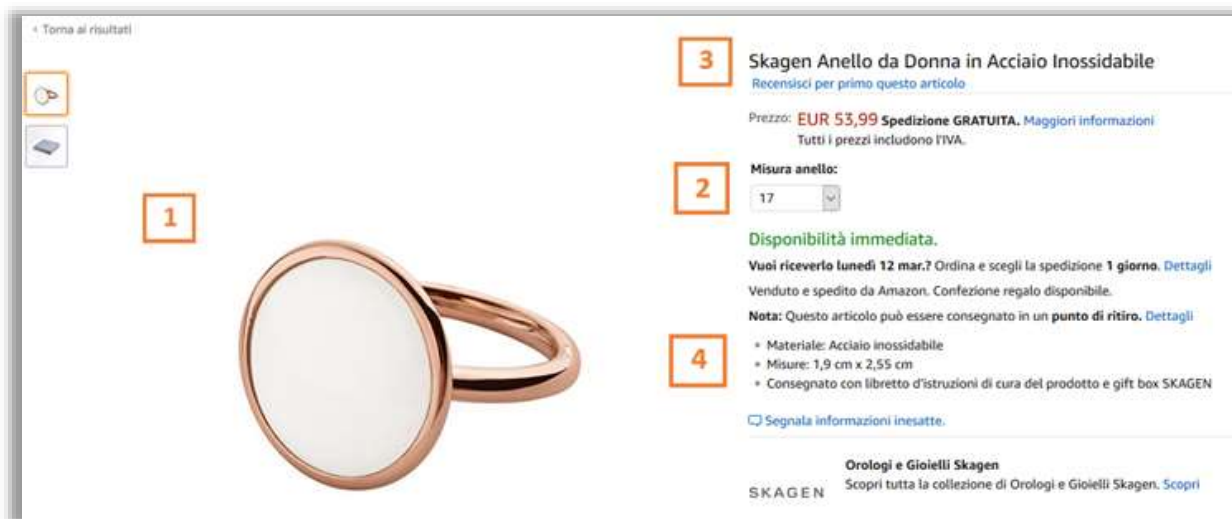


Il successo della tua attività commerciale è determinato in larga misura dalla qualità delle tue pagine prodotto. Creare delle offerte in un formato ben strutturato e corredarle di informazioni precise e dettagliate può influenzare positivamente le decisioni di acquisto dei clienti. Ti invitiamo a notare che la mancata osservanza di queste indicazioni può comportare la rimozione (soppressione) delle tue offerte dalla categoria Gioielli, rendendole nascoste dalla ricerca e nella navigazione sul sito, e la rimozione dei tuoi privilegi di vendita in questa categoria. Per maggiori informazioni fai riferimento alle rispettive sezioni della Guida Stilistica.



L'offerta qui sopra rappresentata è un esempio di come dovrebbero apparire i gioielli su Amazon. Nella sezione sottostante troverai un riassunto dei requisiti principali per la creazione delle tue offerte.

1 Le **immagini** devono avere almeno 1600px nel lato più lungo per poter abilitare lo zoom, presentarsi su uno sfondo puramente bianco, mostrare solo il prodotto in vendita, mostrare solo una vista frontale del prodotto, avere una proporzione il più vicino possibile a 3:4 (Larghezza: Altezza), occupare almeno l'85% dell'area immagine e mostrare una rappresentazione reale del prodotto (schizzi o bozzetti non sono ammessi) senza testi o grafiche aggiuntive e, infine, devono essere scattate su piano. Ogni variante richiede un'immagine. Le immagini devono essere salvate in formato .jpg, .png, .tif o .gif. **Troverai maggiori informazioni al riguardo nelle pagine 2-4 e dalla 12 in poi della Guida Stilistica Gioielli.**

2 Tutte le **varianti** di un prodotto devono essere organizzate in un'unica offerta all'interno di un prodotto parent. Nell'esempio qui sopra è presente un selettore per le misure dell'anello. Il cliente può agevolmente visualizzare tutte le misure e i colori disponibili senza dover cambiare pagina. Per ogni cliente che visita la pagina di una variante, la visualizzazione sarà contata per la pagina parent: questo ti aiuterà a incrementare le possibilità di vendita del prodotto (il numero delle visualizzazioni delle pagine prodotto è uno dei criteri per determinare che prodotti appariranno tra i risultati di ricerca migliori). **Troverai al riguardo maggiori informazioni a pagina 5 di questa Guida.**

3 **Titoli prodotto** ottimali sono un presupposto per aumentare la fiducia nei tuoi confronti come Venditore. Il formato dei titoli deve essere il seguente:

[Marca] + [Nome Prodotto] + 'da' + [target audience*] + 'in' + [Tipo di metallo] + [Timbro metallo] + 'con' + [Tipo di pietra] + [Forma pietra] + [Misura perla] + [altri Dettagli di base]

È attivo un limite di lunghezza che sopprimerà i prodotti con titoli più lunghi di 150 caratteri. Esempio di titoli conforme:

Carissima Gold Anello da Donna in Oro bianco 9k (375) con Zirconia cubica Rotonda Misura 14

Troverai al riguardo maggiori informazioni a pagina 7 di questa Guida.

