

INCREMENTA LE VENDITE

Sommario

- 1. VALUTA IL TUO CATALOGO2
- 2. MIGLIORA LE TUE OFFERTE DELLA CATEGORIA MODA2
- 3. LOGISTICA DI AMAZON2
- 4. GESTIONE AUTOMATICA DEL PREZZO2
- 5. PUBBLICITÀ3
- 6. PERFORMANCE3

1. VALUTA IL TUO CATALOGO

Attraverso il tuo inventario, puoi valutare i prodotti offerti rispetto a quelli degli altri venditori.

- Va in Inventario > [Gestisci il tuo inventario](#)
- Clicca il pulsante in alto a destra: PREFERENZA: x COLONNE NASCOSTE
- Seleziona: Prezzo più basso, Posizione in classifica, Prezzo Buybox

Con questi tre parametri puoi valutare la tua offerta rispetto agli altri venditori, in termini di prezzi e costi di spedizione. Invece, con la posizione in classifica puoi valutare la rotazione del prodotto all'interno del catalogo Amazon e quanto è apprezzato dai clienti.

2. MIGLIORA LE TUE OFFERTE DELLA CATEGORIA MODA

Con l'obiettivo di migliorare il tuo catalogo, puoi consultare dei training ad hoc in Seller University.

Puoi andare in Performance > [Seller University](#) > Sezione Migliora le tue offerte.

Qui ci sono numerosi tutorial per controllare la qualità delle taglie, dei titoli, delle foto e delle immagini per la categoria moda, oltre a qualche consiglio su come ridurre i resi della categoria Moda.

3. LOGISTICA DI AMAZON

Logistica di Amazon consente di raggiungere un maggior numero di clienti offrendo vantaggi come la consegna rapida Prime, la vendita semplificata in tutta Europa, l'assistenza cliente in lingua locale, nonché abbattendo i tuoi costi di spedizione.

Come funziona?

- Seleziona alcuni prodotti ad alto potenziale di vendita del tuo catalogo e spedisgili ad un centro logistico Amazon
- Decidi un prezzo di vendita per i prodotti inviati.

Quali sono i vantaggi di Logistica?

- Maggiori vendite: le tue offerte idonee otterranno il logo Amazon Prime
- Espansione del mercato: è possibile vendere in 27 paesi europei a tariffe estremamente competitive
- Vendita 365gg/24hr/7gg: Amazon si occuperà della gestione, della spedizione degli ordini 365 giorni all'anno e dell'assistenza clienti

Quanto costa il programma Logistica?

Il servizio ha una tariffa variabile (in base a peso/volume dell'oggetto) che copre il costo di imballaggio e spedizione, più un costo di stoccaggio pari a 26 €/m³/mese (15,6 €/m³/mese per scarpe e borse). Non è un servizio in abbonamento. Puoi ottenere una stima a [questo link](#). Tutti i dettagli sono disponibili a [questo link](#).

4. GESTIONE AUTOMATICA DEL PREZZO

Lo strumento di [Assegnazione automatica del prezzo](#) ti permette di modificare i prezzi in base a regole da te impostate risparmiando tempo e lavoro. Puoi ad esempio fare in modo che la tua offerta sia sempre inferiore di 0,10€ rispetto al prezzo della buy box. Per impostarla ci vogliono 4 passaggi (Prezzi > Assegnazione automatica del prezzo):

- Definire i parametri della regola
- Scegliere lo SKU
- Impostare il prezzo minimo e massimo
- Cliccare su "Avvia assegnazione prezzo"

Puoi seguire questa guida per [creare una regola di assegnazione automatica del prezzo](#). Ricordati che questo strumento è personalizzabile e che puoi creare regole differenti per i prodotti che hai in catalogo e per ogni marketplace. I prezzi minimi e massimi che inserisci per ogni prodotto possono essere visualizzati all'interno del tuo inventario attivando le colonne 'prezzo minimo' e 'prezzo massimo' (per visualizzare queste colonne clicca sul pulsante in alto a destra 'Preferenze: X colonne nascoste').

5. PUBBLICITÀ

Prodotti sponsorizzati

È una soluzione pubblicitaria costo-per-clic che consente di promuovere i prodotti in vendita mediante annunci pubblicitari che possono essere mostrati in posizioni ad alta visibilità su Amazon. Quando i clienti fanno clic sull'annuncio, vengono indirizzati alla pagina di dettaglio del prodotto pubblicizzato. Amazon mostra l'annuncio solo se il prodotto pubblicizzato si trova nella Buy Box nel momento in cui il cliente visualizza l'annuncio.

Puoi creare le tue campagne [qui](#).

Puoi scegliere tu i prodotti da pubblicizzare e le parole chiave o gli attributi dei prodotti da usare come target oppure lasciare che siano i sistemi Amazon a proporre automaticamente le parole chiave pertinenti.

Puoi controllare quanto vuoi spendere per le offerte e i budget ([impostazioni di budget](#)) e misurare la performance dei tuoi annunci.

Offerte lampo

Un'Offerta lampo è un'offerta promozionale valida per un periodo di tempo limitato che prevede la pubblicazione di un prodotto per alcune ore nella pagina Offerte di Amazon. È attivabile solo per i prodotti spediti con *Logistica di Amazon*. Le offerte lampo si possono attivare in qualsiasi momento e permettono di ottenere visibilità su una selezione in sconto.

Per creare un'offerta lampo in occasione di eventi:

- Nella [dashboard offerte lampo](#), clicca su **In arrivo e attive** per visualizzare gli eventi disponibili durante i quali proporre le tue offerte. Gli eventi includono Prime Day, Black Friday, Cyber Monday e altri.
- Seleziona l'evento desiderato nel riquadro **Programmazione**. Puoi proporre le offerte per un periodo di più settimane, con o senza eventi.

Quali requisiti deve soddisfare la mia offerta per poter essere selezionata per l'evento?

Tutti gli ASIN idonei indicati nell'elenco a tendina **Programmazione** nel Dashboard delle Offerte lampo soddisfano i criteri di base per un determinato evento. Scopri come [Rendere i tuoi prodotti idonei per le offerte lampo](#).

6. PERFORMANCE

Che cos'è la pagina Soddisfazione clienti?

La pagina Soddisfazione clienti in Seller Central offre dettagli sulla tua performance di venditore. La pagina include le seguenti metriche relative alla performance. La puoi consultare in Performance > [Stato dell'account](#).

- Percentuale di ordini difettosi (ODR): la percentuale di ordini che hanno ricevuto un feedback negativo, reclami di Garanzia dalla A alla Z o richieste di chargeback su carta di credito.
- Violazioni di termini, condizioni generali e obblighi contrattuali: misura le violazioni di politiche o altre questioni che devi risolvere per continuare a utilizzare il servizio.

Che cos'è un ordine difettoso?

Un ordine viene considerato difettoso se è interessato da un reclamo di Garanzia dalla A alla Z o da una richiesta di chargeback su carta di credito.

Che cos'è la percentuale di ordini difettosi (ODR)?

La percentuale di ordini difettosi corrisponde al rapporto tra numero di ordini difettosi e il numero di ordini elaborati nel periodo di tempo specificato. Si tratta di un valore espresso in percentuale.

Che cos'è una richiesta di chargeback su carta di credito?

Quando un cliente contesta un acquisto addebitato sulla sua carta di credito dalla sua banca, la contestazione viene indicata come richiesta di chargeback. In termini generali, i chargeback sono legati a una transazione fraudolenta o a problemi con il servizio. Nel caso di un chargeback per problemi con il servizio, il cliente conferma di aver effettuato l'acquisto, ma indica alla società di emissione della carta di credito che si è verificato un problema. Ad esempio:

- Il cliente afferma di non aver ricevuto l'articolo.
- Il cliente ha restituito l'articolo ma non ha ricevuto un rimborso.
- L'articolo ricevuto è danneggiato o difettoso.

Che cos'è l'indice di reclami di Garanzia dalla A alla Z?

L'indice di reclami di Garanzia dalla A alla Z corrisponde al rapporto tra il numero di ordini che hanno ricevuto un reclamo di Garanzia dalla A alla Z e il numero di ordini ricevuti nel periodo di tempo specificato. La metrica è collegata agli ordini e viene rappresentata sotto forma di percentuale.

Cosa sono gli obiettivi di performance del venditore?

Tutti i venditori dovrebbero impegnarsi a raggiungere e a mantenere un livello di servizio clienti in linea con gli obiettivi di performance: Percentuale ordini difettosi: < 1%

Cosa succede se la performance del mio account non è in linea con gli obiettivi di performance del venditore?

Il mancato raggiungimento di questi obiettivi non compromette necessariamente la posizione del tuo account, ma il mancato miglioramento di tali parametri potrebbe comportare effetti negativi per l'account stesso. Gli account che registrano una performance notevolmente al di sotto degli obiettivi potrebbero essere temporaneamente sospesi o bloccati.