

Оптимизирајте ги вашите понуди и направете истите да се претставуваат подобро на Амазон.



GS1 Верификација

Проверка на квалитет на GS1 Бар Кодови и GS1 Логистички Етикети



Контрола на квалитетот

- Превенција од настанување на скапи грешки.
- Зголемена ефикасност преку идентификација на грешките на Бар Кодовите, структурата на GTIN и содржаните податоци детерминирани со апликациските идентификатори (AI) кај Бар Кодовите од GS1-128 семејството.
- Намалување на времето од прием на нарачка до испорака до магацините или маркетите преку обезбедување на точна идентификација и информации за производите и транспортно-логистичките единици, пакувањата, димензиите.
- Поголемо задоволство на купувачите со производот. Многумина купувачи нема да толерираат производ доколку не помине на скенирање на каса од првпат и секој пат. На тој начин се подобрува имиџот на брендот.

Заштеда на време и намалување на трошоците

- Бар Код кој неможе да се скенира коректно може да предизвика скапа корективна активност која вклучува и препечатување на етикетите, препакување или рачно впишување на податоците или броевите што предизвикува застој, гужва на наплатните места и многу веројатно загубена продажба.
- Неточен Бар Код или Логистичка Етикета може да го наруши текот на процесите во автоматизираниот синџир на снабдување на големите дистрибутери и продавачи кои можат да ја раскинат соработката или да наметнат плаќање на драконски пенали.

Верификација по ISO/IEC 15416 и ISO/IEC 15415

Верификацијата се изведува согласно ISO стандардите преку визуелна физичка проверка на симболот и електронска проверка со помош на верификатор. GS1 Македонија располага со најновата серија на AXICON верификатори за 1D и 2D симболи кои ги поддржуваат во целост ISO и GS1 стандардите.



Не дозволувајте лошиот квалитет на Бар Кодот или Логистичката Етикета да резултира со зголемени трошоци и намалена добивка!



Скенирај и дознај повеќе

Продажба на Amazon

Мотото на мисијата на Amazon е „да биде нај кориснички ориентирана компанија на планетата земја, каде корисниците ќе можат да најдат и откријат се“. Во Amazon сакаат да понудат најдобри сервиси, цени, достава и искуство при купувањето на интернет и затоа наметнуваат прецизни стандарди и правила за трговци кои продаваат на Amazon како трети лица.

Amazon е многу поразличен пазар за разлика од другите, како eBay или Etsy, каде поседувате сопствена листа на продукти. На Amazon, продуктите на продавачот се прикажуваат како една страна со детали за понудениот единечен продукт и на истата се прикажува листа со ист продукт кој е понуден од другите продавачи. Постоенето на една страна со детали за единечен продукт значи дека цената често може да биде одлучувачки фактор дали да се купи или не вашиот продукт. Затоа продавачите користат софтвер за автоматска промена на цената со цел цената на нивниот производ да остане конкурентна со цените на другите продавачи.

За продавачите на Amazon, целта е нивниот производ да се квалификува за Amazon „buy box“, со која класификација продуктот станува препорачана понуда избрана од Amazon. Понудите на другите продавачи се исто така достапни, но купувачот треба да се потруди преку пребарување да дојде до нив.

Овој водич (брошура) ќе ви помогне во тоа како вашите продукти да се прикажуваат на Amazon што е можно по ефикасно и како вашиот продукт во поголем дел од времето да го добие статусот на Amazon „buy box“

Yes, I want a free trial with **FREE One-Day Delivery** on this order.
amazonPrime

Quantity:

 **Add to Basket**

[Turn on 1-Click ordering](#)

Dispatch to:
UK - Mainland ▼

Other Sellers on Amazon

£39.99	<input type="button" value="Add to Basket"/>
+ FREE UK delivery	
Sold by: Lake Home and Leisure	
£39.99	<input type="button" value="Add to Basket"/>
+ FREE UK delivery	
Sold by: Lakeland	
£39.99	<input type="button" value="Add to Basket"/>
+ £2.84 UK delivery	
Sold by: Radfan - Direct	

[5 new from £39.99](#)

Buy box

Оптимизирање на Amazon листањето

1. Страна со детали за единичен продукт и ASIN

Секој продукт што котира на Amazon добива уникатен код, познат како Amazon Стандарден Идентификационен Број (ASIN).

Идентификациониот број ASIN е 10 карактерен алфанумерички уникатен идентификатор кој Amazon го користи за интерна уникатна идентификација на секој продукт. Бидејќи овие идентификатори се доделуваат на секоја страница со детали за секој единичен продукт, сите продавачи на истиот продукт треба да го листаат својот продукт кон истиот ASIN.