4 **Elenco puntato e Descrizioni:** aiutano i clienti ad immaginare l'esperienza di possedere o maneggiare il prodotto. L'elenco puntato mostrato nell'immagine precedente contiene le prime informazioni che un cliente vedrà senza dover scorrere la pagina verso il basso. Cerca di includere tutte le informazioni rilevanti collegate al prodotto. La descrizione del prodotto (non visibile nell'esempio precedente) è situata più in basso nella pagina web dell'offerta. Per creare descrizioni del prodotto efficaci, prova a metterti nei panni dei clienti: che cosa vorrebbero sentire, toccare o chiedere riguardo al tuo prodotto? Incorpora le informazioni riguardo all'uso, i benefici e le sensazioni legate al tuo prodotto per accendere l'immaginazione dei tuoi clienti. **Troverai al riguardo maggiori informazioni alle pagine 8 e 11 di questa Guida.**

Questa guida ha lo scopo di aiutarti a creare facilmente il tuo catalogo e massimizzare le tue vendite.

Il tuo successo su Amazon.it dipende in larga parte dalla qualità delle tue pagine prodotto. Offerte create in maniera consistente con le linee guida e con informazioni sui prodotti accurate genereranno traffico verso le tue pagine e influenzeranno positivamente le decisioni d'acquisto dei clienti.

Come presenti le informazioni dei prodotti sul nostro sito è per noi estremamente importante, con il fine del beneficio per i clienti e i venditori su Amazon. Ti invitiamo a consultare le linee guida sottostanti per capire come ci aspettiamo che i venditori compongano i titoli e carichino le immagini. Il non rispettare queste regole potrebbe portare alla rimozione dei tuoi prodotti nella categoria Gioielli e la revoca dei permessi per questa categoria.

SOMMARIO

A) Immagini.....	2
1. Tipi di immagini	2
2. Requisiti per le immagini.....	3
3. Esempi	4
B) EAN.....	5
C) Relazioni di Varianti.....	5
D) Colori	7
E) Titolo del prodotto	7
1. Formato dei titoli.....	7
2. Requisiti per i titoli	8
F) Migliorare la visibilità	8
1. Nodo di navigazione.....	9
2. Attributi specifici del prodotto.....	9
3. Elenchi puntati	10
4. Descrizione del prodotto.....	11
5. Ricerca tramite parole chiave	11
G) Appendice: esempi di immagini principali conformi per prodotti di gioielleria	13

A) Immagini

Immagini di buona qualità consentono di mostrare in maniera efficace le caratteristiche salienti del prodotto, informare e attirare più clienti e rafforzare l'immagine della marca.

In un negozio online, l'immagine del prodotto è uno degli strumenti di marketing più efficaci. Le offerte con poche immagini o immagini di qualità scadente infatti registrano tassi di conversione bassi e, nel tempo, tendono ad apparire sempre meno nei risultati delle ricerche. La migliore esperienza d'acquisto possibile consiste in un negozio online con una struttura chiara e ben organizzata dal punto di vista visivo. Per questo motivo tutti i venditori sono tenuti a rispettare le linee guida descritte qui di seguito.

Importante: le offerte potranno essere soppresse se non rispettano tutti gli [standard richiesti per le immagini](#). Questi prodotti continueranno ad essere visibili nel tuo account Seller Central e accessibili dalla voce [Offerte Rimosse](#) all'interno del menu [Gestisci il tuo Inventario](#), dove potrai caricare le immagini e le informazioni necessarie per correggerle. Ti consigliamo anche di controllare regolarmente il [report sulla qualità delle offerte e le offerte rimosse](#).

Ti invitiamo inoltre a tener presente che puoi utilizzare solo immagini per le quali tu possieda i diritti di utilizzo.

1. Tipi di immagini

Su Amazon.it è possibile inserire più immagini per ciascun prodotto presente nel catalogo. Sebbene sia obbligatorio includere soltanto un'immagine principale per ciascun ASIN parent e child (una per ogni dimensione e colore), i clienti potranno effettuare i loro acquisti in maniera maggiormente consapevole se sono disponibili immagini del prodotto ad alta risoluzione. Il formato delle immagini deve essere JPG, GIF, PNG o TIFF (è preferito JPG). È permesso utilizzare quattro tipi di immagini:



Immagine principale dell'ASIN parent: una sola immagine principale per offerta parent. È obbligatorio inserirne una.

Immagine principale dell'ASIN child: per ciascun ASIN child (che corrisponde a uno SKU) deve essere fornita un'immagine principale che mostri una variante di colore del prodotto e solo una vista di tale prodotto. È necessario fornire un'immagine principale child per ogni variante di colore e misura che vendi. L'immagine principale è estremamente importante in quanto è mostrata direttamente nei risultati di ricerca

Immagini alternative: mostrano il prodotto da diverse angolature per illustrarne l'uso e i dettagli, per esempio da diverse angolature. Per ogni SKU parent o child è possibile fornire fino a otto immagini alternative.

Campioni: queste immagini mostrano i vari colori o lavorazioni disponibili. È possibile fornire un campione per ogni SKU child. Le immagini campione compaiono nella pagina prodotto accanto al nome del colore. Se non viene inserita l'immagine campione al suo posto verrà utilizzata l'immagine principale del prodotto child.

