



Guide de style

Présentation des produits sur Amazon.fr

FR Produits de puériculture | Mise à jour : septembre 2016

1. Informations relatives au présent document

Ce guide de style vous aidera à présenter efficacement votre offre de produits et à optimiser vos ventes.

La réussite de vos ventes sur Amazon.fr dépend en très grande partie de la **qualité** des informations saisies concernant le produit. La page de description du produit **remplace le face-à-face pour conseiller le client, inexistant** dans le e-commerce. Les clients trouvent plus facilement les offres produit qui ont été détaillées, saisies correctement et intelligemment intitulées et illustrées. Ces produits **se vendent donc mieux** et sont **plus rarement retournés**.

En outre, les moteurs de recherche trouvent plus facilement et plus rapidement les pages produit détaillées dont les informations sont complètes. Plus vous enregistrez de contenu sur votre page produit, plus vous avez de chances qu'elle soit bien classée dans les résultats des principaux moteurs de recherche et qu'elle reçoive donc plus de visiteurs

Pour de plus amples informations, consultez la page [Seller Central](#), vous y trouverez :

- Listes de classification / Browse Tree Guides (=BTG) pour les produits pour bébé
- Modèle de fichier de stock (Flat File) pour envoyer sur le serveur les informations concernant vos produits pour bébé.

Important : Les vendeurs sont responsables de toute offre qu'ils mettent en vente sur Amazon ainsi que du contenu de ces offres. Les vendeurs doivent également s'assurer que les produits et leurs offres ainsi que toute vente en découlant sont en conformité avec les lois en vigueur. Amazon se réserve le droit, à son entière discrétion, de juger du caractère approprié ou non d'une offre. Si nous constatons que le contenu de la page détaillée d'un produit ou d'une offre de produit est interdit, potentiellement illécite ou inapproprié, nous nous réservons le droit de le supprimer ou de le modifier sans avis préalable. Le contenu ci-dessous est fourni à titre indicatif uniquement.

2. Explications générales relatives aux produits de puériculture

Veillez utiliser, pour tous les produits des catégories suivantes, le modèle de fichier de stock (Flat File) pour les articles de puériculture :

Catégories (boutiques) :

- Sièges auto
- Chambre de bébé
- Décoration
- Repas de bébé & Allaitement
- Toilette de bébé
- Change de bébé
- Poussettes
- Maternité
- Sécurité de bébé
- Eveil et jouets
- Vêtements de bébé
- Transport & Sacs

Ne sont pas compris :

- Chaussures bébé → **Chaussures**
- Alimentation bébé → **Epicerie**
- Livres d'images, Livres pour enfants, Livres de bain, Livres de puériculture et autres ouvrages spécialisés → **Livres**
- Lampes & Veilleuses → **Éclairage**
- Couches, Huiles bébé, Crèmes, Articles de puériculture divers → **Santé et soins du corps**

Cas particulier pour les jouets :

Utilisez le Flat File des jouets pour tous les jeux et jouets, **sauf** s'ils correspondent à l'un des catégories suivantes. Dans ce cas, choisissez le modèle de fichier Articles de puériculture :

- Couches
- Jouets pour landau
- Trotteurs
- Mobiles
- Doudous attache-tétine
- Tapis et centres d'éveil
- Boîtes à musique
- Tapis de jeux
- Sièges sauteurs suspendus

3. Aperçu des champs pour les caractéristiques produit les plus importantes

Les champs suivants vous permettent de mentionner les caractéristiques produit les plus importantes et d'optimiser la visibilité des produits. Le tableau ci-après ne donne qu'un simple aperçu des caractéristiques. De plus amples descriptions seront données plus loin.

	Description	Champ correspondant
EAN	Indication des bons codes EAN/UPC de l'article.	standard-product-id
Titre du produit	Le titre du produit est placé à côté de l'image et apparaît dans les résultats de la recherche.	title
Marque	Le nom de marque exact sous lequel le produit est commercialisé.	brand
Images produit	Il est possible d'enregistrer jusqu'à 9 images. Plus la résolution est grande, meilleure est l'image. La résolution minimale est de 500 pixels et il est possible d'agrandir l'image à partir de 1 000 pixels.	main-image-url, swatch-image-url, other-image-url1-8
Caractéristiques produit/Liste à puces	Afin de donner rapidement une première impression, vous pouvez utiliser la liste à puces sous Caractéristiques produit. Le principe à suivre : être bref et précis.	bullet-point1-5
Description du produit	La description détaillée des propriétés et possibilités d'utilisation de votre produit, sous forme de texte rédigé.	description
Filtre de catégories (Browse Nodes)	La catégorie de produits dans laquelle l'article de la page doit être affiché.	recommended-browse-node1-2

Les synonymes ou mots-clés sous lesquels l'article peut être trouvé. Plusieurs mots-clés possibles pour chaque champ, avec un maximum autorisé de 50 signes.

search-terms1-5

Termes de recherche

Si vous souhaitez proposer un article en différents parfums ou sous plusieurs unités de conditionnement, il vous faut créer une relation variantes afin que toutes les variantes soient affichées sous un parent sur la même page de description.

parentage, relationship-type, parent-sku, variation-theme, color, color-map, size, size-map

Relation variantes

Structure de la page de description du produit

Voici un exemple de page de description d'un siège auto. Nous avons mis en avant les éléments les plus importants :

Titre: Siège auto et Rehausseur de 9 à 38kg - Fabrication 100% Française - 3 étoiles Test TCS - 4 coloris - Protections latérales.