Прва работа што треба да ја проверите при поставување на вашиот продукт на Amazon е дали истиот е веќе излистан под веќе постоечки ASIN. Доколку е, вие треба да го поставите (излистате) вашиот продукт на веќе постоечка страна со детали за продуктот. Сепак, можеби деталите за продуктот не се толку сеопфатни како што сакате вие, па затоа земете го во обзир советот во ова упатство и испратете барање за промени до Amazon, кое доколку се одобри ќе стане дел од деталите за продуктот на страната со детали за дадениот ASIN.

Доколку производот за прв пат се појавува на Amazon, вие ќе треба да креирате своја сопствена листа со што

Amazon ќе генерира нов ASIN за вашата листа. Во овој случај вие ќе го „поседувате“ тој ASIN и ќе бидете во можност да управувате со истиот со цел листањето да биде што е можно поефикасно, а ќе бидете во можност и да ги оптимизирате сите информации и фотографии. Внимавајте, доколку и друг продавач листа производ кон вашиот ASIN, тие исто така можат да испратат ревизија на вашиот ASIN.

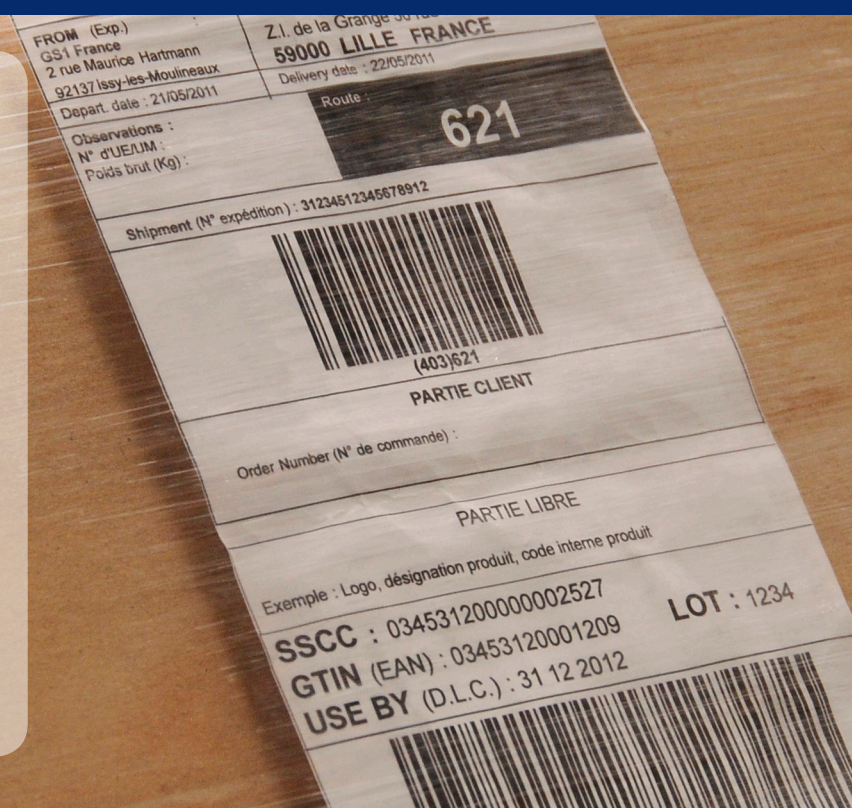
Додека ASIN е уникатен идентификатор за Amazon, овие идентификациони клучеви не се признати надвор од Amazon. Дури и во рамките на Amazon во различни земји, вие можете да најдете исто продукт со два различни ASIN идентификатори – затоа кога сакате да листате производ на интернационалниот Amazon сајт, проверете дали пронајдениот ASIN навистина се однесува за производот што сакате да го продавате на оваа платформа. Најдобар начин да го направите претходно спомнатото е да го проверите Глобалниот број на трговската единица (GTIN), уникатен и признат глобален идентификатор на продукти на GS1.

Софтвер за генерирање на Логистичка етикета

Вршите извоз? Деловниот партнер ви бара логистичка етикета која ќе содржи SSCC како и дополнителни податоци за содржината на палетата?

GS1 Македонија Ви нуди едноставен софтвер за генерирање на логистичка етикета, кој што е достапен за Вас 24/7 во текот на цела година. Софтверот е составен од два пакети ОСНОВЕН и ПРЕМИУМ, креирани според Вашите потреби.

За повеќе информации контактирајте ја GS1 Македонија



2. Идентификација на продукт

Еден од најважните атрибути кои треба да ги внесете во делот на важни информации е идентификаторот на продукт. Ова нормално е GTIN-от на продуктот што го продавате.

