

Guide relatif à l'extension des produits et services du répertoire des partenaires

Nous avons mis à jour les produits et services du [répertoire des partenaires Amazon Ads](#), qui propose désormais 12 postes de produits et 38 postes de services. Voici les principales informations que vous devez connaître :



1

Nous prenons désormais en charge tous les produits Amazon Ads actuels

Cela va des produits publicitaires Amazon et des expériences d'achat de marque aux technologies publicitaires.

2

Les services sont maintenant divisés en cinq catégories principales

Il s'agit de la planification et de l'achat de médias, de la vente au détail, de l'expérience de création et de marque, du suivi et mesures et autres.

3

Plus d'options pour les services de création et de suivi et mesures

Les anciennes rubriques « expérience de création et de marque » et « suivi et mesures et attribution » sont désormais considérées comme des catégories.

4

Affinage des articles existants

Par exemple, la « gestion des campagnes » est désormais « la gestion et l'optimisation des campagnes ».

5

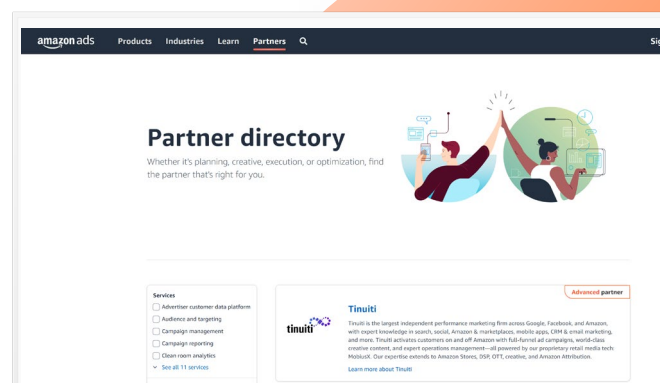
Ajout de nouveaux services dans les catégories d'origine

Ou encore, la « surveillance des campagnes » va être ajoutée à la catégorie « Planification et achats de médias ».

À propos du répertoire des partenaires Amazon Ads

Le répertoire des partenaires Amazon Ads contient une liste des partenaires dont les outils et offres peuvent aider les annonceurs comme vous à atteindre leurs objectifs commerciaux et à entrer en relation avec les audiences Amazon de manières significatives.

Ces mises à jour peuvent vous aider à trouver facilement le partenaire qui vous convient.



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

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

Planification et achats de médias

Configuration d'une campagne	Des fonctionnalités et des services pour créer vos campagnes, notamment : les recommandations de mots-clés, de produits et de budget, les prévisions de campagne et des outils de création de campagne.
Gestion et optimisation des campagnes	Des fonctionnalités et des services pour gérer et optimiser vos campagnes, notamment : les optimisations des enchères, la gestion du budget et des mises à jour des produits et mots-clés cibles.
Surveillance des campagnes	Surveiller vos campagnes grâce à des alertes qui vous informent en cas de rupture de stock ou d'épuisement du budget. Surveiller vos listings et le statut de vos offres en vedette.
Analyses et rapports de campagnes	Des rapports et des tableaux de bord pour comprendre les performances de vos campagnes Amazon Ads.
Engagement et gestion des audiences	Des services et des solutions pour vous aider à tirer parti de données et de signaux d'achat exclusifs afin d'entrer en contact avec les audiences les plus pertinentes sur Amazon et en dehors.

Vente au détail

Recherche de produits	Analyser les produits potentiels en utilisant des critères tels que la demande client pour prendre des décisions éclairées, davantage axées sur les données.
Gestion de l'inventaire et des commandes	Automatiser votre gestion des commandes Amazon et synchroniser vos niveaux d'inventaire dans l'ensemble de vos systèmes.
Configuration et optimisation des pages produit	Gérer les listings des produits Amazon avec des outils et services qui vous aident à mettre en vente de nouveaux produits ou de nouvelles offres, à optimiser votre catalogue et à limiter les erreurs humaines. Cela inclut des fonctionnalités telles que : le contenu A+, l'imagerie et la traduction des listings afin de développer votre activité à l'international.
Contenu A+	Ajouter des fonctionnalités et des descriptions de produits de qualité à vos pages produits, susceptibles de vous aider à augmenter les conversions. Seules les marques enregistrées auprès du registre des marques Amazon peuvent ajouter du contenu A+.
Configuration et optimisation d'un Store	Créer, analyser et optimiser votre Store Amazon pour mettre en avant votre marque et vos produits en proposant une expérience d'achat multipage et immersive.
Stratégie de vente et de tarification	Rester compétitif en termes de prix grâce à des outils qui automatisent la tarification de vos produits en fonction de vos règles commerciales.
Promotions	Améliorer la découvrabilité des produits en créant des promotions pertinentes et convaincantes.

Expérience de création et de marque

Photos du produit	Immortalisés par des photographes professionnels habitués à rendre les produits attrayants en y ajoutant du contexte et de l'émotion.
Vidéos explicatives	Explications détaillées des caractéristiques du produit, de son utilisation et de ses avantages pour le client.
Vidéos « mode de vie » Confidentiel Amazon.	Du contenu qui donne vie au produit en le présentant en contexte et qui a tendance à jouer sur les émotions en racontant une histoire inspirante.

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

Expérience de création et de marque

Vidéos animées	Il s'agit généralement d'une vidéo de style dessin animé avec quelques illustrations graphiques.
Publicités télévisées (15 et 30 secondes)	Des histoires scénarisées produites par des professionnels avec des acteurs recrutés spécifiquement, généralement filmées dans des décors réels avec des éléments visuels et des bandes-sons sous licence.
Publicités audio	Des narrations audio enregistrées par des acteurs recrutés spécifiquement et utilisées dans les publicités destinées à la radio et aux plateformes de streaming.
Conception web	L'expérience numérique globale proposée par une marque ou un produit sur ordinateur et dans l'application, généralement similaire sur les pages externes, telles que la page du Store de la marque sur Amazon.

Suivi et mesures

Analyse des salles blanches	Utilise des signaux agrégés et pseudonymisés stockés dans Amazon Marketing Cloud avec des contrôles de confidentialité stricts afin de garantir la confidentialité des suivis, des mesures et des données.
Développeur de salles blanches	Fournit des services de développement personnalisés en plus des API Amazon Marketing Cloud pour automatiser la génération de données, l'optimisation du ciblage des campagnes et la diffusion des campagnes publicitaires.
Intégration d'une salle blanche	Fournit un logiciel permettant d'intégrer des signaux d'audience agrégés et pseudonymisés dans Amazon Marketing Cloud à des fins de planification de campagnes, de gestion d'audience, de création de rapports et de génération de données.
Plateforme de données client pour l'annonceur	Regroupe et unifie les signaux d'audience first-party provenant de multiples sources pour le compte des annonceurs afin de créer une vue unique, cohérente et complète de la portée des campagnes et des cas d'utilisation des suivis et mesures.
Attribution à plusieurs interactions	Une technique de mesure de l'efficacité du marketing qui attribue un crédit à chaque interaction du parcours client et qui permet aux spécialistes du marketing de mesurer l'influence de chaque canal sur une vente.
Attribution sur les appareils mobiles et les applications	Enregistre, organise et visualise les données sur les performances des mobiles et des applications afin de fournir aux spécialistes du marketing une vue unifiée des performances des campagnes sur l'ensemble des canaux et des partenaires.
Suivi et mesures des publicités audio	Prend en charge les statistiques pour quantifier la portée et l'efficacité de la publicité audio (par exemple : impressions/auditeurs, quartiles, écoutes complètes).
Suivi et mesures des publicités vidéo	Fournit le suivi et les mesures suivants : portée et fréquence, extension de la portée, résultats et audiences pour les campagnes de publicités télévisées, Streaming TV Ads et vidéo
Suivi et mesures des audiences	Mesure la visibilité et la capacité à atteindre des audiences qui verront la marque et en entendront parler après l'exposition à la publicité.
Vérification de l'audience	Offre aux annonceurs la possibilité de connaître la composition démographique (l'âge, le niveau d'éducation, le HHI, etc.) de l'audience qui visionne leurs publicités, à un niveau agrégé.
Suivi et mesures de la marque	Fournit des analyses et des données pour aider la marque à prendre des décisions éclairées et stratégiques concernant son portefeuille de produits et ses activités publicitaires/marketing.
Sécurité de la marque	Fournit un ensemble de suivis et de mesures visant à empêcher les marques d'apparaître à côté de contenus à risque ou dans des environnements inappropriés.

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

Suivi et mesures

Efficacité de la publicité	Mesure l'efficacité et l'impact de la publicité numérique sur la perception de la marque et sur les ventes hors Amazon. Cela inclut notamment le développement de la marque, l'augmentation des visites du site et des magasins physiques, et l'augmentation des ventes hors ligne.
Rapports et analyses	Transforme les statistiques en informations et données exploitables et plus conviviales.
Outils d'intelligence marketing et commerciale	Collecte, analyse et visualise les données non structurées provenant de systèmes internes et externes.
Connecteurs de données	Relie des données sur les performances provenant de plusieurs sources, les convertit dans un format ou une structure à des fins d'interrogation et d'analyse, et les visualise via une interface ou les déplace vers une autre destination.
Suivi et mesures des performances de la vente au détail	Indique les performances en termes de vente au détail par rapport à la compétition, et ce à l'aide de données et de suivi et mesures numériques.
Étude de marché	Des services générant des données à partir de sources de données gérées et permettant aux spécialistes du marketing de prendre des décisions relatives aux lancements de produits et de créations.
Modélisation de mix marketing	Une méthode statistique permettant de déterminer l'efficacité et l'impact des tactiques marketing sur les ventes tout en prévoyant les futures ensembles de tactiques à mettre en place.

Autres

Intégration des données	Fournit des solutions pour intégrer les signaux clients gérés par les annonceurs dans Amazon AdTech afin d'obtenir des informations et des données sur les audiences plus complètes.
Formation	Fournit des programmes de formation, d'apprentissage, et des cours en ligne et hors ligne au sujet d'Amazon Ads, y compris mais sans s'y limiter, sur les publicités sponsorisées, Amazon DSP, Amazon Attribution, les Stores et Posts.

Questions fréquentes

Pourquoi devrais-je utiliser un partenaire ?

Travailler avec un partenaire Amazon Ads peut vous aider à développer votre activité sur Amazon Store et via Amazon Ads.

Comment trouver un partenaire à l'aide du répertoire des partenaires ?

Nous vous recommandons d'utiliser les filtres situés sur la barre de navigation latérale de la page du répertoire des partenaires. Actuellement, vous pouvez filtrer par « produit », « service », « dépenses mensuelles minimales », « marketplace » et « emplacement du bureau ».

Si un partenaire me plaît, que dois-je faire ?

Une fois que vous avez identifié un partenaire dans l'annuaire des partenaires, cliquez sur son listing pour voir son profil. Vous y trouverez une description détaillée de leur entreprise, de leurs services, de leurs tarifs généraux, un bouton de contact et un lien vers leur site Web. Nous vous recommandons de contacter le partenaire pour plus d'informations.

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

Les partenaires qui affichent un badge de partenaire vérifié ou avancé sur leur listing du répertoire des partenaires sont ceux qui ont rempli les conditions requises pour obtenir ce statut. Nous attribuons le statut de partenaire sur la base d'une expertise démontrée, d'un engagement avec Amazon Ads et de la croissance générée au profit des annonceurs.

Pour toute information complémentaire, rendez-vous sur notre [page FAQ](#).