Marque: de Mycarol

Prix: Prix: EUR 42,99. Nouvelle Prix: EUR 42,99 à LIVRAISON GRATUITE. Economisez: EUR 20,88 (32%).

Variante: Sélection de variantes avec prix: EUR 42,99, EUR 42,99, EUR 42,99, EUR 42,99.

Bullet points:

- FABRICATION 100% FRANÇAISE (Rhône Alpes) - Certifié en France selon règlement norme ECE R44-04 - 3 étoiles Test TCS
- Pour les enfants de 9 à 38kg (jusqu'à 12 ans env) - Siège auto face à la route avec harnais de 9kg à 18kg (0-1) - Siège auto facilement convertible en rehausseur sans harnais de 15kg à 35kg (0-2)
- Protections latérales - Côté-hôte ajustable en hauteur
- Harnais 5 points - Accessoires - Guide ceinture intégré - Poids du siège auto: 4,5 kg - Dimensions: L490 x H430 x P460
- Déhoussable et lavable à la main - Il s'adapte à tous les véhicules munis de ceinture de sécurité 3 points - Equipé d'un rembourrage métré pour un confort optimal, de 2 accoudoirs et côté-hôte ajustable en hauteur!
- Garantie 2 ans - SAV joignable par téléphone du Lundi au Vendredi de 09h30 à 12h et de 14h à 17h.

Description: Siège auto rehausseur avec harnais (0-3) - Pour les enfants de 9kg à 38kg (jusqu'à 12 ans env env). Certifié en FRANCE selon règlement norme ECE R44-04. Fabriqué en FRANCE. Utilisation du Siège auto en mode rehausseur, face à la route, avec ceinture du véhicule de 15kg à 38kg (0-2 à 3). Protections latérales. ACCOUDOIRS réglables. Appareil-côté réglable en hauteur Harnais 5 points.

EAN

Lors de la création de l'offre produit, utilisez toujours le code EAN d'origine du fabricant (« standard-product-id »). Les doublons générés suite à la création de nouveaux codes EAN pour des articles qui possèdent déjà un EAN fabricant ne facilitent pas la prise de décision du client concernant son achat.

Titre du produit

Titre / Nom du produit (« titre »)

Les titres parlants renforcent la confiance que les clients vous accordent. Le titre d'un produit figure à côté de l'image qui le représente et c'est par le titre que le client se fait sa **première impression** sur votre produit. Il s'agit donc du premier moyen que vous avez de convaincre vos clients de votre professionnalisme et de votre qualité. De plus, le titre produit apparaît dans les résultats de recherche sur Amazon mais aussi sur les autres moteurs de recherche.

Choisissez un **titre concis, informatif et précis** qui respecte la syntaxe recommandée par Amazon :

Souvenez-vous que chez Amazon, il ne peut y avoir qu'une seule page d'informations détaillées par produit, même lorsque plusieurs vendeurs créent une offre pour ce produit. Les titres produits et les descriptions ne doivent donc jamais contenir d'informations spécifiques d'un vendeur. Le non-respect de ce principe peut entraîner la suppression de votre article dans cette catégorie.

Correct

- ✓ Privilégiez des titres courts : contentez-vous des caractéristiques indispensables pour distinguer ce produit des autres ; 80 caractères maximum.
- ✓ Faites attention à l'emploi des majuscules et minuscules (pas de mots entiers en majuscules). Ainsi, écrivez p. ex. « Nivea ».
- ✓ Respectez l'orthographe française de la marque ou du nom du fabricant.
- ✓ À l'exception des noms propres, les titres produit doivent toujours être rédigés en français.
- ✓ En cas d'offre groupée de produits, indiquez la quantité dans le titre.
- ✓ Format pour les grammes ou millilitres : « chiffre – espace – unité » ; p. ex. pour 50 ml, utilisez les abréviations courantes des unités : millilitre = ml, gramme = g, litre = l, milligramme = mg.
- ✓ Ajoutez un espace avant et après chaque « / ».
- ✓ Mentionnez le poids / volume d'un article dans le titre des ASIN enfants.

Incorrect

- ✗ Tout en minuscules ou tout en majuscules (p. ex. NIVEA ou nivea), chiffres en toutes lettres.
- ✗ Utilisation d'abréviations. Ainsi, écrivez « fard à paupières » et non pas « fard à paup. ».
- ✗ Les informations telles que le prix et les conditions d'expédition, les informations sur l'entreprise ou les informations à caractère temporel telles que « Offre à durée limitée » ou « Produit de l'année » ne doivent pas faire partie du titre.
- ✗ Utilisation de symboles tels que : !, ?, *, €, « »
- ✗ Utilisation de balises HTML ou de caractères spéciaux non disponibles sur un clavier standard (p. ex. ®, ©, ™)
- ✗ N'utilisez pas de « | » (pipe) ni de # (hash).
- ✗ Commentaires subjectifs ou promotionnels tels que « offre spéciale », « meilleure vente », « port payé », etc.
- ✗ N'utilisez pas votre nom de vendeur en guise de marque ou de fabricant, sauf si votre nom de vendeur est réellement la marque commerciale du produit.
- ✗ Titre trop long ou mots-clés de recherche dans le titre.

