

Guida ai prodotti della directory dei partner e all'espansione dei servizi



Abbiamo aggiornato i prodotti e i servizi elencati nella [directory dei partner di Amazon Ads](#) portandoli a 12 voci di articoli e 38 di servizi. Ecco le principali caratteristiche che devi conoscere:

1

Ora supportiamo tutti i prodotti Amazon Ads attuali

Ampia gamma di prodotti pubblicitari Amazon, esperienze di acquisto del brand e tecnologia pubblicitaria.

2

Ora i servizi sono suddivisi in cinque categorie principali

Le categorie sono: pianificazione e acquisto media, retail, contenuti creativi ed esperienza del brand, misurazione e altro.

3

Opzioni aggiuntive per i servizi di misurazione e relativi ai contenuti creativi

Le vecchie inserzioni relative a "contenuti creativi ed esperienza del brand" e a "misurazione e attribuzione" sono state trasformate in nuove categorie.

4

Perfezionamento degli elementi pubblicitari esistenti

Ad esempio ora "gestione delle campagne" è diventato "gestione e ottimizzazione delle campagne".

5

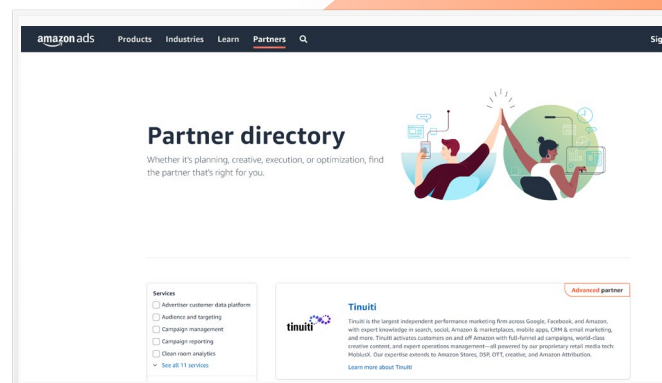
Aggiunta di nuovi servizi all'interno delle categorie originali

Ad esempio, il "monitoraggio delle campagne" verrà aggiunto alla categoria "pianificazione e acquisto media".

Cos'è la directory dei partner di Amazon Ads?

La directory dei partner di Amazon Ads comprende un elenco di partner che dispongono di strumenti e offerte in grado di aiutare gli inserzionisti come te a raggiungere i loro obiettivi commerciali e a entrare in contatto con i segmenti di pubblico Amazon in modi significativi.

Questi aggiornamenti possono aiutarti a trovare facilmente un partner adatto a te.



Definizioni dei prodotti e dei servizi della directory dei partner (settembre 2022)

Le informazioni relative alle definizioni dei prodotti sono disponibili [qui](#). Di seguito sono riportate le definizioni dei

Pianificazione e acquisto media

Impostazione della campagna	Funzionalità e servizi per creare le campagne, tra cui: consigli su parole chiave, prodotti e budget, previsioni per le campagne e strumenti per la creazione di campagne.
Gestione e ottimizzazione delle campagne	Funzionalità e servizi per gestire e ottimizzare le campagne, tra cui: ottimizzazioni delle offerte, gestione del budget, aggiornamenti del targeting per parole chiave e per prodotto.
Monitoraggio delle campagne	Monitora le campagne grazie ad avvisi che ti comunicano se stai esaurendo l'inventario o il budget. Monitora le tue offerte e lo stato delle offerte in evidenza.
Reportistica e analisi relative alle campagne	Reportistica e dashboard per comprendere la performance delle tue campagne su Amazon Ads.
Gestione e coinvolgimento del pubblico	Servizi e soluzioni in grado di aiutarti a utilizzare dati e segnali di acquisto esclusivi per entrare in contatto con i segmenti di pubblico più rilevanti all'interno e all'esterno di Amazon.