2. Requisiti per le immagini

✓ Obbligatorio	Per le immagini PRINCIPALI	- Ogni articolo deve avere un'immagine principale per l'ASIN parent e per ogni ASIN child (per es. variante di colore). - L'immagine principale deve avere uno sfondo bianco puro (Hex #FFFFFF / RGB 255-255-255). - L'immagine principale di gioielli deve essere scattata su piano. - L'immagine principale deve mostrare una sola vista frontale del prodotto - L'immagine principale deve mostrare solo il prodotto in vendita (senza accessori aggiuntivi). - L'immagine principale deve mostrare il prodotto per intero (nessuna parte deve risultare tagliata). - L'immagine principale deve avere proporzioni pari a circa 3:4 (larghezza: altezza) e il prodotto deve occupare almeno l'85% dell'immagine nel lato più lungo.
	Per TUTTE le immagini	- Per attivare la funzione di zoom, la dimensione minima dell'immagine (professionale e in alta risoluzione) deve essere pari a 1600px sia in altezza, sia in larghezza. - Il colore mostrato nell'immagine deve corrispondere al prodotto messo in vendita.
✓ Consigliato	Per TUTTE le immagini	Ogni ASIN (parent e child) dovrebbe contenere immagini secondarie mostranti altre viste del prodotto. Immagini secondarie mostranti una sagoma o una scala della misura possono contribuire positivamente alla decisione di acquisto e alla riduzione dei resi da parte dei clienti. Per le pietre sciolte puoi fornire immagini secondarie su sfondo nero (proibito per le immagini principali) per una migliore visibilità della pietra.
✗ Non consentito	Per le immagini PRINCIPALI	- Offerte senza immagini o con placeholder che riportano le diciture "immagine provvisoria" o "nessuna immagine disponibile" sono proibite. - L'immagine principale non deve mostrare uno sfondo non bianco o paesaggi (anche ombre che si estendono fino al bordo laterale o superiore delle immagini non sono consentite) - Le immagini principali devono essere costituite da fotografie, non da disegni o rappresentazioni grafiche. - Le immagini principali non devono presentare bordi, loghi, filigrane, parti di testo, blocchi di colore o altri elementi grafici. - L'immagine principale non deve contenere viste multiple del prodotto o molteplici varianti di colore, con l'eccezione di prodotti venduti in pacchetti multipli (deve essere esplicitamente menzionato nel titolo e il pacchetto deve possedere il relativo codice a barre univoco). - L'immagine PRINCIPALE non deve mostrare il prodotto esposto su un manichino, gruccia o altro supporto. - L'immagine PRINCIPALE di accessori non deve essere scattata su un modello umano. - L'immagine PRINCIPALE non deve mostrare prodotti con parti piegate o tagliate. - L'immagine PRINCIPALE non deve mostrare etichette, imballaggi, certificati o brochure. - L'immagine PRINCIPALE non deve mostrare viste posteriori o laterali del prodotto. - L'immagine PRINCIPALE non deve essere in bianco e nero. - L'immagine PRINCIPALE non deve contenere oggetti o accessori che non sono parte dell'offerta di vendita. Devono includere solo ciò che i clienti stanno acquistando.
	Per TUTTE le immagini	- Le immagini non devono essere sfocate, mostrare sgranature o bordi seghettati. - Le immagini non devono essere di una risoluzione minore di 1600px per lato.

Alcuni esempi di immagini conformi sono disponibili nell'[appendice](#).

3. Esempi

✓ Immagini PRINCIPALI conformi



× Immagini PRINCIPALI non conformi



B) EAN

EAN (European Article Number ora rinominato International Article Number) è un codice univoco di 13 cifre assegnato ad ogni singolo articolo ed utilizzato per identificare l'articolo stesso.

Amazon richiede a tutti i venditori di fornire per ciascun prodotto il rispettivo codice EAN. Esso è di solito fornito dal produttore.

Importante: le offerte che non presentano alcun codice EAN (external_product_id) verranno eliminate se le marche dei prodotti hanno EAN già noto. Queste offerte continueranno ad essere visibili nel tuo account Seller Central e accessibili nella sezione [Offerte Rimosse](#) in [Gestisci il tuo Inventario](#). Da qui potrai inserire immagini e informazioni corrette.

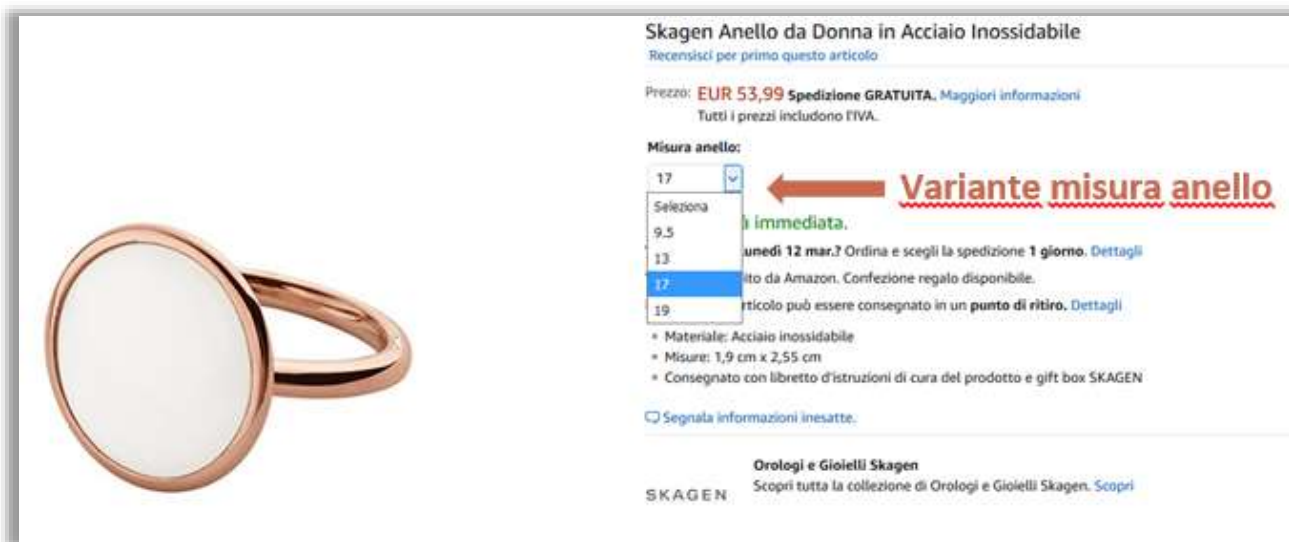
Se sei proprietario (produttore) di un marchio di prodotti senza EAN, inclusi prodotti personalizzati o fatti a mano, prodotti recanti marchio privato o prodotti a etichetta bianca, puoi richiedere la registrazione al Registro marche Amazon. Tutte le marche incluse nel Registro ottengono un Numero identificativo del Catalogo globale (GCID), ovvero un codice univoco creato da Amazon e riconosciuto in tutti i Marketplace di Amazon nel mondo. Se i tuoi prodotti non hanno i requisiti per rientrare nel Registro marche Amazon, è possibile richiedere un'esenzione EAN. Per maggiori dettagli, accedi a Seller Central e immetti le parole chiave "Registro marche" nella barra di ricerca o segui [questo collegamento](#).