Le titre du produit doit être rédigé comme suit :

1) Produit de marque :

Élément : **[Marque] [Numéro de l'article] [Nom de l'article] [Type d'article, le cas échéant] [Spécifications importantes telles que la couleur, les dimensions, etc.]**

Si vous listez les variantes d'un article (variante « enfant »), les titres produit doivent comporter les caractéristiques qui les différencient les unes des autres, telles que la couleur ou les dimensions. Ces informations doivent également être ajoutées pour tous les produits qui ne font pas partie d'une variante.

Pour les produits parents, employez des titres généraux sans mentionner la couleur ni les dimensions par exemple.

2) Produit sans marque (article No Name) :

NE désignez JAMAIS de nom de marque.

Élément : [Numéro de l'article] [Nom de l'article] [Type d'article, le cas échéant] [Spécifications importantes telles que la couleur, les dimensions, etc.]

Exemple :

Produit de marque

Élément	Marque	Numéro de l'article	Nom de l'article	Type d'article	Spécifications
Exemple	Hauck	604038	Dream'n Play	Lit parapluie	60 x 120 cm, couleur jaune/bleu/bleu marine
Résultat	Hauck 604038 Dream'n Play Lit parapluie 60 x 120cm, couleur jaune/bleu/bleu marine				

Images produit

Pour réussir à vendre sur une boutique en ligne, il est essentiel d'avoir des images claires et représentatives qui permettent de reconnaître sans ambiguïté le produit proposé. Le client ne pouvant pas toucher le produit, il est d'autant plus important que vous fournissiez au client de nombreuses photos et illustrations du produit, les plus évocatrices possible. Privilégiez les images en haute résolution afin de pouvoir utiliser la fonction agrandissement. Nous recommandons également de fournir plusieurs images sous différents angles ou avec des vues détaillées du produit. Les illustrations ne doivent comporter ni texte, ni filigrane, ni logo.

Critère minimum à remplir concernant les images produit :

- Résolution minimum : 500 pixels** sur le côté le plus long ; l'agrandissement est possible à partir de 1200 pixels.
- Le produit doit utiliser **80 à 90 % de la surface totale de l'image**.
- Le produit complet doit être représenté sur l'image (aucune partie du produit ne doit être coupée).
- Les images ne doivent comporter **ni texte, ni cadres ou bordures, ni logos, ni étiquettes, ni affichage de prix, ni filigrane**.
- L'arrière-plan de l'illustration principale doit être blanc à 100 %** (RVB 255,255,255 ; cela requiert un traitement infographique). Un ombrage léger pour mettre en valeur le produit par rapport à l'arrière-plan est autorisé (cf. exemple du lit parapluie). L'image principale doit exclusivement représenter le produit **sans accessoires ni exemples d'utilisation**.
- Si vous avez d'autres illustrations du produit, il est possible de représenter le produit dans son contexte d'utilisation. L'arrière-plan ne doit cependant pas détourner l'attention du produit proposé. Le texte, les représentations schématiques et les croquis sont autorisés dans la mesure où ils contribuent à une meilleure compréhension du produit.
- Pour l'image principale, n'utilisez pas de photos de mise en situation. Ces photos sont en revanche autorisées et même souhaitables en tant qu'images complémentaires.
- Le produit doit être facilement reconnaissable, correctement éclairé et placé dans une position et sous angle de vue pertinents.
D'une manière générale, le client doit pouvoir se fier à ce qui est représenté sur l'image :
 - si l'offre correspond à une poussette, alors l'image ne doit comporter que la poussette ;
 - si la poussette est proposé en lot avec le siège-auto p. ex., alors la poussette et le siège-auto doivent apparaître côte à côte sur l'image (et non en décalé).
- Si le produit existe en **plusieurs versions (p. ex. en plusieurs tailles, couleurs)**, chaque variante (cf. point 3.3) doit avoir sa propre image.
- Format des images : **JPG au mode de couleurs RVB** (le mode de couleurs CMJN est rejeté par le système lors de leur lecture).
- N'utilisez **pas d'images de remplissage telles que des inscriptions « image non disponible »**.

Les différents types d'images produit :

Dans le catalogue d'Amazon, il est possible d'afficher plusieurs images pour un même produit. Vous devez au minimum fournir une image principale pour tous les ASIN parents (= articles de catégorie mère) et pour tous les ASIN enfants (= articles de catégorie fille). Nous vous recommandons toutefois de mettre à disposition d'autres images haute résolution de votre produit afin de mieux informer vos clients et de les inciter à acheter.

