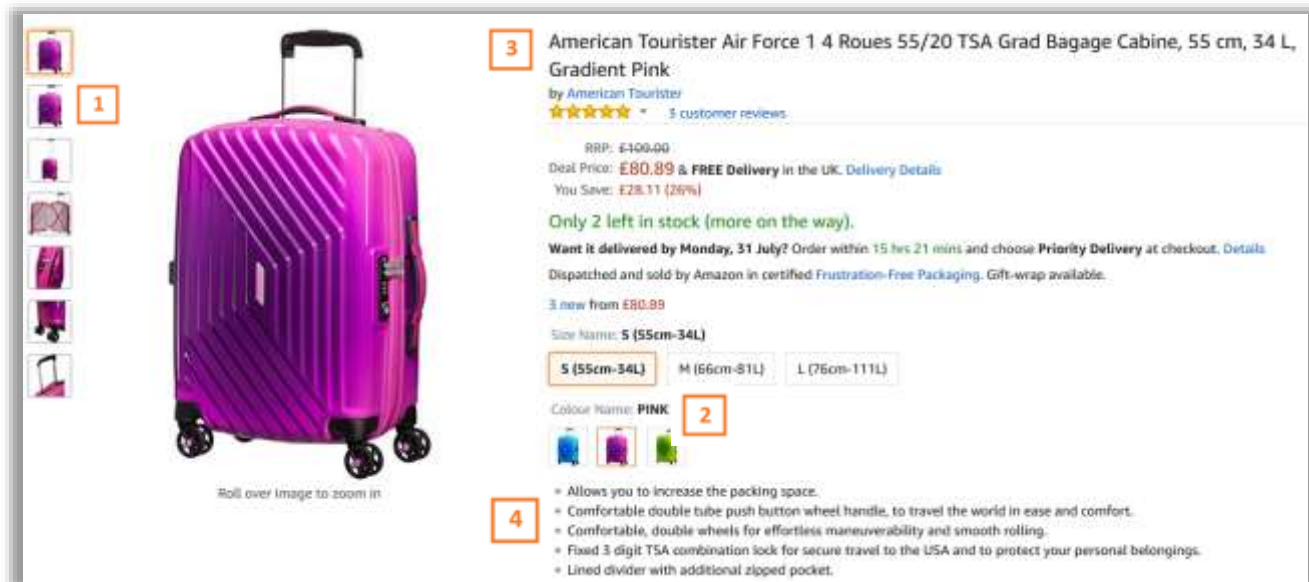


Il successo della tua attività commerciale è determinato in larga misura dalla qualità delle tue pagine prodotto. Creare delle offerte in un formato ben strutturato e corredarle di informazioni precise e dettagliate può influenzare positivamente le decisioni di acquisto dei clienti. Ti invitiamo a notare che la mancata osservanza di queste indicazioni può comportare la rimozione (soppressione) delle tue offerte dalla categoria valigie, 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 prodotti di valigeria 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 3-5 e dalla 13 in poi della Guida Stilistica Valigeria.**
- 2 Tutte le **varianti** di un prodotto devono essere organizzate in un'unica offerta all'interno di un prodotto parent. Nell'esempio qui sopra sono in vendita tre misure in tre differenti colori. 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:

Valigie e borse da viaggio: [brand_name] + [style_name] + [model_name] + [item_length] + [item_dimensions_unit_of_measure] + [volume_capacity_name] + [volume_capacity_name_unit_of_measure] + [number_of_wheels] + "ruote" + [color_name] + "con" + [lock_type]

Set di valigie: [brand_name] + [style_name] + [model_name] + [number_of_items] + "pz" + [color_name]

Accessori da viaggio: [brand_name] + [style_name] + [model_name] + [color_name]

Altro: [brand_name] + [style_name] + [model_name] + [volume_capacity_name] + [volume_capacity_name_unit_of_measure] + [color_name]

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

Samsonite Valigia Meteor 75 Centimetri 94 Litri 4 Ruote Blu con Lucchetto a Combinazione, Travelite Set di Valigie Meteor 3 pz Rosso, GoTravel Cuscino da viaggio Ultimate Nero, Berghaus Zaino da Escursionismo Twentyfourseven Plus 20 Litri Nero.

