

# Le guide du débutant pour vendre sur Amazon

**Quelques éléments à prendre en compte avant de commencer à vendre**

# Le guide du débutant pour Vendre sur Amazon

## Bienvenue dans Vendre sur Amazon

Ce n'est plus un secret : chez Amazon, les clients sont notre priorité absolue. Et nos clients souhaitent une destination de confiance où ils peuvent acheter une grande variété de produits. C'est pourquoi les vendeurs comme vous sont si importants. Nous cherchons constamment à offrir une valeur ajoutée à nos clients et à être l'entreprise la plus centrée sur le client au monde. En tant que vendeur Amazon, vous participez à offrir aux clients une meilleure sélection, de meilleurs prix et une expérience client de premier ordre.

Ce guide contient des informations de qualité qui vous aideront à démarrer votre parcours de vente sur Amazon. Si vous souhaitez approfondir n'importe quel sujet, rendez-vous sur [sell.amazon.com](https://sell.amazon.com) pour obtenir plus d'informations sur tous les sujets abordés ici.

## L'avantage Amazon

Lorsque vous commencez à vendre sur Amazon, vous intégrez une destination de vente au détail qui accueille des vendeurs de toutes sortes, des organisations Fortune 500 aux vendeurs qui fabriquent des produits artisanaux. Ils vendent tous ici pour une raison : atteindre les centaines de millions de clients qui se rendent sur Amazon pour faire des achats.

- Depuis que des vendeurs tiers ont rejoint Amazon en 1999, ceux-ci représentent 58 % des ventes Amazon
- Les ventes de tiers sur Amazon augmentent de 52 % par an (contre 25 % pour les ventes Amazon)



300 millions de clients actifs dans plus de 180 pays



195 millions de visiteurs uniques par mois (rien qu'aux États-Unis)



1,5 milliard de dollars de ventes déclarées par des entreprises tierces pendant le Prime Day 2018

### Amazon est-il adapté à votre entreprise ?

La réponse est : oui. Les plus grandes marques vendent sur Amazon. Et les marques émergentes que vous connaîtrez bientôt le font aussi. Ici, les petites et moyennes entreprises prospèrent et représentent plus de la moitié des unités vendues dans nos boutiques dans le monde entier. Quelle que soit votre entreprise, et quelle que soit sa taille, nous sommes ravis que vous puissiez vous développer à nos côtés. Faites-vous une place et commencez à vendre dès aujourd'hui.

### Outils pour les propriétaires de marques

Si vous êtes propriétaire d'une marque, Amazon propose des outils pour vous aider à la créer, à la développer et à la protéger. L'inscription au Registre des marques peut vous aider à personnaliser vos pages de marque et de produits, à protéger vos marques déposées et votre propriété intellectuelle et à améliorer l'expérience de marque pour les clients, tout en donnant accès à d'autres options publicitaires et à des recommandations sur l'amélioration du trafic et du taux de conversion.

# Avant de commencer à vendre

## Comment s'inscrire

Avec deux plans de vente (appelés Individuel et Professionnel), Amazon vous offre la possibilité de vendre un article ou d'en vendre des milliers. Avant de commencer l'inscription, choisissez le plan qui convient le mieux à votre entreprise. Veuillez noter que vous ne devez sélectionner le plan de vente individuel que si vous souhaitez vendre vos objets personnels à titre non professionnel.

Le plan Individuel coûte 0,99 € (par article vendu), tandis que les vendeurs utilisant le plan Professionnel paient 39 € par mois, indépendamment du nombre d'articles vendus. Si vous vendez plus de 40 articles par mois, le plan Professionnel constitue le choix le plus judicieux.

### Le plan Individuel peut convenir si :

- Vous prévoyez de vendre moins de 40 articles par mois
- Vous souhaitez maintenir des coûts initiaux bas
- Vous n'avez pas besoin d'outils de vente avancés ni de programmes complémentaires
- Vous ne savez pas encore ce que vous allez vendre

### Le plan Professionnel peut convenir si :

- Vous prévoyez de vendre plus de 40 articles par mois
- Vous souhaitez accéder à des outils de vente avancés
- Vous souhaitez avoir accès à des programmes complémentaires comme Amazon Business, Launchpad ou Handmade
- Vous êtes un vendeur e-commerce reconnu

## Combien coûte la vente sur Amazon ?

Différents types de frais de vente peuvent être appliqués, en fonction de votre plan de vente et des types de produits que vous vendez.