- **Image principale de l'ASIN parent** : vous devez fournir une image principale « parent » qui représente le produit que vous avez configuré.
- **Image principale de l'ASIN enfant** : il vous faut fournir pour chaque ASIN enfant une image principale qui illustre p. ex. la dimension ou la teinte du produit. Pour chaque variante d'un produit que vous mettez en vente, il vous faut fournir une image principale enfant.
- **Images alternatives** : Les autres images offrent diverses vues du produit afin de mieux représenter le dos du produit, les emballages-cadeaux ou des suggestions d'utilisation. Vous pouvez enregistrer jusqu'à huit images alternatives par ASIN parent et ASIN enfant. Il est possible de représenter le produit dans son contexte d'utilisation, du moment que l'arrière-plan ne fait pas oublier le produit. Le texte, les représentations schématiques et les croquis sont autorisés dans la mesure où ils contribuent à une meilleure compréhension du produit (cf. exemple du sac à langer). Les photos de mise en situation sont autorisées. Le produit doit toutefois être immédiatement reconnaissable et être placé dans un environnement logique lui correspondant (cf. exemple de la mère avec le sac de transport du lit parapluie).

Exemples d'images principales correctes



Exemples d'images principales incorrectes



Exemples d'images alternatives correctes



Correct

- ✓ Choisissez des images claires, représentatives et de qualité des produits seuls
- ✓ L'image principale doit être isolée sur calque et appliquée sur un arrière-plan blanc, sans ombrage.
- ✓ Représentation du produit sans emballage
- ✓ L'image principale doit représenter exclusivement le produit ; sans accessoires ni exemples d'utilisation.
- ✓ Image d'un lot de produits représentant chacun des produits vendus du lot.

Incorrect

- ✗ Image de faible résolution ou de mauvaise qualité avec texte, logos, filigrane ou indication de prix.
- ✗ Image principale sur arrière-plan coloré ou pourvue d'un cadre
- ✗ Plusieurs perspectives sur l'image principale
- ✗ Images de campagne publicitaire ou de marque
- ✗ Éléments gênants tels que « NOUVEAU », « Lot », etc.
- ✗ Image représentant notamment des produits non inclus dans la livraison

Caractéristiques produit importantes/Liste à puces

Dans les puces / caractéristiques produit, vous avez l'occasion d'en dire plus sur les avantages et les propriétés de votre produit. Les caractéristiques doivent être concises, afin que le client comprenne en un clin d'oeil les avantages de votre produit et que son intérêt soit suscité, l'incitant à lire le reste des informations. La liste à puces se trouve juste à côté de la photo du produit et est utile tant pour la recherche Amazon interne que pour les moteurs de recherche externes.

- Présente sur la page de description, la liste des caractéristiques principales du produit donne au client des informations complémentaires sur votre produit et peut fortement l'inciter à acheter.
- Veuillez à n'indiquer dans cette liste que des informations concises et pertinentes : si vous souhaitez décrire davantage votre produit, faites-le dans la description produit.
- Choisissez cinq caractéristiques clés de votre produit que vous souhaitez mettre en vedette.
- Si une des puces s'articule en plusieurs idées, séparez-les par des points-virgules.
- Évitez les signes de ponctuation tels que les traits d'union, les symboles, les points et les points d'exclamation.
- Évitez les allusions vagues et préférez-leur des caractéristiques factuelles aussi exactes que possible.
- Les remarques sur l'expédition et les informations sur l'entreprise ne sont pas autorisées : Amazon fournit déjà ces renseignements.

Correct

- ✓ Décrivez les plus importants avantages et propriétés de votre produit.
- ✓ Dimensions du produit avec mesures en cm et poids en g.
- ✓ Écrivez la première lettre de chaque point en majuscule.
- ✓ Écrivez les nombres en toutes lettres (« deux » et non « 2 »)
- ✓ Vérifiez la grammaire et l'orthographe des caractéristiques

Incorrect

- ✗ Ne pas utiliser plus de 5 puces. 3 puces pertinentes valent mieux que 5 sans intérêt.
- ✗ Ajout d'indications de prix et/ou de commentaires subjectifs ou à caractère temporel tels que « Produit de l'année ».
- ✗ Intégration de données de référencement telles que conditions d'expédition ou informations à caractère publicitaire.
- ✗ Utilisation de balises HTML ou de caractères spéciaux non disponibles sur un clavier standard (p. ex. ®, ©, ™).

Description du produit

La description du produit vous permet une description détaillée du produit mis en vente, sous forme d'un bloc de texte libre et parlant sur le plan émotionnel. Elle remplace le face-à-face avec un vendeur. Vous pouvez donner des informations générales sur le fabricant ou la marque, ainsi que sur le processus de production. Votre description produit est votre « vendeur en ligne » : c'est ce qui explique au client pourquoi cet article est celui qu'il lui faut. Veillez donc à ce qu'elle contienne toutes les informations pertinentes qui inciteront le client à acheter. La longueur du texte est variable. N'utilisez que des textes en français, afin de n'exclure aucun client.

Correct

- ✓ Utilisez ce champ pour décrire plus précisément l'article et le différencier d'autres produits similaires ; faites des phrases complètes (bloc de texte) et évitez le style télégraphique.
- ✓ Décrivez les caractéristiques exclusives du produit.
- ✓ Pas d'écriture en gras, en italique ou autre mise en forme.
- ✓ Employez un discours neutre et orienté client (évitez les « nous garantissons... », écrivez plutôt p. ex. « [Marque] garantit... »).
- ✓ Décrivez le produit, pas votre marque.