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 12](#) 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 Valigeria e la revoca dei permessi per questa categoria.

SOMMARIO

A) Immagini	3
1. Tipi di immagini.....	3
2. Requisiti per le immagini	4
B) EAN.....	5
C) Relazioni di Varianti	5
D) Colori.....	7
E) Titolo del prodotto.....	7
1. Formato del titolo	7
2. Requisiti per i titoli.....	8
F) Migliorare la visibilità.....	9
1. Nodo di navigazione.....	9
2. Attributi specifici del prodotto.....	10
3. Elenchi puntati	11
4. Descrizione del prodotto.....	12
5. Ricerca tramite parole chiave	12
G) Appendice: esempi di immagini principali conformi per prodotti di valigeria	14

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 possiedi 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:

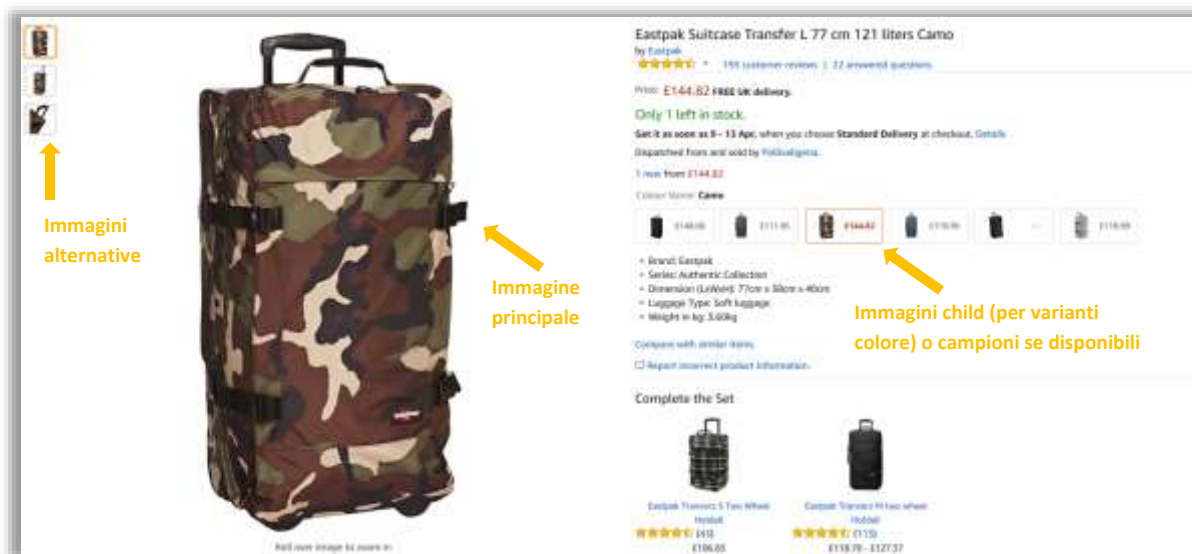


Immagine principale dell'ASIN parent: una sola immagine principale per offerta parent. È obbligatorio inserirne una.

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. Ti consigliamo di utilizzare le seguenti immagini alternative per prodotti di valigeria:



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

<p>✓ Obbligatorio</p>	<p>Per le immagini PRINCIPALI</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 per Valigie 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.
	<p>Per TUTTE le immagini</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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.
<p>✓ Consigliato</p>	<p>Per TUTTE le immagini</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ogni ASIN (parent e child) dovrebbe contenere immagini secondarie mostranti altre viste o angolature del prodotto.
<p>✗ Non consentito</p>	<p>Per le immagini PRINCIPALI</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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.

