

# Guide de déploiement des produits et services du répertoire des partenaires



Nous avons mis à jour la liste des produits et services figurant dans le [répertoire des partenaires Amazon Ads](#), qui compte désormais 12 produits et 38 services. Voici les principaux points à connaître :



## Nous prenons désormais en charge tous les produits actuels Amazon Ads

Couvre les produits Amazon Ads, les expériences de magasinage de marque et les technologies publicitaires.



## Les services sont maintenant répartis en cinq catégories principales

Ce sont : la planification et l'achat de médias, la vente au détail, l'expérience de création publicitaire et de marque, l'évaluation et



## Autres options pour les services de création publicitaire et d'évaluation

Les offres précédentes « expérience de création publicitaire et de marque » et « évaluation et attribution » se sont étendues en catégories.



## Affiner les articles existants

Par exemple, « gestion de campagnes » est devenu « gestion et optimisation de campagne ».



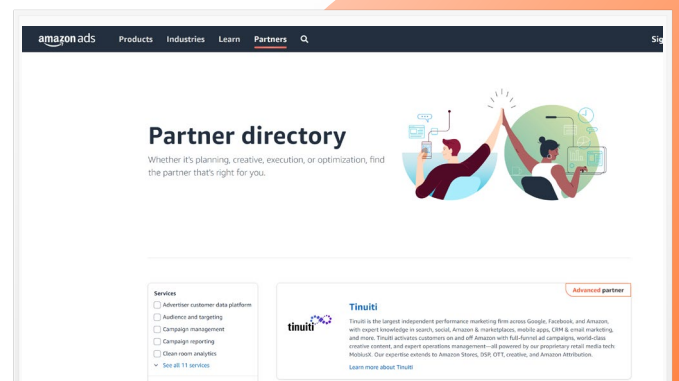
## Ajouter de nouveaux services au sein de catégories originales

Par exemple, « suivi de campagne » sera ajouté à la catégorie « planification et achat de médias ».

## Qu'est-ce que le répertoire des partenaires Amazon Ads?

Le répertoire des partenaires Amazon Ads comprend une liste de partenaires qui disposent d'outils et d'offres pouvant aider les annonceurs comme vous à atteindre leurs objectifs commerciaux et à communiquer avec les auditoires Amazon de manière significative.

Ces mises à jour peuvent vous aider à trouver facilement un partenaire qui vous convienne.



# Définitions des produits et des services du répertoire des partenaires (septembre 2022)

Vous trouverez des renseignements sur les définitions des produits [ici](#). Les définitions des services par catégorie figurent ci-dessous.

## Plan médias et achat

<b>Configuration de campagne</b>	Fonctionnalités et services pour créer vos campagnes, y compris : recommandations de mots-clés, de produits et de budget, prévisions de campagne et outils de création de campagne.
<b>Gestion et optimisation de campagne</b>	Fonctionnalités et services pour gérer et optimiser vos campagnes, y compris : optimisation d'enchères, gestion de budget, mise à jour des mots-clés et des cibles de produits.
<b>Suivi de campagne</b>	Surveillez vos campagnes à l'aide d'alertes en cas d'inventaire ou de budget épuisé. Surveillez le statut de vos annonces et de vos offres en vedette.
<b>Rapport de campagne et analyses</b>	Création de rapports et de tableaux de bord pour comprendre la performance de vos campagnes Amazon Ads.
<b>Gestion et mobilisation d'auditoire</b>	Services et solutions pour vous aider à utiliser des données exclusives et des signaux d'achat pour vous connecter aux auditoires les plus pertinents sur Amazon et en dehors.