Incorrect

- ✗ Ne laissez pas ce champ vide : ce serait perdre une chance de convaincre le client d'acheter votre produit.
- ✗ Ne donnez pas de détails à un commerçant ou à une offre en particulier (p. ex. le prix ou les conditions d'expédition) : la description du produit s'affichera chez tous les vendeurs ; elle ne doit donc contenir que des informations valables pour tous.
- ✗ N'utilisez ni abréviations, ni caractères spéciaux, ni majuscules.
- ✗ N'utilisez ni accroches racoleuses (telles que *NOUVEAUTÉ MONDIALE*), ni format HTML, mise en forme ou énumérations.

Lot (« bundles ») / Nombre d'unités par lot (Item Package Quantity ou IPQ)

Les informations sur le contenu des lots ou ensembles (« bundles ») de votre offre donnent au client des renseignements concernant le nombre d'unités par lot (IPQ). Assurez-vous d'avoir saisi le bon IPQ dans les données groupées et qu'il s'affiche correctement sur la page de description.

Remarque : Certains fabricants attribuent des EAN à des articles séparés et les vendent en lots (p. ex. « 2 pour le prix d'un »). D'autres divisent ces lots et vendent les articles séparément. Afin de minimiser la confusion et le taux d'erreur des clients sur la page de description, il est important que vous indiquiez par l'IPQ d'un article s'il s'agit d'un lot ou d'un produit seul.

Produit	Nombre d'unités par lot (IPQ)	Pourquoi ?
Lindt : boîte cadeau Nostalgie contenant 100 g de pralines	1	Le client reçoit 100 g de pralines dans une boîte métallique.
Columela : Huile d'olive fine d'Espagne, Bouteille de 750 ml (lot de 2)	2	Le client reçoit deux bouteilles de 750 ml.

Remarque : indiquez le nombre d'articles que vous vendez dans votre dossier produit. Ceci devrait empêcher de trouver des informations différentes sur la même page de description d'un même produit.

Veillez à indiquer le nombre de pièces que contiennent vos produits. Vous ne pouvez utiliser un ASIN que pour un nombre de pièces précis. Si vous souhaitez proposer un produit contenant un nombre de pièces différent, cela nécessite un autre ASIN. Les lots de plusieurs articles identiques doivent être enregistrés sous le code EAN du fabricant de l'article seul, et la quantité doit être indiquée dans le champ « Item Package Quantity ».

Identification du bon Browse Node ID (identifiant de nœud de navigation)

Le Browse Node ID (identifiant de nœud de navigation) est la catégorie de produits dans laquelle votre article est classé. Chez le client, cette catégorie s'affiche dans la colonne de gauche lorsqu'il recherche un article en saisissant un certain terme ou en naviguant dans la structure des catégories du site. La bonne catégorisation de vos produits sous le nœud de navigation correspondant est extrêmement importante pour leur référencement.

Imaginez-vous la structure des catégories comme un arbre, avec des branches (sous-catégories) et des feuilles (Leaf Node). Chaque branche représente une sous-catégorie, et chaque feuille (Leaf Node) le dernier élément de la structure à partir duquel le client ne peut plus spécifier de sous-catégorie. Voici un exemple avec un fauteuil à bascule pour bébé :

ID 9644753031 ; chemin : Bébé et Puériculture/Chambre de Bébé/Mobilier/Fauteuils, Repose-pieds et fauteuils à bascule/Fauteuils à bascule

↳ Bébé et Puériculture	Bébé et Puériculture	↳ Bébé et Puériculture	↳ Bébé et Puériculture
↳ Chambre de Bébé	↳ Chambre de Bébé	↳ Chambre de Bébé	↳ Chambre de Bébé
↳ Accessoires et décorations (134 034)	↳ Mobilier	↳ Mobilier	↳ Mobilier
↳ Matelas et linge de lit (51 636)	↳ Armoires (448)	↳ Fauteuils, Repose-pieds et fauteuils à bascule	↳ Fauteuils, Repose-pieds et fauteuils à bascule
↳ Mobilier (12 763)	↳ Commodes (296)	↳ Fauteuils (253)	↳ Fauteuils à bascule
	↳ Ensembles de meubles (448)	↳ Fauteuils avec repose-pieds (38)	
	↳ Etagères (384)	↳ Fauteuils à bascule (9)	
	↳ Fauteuils, Repose-pieds et fauteuils à bascule (296)	↳ Repose-pieds (9)	
	↳ Hamacs (146)		
	↳ Lits-cages (3 314)		
	↳ Marche-pieds (42)		
	↳ Meubles pour tout-petits (2 482)		
	↳ Parcs (521)		
	↳ Porte-manteaux (827)		
	↳ Rangements (3 435)		
	↳ Tables à langer (691)		

Ce n'est qu'en catégorisant vos articles dans la bonne feuille (dans l'exemple du fauteuil à bascule, le ID 9644753031) que vous serez trouvé par le client. Classez toujours vos articles le plus spécifiquement possible, dans la catégorie la plus précise possible. Dès que l'article est classé dans la feuille (Leaf Node), celui-ci apparaît également dans les sous-catégories et peut être trouvé p. ex. en cherchant dans la navigation des catégories correspondantes. N'hésitez pas à vous servir de cette fonction : plus le client trouve l'article désiré facilement et rapidement, plus les chances de vendre votre produit sont élevées. Procédez comme suit :