		<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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](#).

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. Tutte le varianti relative alla stessa referenza devono comparire nella stessa pagina prodotto.



In questo esempio, il prodotto parent è una valigia senza dimensioni o colori e le varianti sono tutte le dimensioni e colori disponibili per questa valigia (tre dimensioni e cinque colori). Tutti 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:	<ul style="list-style-type: none"> - 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 un valore valido a scelta tra "ColorName", "SizeName", o "SizeName-ColorName" - Il titolo deve essere creato seguendo i requisiti dei titoli per gli ASIN Parent
	per ASIN child:	<ul style="list-style-type: none"> - Questi sono i prodotti effettivamente vendibili, che possono variare in colore e/o misura - Ha SKU appositi - Se il prodotto esiste in diverse dimensioni o colori 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 "SizeName", il prodotto DEVE contenere almeno una dimensione. Lo stesso principio è valido per tutti gli altri temi di variante. - 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 un valore valido (ex. un colore nel caso di "ColorName" come tema) - Il titolo deve essere creato seguendo i requisiti dei titoli per gli ASIN child

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

NOTA: se vuoi creare un set di valigie composto di vari pezzi, ti invitiamo a compilare i dati del pezzo piu' grande mentre inserisci i dati riguardanti le dimensioni e il peso. Dettagli riguardanti i pezzi aggiuntivi nel set, come dimensioni, volume e peso delle valigie piu' piccole, beauty cases, etc. devono essere inseriti nella descrizione del prodotto.

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:	<ul style="list-style-type: none">✓ 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: <ul style="list-style-type: none">✓ <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:	<ul style="list-style-type: none">✗ 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: <ul style="list-style-type: none">✗ 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 richieste da Amazon. ASIN con titoli non conformi potrebbero essere soppressi dal sito. Seguendo le indicazioni sarai in grado di conseguire una **visibilità ottimale nelle ricerche** e un aumento della **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 Valigie e la revoca dei tuoi privilegi di vendita per questa categoria.

1. Formato del titolo

Abbiamo definito quattro formati per i titoli. Questi formati sono basati su attributi specifici presenti nel modello di caricamento. Ti invitiamo a seguire l'ordine degli attributi come mostrato di seguito nel momento in cui crei i titoli per queste tipologie di prodotto:

Valigie e set da viaggio:

[brand_name] + [style_name] + [model_name] + [item_length] + [item_dimensions_unit_of_measure] + [volume_capacity_name] + [volume_capacity_name_unit_of_measure] + [number_of_wheels] + "ruote" + [color_name] + "con" + [lock_type]

Esempio: Samsonite Valigia Meteor 75 Centimetri 94 Litri 4 Ruote Blu con Lucchetto a Combinazione

Set di valigie:

[brand_name] + [style_name] + [model_name] + [number_of_items] + "pz" + [color_name]

Esempio: Travelite Set di Valigie Meteor 3 pz Rosso

Accessori da viaggio:

[brand_name] + [style_name] + [model_name] + [color_name]

Esempio: GoTravel Cuscino da viaggio Ultimate Nero

Tutti gli altri prodotti, ad esempio zaini per la scuola, zaini e borse messenger:

[brand_name] + [style_name] + [model_name] + [volume_capacity_name] + [volume_capacity_name_unit_of_measure] + [color_name]