## Vente au détail

<b>Recherche de produits</b>	Filtrez des produits prospectifs à l'aide de critères comme la demande de client, ce qui permet de prendre davantage de décisions de sourcing fondées sur les données.
<b>Gestion de l'inventaire et des commandes</b>	Automatisez la gestion de vos commandes Amazon et gardez vos niveaux d'inventaire synchronisés entre vos différents systèmes.
<b>Configuration et optimisation de la page de détails de produit</b>	Gérez les offres Amazon à l'aide d'outils et de services qui vous aident à mettre en vente de nouveaux produits ou de nouvelles offres, à optimiser votre catalogue et à réduire les erreurs. Comprend des fonctionnalités telles que : Contenu A+, offre de création d'image et de traduction pour faire évoluer votre entreprise à l'échelle mondiale.
<b>Contenu A+</b>	Ajoutez des descriptions de produits et des fonctionnalités riches à vos pages de détails pour aider à augmenter la conversion. Seules les marques inscrites au Registre des marques Amazon peuvent ajouter du contenu A+.
<b>Configuration et optimisation du Store</b>	Créez, analysez et optimisez votre Amazon Store pour présenter votre marque et vos produits dans une expérience de magasinage immersive multipage.
<b>Stratégie de vente et de tarification</b>	Restez compétitif en matière de prix grâce à des outils qui automatisent la tarification de vos produits d'après vos règles commerciales.
<b>Promotions</b>	Améliorez la découvrabilité des produits en créant des promotions pertinentes et convaincantes.

## Expérience de création et de marque

<b>Photos de produits</b>	Photographiés par des professionnels, ces produits sont mis en scène par des photographes qui savent les mettre en valeur en y ajoutant du contexte et de l'émotion.
<b>Vidéos pratiques</b>	Explications détaillées des fonctionnalités du produit, comment l'utiliser et comment son utilisation profite au client.
<b>Vidéos de mode de vie</b> Amazon Confidential.	Le contenu qui met le produit en contexte dans la vie de tous les jours et tend à transmettre une histoire émotive qui inspire.

# Définitions des produits et des services du répertoires des partenaires (septembre 2022)

## Expérience de création et de marque

<b>Vidéos animées</b>	Généralement, une vidéo de style dessin animé avec une illustration graphique.
<b>Publicités télévisées (15 et 30 sec)</b>	Histoires scénarisées produites et jouées par des professionnels, habituellement filmées en direct avec des pistes sonores et des éléments visuels sous licence.
<b>Publicités audio</b>	Narrations enregistrées par des acteurs professionnels, utilisées dans les publicités pour les services de diffusion continue et la radio.
<b>Conception Web</b>	L'expérience numérique globale d'une marque ou d'un produit sur un ordinateur et une application est généralement véhiculée de la même manière sur des pages externes telles que la page du Store de la marque sur Amazon.

## Évaluation

<b>Analyses en salle blanche</b>	Utilise des signaux agrégés et anonymes stockés dans Amazon Marketing Cloud avec des contrôles stricts de la confidentialité afin de permettre une évaluation et des données respectant la vie privée.
<b>Développeur en salle blanche</b>	Fournit des services de développement personnalisés en plus des API Amazon Marketing Cloud pour automatiser la génération de données, l'optimisation des auditoires de campagne et l'exécution de campagne publicitaire.
<b>Intégration en salle blanche</b>	Fournit un logiciel permettant d'intégrer des signaux d'auditoire agrégés et anonymes au sein d'Amazon Marketing Cloud pour la planification de campagnes, la gestion de l'auditoire, la création de rapports et la génération de données.
<b>Plateforme de données clients de l'annonceur</b>	Agrège et unifie les signaux d'auditoire de données internes provenant de sources multiples pour le compte des annonceurs afin de créer une vue unique, cohérente et complète de la portée et de l'évaluation des statistiques des campagnes.
<b>Attribution multipoint</b>	Technique d'évaluation de l'efficacité du marketing qui attribue un crédit à chacune des interactions sur le parcours client, ce qui permet à un spécialiste du marketing de mesurer l'influence de chaque canal sur une vente.
<b>Attribution à des appareils mobiles et des applications</b>	Enregistre, organise et visualise les données des appareils mobiles et des applications pour offrir aux spécialistes du marketing une vue unifiée de la performance des campagnes sur l'ensemble des canaux et des partenaires.
<b>Évaluation de l'audio</b>	Prend en charge les statistiques permettant de quantifier la portée et l'efficacité de la publicité audio (p. ex., impressions/auditeurs, quartiles, complétées).
<b>Évaluation de la vidéo</b>	Fournit l'évaluation des éléments suivants : Portée et fréquence, extension de la portée, résultats et auditoires pour les campagnes télévisées, STV et vidéo
<b>Évaluation d'auditoire</b>	Mesure le niveau de visibilité et la portée de l'auditoire qui voit et entend parler de la marque après avoir été exposé à la publicité.
<b>Vérification d'auditoire</b>	Permet aux annonceurs de voir la composition démographique (p. ex., âge, niveau de scolarité, fourchette du revenu du ménage, etc.) de l'auditoire qui regarde leurs publicités, au niveau agrégé.
<b>Évaluation de la marque</b>	Fournit des analyses de la marque et des données pour aider les marques à prendre des décisions éclairées et stratégiques concernant leur portefeuille de produits et leurs activités de marketing et de publicité.
<b>Sécurité de la marque</b>	Fournit un ensemble de mesures visant à protéger les marques d'apparaître aux côtés de contenu à risque ou dans des environnements inappropriés.