GTIN-овите се серија на броеви кои се доделени на најголем број продукти за широка потрошувачка. Тие се нашироко познати и како Европски број на артикал (EAN), Универзален код на продукт (UPC) – се користи во Северна Америка – и Јапонски број на продукт (JAN) – се користи во Јапонија

Кога ќе го внесете идентификаторот на продуктот што сакате да го продавате на Amazon, исто така ќе треба да го изберете и видот на GTIN од опаѓачкото мени. Вашиот добавувач или производител можеби веќе ги има внесено GTIN броевите за вашите продукти, но доколку продавате производи кои се ваш бренд тогаш вие ќе треба да доделите ваши сопствени GTIN броеви, кои се добиваат од националните GS1 организации. Кај нас тоа го прави GS1 Македонија.

GS1 е непрофитна организација кој што обезбедува стандарди за идентификација повеќе од 40 години. GS1 е единствена организација која е задолжена



Доколку продавате книги, вие ќе треба да користите Интернационален стандарден број за книга (ISBN)

за издавање на EAN, UPC и GTIN броеви. Овие броеви се признати на Amazon и низ целиот синџир

на снабдување меѓу сите учесници и трговци, веб и класични продавници во кои вие ги пласирате вашите продукти.

Со листање на вашите понуди на Amazon со глобално признатиот EAN, UPC или GTIN, вашите Amazon листи многу полесно ќе бидат индексирани од Google и веб страниците за споредба на продукти со што ќе се зголеми посетеноста на вашиот сајт, а со тоа и



Регистрирајте го вашиот бренд на Amazon за зголемена контрола на насловите, деталите, сликите и други атрибути.

продажбата на вашите продукти.

Дополнително покрај ASIN, Amazon има и нестандартен идентификатор достапен за сопствениците на брендови познат како Глобален каталог идентификатор (GCID), кој ќе биде доделен на вашиот производ доколку аплицирате во Amazon бренд регистарот.



MoјGS1

Онлајн базиран софтвер за управување со вашите GS1 бар кодови



Порталот „MoјGS1“ е направен за доближување на GS1 Македонија до своите членки, каде дел од услугите стануваат достапни за корисниците 24 часа во текот на целата година. Тргувајќи од податокот дека голем број на членки на GS1 Македонија немаат соодветна евиенција на своите искористени бар кодови, како и со цел да се минимизираат грешките при доделување на GTIN број на продукт, а со тоа компаниите да се изложуваат на дополнителни непотребни трошоци, GS1 Македонија го создаде „MoјGS1“.

Постојан увид во искористените бар кодови

- Порталот „MoјGS1“ е достапен за користење 24/7/365 дена во годината.

- За пристап е потребна само Интернет конекција и корисничко име и лозинка кои се добиваат од GS1 Македонија

Бесплатен за сите членки на GS1 Македонија

- Секоја членка на GS1 Македонија го добива овој софтвер на користење бесплатно со самото зачленување.

Преглед на издадени фактури

- Секоја членка на GS1 Македонија во рамките на MoјGS1 има можност да изврши преглед на своите платени и ново издадени фактури.

Управување со податоците за компанијата

- MoјGS1 нуди можност за проемна на податоците за Вашата компанија од Ваша страна, како промена на контакт лице, контакт телефон итн.

За повеќе информации за „MoјGS1“

контактирајте не на gs1mk@gs1mk.org.mk

Идентификатори за продукти на Amazon

- ASIN** Алфанумерички идентификатор кој што се доделува на секоја веб страна со детали за единичен производ на Amazon
- EAN** Е 13-цифрен број кој што се наоѓа под бар код симболот на продуктот и ги идентификува уникатно продуктите ширум светот. Ова е продуктниот идентификатор кој вие го доделувате на вашите продукти, а го добивате со вашето членство во GS1 Македонија
- UPC** Е 12-есет цифрен број кој е еквивалентен на 13-есет цифрениот EAN, а се користи во Северна Америка
- GCID** Идентификатор за продукти на Amazon за продукти кои сопствениците на брендот ги имаат регистрирано во Amazon регистарот на брендови
- GTIN** Овој идентификатор во Amazon се однесува на 14-цифрен број кој вие го користите за означување на пакувањето на вашите продукти, односно ITF-14. Овие броеви можете да ги доделите на вашите картонски пакувања преку вашето членство во GS1 Македонија.

Наместо да бидете врзани со листањето на продуктот на страната со доделен ASIN, GCID е директно поврзан со продуктот, што значи дека истиот не може да се променува со тек на времето или да се спојува со други продукти.

Идентификаторот GCID ви дава голема контрола врз страницата за детали на вашиот продукт и покрај тоа што не се појавува на страницата со детали на продуктот кој што го листате. GCID идентификаторот, како и ASIN идентификаторот се наменети само за употреба во рамките на Amazon и истите не се замена за глобално признатиот GTIN.

3. Категоризирање на продуктот

Прва работа што Amazon ја бара од вас е да го категоризирате вашиот производ. Потрошувачите може како метод за пребарување да ја користат категоризацијата.