Per i prodotti già in vendita su Amazon.it, assicurati di creare le offerte utilizzando un ASIN esistente. Non creare una nuova offerta con un nuovo codice a barre, ciò causerà una duplicazione dell'offerta su Amazon. Qualsiasi duplicato sarà in ogni caso rimosso per ragioni di pulizia del sito con lo scopo di assicurare la migliore esperienza di acquisto possibile.

C) Relazioni di Varianti

Le taglie e i colori disponibili per uno stesso prodotto sono definite relazioni di varianti. Le relazioni di varianti permettono ai clienti di trovare colori o taglie alternative per un prodotto senza cambiare pagina prodotto.

Per creare una variante è necessario creare innanzitutto un prodotto parent senza indicazioni relative alle taglie o ai colori e che funga da collegamento per tutti i prodotti child, ovvero le diverse combinazioni disponibili per quello stesso prodotto (ex. tipologia di metallo/misura). Tutte le varianti relative alla stessa referenza devono comparire nella stessa pagina prodotto.



In questo esempio, il prodotto parent è un anello e le varianti sono tutte le taglie disponibili per questo anello (3 taglie). Tutte le taglie e i colori disponibili sono stati creati nella stessa pagina prodotto utilizzando le varianti. È importante collegare tutte le varianti dello stesso prodotto parent per due ragioni:

- Il cliente può verificare facilmente tutte le taglie e i colori disponibili senza spostarsi su un'altra pagina. Un'esperienza di navigazione più semplice e immediata favorisce l'acquisto di un prodotto, poiché il cliente è in grado di visualizzare direttamente tutte le opzioni a sua disposizione.
- Ogni visita a una delle pagine child viene attribuita alla pagina dell'articolo parent: in questo modo aumentano le tue probabilità di vendere un prodotto. Il numero di visualizzazioni della pagina prodotto, infatti, è uno dei criteri utilizzati per stabilire quale prodotto comparirà in cima ai risultati delle ricerche.

Regole per la creazione di relazioni di Varianti

✓ Obbligatorio	per ASIN Parent:	- È un prodotto fittizio non in vendita - Ha un SKU separato - Presenta solo dati generici (per descrivere tutte le varianti) - Non deve contenere EAN, prezzo, misura o colore - Deve utilizzare il valore "Parent" nella colonna "parent-child" dei modelli di caricamento - Il campo "parent_sku" deve essere lasciato vuoto nel modello di caricamento - Il campo "relationship_type" deve essere lasciato vuoto nel modello di caricamento - Nel modello di caricamento il campo "variation_theme" deve contenere almeno uno valore valido (di seguito è presente una lista dei valori accettati) - Il titolo deve essere creato seguendo i requisiti dei titoli per gli ASIN Parent
	per ASIN child:	- Questi sono i prodotti effettivamente vendibili, che possono variare in colore e/o misura - Se il prodotto esiste in diverse taglie, lunghezze, colori o tipologie di metallo si dovrà creare una variante del prodotto (child SKU) anche se è venduta solo una variante. - Deve contenere SKU, prezzo, misura e/o colore. Se è creata una variante "RingSize, il prodotto DEVE contenere una misura. Lo stesso principio è valido per le varianti con tema di variante colore e misura e colore - Il campo "parent-child" deve essere compilato nel modello di caricamento - Il campo "parent_sku" deve essere compilato con l'SKU del Parent ASIN nel modello di caricamento - Il campo "relationship_type" deve contenere il valore "Variation" nel modello di caricamento - Nel modello di caricamento il campo "variation_theme" deve contenere almeno uno valore valido (di seguito è presente una lista dei valori accettati) - Il titolo deve essere creato seguendo i requisiti dei titoli per gli ASIN child

Nota: ricorda che il mancato rispetto della regola sulle varianti può portare all'eliminazione dei tuoi ASIN.