# Définitions des produits et des services du répertoire des partenaires (septembre 2022)

## Évaluation

<b>Efficacité de la publicité</b>	Mesure l'efficacité et l'impact de la publicité numérique sur la perception de la marque et sur les ventes en dehors d'Amazon . Comprend le développement de la marque, la localisation, l'augmentation du nombre de visites et l'augmentation des ventes hors ligne.
<b>Rapports et analyses</b>	Transforme les statistiques brutes en informations et en données pratiques et conviviales.
<b>Outils de connaissance du marché et des affaires</b>	Collecte, analyse et visualise des données non structurées provenant de systèmes internes et externes.
<b>Connecteurs de données</b>	Connecte des données sur les performances provenant de sources multiples, les transforme en un format ou une structure à des fins de requêtes et d'analyse et les visualise via une interface ou les déplace vers une autre destination.
<b>Évaluation de la performance de la vente au détail</b>	Fournit la performance de la vente au détail concurrentielle grâce à des statistiques et des données sur les ventes numériques au détail.
<b>Études de marché</b>	Services générant des données à partir de sources gérées permettant aux spécialistes du marketing de prendre des décisions relatives aux lancements de produits et de créations publicitaires.
<b>Modélisation mixte du marketing</b>	Méthode statistique permettant de déterminer l'efficacité et l'impact des tactiques de marketing sur les ventes tout en prévoyant les futures ensembles de tactiques.

## Autres

<b>Intégration des données</b>	Fournit des solutions pour intégrer les signaux des clients gérés par les annonceurs avec Amazon AdTech afin d'obtenir des données sur les auditoires et des rapports plus riches.
<b>Formation</b>	Fournit des programmes de formation, d'apprentissage, de cours en ligne et hors ligne relatifs à Amazon Ads, y compris sans s'y limiter, Sponsored Ads, Amazon DSP, Amazon Attribution, Stores et Posts.

## Foire aux questions

### Pourquoi devrais-je faire appel à un partenaire?

Travailler avec un partenaire Amazon Ads peut vous aider à développer votre entreprise sur Amazon par le biais des publicités Amazon Ads.

### Comment utiliser le répertoire des partenaires pour trouver un partenaire?

Nous vous recommandons d'utiliser les filtres de la navigation latérale sur la page du répertoire des partenaires. À l'heure actuelle, vous pouvez filtrer par « produit », « service », « dépenses mensuelles minimales », « site de vente » et « emplacement des bureaux ».

### Si un partenaire me plaît, comment puis-je aller de l'avant?

Une fois que vous avez identifié un partenaire dans le répertoire des partenaires, cliquez sur son offre pour voir son profil. Vous y trouverez une description détaillée de leur entreprise, de leurs services, des tarifs généraux, un bouton pour les contacter et un lien vers leur site Web. Nous vous recommandons de contacter le partenaire pour tout renseignement.

### Qu'est-ce qu'un partenaire avancé ou vérifié?

Les partenaires qui ont un écusson de partenaire vérifié ou avancé sur leur offre du répertoire des partenaires sont ceux qui ont rempli les conditions requises pour obtenir ce niveau de statut. Nous accordons le statut du partenaire sur la base d'une expertise démontrée, de l'implication avec Amazon Ads et de la croissance fournie aux annonceurs.

Pour plus de détails non couverts ici, veuillez consulter notre [page FAQ](#).