqu'à 5 différentes caractéristiques principales soulignant les fonctionnalités principales de vos articles. Assurez-vous de limiter le contenu de ces caractéristiques à 15 mots au maximum. Par exemple:

- Type de matériau utilisé: Metal, wood, and plastic
- 8 niveaux de résistance magnétique
- Tension du cordage
- Poids maximal de l'utilisateur: 100Kg
- Capteurs d'activité cardiaque au niveau de la main

Note: Please do not provide pricing, shipping or company information in product features being submitted to Amazon.

Affinement de la recherche :

Utilisez les nœuds d'arborescence recommandés par Amazon.fr dans les Guides d'Utilisation de l'Arborescence. Un nœud correct doit être indiqué pour permettre aux clients d'affiner leur recherche sur le site.

- 1) Identifier le nœud décrivant le mieux votre produit. Par exemple, si vous vendez des chaussures pour jouer au football, choisissez la catégorie : Catégories / Chaussures / Chaussures de sport / Football. Veuillez toujours utiliser le nœud de plus bas niveau. Votre produit sera automatiquement listé dans les niveaux supérieurs.
- 2) Indiquer le numéro correspondant à ce nœud dans votre flux sous la colonne *BrowseNode1*. Vous trouverez ce numéro dans le fichier Guide d'Utilisation de l'Arborescence « Chaussures & accessoires »

Attention ! Si vous n'incluez pas de nœud d'arborescence pour un produit, ce dernier ne sera pas visible sur Amazon.fr



- 3) Utilisez des mots clefs pour augmenter le trafic sur vos articles via l'utilisation du champ de recherche : colonnes *SearchTerms1* à *SearchTerms5*. Vous pouvez y inclure jusqu'à 50 caractères séparés par des espaces.

Attention ! Les données telles que : titre, marque, fabricant, sont automatiquement convertis en mots clefs. Ne les dupliquez pas !

Frais d'expédition en fonction du poids :

Si vous avez configuré le calcul de vos frais d'expédition en fonction du poids de vos articles ; assurez vous que vous avez fourni des informations de poids correctes soit vis la colonne *ShippingWeight* de votre Fichier de Mise en Vente « Chaussures », soit via l'interface *SellerCentral* rubrique *ajouter un produit*.

Images de vos produits :

La qualité de vos images 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.

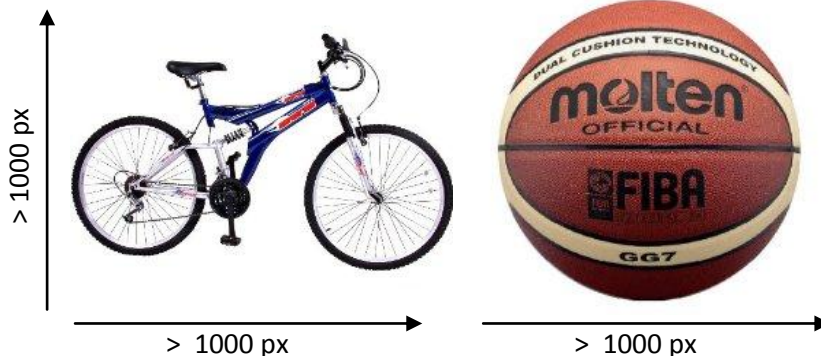
De plus, nous vous encourageons à mettre en ligne plusieurs images prises à des angles différents. Non seulement de bonnes photos contribuent à une augmentation des ventes, mais elles réduisent aussi le risque de retour produit.

- Zoom! – mettre en ligne des images où le plus petit côté est à > 1000 pixels et le plus long à > 500 pixels
- Photo centrée du produit, ce dernier devra 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 filigrane, de texte, ni de lien 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.

Bon et mauvais exemples d'images :

- Images correctes



En fournissant des images de qualité (>1000x1000px), vous améliorez vos ventes et offrez à vos clients le Zoom!

- Images mauvaises