Temi varianti

Al momento ti è possibile creare, a seconda del tipo di prodotto, le seguenti relazioni di varianti:

Tema delle varianti - { GioielleriaAnello }	Tema delle varianti - { BigiotteriaAnello }	Tema delle varianti - { GioielleriaOrecchini }	Tema delle varianti - { BigiotteriaCollanaBraccialeCavigliera }
variation_theme	variation_theme	variation_theme	variation_theme
ColorName	ColorName	ColorName	ColorName
MetaType	MetaType	MetaType	MetaType
StyleName	StyleName	StyleName	StyleName
displaylength	displaylength	metatype-sizeperpearl	displaylength
displaylength-sizeperpearl	displaylength-metatype	metatype	displaylength-metatype
displaylength-totaldiamondweight		totaldiamondweight	
metatype-sizeperpearl		sizeperpearl	
metatype-totaldiamondweight		totaldiamondweight	
sizeperpearl			
totaldiamondweight			
Tema delle varianti - { BigiotteriaOrecchini }	Tema delle varianti - { GioielleriaCollanaBraccialeCavigliera }	Tema delle varianti - { GioielleriaAnello }	
variation_theme	variation_theme	variation_theme	
ColorName	ColorName	ColorName	
MetaType	MetaType	MetaType	
StyleName	StyleName	RingSize	
displaylength	displaylength	TotalDiamondWeight	
displaylength-sizeperpearl	displaylength-sizeperpearl	StyleName	
displaylength-totaldiamondweight	displaylength-totaldiamondweight	metatype-ringsize	
metatype-sizeperpearl	metatype-sizeperpearl	metatype-sizeperpearl	
metatype-totaldiamondweight	metatype-totaldiamondweight	metatype	
sizeperpearl	sizeperpearl	totaldiamondweight	
totaldiamondweight	totaldiamondweight	ringsize	
		ringsize-sizeperpearl	
		sizeperpearl	
		totaldiamondweight	

Supponendo che tu stia creando un prodotto nella categoria “BigiotteriaOrecchini”, potrai per esempio utilizzare come tema per le varianti del tuo prodotto ColorName, MetalType, StyleName (alcuni esempi nelle immagini a seguire).

Nota: una pagina prodotto può supportare solo due temi variante per volta: ti invitiamo quindi a scegliere l’opzione più adatta per il tuo prodotto, possibilmente includendo la misura dell’anello o la lunghezza come opzioni principali.

D) Colori

Il colore del prodotto è una delle informazioni chiave che il cliente utilizzerà per prendere una decisione di acquisto e uno dei modi in cui i clienti giudicheranno la sua qualità e professionalità come venditore.

Per mantenere i colori concisi e informativi, assicurarsi di seguire le linee guida seguenti per l'attributo color_name

✓ Cosa fare:	✓ Fornire il colore come indicato dal marchio ✓ Mantenere il colore pulito e informativo ✓ Scrivere in maiuscolo la prima lettera di ogni parola ✓ Usare 1-3 parole per descrivere il colore (consentiamo massimo 50 caratteri)	Esempi: ✓ <i>Blu Medium</i> ✓ <i>Verde Menta</i> ✓ <i>Rosa</i> ✓ <i>Corallo Chiaro</i> ✓ <i>Multicolore</i> ✓ <i>Blu Bianco Rosso</i>
✗ Cosa non fare:	✗ Non aggiungere ulteriori informazioni sul prodotto (ovvero non aggiungere materiale, confezione multipla, nome reparto, tipo di vestibilità, tipo di manica, informazioni sullo stile di vita ecc.) ✗ Non utilizzare abbreviazioni ✗ Non utilizzare sinonimi e ripetizioni ✗ Non utilizzare ALL Caps ✗ Non utilizzare nomi di colori troppo brevi ✗ Non utilizzare nomi di colori eccessivamente lunghi ✗ Non utilizzare caratteri extra come parentesi, punti esclamativi, barre, ecc.	Esempi: ✗ BI Mrn ✗ NERO NOTTE SCURO ✗ Cordoncino True Chino 14w con allungamento 0834

E) Titolo del prodotto

La scelta di titoli precisi per i prodotti aumenta la fiducia dei clienti nei tuoi confronti

La scelta del titolo di un prodotto è fondamentale per dare una prima impressione positiva e rappresenta anche uno dei parametri in base ai quali i clienti valutano la qualità delle tue offerte e la tua professionalità come venditore. Assicurati pertanto che i titoli siano concisi, informativi, accurati e strutturati sulla base delle regole sintattiche consigliate da Amazon. ASIN con titoli non conformi potrebbero essere soppressi dal sito.

Seguendo le istruzioni i tuoi prodotti potranno essere **trovati più facilmente nelle ricerche** e incrementare la **soddisfazione dei clienti**.

Ricorda che per ciascun prodotto esiste una sola pagina prodotto su Amazon, anche se il prodotto è offerto da più venditori. Per questo motivo i titoli dei prodotti non devono mai contenere informazioni riferite a uno specifico venditore, anche nel caso si tratti del venditore che ha creato per primo l'offerta. La mancata osservanza di questa regola fondamentale può comportare la rimozione delle tue offerte dalla categoria Abbigliamento e la revoca dei tuoi privilegi di vendita per questa categoria.

1. Formato dei titoli

I titoli nella categoria Gioielli devono rispettare il seguente formato:

[Marca] + [Nome Prodotto] + 'da' + [target audience*] + 'in' + [Tipo di metallo] + [Timbro metallo] + 'con' + [Tipo di pietra] + [Forma pietra] + [Misura perla] + [altri Dettagli di base]

Di seguito abbiamo elencato un esempio di titolo accettabile:

Carissima Gold Anello da Donna in Oro bianco 9k (375) con Zirconia cubica Rotonda Misura 14

Diamanti e altre gemme: il peso dei carati inferiore a 25 pts deve essere scritto in punti (es. 15pts). Il peso dei carati di 25 pts e superiore deve essere scritto come parte del carato (es. 1/2ct). Ci sono 100pts in 1 carato.