- **Frais d'abonnement** : frais que vous payez pour votre plan de vente et qui varient selon le plan de votre choix.
  - Pour le plan de vente Professionnel, des frais fixes de 39 € par mois s'appliquent, sans frais par article.
  - Pour le plan de vente Individuel, des frais de 0,99 € s'appliquent pour chaque article vendu
- **Frais de vente** : ces frais sont facturés par article vendu et comprennent les frais de vente (qui représentent un pourcentage du prix de vente et varient en fonction de la catégorie du produit) et les frais de clôture variables (qui s'appliquent uniquement aux catégories multimédia).

- **Frais d'expédition** : lorsque vous expédiez vous-même vos commandes, les frais d'expédition Amazon s'appliquent. Nous facturons ces frais d'expédition en fonction de la catégorie du produit et du service d'expédition sélectionné par l'acheteur.
- **Frais Expédié par Amazon** : pour les produits qu'Amazon expédie pour vous (appelés Expédié par Amazon), des frais sont facturés pour l'expédition des commandes, le stockage et les services optionnels. (Vous trouverez plus d'informations sur le service Expédié par Amazon à la page 6.)

Pour consulter les frais pouvant être associés à votre compte, consultez le [barème des frais Vendre sur Amazon](#).

## Ce dont vous aurez besoin pour commencer

Afin de compléter votre inscription, assurez-vous de disposer de votre numéro de compte bancaire et de vos codes bancaires, d'une carte bancaire pouvant être débitée, de votre pièce d'identité nationale émise par le gouvernement, de vos informations fiscales et d'un numéro de téléphone.

Veillez noter qu'il vous sera demandé de fournir votre type d'entité juridique lors de votre inscription. Vous avez le choix entre 6 options:

- **Entreprise publique** : qui est une entreprise entièrement ou partiellement détenue et gérée par un gouvernement.
- **Société cotée** : qu'entreprise cotée en bourse avec des actions cotées en bourse échangées publiquement.
- **Entreprise privée** qui est contrôlée et gérée par des personnes privées. Le vendeur Amazon Business est inscrit dans le cadre d'une activité commerciale ou professionnelle.
- **Organisme caritatif** : qui est une entité exonérée d'impôts qui:
  - (1) a été créée et est exploitée à des fins caritatives,
  - (2) utilise toutes ses ressources pour les activités caritatives qui sont sous son contrôle direct,
  - (3) ne distribue aucune partie du revenu généré pour le bénéfice de tout administrateur, fiduciaire, membre ou autre personne privée et
  - (4) ne contribue pas ou ne s'associe pas à des organisations politiques.
- **Propriétaire unique** : ce qui désigne un individu ayant propriété exclusive d'une entreprise enregistrée qui agit à des fins commerciales, professionnelles ou d'affaires.
- **Particulier** : vend ses produits dans un contexte privé. Un particulier ne vend pas un produit à une société/organisation caritative et n'opère pas dans un contexte d'affaires ou professionnel.

# Découvrez Seller Central

## Qu'est-ce que Seller Central ?

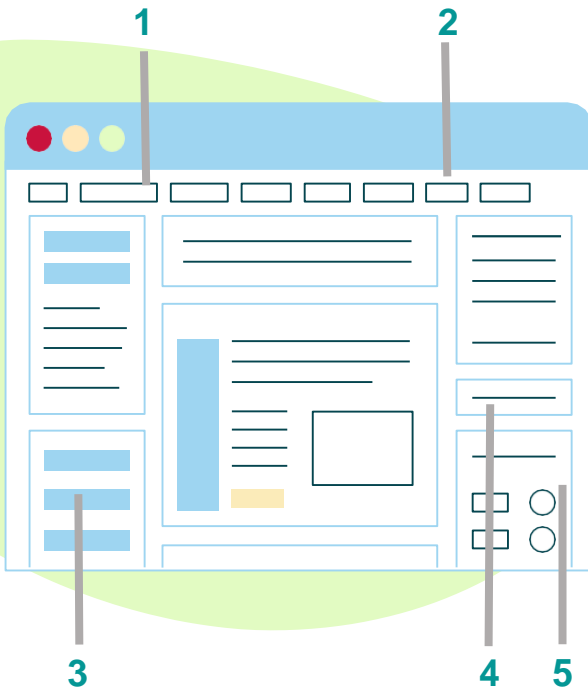
Une fois votre inscription en tant que vendeur Amazon terminée, vous aurez accès à votre compte Seller Central. Considérez Seller Central comme votre ressource privilégiée pour vendre sur Amazon. Il s'agit d'un portail vers votre activité Amazon et d'un guichet unique pour gérer votre compte vendeur, ajouter des informations sur les produits, mettre à jour votre stock, gérer les paiements et rechercher des contenus utiles pour vous aider à gérer votre activité Amazon. C'est également là que vous répertoriez tous vos produits.

Voici quelques-unes des actions pouvant être réalisées dans Seller Central.



## L'application mobile Amazon Seller Central

Saviez-vous que vous pouvez suivre votre activité Amazon même lorsque vous êtes en déplacement ? L'application mobile Amazon Seller Central vous permet d'analyser vos ventes, de traiter vos commandes, de trouver des produits à vendre, de gérer les offres et le stock, de répondre aux questions des clients, de prendre et de modifier des photos de produits de qualité professionnelle et de créer des offres, directement sur votre appareil mobile. Suivez en permanence votre activité Amazon. Téléchargez-la pour [iPhone](#) ou [Android](#) pour vous lancer.



- (1) Suivez votre stock et mettez à jour vos offres à partir de l'onglet Stock
- (2) Téléchargez des rapports professionnels personnalisés et des modèles de signets que vous utilisez souvent
- (3) Utilisez les outils de mesure client pour surveiller vos performances vendeur
- (4) Contactez le support des partenaires de vente et ouvrez des tickets d'assistance à l'aide du Journal des cas
- (5) Suivez vos ventes quotidiennes pour tous les produits que vous vendez sur Amazon

# Comment mettre en vente des produits

## Mettre en vente votre premier produit

Pour vendre un produit sur Amazon, vous devez d'abord créer une offre de produit. Vous pouvez l'associer à une offre existante (si quelqu'un d'autre vend déjà le même produit sur Amazon), ou créer une nouvelle offre (si vous êtes le premier vendeur ou l'unique vendeur).

Le processus de chargement et de mise en vente des produits varie en fonction du plan de vente du vendeur. Pour dire les choses simplement : les vendeurs utilisant un compte vendeur Professionnel ont la possibilité de mettre en vente une grande quantité de produits par lot en utilisant le chargement groupé ou la gestion des stocks avec des systèmes tiers, tandis que les vendeurs Individuel mettent en vente les produits un par un.

## Ce dont vous avez besoin pour la mise en vente de vos produits

La plupart du temps, les produits doivent disposer d'un numéro GTIN (Global Trade Item Number), comme un UPC, un ISBN ou un EAN. Amazon utilise ces ID produit pour identifier l'article exact que vous vendez. Si vous associez une offre, vous n'aurez pas besoin de fournir un ID produit car celui-ci existe déjà. Si vous ajoutez un produit nouveau sur Amazon, vous devrez peut-être acheter un code UPC ou demander une exemption.

En plus d'un ID produit, voici quelques-unes des informations importantes à inclure dans chaque offre de produit :

- SKU
- Titre du produit
- Description du produit et liste à puces
- Images du produit
- Termes de recherche et mots clés pertinents



### Quelles sont les catégories de produits soumises à des restrictions ?

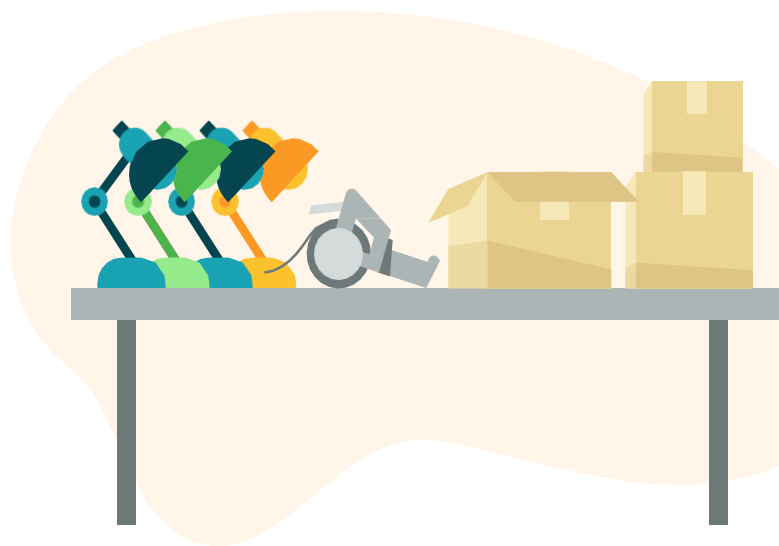
Il est important que les clients puissent acheter en toute confiance sur Amazon, c'est pourquoi certaines catégories de produits (comme certains produits d'épicerie ou produits automobiles) sont appelées « catégories de produits soumises à des restrictions ». Amazon peut exiger des vérifications de performances, des frais supplémentaires et d'autres qualifications afin que vous puissiez vendre certaines marques ou mettre en vente des articles dans des catégories soumises à des restrictions. Vous pourrez demander l'approbation dans Seller Central.

## Offre réussie = lancement réussi

Le fait de suivre les meilleures pratiques pour ajouter des offres peut avoir un impact important sur leur succès. Facilitez la recherche de vos offres par l'ajout de titres descriptifs, d'images claires et d'une liste à puces concises des fonctionnalités à vos articles.

Évitez les éléments qui pourraient avoir un impact négatif sur votre lancement :

- **Problèmes de variation** : les produits qui varient uniquement en fonction de la couleur, du parfum ou de la taille peuvent se prêter facilement à la mise en vente en tant que variations. Demandez-vous si le client s'attend à trouver les produits réunis sur la même page. Si ce n'est pas le cas, mettez-les en vente séparément.
- **Conformité de l'image** : vos images doivent faire au moins 500 x 500 pixels (augmentez la taille à 1 000 x 1 000 pour des offres de haute qualité) et être prises sur fond blanc. Le produit doit remplir au moins 80 % de la zone de l'image.
- **ID produit** : assurez-vous de remplir les conditions requises concernant les UPC et les GTIN (Global Trade Item Number) des produits. La cohérence de ces codes contribue à renforcer la confiance dans la gamme de produits figurant dans le catalogue Amazon.



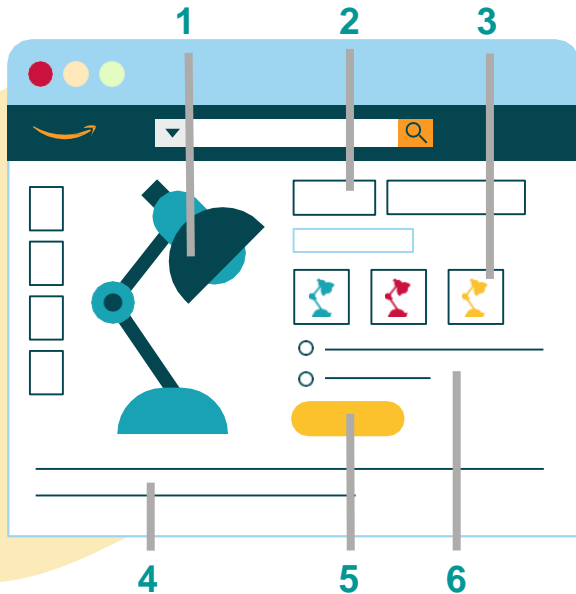
# La page détaillée du produit

## La page détaillée du produit : informations importantes

La page détaillée du produit est le lieu où les clients consultent un produit vendu sur Amazon. Si vous avez déjà fait des achats sur Amazon, vous reconnaîtrez probablement la page détaillée du produit. Il s'agit de l'endroit où les clients peuvent trouver toutes les informations pertinentes sur un article spécifique.

Lorsque plusieurs vendeurs proposent le même produit, Amazon rassemble les données de toutes les offres sur une seule page détaillée du produit (afin de pouvoir offrir la meilleure expérience aux clients). Vous pouvez proposer des informations sur un produit sur une page détaillée, ainsi que d'autres vendeurs et fabricants, et demander de réviser la page détaillée si vous pensez que les informations ne sont pas correctes.

Au cours de l'élaboration de vos pages détaillées de produits, essayez de réfléchir à ce qui sera le plus susceptible d'aider les clients à trouver vos produits, à trouver des réponses à leurs questions et à prendre une décision d'achat. Recherchez l'expérience client ultime en créant des offres concises, précises et faciles à comprendre.



## Registre des marques auprès d'Amazon

Si vous vendez vos produits sous une marque déposée, vous pouvez être éligible en vue d'une inscription au Registre des marques auprès d'Amazon sans frais supplémentaires. Le Registre des marques vous permet de contrôler les pages détaillées des produits qui utilisent votre nom de marque et d'ajouter des médias enrichis (comme des vidéos et des informations textuelles améliorées) à vos pages détaillées.

- (1) Images du produit (assurez-vous qu'elles fassent au minimum 500 x 500, et passez à 1 000 x 1 000 pour améliorer la qualité de vos offres).
- (2) Titre du produit (utilisez 50 caractères maximum et mettez la première lettre de chaque mot en majuscule).
- (3) Toutes les variations disponibles de votre produit, qui peuvent inclure des couleurs, des parfums ou des tailles différents.
- (4) La description, qui peut être optimisée pour les moteurs de recherche à l'aide de mots clés pour améliorer la portée de vos offres de produits.
- (5) L'Offre en vedette, qui correspond à la section de la page produit où les clients peuvent ajouter des articles à leur panier ou « Acheter maintenant ». Si plusieurs vendeurs font la publicité du même produit que le vôtre, imaginez des stratégies pour « remporter » l'Offre en vedette afin d'améliorer vos ventes globales.
- (6) Les informations contenues dans les listes à puces, qui doivent correspondre à de courtes phrases descriptives mettant en évidence les caractéristiques clés et les caractéristiques distinctives des produits.

# Comment livrer des produits

## Choisir le bon mode d'expédition

Les vendeurs Amazon ont deux possibilités pour livrer leurs produits aux acheteurs : vous pouvez le faire vous-même, en conservant votre propre stock et en expédiant les produits aux clients (Expédié par le vendeur), ou vous pouvez utiliser le service Expédié par Amazon pour qu'Amazon prenne en charge l'emballage, l'étiquetage et l'expédition des produits. Chaque méthode présente ses propres avantages : il vous suffit de choisir celle qui convient le mieux à votre entreprise.

## Si vous expédiez vos propres commandes

Expédié par le vendeur signifie simplement que vous stockez et expédiez vous-même des produits directement aux clients. Amazon facture des frais d'expédition en fonction de la catégorie du produit et du service d'expédition sélectionné par le client, puis vous transmet le montant sous forme de crédit d'expédition.

Des frais d'expédition définis s'appliquent à tous les produits vendus avec un plan Individuel. Il est donc important de déterminer si vous pouvez toujours fixer les prix des articles de manière rentable. L'outil Achat de l'affranchissement d'Amazon peut vous aider à bénéficier d'une offre avantageuse sur les étiquettes d'expédition grâce au réseau de partenaires d'expédition de confiance d'Amazon, à expédier et confirmer vos commandes et à suivre vos expéditions.

## Les avantages du service Expédié par Amazon

Amazon compte plus de 175 centres de distribution dans le monde entier, ce qui représente plus de 14 millions de mètres carrés d'espace de stockage. Avec le service Expédié par Amazon, vous pouvez stocker vos articles sur ces étagères. Vous bénéficiez également du service client de classe mondiale et des retours Amazon, ainsi que d'autres avantages (comme l'éligibilité automatique à Prime et l'expédition gratuite Super Saver) qui vous aident à développer rapidement votre activité.

## Comment fonctionne le service Expédié par Amazon

1. Expédiez votre stock à Amazon. Il sera scanné et mis en vente.
2. À chaque commande, Amazon emballe et expédie le produit directement au client.
3. Amazon perçoit le paiement du client et vous verse les fonds disponibles toutes les deux semaines.
4. L'équipe du service client d'Amazon se charge des questions, des retours et des remboursements.



### Frais d'utilisation du service Expédié par Amazon

Il existe deux types de frais Expédié par Amazon : les frais d'expédition (qui sont facturés par unité vendue et qui comprennent le prélèvement et l'emballage de vos commandes, l'expédition et la manutention, le service client et les retours de produits), et les frais de stockage (qui sont facturés mensuellement et basés sur le volume de stock conservé dans un centre de distribution Amazon). Pour plus d'informations, consultez la [page Caractéristiques, services et frais Expédié par Amazon](#).



# Vous avez effectué votre première vente. Quelle est la prochaine étape ?

## Gérer votre activité Amazon

Votre première vente représente une étape importante, mais ce n'est que le début de vos opportunités de croissance en tant que vendeur sur Amazon. Une fois votre boutique opérationnelle, il vous faut garder quelques éléments importants à l'esprit.

## Indicateurs de performance (et leur importance)

Les vendeurs Amazon suivent des normes élevées pour que nous puissions offrir une expérience d'achat fluide et agréable. Nous appelons cela être centré sur les clients. Et en tant que vendeur Amazon, cela signifie que vous devez surveiller ces indicateurs clés :

- Taux de commandes défectueuses (mesure des normes de service client d'un vendeur) : < 1 %
- Taux d'annulation avant expédition (initié par le vendeur avant expédition) : < 2,5 %
- Taux d'expéditions tardives (commandes expédiées après la date prévue) : < 4 %

Vous pouvez suivre vos performances et vous assurer que vous atteignez vos objectifs dans Seller Central.

## Avis client

Les avis des clients sur les produits font partie intégrante de l'expérience d'achat sur Amazon et profitent à la fois aux clients et aux vendeurs. Assurez-vous de connaître les bonnes et les mauvaises méthodes pour obtenir plus d'avis sur les produits et éviter les violations de politique.



## Seller University

Seller University est une ressource en ligne d'Amazon qui contient des vidéos présentant des guides étape par étape, des didacticiels et des formations pour aider les entrepreneurs à démarrer (et à développer) leur activité Amazon.

Visitez la [chaîne YouTube Seller University](#) et commencez votre apprentissage dès aujourd'hui.

# Opportunités de croissance de l'entreprise

## Ce n'est que le commencement

À partir du moment où vous vendez sur Amazon, vous pouvez commencer à développer votre activité Amazon. Une fois que vous avez lancé votre entreprise, Amazon dispose d'outils pour vous aider à faire passer votre entreprise au niveau supérieur (voire aux deux niveaux suivants).

## Publicité

Les solutions publicitaires d'Amazon vous permettent d'atteindre et d'attirer les acheteurs, qu'ils commencent tout juste à comparer des produits ou qu'ils soient prêts à effectuer un achat. Les annonces s'affichent à un endroit visible par les clients (comme la première page des résultats de recherche ou les pages détaillées des produits).

Amazon propose trois solutions publicitaires, toutes accessibles via Seller Central.

### 1. Produits sponsorisés

Les produits sponsorisés sont des annonces pour des offres de produits individuelles sur Amazon. Ils contribuent donc à améliorer la visibilité des produits (et les ventes de produits). Ils apparaissent sur les pages de résultats de recherche et sur les pages détaillées des produits.

### 2. Marques sponsorisées

Les marques sponsorisées présentent votre marque et votre portefeuille de produits. Il s'agit d'annonces de résultats de recherche qui présentent le logo de votre marque, un titre personnalisé et jusqu'à trois de vos produits.

### 3. Boutiques Amazon

Les boutiques sont des destinations d'achat multipages personnalisées pour les marques individuelles qui vous permettent de faire connaître l'histoire de votre marque et de présenter vos offres de produits. (Et vous n'avez pas besoin de disposer d'une expérience sur site Web pour les utiliser.)

## Promotions et coupons

Les clients veulent faire des économies, et les promotions incitent à faire un achat immédiat. Il existe trois types de promotions : les réductions, la livraison gratuite et « un acheté, un offert ». Vous pouvez également offrir des réductions en pourcentage ou en valeur absolue avec des coupons numériques.

## Expansion mondiale

Vendre à l'échelle mondiale est une étape importante pour toute entreprise. Cela implique des centaines de millions de nouveaux clients et une potentielle augmentation importante du nombre de ventes. L'expansion mondiale implique la gestion de nombreux éléments, mais avec Amazon Global Selling, vous pouvez utiliser l'infrastructure mondiale d'Amazon pour présenter vos produits au monde entier.

Lorsque vous serez prêt à faire passer votre entreprise au niveau supérieur, utilisez Amazon Global Selling pour mettre en vente et vendre vos produits dans l'une de nos boutiques en ligne en Amérique du Nord, en Europe et en Asie.








### Exportation Expédié par Amazon

Développez votre activité Expédié par Amazon dans plus de 100 pays sans frais supplémentaires et sans les complexités liées aux ventes internationales. Exportation Expédié par Amazon permet aux clients internationaux d'acheter des ASIN éligibles à l'exportation sur votre site de vente.

# Quelles sont les caractéristiques d'un excellent vendeur ?

## Liste de contrôle pour la croissance

Les opportunités de croissance sont partout, mais voici quelques pistes à suivre au cours de vos 90 premiers jours en tant que vendeur Amazon.

-  Surveillez l'état de votre compte dans Seller Central
-  Utilisez Expédié par Amazon ou Prime Expédié par le vendeur
-  Faites la promotion de vos offres ou proposez des offres promotionnelles et des coupons
-  Inscrivez-vous au Registre des marques et créez un contenu de marque amélioré
-  Développez votre sélection en mettant d'autres produits en vente Utilisez l'outil de tarification automatique de Seller Central



## Vos 90 premiers jours

Les trois premiers mois après le lancement de votre activité Amazon sont importants pour instaurer des pratiques qui amélioreront vos performances par la suite.