Retail

Ricerca del prodotto	Vaglia i potenziali prodotti utilizzando criteri come la domanda dei clienti, consentendo così di prendere decisioni sulle fonti di approvvigionamento basate sui dati.
Gestione dell'inventario e degli ordini	Rendi automatica la gestione degli ordini Amazon e mantieni sincronizzati i livelli di inventario su tutti i tuoi sistemi.
Configurazione e ottimizzazione delle pagine di dettaglio prodotto	Gestisci le offerte Amazon con strumenti e servizi che ti aiutano a pubblicare nuovi prodotti o offerte, a ottimizzare il tuo catalogo e a ridurre gli errori umani. Include funzionalità quali: contenuto A+, immagini e traduzione delle inserzioni per espandere la tua attività a livello internazionale.
Contenuto A+	Aggiungi descrizioni avanzate e funzionalità dei prodotti alle tue pagine di dettaglio prodotto che possono contribuire ad aumentare la conversione. Solo i brand registrati nel Registro marche Amazon possono aggiungere contenuto A+.
Configurazione e ottimizzazione dello Store	Crea, analizza e ottimizza il tuo Amazon Store per mettere in mostra il tuo brand e i tuoi prodotti in un'esperienza di acquisto coinvolgente su più pagine.
Strategia di vendita e prezzi	Mantieni la competitività dei prezzi con strumenti che rendono automatica la determinazione dei prezzi dei prodotti in base alle tue regole aziendali.

Contenuti creativi ed esperienza del brand

Foto del prodotto	Scattate in modo professionale da fotografi esperti nel raccontare il prodotto attribuendogli maggiore contesto ed emozione.
Video dimostrativi	Spiegazioni dettagliate sulle funzionalità del prodotto, su come viene utilizzato e su come il suo utilizzo sia vantaggioso per il cliente.
Video lifestyle	Contenuto che mostra il prodotto nel suo contesto d'uso quotidiano e tende a raccontare una storia emozionante e in grado di ispirare.

Definizioni dei prodotti e dei servizi della directory dei partner (settembre 2022)

Contenuti creativi ed esperienza del brand

Video animati	In genere un video in stile animazione con qualche illustrazione grafica.
Annunci per la TV (15 e 30 secondi)	Storie basate su sceneggiature prodotte in modo professionale con l'impiego di attori, girate generalmente in ambienti reali con colonne sonore ed elementi visivi coperti da licenza commerciale.
Annunci audio	Racconti audio registrati da attori utilizzati negli annunci per i servizi streaming e radio.
Web design	L'esperienza digitale complessiva di un brand o di un prodotto su desktop e app, solitamente comunicata in modo simile su pagine esterne come quelle dello Store del brand su Amazon.

Misurazione

Analisi delle camere bianche	Utilizza i segnali aggregati e pseudonimizzati archiviati su Amazon Marketing Cloud con rigidi controlli sulla privacy per consentire la misurazione e la generazione di dati sicure dal punto di vista della privacy.
Sviluppatore di camere bianche	Fornisce servizi di sviluppo personalizzati in aggiunta alle API di Amazon Marketing Cloud per automatizzare la generazione di dati, l'ottimizzazione dei segmenti di pubblico delle campagne e la pubblicazione delle campagne pubblicitarie.
Integrazione delle camere bianche	Fornisce un software per l'integrazione di segnali di audience aggregati e pseudonimizzati in Amazon Marketing Cloud per la pianificazione delle campagne, la gestione del pubblico, la reportistica e la generazione di informazioni.
Piattaforma per i dati dei clienti inserzionisti	Aggrega e unifica i segnali del pubblico di prima parte provenienti da più fonti per conto degli inserzionisti per creare una visione unica, coerente e completa dei casi d'uso della copertura e della misurazione delle campagne.
Attribuzione multi-touch	Una tecnica di misurazione dell'efficacia del marketing che assegna un credito a ciascuno dei touchpoint del percorso del cliente, permettendo così a un professionista del marketing di misurare l'impatto che ciascun canale esercita su una vendita.
Attribuzione per dispositivi mobili e app	Salva, organizza e mostra i dati sulla performance su dispositivi mobili e app per offrire ai professionisti del marketing una visione unificata della performance delle campagne su tutti i canali e i partner.
Misurazione degli annunci audio	Supporta i dati per quantificare la copertura e l'efficacia degli annunci audio (ad esempio impressioni/ascoltatori, quartili, annunci completati).
Misurazione degli annunci video	Fornisce la misurazione di: copertura e frequenza, estensione della copertura, risultati e segmenti di pubblico per campagne per la TV, per la TV in streaming e per gli annunci video
Misurazione del pubblico	Misura la visibilità e la copertura dei segmenti di pubblico che vedono il brand e ne sentono parlare dopo l'esposizione all'annuncio.
Verifica del pubblico	Fornisce agli inserzionisti la possibilità di vedere la composizione demografica (ad esempio, età, livello di istruzione, fascia HHI, ecc.) del pubblico che visualizza i suoi annunci, a livello aggregato.
Misurazione del brand	Fornisce analisi e dati sul brand per aiutare i brand stessi a prendere decisioni ragionate e strategiche sul loro catalogo di prodotti e sulle attività pubblicitarie e di marketing.
Sicurezza del brand	Fornisce una serie di misure volte a evitare che i brand appaiano accanto a contenuti rischiosi o in ambienti non idonei.
Efficacia della pubblicità	Misura l'efficacia e l'impatto della pubblicità digitale sulla percezione del brand e sulle vendite all'esterno di Amazon. Include il brand lift, l'aumento delle visite agli spazi e al sito del brand e l'incremento delle vendite offline.

Definizioni dei prodotti e dei servizi della directory dei partner (settembre 2022)

Misurazione

Reportistica e analisi	Trasforma i dati in informazioni fruibili e facili da usare.
Strumenti commerciali e di marketing intelligence	Raccoglie, analizza e mostra dati non strutturati provenienti da sistemi interni ed esterni.
Connettori dei dati	Collega i dati sulla performance provenienti da più fonti, li trasforma in un formato o una struttura allo scopo di ricercarli e analizzarli per poi rappresentarli tramite un'interfaccia o spostarli verso un'altra destinazione.
Misurazione delle performance del retail	Permette di avere performance del retail competitive grazie alla misurazione dei dati degli scaffali digitali.
Ricerche di mercato	Servizi che generano dati da fonti di dati gestite e che consentono ai professionisti del marketing di prendere decisioni in merito al lancio di prodotti e contenuti creativi.
Modellazione del mix di marketing	Un metodo statistico per determinare l'efficacia e l'impatto delle tattiche di marketing sulle vendite prevedendo l'insieme di tattiche che verranno adottate in futuro.

Altri

Integrazione dei dati	Fornisce soluzioni per l'integrazione dei segnali dei clienti gestiti dagli inserzionisti con Amazon AdTech per dati sul pubblico e reportistica avanzati.
Formazione	Fornisce programmi di formazione/apprendimento e corsi online e offline relativi ad Amazon Ads, inclusi ma non limitati ad annunci sponsorizzati, Amazon DSP, Amazon Attribution, Stores e Posts.

Domande frequenti

Perché dovrei usare un partner?

Collaborare con un partner di Amazon Ads può aiutarti a far crescere la tua attività nel negozio Amazon e tramite Amazon Ads.

Come posso trovare un partner usando la directory dei partner?

Ti consigliamo di usare i filtri nella navigazione laterale della pagina della directory dei partner. Attualmente, puoi filtrare in base ai criteri "prodotto", "servizio", "spesa mensile minima", "marketplace" e "sede dell'ufficio".

Se mi piace un partner, come posso andare avanti?

Una volta identificato un partner nella directory dei partner, fai clic sulla sua inserzione per visualizzare il suo profilo. Lì troverai una descrizione dettagliata della sua azienda, dei suoi servizi, dei prezzi generali, un pulsante di contatto e un link al suo sito web. Ti consigliamo di contattare il partner per maggiori informazioni.

Cos'è un partner avanzato o verificato?

I partner che hanno un badge partner verificato o avanzato nella sua inserzione della directory dei partner sono quelli che hanno raggiunto i requisiti necessari per ottenere quel livello di status. Lo status di partner avanzato viene assegnato in base all'esperienza dimostrata, al coinvolgimento con Amazon Ads e alla capacità di far crescere l'attività degli inserzionisti.

Per avere maggiori informazioni non trattate in questa sede, visita la [pagina delle domande frequenti](#).