На пример, ако потрошувачот користи термин за пребарување „патики“, понатаму можеби потрошувачот сака да го стесни изборот на машки патики и женски патики. Доколку вашиот продукт не е правилно категоризиран, истиот ќе биде отстранет од листата на продукти кои му се презентираат на потрошувачот.

The screenshot shows the Amazon.co.uk interface. At the top, there's a search bar and navigation links like 'Shop by Department', 'Ricky's Amazon', 'Today's Deals', 'Gift Cards', 'Sell', and 'He'. Below that, there are links for 'Amazon.co.uk', 'Today's Deals', 'Warehouse Deals', 'Outlet', 'Subscribe & Save', and 'Vouc'. The main content area shows search results for 'Shoes & Bags : Shoes : "trainers"'. On the left, there's a 'Show results for' section with a breadcrumb trail: '< Any Category < Shoes & Bags < Shoes'. A list of shoe categories follows, including 'Men's Trainers', 'Women's Trainers', 'Men's Road Running Shoes', 'Men's Shoes', 'Men's Technical Skateboarding Shoes', 'Women's Shoes', 'Boys' Trainers', 'Women's Road Running Shoes', 'Men's Athletic and Outdoor Shoes', and 'Men's Running Shoes'. There's a '+ See more' link. Below this is a 'Refine by' section with 'Delivery Option' (Prime and Free UK Delivery) and 'Brand' (Airtach and Vans). On the right, a featured product is shown: 'Mens Get Fit Mesh Running Trainers Athletic Walking Gym Shoes Sport Run' by Get Fit, priced at £16.99 with Prime delivery. It has a 4.5-star rating and 272 reviews. A 'See Size & Colour Options' button is visible above the product image.

Категории на Amazon

4. Внесување на продукт и информации за листање

Витални информации

Првиот дел кој што треба да го пополните е делот со витални информации за Amazon – **vital info**. Во зависност од категоријата што ја листате, дел од податоците во **виталното инфо** ќе бидат задолжителни како **име на продуктот, бренд, боја, големина, отсек и продукт идентификатор**. Останатите податоци во **виталното инфо** се опционални, но доколку одреден атрибут се однесува на вашиот продукт тогаш вие треба да го пополните и тоа поле.

Amazon го користи **виталното инфо** за создавање на листа на под точки кој вие можете да ја видите на почетокот на секоја страна со детали за даден продукт на Amazon.



Името на продуктот е насловот на вашето листање. Ова поле Amazon го ограничува на 200 карактери. Amazon препорачува секој збор во ова поле да започнува со голема буква.

Повеќе детали

Во Amazon постои и дополнителен таб кога се креира листањето на продуктот со **повеќе детали**. Овој таб може да содржи дополнителни атрибути кои можат да му бидат од корист на потрошувачот кога ја носи својата одлука за купување. **Дел од овие атрибути се име на продуктот дадено од производителот, тежина, димензии итн.**

amazon services
seller central

Vital Info Variations Offer Images Description Keywords More Details Advanced View

All Product Categories > Shoes & Bags > Shoes > Men's Shoes > Boots

- * Product Name: Ex: parent sku title: "Kenneth Cole REACTIONWomen's Work Space"
- * Brand: Ex: Skechers
- * Colour: Ex: Navy Blue
- Colour Map: Ex: green
- * Size: Ex: 10 M US Men7 M US Women43 EU / 10 US Men5 M US Toddler
- * Size Map: Ex: X-Small
- * Department: Ex: womens
Add More Remove Last
- Sole Material: Ex: cork
- Heel Type: Ex: Stiletto
- Strap Type: Ex: ankle-wrap
- Arch Type: Ex: Medium
- Water Resistance Level: - Select -
- Shaft Height: Ex: Knee-High
- Heel Height: - Select -
- lining-description: Ex: with warm lining
- * Product ID: - Select -

Внесување на витални информации на Amazon

Мапи

Амазон користи **мапи** за поврзување на специфични вредности поврзани со продуктот или производителот со повеќе општи вредности кои потрошувачите поверојатно би ги користеле кога истите пребаруваат на Амазон.

Овие мапи може да ги најдете за атрибути како **боја** и **големина**. Оваа функционалност ви овозможува да внесете атрибути кои се дефинирани од производителот, но во исто време имате опција да му „кажете“ на Амазон на кои општи вредности тие се еквивалентни.

На пример, Вие може да листате продукт што е опишан како „морнарско сино“ во **боја**, но потрошувачите можеби нема да пребаруваат облека дефинирана специфично како морнарска сина боја, па за да може да се пронајде вашиот продукт истиот треба да го мапирате како „сино“. Значи, ќе внесете како нестандартен опис морнарско сино како боја, а во **мапирањето на боите** ќе ја вклучите бојата сино со цел да обезбедите приказ на вашиот производ при пребарување.