Carati: I Carati devono essere inseriti come 18ct e non con "K" dato che la "K" è la versione Americana del carato e non è utilizzata in Italia.

Pietra principale: se la pietra principale non è un diamante è preferibile che il nome della pietra sia inserito per primo, ad esempio "Anello con Ametista e Oro Bianco".

2. Requisiti per i titoli

✓ Obbligatorio	- Limita i titoli dei 'Parent ASIN' a 60 caratteri e titoli dei 'Child ASIN' a massimo 150 caratteri - Sii conciso, ma non omettere informazioni essenziali (tieni presente che la descrizione del prodotto ti permette di descrivere in modo più attrattivo ed efficace le caratteristiche del tuo prodotto) - Scrivi in maiuscolo la prima lettera di ogni parola (controlla però le eccezioni elencate di seguito) - Usa i numeri ('2' al posto di 'due') - Per i prodotti venduti in pacchetto, indica la quantità tra parentesi (ex. confezione da 2) - Usa informazioni riguardanti esclusivamente il prodotto in vendita - Usa solo testo in Italiano
✗ Non Consentito	- Non usare più parametri rispetto a quanto indicato nella formula - Non utilizzare più di 150 caratteri - Non scrivere tutto in MAIUSCOLO - Non utilizzare parole offensive - Non utilizzare parole ripetitive - Non utilizzare sinonimi / parole multiple per descrivere lo stesso prodotto - Non includere parole chiave aggiuntive - Non includere il prezzo o il prezzo di spedizione - Non includere la quantità, tranne nel caso di prodotti venduti in pacchetto - Non includere il nome del colore e la misura nel titolo del parent - Non scrivere in maiuscolo le congiunzioni (e, o, per), articoli (il, lo, la) o preposizioni con meno di cinque lettere (in, su, per, con, etc.) - Non includere nessun simbolo speciale (ex.!, *, £, %, ', apostrofi "...", ecc.) - Non includere commenti di opinione o informazioni specifiche ad un singolo venditore, come "Articolo Bellissimo", "Il migliore", "Saldo", "Consegna Gratuita", "Idea Regalo" ecc. - Non includere nessuna informazione riguardo accessori aggiuntivi, prodotti aggiuntivi che il cliente può acquistare separatamente, ecc.

F) Migliorare la visibilità

Prodotti creati utilizzando informazioni complete e accurate verranno trovati con maggiore facilità dai clienti e, di conseguenza, venderanno di più .

I clienti possono cercare e trovare i prodotti in due modi: o tramite **ricerca** – all'interno di Amazon stessa o da motori di ricerca esterni come Google; o tramite la **navigazione** – cioè navigando all'interno del sito. La maggior parte dei clienti usa una combinazione di ricerca e navigazione. Per questo è molto importante assicurarsi che i prodotti siano ottimizzati per la ricerca e posti all'interno della giusta categoria di navigazione, e allo stesso tempo possiedano le informazioni che aiutino il cliente a filtrare i risultati.

Regole di base per aumentare la visibilità dei tuoi prodotti:

- Assegna sempre il nodo di navigazione più dettagliato tra quelli disponibili nella [guida ai nodi di navigazione](#), in modo da assicurarti che i tuoi prodotti vengano trovati sia nella ricerca che nella navigazione. Utilizza l'ID del nodo di navigazione in neretto all'interno della Guida: i nodi in grigio chiaro servono soltanto per aiutare la navigazione fino al nodo finale.
- Inserisci una descrizione del prodotto precisa anziché vaghe argomentazioni di tipo commerciale. Ciò contribuirà a incrementare le vendite e a ridurre la percentuale di resi. Il linguaggio deve essere semplice e basato sulle informazioni fornite dal produttore. La descrizione fa parte delle informazioni a cui si fa riferimento nell'algoritmo del sito web.

- Le parole chiave servono per far apparire i tuoi prodotti tra i risultati delle ricerche.

1. Nodo di navigazione

Il nodo di navigazione consente di classificare il prodotto nel catalogo Amazon. È paragonabile a una corsia all'interno di un negozio.

Ciascuna categoria ha un numero di nodo che puoi trovare nella [guida per l'uso della categoria](#). Se non ne assegni uno al tuo prodotto, non sarà possibile trovarlo sul sito web.

✓ Obbligatorio	- Utilizza sempre la versione più recente della guida per l'uso della categoria più recente - Assegna un solo nodo a ciascun prodotto: identifica il genere e la sotto-categoria più pertinente. Indica il numero nel campo “nodo di navigazione consigliato” disponibile nel modello di caricamento dati. - Assegna sempre il nodo di navigazione più dettagliato possibile presente nella guida per l'uso della categoria, diversamente i tuoi prodotti potrebbero sparire dalle ricerche nel momento in cui i clienti filtrassero i prodotti secondo parametri più dettagliati. Per raggiungere questo risultato, utilizza solo gli ID neri nella guida per l'uso della categoria e non quelli in grigio. Questi ultimi sono utili solo al fine della navigazione. - Nel caso avessi dubbi riguardo la classificazione, il Classificatore di Prodotti può esserti di aiuto (clicca qui per le istruzioni). Puoi anche dirti sul sito e cercare prodotti simili venduti da Amazon. Potrai quindi capire come sono stati classificati e classificare i tuoi prodotti.
✗ Non Consentito	- Non assegnare ai tuoi prodotti nodi di navigazione non pertinenti. Ricerca e navigazione significa anche che il prodotto non appare quando il cliente non lo desidera. Se nella ricerca e navigazione sono presenti risultati non desiderati, a prescindere che siano tuoi o di altri venditori, i clienti non saranno in grado di trovare i prodotti che desiderano. Questo potrebbe causare delle vendite mancate. - Non utilizzare gli ID di navigazione in grigio, diversamente i tuoi prodotti potrebbero sparire dai risultati di ricerca.

Mostra risultati in

Gioielli

Accessori
 Anelli
 Basi per orecchini
 Basi
 Bijoux a piccoli prezzi
 Bottoni eleganti per camicie
 Bracciali
 Cavigliere
 Charm e ciottoli per bracciali
 Chiusure per orecchini
 Collane
 Collane con pendente
 Distanziatori per bead
 Fedi nuziali
 Fermacravatte
 Gemelli
 Gemme
 Gioielli per capelli

Sulla sinistra puoi visualizzare come appare la struttura di navigazione della categoria Gioielli. Un cliente che voglia cercare una collana può semplicemente cliccare su “Collane” ed essere indirizzato ad una pagina con mostrate esclusivamente collane. Se il cliente cercasse un particolare tipo di collana, il tuo prodotto sarà visibile solamente se classificato correttamente sotto il corretto tipo di collana. Per massimizzare la ricercabilità dei propri prodotti è necessario selezionare il nodo di navigazione più specifico disponibile.

Per creare un ambiente di shopping più coerente per i clienti e fornire ai tuoi prodotti una maggiore visibilità, i prodotti più a buon prezzo sono ora elencati sotto la sezione Bijoux a piccoli prezzi. La sezione contiene tutti gli ASIN dei Bijoux (i) il cui prezzo è inferiore a 14€ e che (ii) sono di materiali non preziosi (ex. Argento 925 oppure Oro 375). La guida dei nodi di navigazione rispecchia questi cambiamenti e ti aiuta a classificare correttamente i prodotti. Per assicurare che i tuoi prodotti di gioielleria siano posti nella giusta categoria, compila il campo “tipo di metallo / metal stamp” tra i campi degli attributi, se possibile.

2. Attributi specifici del prodotto

Per cercare un prodotto, i clienti possono utilizzare la barra di ricerca o i filtri disponibili nella barra di navigazione a sinistra. Nel modello di caricamento dati è disponibile un campo per ciascun filtro. Per la maggior parte degli attributi, hai a disposizione per i tuoi prodotti una scelta di valori validi predefiniti nel modello di caricamento per Gioielli. Altri campi possono invece essere compilati con testo libero. Se non compili questi campi, i tuoi prodotti non compariranno nei risultati di ricerca quando il cliente sceglierà uno di questi criteri di ricerca perdendo così occasioni di vendite. Ti consigliamo di utilizzare questi attributi nel modo più preciso e completo possibile al fine di creare fiducia nel cliente ed evitare resi. I filtri appaiono anche come dettagli nelle pagine prodotto, aumentando così le possibilità che il tuo prodotto venga trovato tramite la ricerca interna o motori di ricerca esterni.

Principali filtri utilizzati per i gioielli

Ti raccomandiamo di fornire più informazioni possibili e controllare regolarmente Seller Central per reperire l'ultima versione disponibile del modello di caricamento dati Gioielli, dato che i filtri ed i valori validi cambiano periodicamente. Puoi scaricare il file per aggiornare il tuo catalogo con i nuovi valori validi, specialmente per i seguenti attributi:

- **Marca** – è importante che venga utilizzata la dicitura ufficiale della marca; non inserire il nome della tua azienda nel campo “brand” (se i tuoi prodotti non hanno alcun marchio è sufficiente riempire il campo “manufacturer”)
- **Pubblico di riferimento** – specifica per chi è prodotto il gioiello (uomo/donna/unisex/bambini)
- **Tipo di metallo e/o tipo di materiale**
- **Pietra** – pietre lavorate. Per gioielli senza pietre, inserisci “0” come valore.

Importante: le offerte potrebbero essere eliminate dalla ricerca e la navigazione se non vengono inserite informazioni valide per questi attributi.

Esempio di specifiche prodotto corrette:

Specifiche prodotto	
Informazioni Sull'articolo	
Marca	Miore
Marchio	Oro 375/1000
Tipo di metallo	Oro bianco 375/1000
Tipo di pietra	Diamante
Peso totale del metallo	1.46 grammi
Misura anello	16
Regolabile	N
Numero di pietre	1
Diamante Informazioni	
Colore	I
Purezza	Piquet (P1)

3. Elenchi puntati

Gli elenchi puntati sono composti da parole chiave o brevi frasi che riassumono le caratteristiche fondamentali del tuo prodotto. Un cliente dovrebbe essere in grado di capire le caratteristiche fondamentali del prodotto e dunque decidere di leggere la descrizione prodotto per maggiori dettagli. L'elenco puntato, oltre ad essere posto nella pagina di dettaglio del prodotto, è anche integrato nella ricerca di Amazon e quella esterna. Dato che aiuta il cliente a valutare il prodotto, ogni informazione non immediatamente rilevante al prodotto specifico può indurre il cliente a non comprare. Ad esempio:

- Lega : Acciaio Inossidabile
- Trattamento di Superficie : lucidato a specchio
- Dimensione: 17MM (0.66") larghezza x 21CM (8.2") lunghezza x 6MM (0.23") spessore
- Peso: 114.7g
- Pacchetto: Scatola regalo

✓ Obbligatorio	- Utilizza informazioni fattuali e descrittive. - Descrivi le caratteristiche più importanti o gli attributi del prodotto, come le dimensioni, le specifiche o informazioni di produzione uniche. - Scrivi i numeri in cifre (2 invece di due). - Indica chiaramente le misure come centimetri o metri.
✗ Non consentito	- Non utilizzare punteggiatura al termine dei singoli punti elenco, ex. punti o punti esclamativi. - Non indicare prezzo o prezzo di spedizione. - Non utilizzare commenti di natura soggettiva o che indichino urgenza come “di grande valore” o “di moda quest’anno”. - Non indicare nessuna caratteristica specifica del Venditore. - Non utilizzare tag HTML o caratteri speciali che non si trovino su una tastiera (ex., ®, ©, ™ o altri caratteri Type 1 High ASCII). - Non indicare prezzo o dettagli sulla spedizione.

Non sentirti obbligato a completare tutti i campi – 3 punti elenco ben preparati sono meglio di 5 di qualità scadente.

4. Descrizione del prodotto

Questo campo consente di fornire una descrizione dettagliata del prodotto e servirà per promuoverne la vendita. Informazioni dettagliate possono incrementare le tue vendite e diminuire i resi. Puoi anche pubblicare informazioni generali sulla marca, sullo stile o sul materiale.

✓ Obbligatorio	- Usa questo campo per descrivere per intero il prodotto e distinguerlo da prodotti simili. - Descrivi le caratteristiche esclusive del prodotto, indicando la marca, il materiale, il taglio e il numero di modello. - Usa un linguaggio semplice basato sulle informazioni ufficiali del prodotto fornite dal produttore. - Usa una grammatica corretta e frasi intere, non elenchi. - Includi dimensioni accurate e istruzioni per la cura del prodotto. - Non dilungarti troppo, ma non dimenticarti di includere le informazioni fondamentali.
✗ Non consentito	- Non lasciare vuoto questo campo: potresti perdere un’opportunità per convincere il cliente all’acquisto. - Non fornire dettagli specifici sul fornitore o su un’offerta, poiché la descrizione viene visualizzata per tutti i venditori dello stesso prodotto e deve essere disponibile a tutti. - Non includere il prezzo o dettagli sulla consegna in questo campo.

Esempio:

Descrizione prodotto Peso totale 3/4 carati. Pendente tondo con diamanti bianchi. Classe colore G-H. Classe di purezza SI. Brillantezza - da ottimi a buoni. Simmetria da ottimi a buoni. Girello bianco 24K. Peso totale da 0.72 a 0.85 ct. Il diamante centrale pesa 5/8 ct. I nostri diamanti sono naturali al 100% e non provengono da regioni in conflitto. I procedimenti di taglio e politura vengono effettuati utilizzando le tecnologie più avanzate che ci consentono di massimizzare la brillantezza dei diamanti stessi. Questi sono lavorati singolarmente presso i nostri stabilimenti di New York e analizzati con il nostro brand. La qualità di ogni articolo è certificata dalla GIA, l'Istituto Gemmologico Americano.	
---	--

5. Ricerca tramite parole chiave

Le parole chiave sono termini ulteriori che possono essere aggiunti per aiutare i clienti a trovare i tuoi prodotti quando li cercano su Amazon.it. È da notare che le parole chiave non influenzano motori di ricerca esterni, ad es. Google, e la maggior parte del contenuto che fornisci nei campi del titolo e della marca è già integrato nella ricerca, quindi non c’è bisogno di ripetere queste informazioni. Possono includere attributi del prodotto o diversi modi di descrivere il prodotto nel caso siano rilevanti. Alcuni esempi sono sinonimi e dettagli aggiuntivi: ad esempio per un gioiello sarebbe ideale aggiungere i materiali, lo stile o le occasioni.

✓ Obbligatorio	- Utilizza parole che già NON siano nel titolo. - Utilizza dei sinonimi per descrivere il tuo prodotto.
Consigliato	- Utilizza tutti i campi disponibili. - Utilizza Google Trends o Google Insights per individuare termini di ricerca adeguati.
✗ Non Consentito	- Non utilizzare parole chiave nel titolo. - Non utilizzare attributi falsi (materiale, altre marche). Ciò potrebbe comportare la sospensione del tuo account. - Non utilizzare aggettivi con implicazioni soggettive (ex. bello, disponibile) o che indichino urgenza (ex. in saldo, occasione). - Non menzionare il nome del fornitore. - Non ripetere le informazioni già contenute nel titolo, l'algoritmo se ne prende carico. - Non utilizzare il plurale o varianti ortografiche perché già previste dal nostro algoritmo - Non utilizzare termini generici (ex. anello, collana).

G) Appendice: esempi di immagini principali conformi per prodotti di gioielleria

Ti invitiamo ad utilizzare come riferimento queste immagini principali conformi.

Anelli



Collane



Orecchini



Braccialetti



Ciondoli



Cavigliere



Fermagli & Spille



Gemelli & Accessori per camicie



Scatole (portagioie, scatole, ceste, cuscini, supporti, cassetti)



Amuleti



Accessori per gioielli



Gioielli per capelli



Set di gioielli



Gioielli per il corpo