- 1) Déterminez quel chemin d'accès dans le BTP (Browse Tree Guide) correspond le mieux à votre produit (exemple : Bébé / Mobilier / Fauteuils / Fauteuils à bascule). N'utilisez pas les nœuds de navigation sur fond gris de l'arborescence parent ; ceux-ci ne figurent dans le Browse Tree Guide qu'à des fins de visualisation uniquement.
- 2) Indiquez ensuite, dans le modèle de tableau, le numéro du Browse Tree Guide (appelé aussi « BTG » ou « liste de classification ») correspondant au produit. Indiquez le nœud de navigation le plus précis possible. Attribuez toujours le **nœud de navigation du BTG le plus bas**. L'ASIN (votre article) est **également automatiquement présent dans tous les nœuds de navigation supérieurs**.

Correct

- ✓ Classez vos articles dans les catégories les plus précises possible
- ✓ Choisissez la catégorie la plus adaptée

Incorrect

- ✗ Ne pas catégoriser les articles uniquement dans les sous-catégories alors que des Leaf Nodes (feuilles) existent.
- ✗ Choisissez toujours la catégorie la plus appropriée plutôt qu'une catégorie vaguement adaptée.

Retrouvez toutes les sous-catégories disponibles pour la catégorie Beauté sur les pages d'aide du Seller Central. Si vous avez des doutes quant à la Leaf Node (feuille), n'hésitez pas à consulter l'aide à la catégorisation.

Nous nous verrons malheureusement contraints de supprimer tout article enregistré dans la mauvaise ou dans plusieurs catégories.

Termes de recherche

Une grande partie de nos clients utilise Amazon via la recherche. La recherche joue donc un rôle central et adapte vos résultats à l'emplacement de recherche. En principe, il faut choisir entre :

Recherche dans tous les produits / Recherche générale (Page d'accueil) :

Ici, les clients trouvent tous les produits en lien avec les termes de recherche saisis. Plus la demande est générale, plus il est probable que les produits des résultats soient issus de différentes catégories. Le client a la possibilité, après la *Recherche dans tous les produits*, de filtrer les résultats en sélectionnant la catégorie souhaitée (liens de navigation).

Recherche par catégorie :

Ici, les clients trouvent uniquement les produits en lien avec les mots-clés de recherche saisis dans la catégorie correspondante.

Trouver les bons termes de recherche :

Étant donné que le titre et les caractéristiques importantes (liste à puces) sont également utilisés dans les résultats de recherche, il n'est pas nécessaire de les répéter dans les termes de recherche. Réciproquement, les termes de recherche ne doivent pas être utilisés dans le titre ; ils doivent uniquement être définis en tant que termes de recherche. Lors du choix des mots-clés de recherche, mettez-vous à la place du client et posez-vous toujours la question suivante quant à la définition : « **Que va taper le client s'il veut acheter mon produit ?** » Lors du choix des termes de recherche, il est également important de suivre les recommandations suivantes :

Correct

- ✓ Utilisez tous les champs disponibles et efforcez-vous de ne pas dépasser 50 caractères par champ.
- ✓ Séparez les mots par des virgules et les mots d'une locution par des espaces (p. ex. Lot de St Valentin).
- ✓ Utilisez des désignations ou des définitions qui décrivent votre produit et **qui n'apparaissent pas encore dans le titre**.
- ✓ Mots dans la lignée de votre produit ou de votre marque
- ✓ Utilisez des désignations régionales et familières
- ✓ Utilisez des termes de recherche pour les variantes du produit.

Incorrect

- ✗ Répétition de la marque ou d'éléments du titre (prise en compte automatique).
- ✗ Fautes d'orthographe ou pluriel (nos systèmes de recherche tiennent déjà compte de ces mots).
- ✗ Adjectifs à tendance subjective tels que « inimitable », « inoubliable », etc.
- ✗ Concepts trop généraux, par ex. « parfum ».
- ✗ Termes associés à des concurrents (noms de produit ou de marque).
- ✗ Descriptions à caractère temporel ou indications de prix (p. ex. « pas cher », « nouveau »)
- ✗ Indication de votre nom de vendeur.

Il est tout particulièrement interdit de mentionner de faux attributs ou des attributs trompeurs et d'indiquer des marques de tiers ou des noms d'autres fabricants : il s'agit en effet d'une violation de la politique de vente d'Amazon et cela risque d'entraîner la suspension de votre compte.

Relations variantes (produits en plusieurs versions)

Afin de faciliter la recherche au client, **toutes les variantes/versions d'un produit sont directement affichées sur la page de description du produit**. Selon la gamme de produits, la représentation de ces variantes peut être légèrement différente. En créant une variante, les commentaires en ligne des variantes produit s'ajoutent : les commentaires affichés sont les mêmes pour toutes les variantes/versions d'un produit. C'est pour cette raison qu'il est important de ne créer des variantes que pour les produits qui se différencient uniquement par un attribut (tel que la couleur ou les dimensions), mais qui en dehors de cela sont identiques. Différents produits d'une collection, p. ex. un shampoing et un après-shampoing de la même gamme, ne peuvent pas faire l'objet de variantes d'un même produit. Voici un exemple de variantes produit selon les couleurs :

Les variantes se composent toujours de deux parties :

Tout d'abord d'une partie principale (= article principal dit « **parent** ») : ce produit n'est qu'un support de remplissage. Puisque cet article ne peut être acquis, il ne figure ni quantité, ni prix, ni information quant au code-barres. Attribuez tout de même absolument à votre ASIN parent **une image ainsi qu'une description du produit**. Le **titre doit être valable de manière générale**. La deuxième partie d'une variante est un ou plusieurs articles de catégorie inférieure (= produit enfant, appelé « **Child ASIN** ») qui sont tous affiliés au même produit parent : seuls les ASIN enfants peuvent être achetés par les clients.

Des images, prix, dates de livraison... spécifiques peuvent être attribués à chaque ASIN enfant séparé et s'affichent sur le site Amazon après sélection du produit. Veillez à ce que chaque ASIN enfant possède son propre code-barres (EAN, CUP) et que vous l'utilisiez ici ; il est impossible de représenter toutes les variantes par un seul code-barres.

Il est également impérativement nécessaire que vous inscrivez les attributs (p. ex. les dimensions ou la couleur) de chaque variante dans le titre produit de l'ASIN enfant ; exemple : **Sevira Kids – Gigoteuse d'emmaillotage évolutive – Couleur jaune**. Veillez à respecter le bon ordre lors de la création de variantes correspondant à différentes dimensions et différentes couleurs. Cette information apparaîtra ensuite dans la confirmation de commande du client ainsi que dans le rapport de commandes du Seller Central.

La colonne Parentage détermine si un SKU de cette ligne représente l'article principal (« parent ») ou un de ses sous-articles (« enfant »). La colonne ParentSKU indique le SKU de l'article principal en cas de variantes du produit. La colonne RelationshipType indique le lien avec l'article principal. Dans le cas d'une variante, il est toujours indiqué « Variation ». La colonne VariationTheme décrit plus précisément de quel type de variante il s'agit, p. ex. « Size » (= dimensions) « Color » (= couleur), « Size/Color » (= dimensions et couleur). Veillez à respecter le bon ordre lors de la création des variantes. S'il s'agit d'un article « enfant » d'une famille de variantes, indiquez le code SKU de l'article « parent » correspondant.

Sevira Kids - Gigoteuse d'emmaillotage évolutive - labellisé Innovation Baby d'Or 2016 - Étoile est née

Mois de la Future Maman - offres exclusives

de Sevira Kids

Prix: EUR 51,99

Nouveau Prix: EUR 51,99

Économisez: EUR 43,00 (48%)

Tous les prix incluent la TVA.

En stock.

Vous voulez le faire livrer le vendredi 25 sept.? Commandez-le dans les 21 h et 7 min et choisissez la livraison en soirée au cours de votre commande. En savoir plus.

Vendu par SEVIRA KIDS et expédié par Amazon. Emballage cadeau disponible.

Note: Cet article est éligible à la livraison en points de collecte. Détails.

- Multi-usage: assure le sommeil en tout sécurité, maintien température constante du nouveau-né. Idéal pour les sorties en poussière de sports le confort pendant l'allaitement!
- Favorise le bon développement des articulations de la hanche avec un langage en atténuation (dorsale-langage) Assure le sommeil et la chaleur en toute la sécurité
- Chez Sevira Kids, nous faisons très attention à la perfection de nos produits, c'est pourquoi cette collection est confectionnée à partir d'étoffe 100% coton certifiée Oeko-Tex® et réponds aux normes CE et puériculture. Fabriqué en Europe.
- Retrouvez toutes nos collections disponibles en tapant Sevira Kids dans le moteur de recherche

amazon liste de naissance

Veillez à respecter le bon ordre lors de la création de variantes correspondant à différentes dimensions et/ou différentes couleurs.

Veillez également respecter les points suivants lors de la création de variantes dans la catégorie Bébé :

- Ne créez des variantes que pour les gigoteuses et chancelières (à quelques exceptions près), concernant les dimensions et, exceptionnellement, les couleurs.
- Ne créez pas de variante pour les produits uniques, p. ex. pour une gigoteuse disponible uniquement en une taille et en une seule couleur.
- Ne créez pas de variante pour les produits totalement différents, p. ex. les sucettes et les sièges auto.

Vous trouverez de plus amples informations et exemples quant à la création de variantes sur le modèle.

Remarque importante :

Créez les variantes soigneusement. Si les produits sont aussi proposés par d'autres fournisseurs, la variante s'applique également à leur offre. Le titre et la description du produit parent prévalent sur tous les articles enfants. Mettez-vous donc toujours dans la peau du client. Une variante portant le titre « Drap-housse en jersey » qui contient également des draps-housses en éponge entraîne des réclamations client et des retours inutiles.

4. Informations produit importantes dans différents domaines

Les informations produit aident le client à prendre la décision d'acheter. Le nombre de retours peut donc être réduit si le client possède déjà toutes les informations nécessaires avant l'achat.

Siège auto

Images

Chaque côté des sièges auto doivent être représentés. Il peut également être judicieux d'ajouter une image de son installation dans la voiture.

Descriptions

Il doit particulièrement être fait mention de la sécurité du siège ainsi que de son installation dans la voiture dans la liste à puces ou la description produit.

La page de description produit doit répondre aux questions suivantes :

- Combien doit mesurer l'enfant au minimum et au maximum ?
- Combien doit peser l'enfant au maximum ?
- Combien le siège mesure-t-il de haut ?
- Combien l'assise mesure-t-elle de large ?
- L'assise est-elle équipée d'une housse en tissu ? Celle-ci est-elle en matière solide, amovible et lavable ?
- De quelle matière se compose la housse, etc. ?
-

Les informations suivantes doivent être indiquées dans les puces afin que l'article soit facile à comparer pour le client :

- Le siège possède-t-il une position couchée ?
- La hauteur de l'appui-tête est-elle réglable ?
- Comment le siège se fixe-t-il dans la voiture ?
- Pour Isofix : pour quels types de voiture le siège est-il autorisé ?

Poussettes

Images

Tous les côtés des poussettes doivent également être représentés, de même que la poussette une fois pliée. Une photo de la poussette pliée et rangée dans un coffre de voiture est également une information intéressante pour les clients.

Descriptions

Il doit particulièrement être fait mention des dimensions de la poussette dans la liste à puces ou la description produit. Les dimensions de la poussette pliée sont également importantes car celle-ci doit pouvoir tenir dans le coffre de la voiture du client.

La page de description produit doit répondre aux questions suivantes :

- Combien mesure l'assise de la poussette ?
- Quelle longueur mesure l'assise de la poussette ?
- Quel est le diamètre des roues ?
- La poussette se replie-t-elle rapidement ?
- Le mécanisme de pliage est-il solide et facile à manipuler ? Peut-il être fixé ?
- Sur combien de roues agit le frein ?
- La poussette dispose-t-elle d'un harnais 5 points ?
- Les espaces de rangement sont-ils fixes ou pendent-ils au-dessus du sol lorsqu'ils sont chargés (affaires ou courses) ?
- La poussette est-elle équipée d'une canne télescopique réglable en fonction de la taille du client ?
- La housse textile est-elle en matière solide, amovible et lavable ?
- De quelle matière se compose la housse, le landau, etc. ?
-

Les informations suivantes doivent être indiquées dans les puces afin que l'article soit facile à comparer pour le client :

- Quelles sont les dimensions de la poussette une fois pliée ?
- Combien pèse la poussette ?

Meubles

Images

Les meubles doivent être représentés sur de nombreuses images. Une armoire doit par exemple être représentée non seulement de face mais aussi portes ouvertes, afin d'en voir l'intérieur. Veillez également à ne représenter que ce que le client recevra réellement. Dans le cas de chambres d'enfant complètes, l'intégralité des éléments vendus doit être représentée sur l'image principale ; puis une photo séparée de chaque élément inclus dans la livraison doit être ajoutée. Les images secondaires peuvent tout à fait représenter certains meubles dans une chambre. Vous pouvez également ajouter des images secondaires plus détaillées (p. ex. les broderies, les gravures, etc.).

Description

La description doit mettre en avant les détails particuliers, le design, le montage, le contenu de la livraison, les dimensions, etc. Pour les kits, chaque produit de l'ensemble doit être précisé.

La page de description produit doit répondre aux questions suivantes :

- Combien pèsent les meubles à la livraison ?
- Dans quels matériaux sont faits les meubles (bois massif, placage, etc.) ?
- Le bois est-il traité (lasuré, verni...) ?
- Des outils sont-ils nécessaires pour le montage ? Si oui, lesquels ?
- Le montage est-il facile ou plutôt destiné à des bricoleurs ?
- Les meubles sont-ils évolutifs ?
- Comment les meubles doivent-ils être nettoyés et entretenus ?
- La composition de tous les textiles (p. ex. housses) ainsi que leurs conditions d'entretien doivent être renseignées.
- Dans le cas d'une livraison directe (dropshipping), le nombre de cartons utilisés par le fournisseur doit être indiqué dans la liste à puces et la description produit.
- Combien d'accessoires y a-t-il (p. ex. barres latérales, etc.) ?

Les informations suivantes doivent être indiquées dans les puces afin que l'article soit facile à comparer pour le client :

- Quelles sont les dimensions du meuble (dimensions avant et après montage) ?
- Le meuble est-il déjà prémonté ?

5. Informations d'identification

Veillez à ce que les informations d'identification et de contact **figurant sur votre boutique** soient conformes aux conditions de participation en vigueur et à ce que toutes les informations exigées par la loi soient présentes, telles que la forme juridique de la société, l'adresse, le moyen de contact direct (téléphone/fax en plus de l'adresse e-mail), les numéros d'immatriculation et le représentant légal. Si vous ne savez pas précisément quelles informations vous devez indiquer, faites appel à un spécialiste du conseil juridique indépendant. Vous pouvez sauvegarder les informations d'identification dans Paramètres > Infos sur le compte.

Souvenez-vous que vous êtes seul responsable de la conformité de vos offres aux exigences légales. Amazon ne peut vous fournir aucun conseil d'ordre juridique. Si vous ne savez pas précisément quelles informations vous devez fournir pour vos produits ou si vous vous posez des questions concernant les réglementations légales, nous vous recommandons de faire appel à un spécialiste du conseil juridique indépendant.