Esempio: Berghaus Zaino da Escursionismo Twentyfourseven Plus 20 Litri Nero

Attributo	Definizione	Restrizioni	Valore di esempio
[brand_name]	Marca o produttore del prodotto.	Stringa alfanumerica. Minimo 1 carattere e Massimo 50 caratteri in lunghezza. Non utilizzare, ad esempio, "sconosciuto" o "Ltd."	Samsonite
[style_name]	Nome dello stile che rappresenta al meglio il prodotto.	Controlla nei modelli di caricamento specifici la lista di valori validi ammessi.	Valigia
[model_name]	Nome del modello come descritto dal produttore. Questo campo e' utilizzato per descrivere ulteriormente il prodotto (una o due parole per evidenziare la caratteristica piu' importante del tuo prodotto).	Campo ad inserimento libero fino ad un massimo di 50 caratteri. Non inserire numeri dal momento che non aggiungono nessun valore per il cliente finale.	Meteor
[item_length]	Lunghezza del prodotto	Numero fino a 10 cifre per i numeri decimali e 2 cifre per gli interi. Non utilizzare virgole.	55
[item_dimensions_unit_of_measure]	Unita' di misura per descrivere le dimensioni del prodotto.	Controlla nei modelli di caricamento specifici la lista di valori validi ammessi.	Centimetri
[volume_capacity_name]	Volume della borsa o valigia in litri.	Numero fino a 10 cifre per i numeri decimali e 2 cifre per gli interi. Non utilizzare virgole.	19
[volume_capacity_name_unit_of_measure]	Unita' di misura relativa al volume.	Seleziona tra i valori: tazza, gallone, litro, oncia, pinta, quarto.	litro
[number_of_wheels]	Numero di ruote della valigia.	Numero intero	4
[lock_type]	Tipologia di lucchetto che il prodotto include.	Controlla nei modelli di caricamento specifici la lista di valori validi ammessi.	Lucchetto a combinazione

2. Requisiti per i titoli

✓ Obbligatorio	<ul style="list-style-type: none">- Utilizza le formule mostrate in precedenza- Limita i titoli dei 'Parent ASIN' a 60 caratteri e titoli dei 'Child ASIN' a massimo 150 caratteri- 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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 [guide per l'uso della categoria](#). Se non ne assegna uno al tuo prodotto, non sarà possibile trovarlo sul sito web.

<p>✓ Obbligatorio</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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.
<p>✗ Non Consentito</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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.



✓ **Conforme**

"Valigeria/Valigie e set da viaggio/Valigie" (Node ID: 700560031)

✗ **Non conforme**

"Valigeria/Valigie e set da viaggio" (Node ID: 700555031)

Valigeria

- Accessori
- Borse Messenger
- Borse a mano e a spalla
- Borse da lavoro e per PC portatili
- Borse da palestra
- Borse, cestini e Trolley per la spesa
- Cartelle, astucci e set per la scuola
- Marsupi
- Ombrelli
- Portafogli e porta documenti
- Valigie e set da viaggio
- Zaini

Struttura di navigazione

Nodo di navigazione

2. Attributi specifici del prodotto

Dimensioni

- Small (Fino a 59 cm)
- Medium (60 - 69 cm)
- Large (70 cm e più)

Volume

- Fino a 44 l
- 45 l - 99 l
- 100 l e più

Peso

- Fino a 2.4 kg
- 2.5 kg - 3.4 kg
- 3.5 kg - 4.4 kg
- 4.5 kg e più

Rivestimento esterno

- < Cancella
- Duro
- Ibrido
- Morbido

Ruote

- 2
- 4

Caratteristiche

- Cerniera lampo
- Elastico ferma abiti
- Lucchetto TSA
- Manico telescopico
- Vano biancheria sporca

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 Valigie. 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.

Informazioni relative ai filtri appaiono anche come dettagli nelle pagine prodotto, incrementando così le possibilità che il tuo prodotto possa essere trovato tramite la ricerca interna o motori di ricerca esterni. Grazie alla tabella riguardante le specifiche del prodotto il cliente è in grado di identificare attributi importanti in una singola tabella. Questa tabella si trova subito sotto l'immagine del prodotto e può essere utilizzata dal cliente per confrontare

facilmente prodotti.