Map specific values to an attribute



Користете **мапи** за поврзување на стандардните вредности со нестандартните атрибути на продуктот. Размислувајте како потрошувач и мапирајте ги сите атрибути до најчесто употребуваните бои или димензии кои потрошувачите ги користат како податоци за пребарување.

Година на модел

Амазон во описот овозможува и надополнување на деталите за продуктот, но производителите не секогаш вршат промена на името на производот со цел да дадат на знаење за настаната промена. За решавање на овој предизвик вие треба годината на производство на вашиот продукт да ја дефинирате во полето година на модел. Оваа процедура ќе ви дозволи да создадете нов ASIN со цел вашиот производ да се разликува од сличните продукти на конкурентните трговци, кои можеби продаваат производи од претходни сезони со пониска цена од вашата.



Дефинирајте ја **годината на моделот** и одбегнете споредба со ист производ од претходни сезони.

Product's model year

Варијации

Stock Keeping Unit (SKU)

Доколку додавате продукт кој има повеќе варијации како различни големини или бои од истиот продукт, вас ќе ви биде дозволено да додавате SKU кодови и ќе бидете во можност да идентификувате точно која варијација е продадена.



Користете го кодот на производителот како SKU, не креирајте свој. Секој SKU ќе има свој EAN кој уникатно го идентификува во вашиот запис за попис.

Size	Size Map	Seller SKU	Product ID	Product ID Type	Condition	Your price	Quantity
<input type="checkbox"/>				- Select -	New	£	
<input type="checkbox"/> small				- Select -	New	£	
<input type="checkbox"/> medium				- Select -	New	£	
<input type="checkbox"/> large				- Select -	New	£	

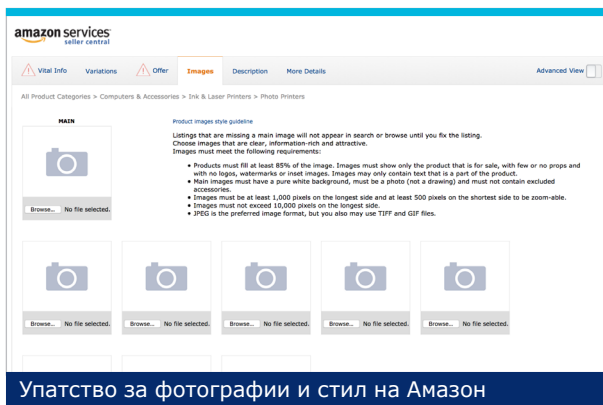
Stocks keeping unit's (SKUs) за секоја варијација на производот

Фотографии

Амазон дозволува додавање со девет фотографии на вашиот продукт, кои треба да бидат на чиста бела позадина.

Фотографиите треба да ги исполнуваат следните спецификации:

- Продуктот мора да зафаќа најмалку 85% од фотографијата. На фотографијата мора да биде прикажан само продуктот што се продава со неколку или без дополнителни реквизити, без логоа, водени жигови или прилепени фотографии. Фотографиите смеат да содржат само текст кој што е дел од пакувањето на самиот продукт.
- Главната слика мора да има чиста бела позадина, мора да биде фотографија (не цртеж) и не смее да содржи додатоци кои не се дел од производот.
- Фотографијата мора да биде најмалку 1000 пиксели на подолгата и најмалку 500 пиксели на пократката страна
- Фотографијата не смее да надмине 10 000 пиксели на подолгата страна
- Препорачлив формат е JPEG, но исто можете да користите и TIFF и GIF фајлови.



Во некои категории, Amazon има водич за изглед на стилот на страната. Проверете кој е стандардизираниот изглед пред да го објавите вашиот продукт. Пример страни за обувки, чанти и облека.

Во категоријата обувки, главната фотографија треба да биде од горе, да биде опфатен врвот на обувката кон задната страна, фотографирана од десна страна. Оваа главна фотографија пропратена е со дополнителни до осум фотографии. Препораките на Amazon за шест од дополнителните фотографии се:

1. Предната страна на обувката, фотографирана директно од напред,
2. Задната страна на обувката, фотографирана директно од позади,

3. Долниот дел на обувката фотографиран директно од долу, обувката со врвот е надесно, со или без видливо лого,

4. Фотографијата од лева страна треба да биде под агол од 90 степени фотографирана од ист агол како главната фотографија, со врвот на обувката насочен кон лево,

5. Фотографијата од десната страна треба да биде фотографирана под агол од 90 степени, со врвот на обувката насочен кон десно ,

6. Фотографијата од горе, треба да биде фотографирана директно од горе, со обувката насочена кон десно.

Опис

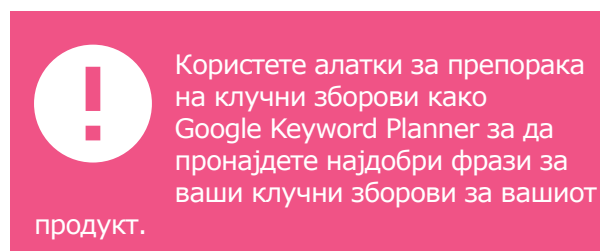
Кај Amazon **описот на продуктот** е од помало значење споредено со на него сличните електронски пазари, бидејќи основниот опис на продуктот се генерира директно од виталното инфо кое претходно вие го имате внесено. Описот се прикажува многу долу на страната на продуктот или преку посебен линк на мобилната верзија.

Нема потреба од вклучување на технички информации за продуктот во описот, бидејќи овие информации се внесуваат во виталното инфо. Во овој дел ви е оставено повеќе место за опис на бенефитите и како да се користи вашиот продукт.

Клучни зборови

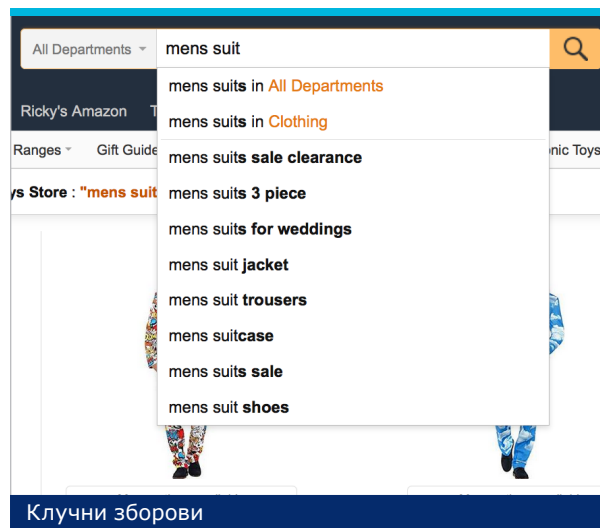
Amazon има дополнителен дел за внесување на клучни зборови за време на процесот на листање (објавување) на продуктот. Овиј дел изгледа доста тривијално, но има големо влијание во привлекувањето на повеќе потенцијални купувачи на вашиот продукт. Многу е едноставно пронаоѓањето на неколку клучни зборови кои едноставно прелетуваат во вашите мисли пред да го завршите процесот на листање на вашиот продукт. Овој дел е дел во кој треба без размислување да потрошите повеќе време.

Клучните зборови се алфанумерички термини кои можните потрошувачи може да ги пребаруваат. Потрошувачот може да пребарува „работнички чизми“ или уште поспецифично „машки работнички чизми“. Не штедете време во внесувањето колку што е можно повеќе клучни зборови кои се релевантни за вашиот производ.



Наједноставно е да пребарате производ на Amazon кој е сличен на вашиот продукт, Amazon автоматски дава предлози за избор при пребарувањето. Овие предлози се засновани на најчесто користените клучни зборови за пребарување од страна на потрошувачите на Amazon. Со нивно користење како клучни зборови за вашиот продукт вие ќе бидете сигурни дека истите ќе бидат ефикасни за вашиот продукт.

Секој клучен збор кој го внесувате море да биде одделен еден од друг со запирка.



Како најчесто вашиот производ да биде во „Buy Box“

Една од главните опции на Амазон е тоа што еден производ може да се продава од повеќе трговци. Доколку повеќе трговци го продаваат истиот производ во „нова“ состојба, тогаш тие може да се натпреваруваат мешусебно во освојување на „buy box“ за тој производ.

Добивањето на „buy box“ значи дека потрошувачот ќе го додаде вашиот производ во кошничката за пазарење или веднаш ќе го купат производот кој е понуден од вас. На десктоп компјутерите понудени се два алтернативни трговци кои нудат ист производ, но на мобилен телефон се прикажува само трговецот кој го освоил „buy box“ за понудениот производ. Понудите на другите трговци се скриени подолу во табови. За да дојде до нив, потрошувачот, треба да се потруди и потроши повеќе време. Ова значи дека најчесто производот добитник на „buy box“ статус е производот кој потрошувачот ќе го купи.

Можноста за трговецот да биде кандидат за „buy box“ е врзана со перформансите на трговецот, па како да ги зголемите вашите шанси за успех?

1. Цена

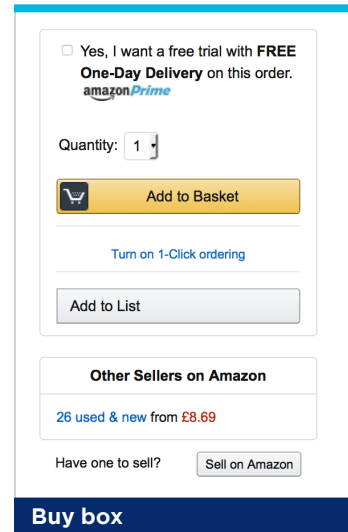
Амазон ја пресметува вкупната цена која што крајниот потрошувач ќе ја плати за вашиот продукт, која е збир од цената на продуктот и цената на стандардната достава. Цената на вашиот продукт може да биде и пониска од вашата конкуренција, но доколку вкупниот трошок е повисок, тогаш вашиот продукт има помала шанса да добие статус „buy box“.

Најниска цена не е гаранција дека вашиот продукт ќе го добие статусот „buy box“, но истиот е важен фактор.

2. Достапност

Амазон знае дека трговецот кој ќе добие „buy box“ ќе добие голем број на нарачки, па затоа од Амазон преферираат трговци кои имаат на залиха голем број на производи. Доколку имате само неколку примероци во магацин, најверојатно Амазон, статусот „buy box“ ќе го додели на конкурентен трговец кој е во можност да задоволи поголем број на нарачки.

3. Опции за испорака



Користете софтвер за менаџмент на повеќе канали за да можете да го поставите целиот ваш асортиман на

сите електронски пазари каде тргувате. Нивото на залиха може да се променува во зависност од продажбата на продуктот или кога добивате нови количини од добавувачот.

толку повеќе се зголемуваат шансите тој да биде избран за „buy box“ статус.

Amazon го пресметува и времето за подготовка на пратката. Колку е помал периодот од прием на нарачка и испорака на истата, толку се подобри шансите вашиот продукт да добие „buy box“ статус.

4. Исполнувања од

Amazon

Fulfillment by Amazon (FBA) е најголем фактор кој одредува кој ќе добие статус „buy box“. FBA значи достава на вашите производи во еден од магацините на Amazon и нивно овластување да складираат, земаат, пакуваат и испорачуваат продукти во ваше име.

FBA е особено од корист доколку Order Defect Rate (ODR) е помал од оптималниот. Бидејќи Amazon ги складира вашите производи, тие знаат дека вие нема да останете без производи за достава. Бидејќи Amazon е одговорен за земање, пакување и испорачување на вашите продукти тие ќе знаат дека времето на испорака ќе биде брзо. Amazon исто така нуди голем избор на опции за достава преку сопствените логистички сервиси и сервисите на трети партнери – следствено на ова, тие ќе понудат голем избор на опции за достава во споредба на опциите на независните трговци.

Најверојатно најголемото зголемување на продажбата од FBA е од постојаното зголемување на базата со Amazon Prime потрошувачи. Со Prime претплата, потрошувачите добиваат неограничени испораки од видот, испорака следен ден, која се однесува на продукти кои се продаваат од магацините на Amazon. Со поставувањето на вашите продукти во FBA вашите продукти ќе бидат вклучени во програмата за бесплатна испорака од

Amazon – па затоа вашите потрошувачи ќе го изберат вашиот продукт.



Користењето на FBA е еден од наједноставните начини за зголемување на вашата продажба на Amazon. Според Amazon UK, 85% од трговците на Amazon изјавиле дека со користење на FBA ја зголемиле продажбата, а 53% имале зголемување на продажбата за 20% по почетокот од користењето на FBA.

Цената на Amazon FBA варира во зависност од видот, тежината и големината на продуктите кои вие ги продавате. Штом потпишете договор за FBA со Amazon, вие веднаш ќе бидете во можност да доставите пратка со ваши продукти во магацините на Amazon со што ќе овозможите Amazon да започне со земање, пакување и испорака на вашите производи во ваше име.

5. Оцени на трговец

Amazon при одредување дали вашиот продукт ќе биде „buy box“ или не го разгледува вашиот ODR. Вашиот ODR е базиран на вашите оценки – повратни информации од трансакцијата, A-Z барања и враќања на средства поради дефектни продукти или друг вид на измами. Колку подобри оценки имате, поголеми се шансите да добиете „buy box“.

Заклучок

Без размислување, најдобар начин за зголемување на продажбата на Amazon на вашите производи е тие да бидат лесно достапни при пребарување и да добиваат статус „buy box“ колку што е можно почесто и на тој начин вие да постанете стандарден избор на потрошувачите кога ќе го кликнат копчето КУПИ.

За да бидете видливи и лесно да бидат пребарливи вашите продукти вие треба да ги оптимизирате вашите листи на Amazon преку пополнување на сите можни податоци за продуктот што го продавате, вклучувајќи клучни зборови и мапирање на специфичните бои и големини на продуктот со општите бои и големини кои најчесто купувачот ги пребарува.

Еднаш штом ги оптимизирате вашите листи, вие ќе треба потоа да се грижите вашите производи да имаат што е можно почесто статус „buy box“. Треба да водите сметка и на вашата оценка преку обезбедување на врвни сервиси, а наједноставно тоа можете да го направите преку потпишување на FBA договор со Amazon и давање на овластување за продажба на вашите продукти во ваше име.

Секогаш мапирајте го SKU атрибутот со соодветниот EAN број на производот.

Листа за проверка за најдобро прикажување на продуктите на Амазон

- Погрижете се секогаш ASIN да се совпаѓа со GTIN-от на продуктот
- Погрижете се точниот GTIN да биде внесен како ID за продуктот
- Пополнете ги сите делови од виталното инфо, кое Амазон го користи за создавање на листа од под точки за опис на продуктот
- Секогаш користете мапи за поврзување на атрибутите специфични за продуктот со општите атрибути кои потрошувачите најчесто ги користат при пребарување
- Наведете година на производство (доколку е прифатливо)
- Доколку сте сопственик на бренд аплицирајте за Амазон GCID
- Погрижете се сите SKU да бидат мапирани во EAN броеви
- Фотографиите да бидат според упатствата на Амазон
- Вклучете ги бенефитите и функционалностите на продуктот во описот на продуктот
- Издвојте повеќе време за пронаоѓање на добри клучни зборови – ова може и тоа како да ја зголеми видливоста на вашиот производ
- Фокусирајте се на цената, достапноста и опциите за испорака за да ја направите вашата понуда поатрактивна
- Размислете за поставување на вашите продукти во FBA за зголемување на можноста за добивање на статус „Buy Box“ за вашиот производ.
- Следете ги податоците за вашата продажба за да знаете каде ви е потребно подобрување

GS1 Каталог

Електронска база на податоци на која корисниците можат да и веруваат



GS1 Каталогот на производи од македонските компании на GS1 Македонија е изработен во согласност со најновите законски барања на **АХВ на Р.М.** за означување на храната според **ЕУ регулативата 1169/2011**. Целта е да се зголеми промоцијата на производите на македонските компании и истите да бидат подготвени за идните трендови на електронска трговија преку размена на податоци низ GDSN мрежата за синхронизација на податоците меѓу учесниците во синџирот на снабдување. GS1 каталогот е единствена централизирана база на дигитални податоци во Р.М. кои се опишани по GDSN атрибутите што се користат ширум светот како во GDSN каталозите, така и во GS1 EDI трансакциите.

Се што е потребно за пристап до GS1 Каталогот е активна интернет конекција. Каталогот е **БЕСПЛАТЕН** за сите членки на GS1 Македонија.

Каталогот е достапен преку две веб адреси и тоа: www.gs1katalog.mk и www.katalog.com.mk

Точноста на податоците е одговорност на самите провајдери на информации. GS1 Македонија не сноси никаква одговорност за некомплетни или неточни податоци објавени во GS1 Каталогот.

GS1 Каталог - можност за зголемен извоз

Секој производ внесен во GS1 Каталогот, автоматски се разменува и станува дел од FOODGATE - руски портал со **11 600 компании и 1 100 000 продукти**.

Податоците од FOODGATE се достапни до сите големи руски маркети, увозници, дистрибутери и производители.

Дали знаете дека 95% од македонските компании немаат средени матични податоци?

За да се комплетира опис на еден продукт потребно е да се вклучат повеќе сектори, како маркетинг, комерција, производство...а сето тоа одзема време. GS1 Каталогот Ви помага во средувањето на овие матични податоци кои за Вас се достапни на Интернет 365 дена во годината 24 часа.

Не чекајте повеќе приклучете се кон GS1 Каталогот. **БЕСПЛАТНО** за сите членки на GS1 Македонија.



Скенирај и дознај повеќе!

За GS1 Македонија

Македонската асоцијација за нумерирање на артиклите GS1 Македонија (порано EАН МАК) е доброволна форма на организирање на заинтересираните субјекти од производните и непроизводните сектори во Република Македонија. GS1 Македонија е непрофитна и деловно неутрална асоцијација на македонските компании.

Основните цели на GS1 Македонија се воведување, примена и развој на единствениот меѓународен систем на стандарди (GS1 стандарди) за автоматска идентификација на производителите и услугите, електронска размена на податоците и обезбедување на неутрална платформа за отворена соработка помеѓу сите деловни партнери и стопански субјекти.

GS1 Македонија е единствен овластен претставник на GS1 во Република Македонија и поседува сертификат за ексклузивни права да управува, обезбедува единственост и интегритет на GS1 системот на нејзината територија, и да доделува GS1 идентификациони броеви (Единствен Матичен GS1 број – GS1 ЕМБ) на македонските компании неопходно потребни во менаџментот на националниот и светскиот синџир на снабдувањето.

GS1 Македонија

ул. Даме Груев бр.5
1000 Скопје, Република Македонија

T +389 (0)2 32 54 250
E gs1mk@gs1mk.org.mk

www.gs1mk.org