Specifiche prodotto	
Altezza	75 cm
Lunghezza	59 cm
Larghezza	32 cm
Capacità	95 litri
Peso	3.10 kg
Materiale	Cuoio
Tipo di gancio	Duro
Numero di ruote	4
Tipo di chiusura	Lucchetto TSA
Caratteristiche speciali	4 Ruote, Elastico ferma abiti, Manico telescopico, Cerniera lampo

Filtri principali utilizzati per i prodotti di valigeria

Ti raccomandiamo di fornire più informazioni possibili e controllare regolarmente Seller Central per reperire l'ultima versione disponibile del modello di caricamento dati Valigie, 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:

- **Brand_name** – 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 ti invitiamo a compilare il campo “manufacturer”)
- **Style_name**
- **Model_name**
- **Color_name**
- **Color_map**
- **Model_number**

Importante: Ti invitiamo a tener presente che alcuni attributi sono richiesti dalla normativa vigente, come ad esempio l'etichettatura dei tessuti. Quando compili il modello di caricamento inserisci tutte le informazioni segnalate come “Obbligatorie” nella scheda definizione dati. Se carichi offerte senza compilare gli attributi richiesti è possibile la soppressione dei relativi ASIN.

Dimensioni delle valigie

Per agevolare i clienti alla ricerca di una valigia dalle dimensioni specifiche e non convenzionali (lunghezza, larghezza, spessore) ti consigliamo di classificare ogni prodotto all'interno di una delle categorie S, M & L.

	Small	Medium	Large
Dimensione	S	M	L
Altezza in cm (valigia in piedi sulle ruote)	fino a 59 cm	da 60 a 69 cm	da 70 cm
Volume in Litri:	fino a 44 L	da 45 L a 99 L	da 100 L
Capacità	Fino a 3 giorni	1-2 Settimane	2-3 Settimane
Idoneo come bagaglio a mano	Si	No	No

Caratteristiche particolari

Questo attributo contiene una lista estensiva di possibili caratteristiche specifiche del prodotto. Le proprietà elencate nella seguente tabella possono anche essere utilizzare sia come filtro, sia all'interno della pagina prodotto.

Caratteristiche particolari utilizzate come filtri:	Caratteristiche particolari a seconda del tipo di prodotto		
Caratteristiche <input type="checkbox"/> Cerniera lampo <input type="checkbox"/> Elastico ferma abiti <input type="checkbox"/> Lucchetto TSA <input type="checkbox"/> Manico telescopico <input type="checkbox"/> Vano biancheria sporca	Valigie e Trolley	Borsone da Viaggio	Zaini e Cartelle
	Espandibile	Spallacci	Cinghia per il petto
	Vano biancheria sporca	Vano scarpe	Asola per uscita auricolari
	Elastico ferma abiti	Cinghia a tracolla	Formato A4
	Vano camicie	Manico telescopico	Formato lettera
	Vano scarpe	Ruote	Vano casco
	Manico telescopico		Cintura a vita
	Cerniera lampo		Sistema di idratazione
			Parapioggia
			Vano PC
		Cinghie porta Snowboard	
		Manico telescopico	
		Ruote	

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.

✓ Obbligatorio	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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.

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.

✓ Obbligatorio	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizza parole che già NON siano nel titolo. - Utilizza dei sinonimi per descrivere il tuo prodotto.
Consigliato	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizza tutti i campi disponibili. - Utilizza Google Trends o Google Insights per individuare termini di ricerca adeguati.
✗ Non consentito	<ul style="list-style-type: none"> - 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'algorithm se ne prende carico.
- Non utilizzare il plurale o varianti ortografiche perché già previste dal nostro algorithm.
- Non utilizzare termini generici (ex. valigia, portamonete).

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

Ti invitiamo ad utilizzare queste immagini principali conformi come riferimento:

Valigie e set da viaggio:



Zaini:



Accessori:



Borse a mano e a spalla:



Accessori da viaggio:



Portafogli e porta documenti:



Marsupi:



Ombrelli:

