

22 noiembrie 2016

## Prezentarea produsului eMAG

### Denumirea produsului

Denumirea produsului trebuie să includă toate detaliile importante. Trebuie să fie cuprinzător pentru a permite potențialilor clienți să își facă o idee clară asupra produsului pe care îl vor primi. Descrierile posibile trebuie să se încadreze în următorul format:

Tip de produs + Producător + (Model), (Caracteristici principale) (Caracteristici), unde:

Tip produse: mouse, tastatură, cremă de față, etc.

Producător (opțional): Microsoft, Logitech, Bruno Vassari

Model (opțional, dacă este necesar): de ex. GT-I9300

Caracteristici (opțional, dacă este necesar): de ex. Culoare, greutate, mărime

\* este recomandat să introduceți culoare unde este disponibilă

**De ex:** Teniși Fortune 3D II Tenth bărbați, albastru închis, 42

Tricou The North Face W Vtt 3/4 Zip Tee, Mov, S

Jachetă Montane Featherlite Marathon bărbați, Roșu, S

Majusculele se vor utiliza pentru a desemna modelul numai când este necesar.

Majusculele pot fi utilizate pentru denumirea producătorului (HP, IBM) numai când este necesar.

Nu se vor utiliza prescurtări în denumirea produsului.

Codul de produs se va scrie întotdeauna cu majuscule.

### Imagini

Imaginea de produs este cea mai importantă legătură între categoriile de produse. Fotografia trebuie să prezinte produsul în cea mai favorabilă lumină fără totuși a exagera calitățile acestuia.

Este necesară cel puțin o fotografie color (maximum 5), reprezentative pentru produsul respectiv, cu o rezoluție minimă de 650 x 650 px și maximă de 2000 x 2000 px, păstrând raportul egal între înălțime - lățime în pixeli.

Imaginea principală a produsului trebuie obligatoriu să aibă fundal alb (nu se acceptă nuanțe de alb sau alb cod hex #FFFFFF). Marginea imaginii cu fundal alb referitor la produs trebuie să fie cât mai mică posibil. Focusul trebuie să fie direcționat astfel către produs și culorile naturale ale produsului trebuie să rămână neschimbate.

Formatele compatibile ale imaginii sunt png, jpg și gif.

Imaginile încărcate nu trebuie să conțină nici un fel de inscripții (filigram, adresa site-ului, marcaje, evidențieri, logo-uri, puncte).

Imaginile produsului cu și fără ambalaj trebuie să fie încărcate separat.

22 noiembrie 2016

Toate imaginile cu persoane prezentând produsul (utilizate pentru a demonstra proprietățile și dimensiunile acestuia) trebuie să fie selectate cu atenție, limitate ca număr și întotdeauna plasate în poziția a doua. Se va evita încărcarea de imagini cu persoane dezbrăcate.

Imaginile încărcate la același produs nu trebuie să fie duplicate.

Prima imagine trebuie să prezinte produsul ce va fi livrat clienților fără ambalaj, cu toate caracteristicile corespunzătoare (dimensiune, culoare, dimensiune, ediție, etc). Prima imagine nu trebuie să conțină toată gama de culori disponibilă a produsului, ci numai cea menționată în titlu și în caracteristici.

Imaginile prezentând alte produse sau accesorii incluse în pachet trebuie plasate într-o poziție secundară. Nu trebuie să fie prezentate alte produse decât cele oferite spre achiziționare. Accesoriile sau produsele prezentate într-o imagine dintr-o poziție secundă trebuie să fie menționate în descriere și incluse în pachetul pe care clientul îl va recepționa.

### **Descrierea produsului**

Descrierea este o parte obligatorie a documentației produsului. Scopul acesteia este să furnizeze informații utile potențialilor clienți și să convertească vizitatorii siteului în clienți fideli și în același timp să informeze clienții site-ului despre calitățile produsului, scopul acestuia și modul de utilizare.

Revizuirea descrierii produsului, recomandări, citate și altele.

Descrierea produselor va fi scrisă în limba română. Alinierea se realizează la stânga.

Referințele către alte site-uri, informații privind prețurile componentelor, instalarea, livrare, disponibilitate, accesibilitate sau informații suplimentare referitor la furnizor precum și liniile ce separă paragrafele individuale nu vor fi introdus în descriere.

Se pot utiliza taguri HTML (ul, li, table). Tabelele vor fi folosite doar când este necesar (listă de ingrediente, dimensiuni).

Este recomandat să evitați utilizarea bold. Este de preferat să nu utilizați sublinierea și scrierea italică (numai dacă este necesar), precum și utilizarea liniilor despărțitoare și a listelor.

Descrierea va fi scrisă cu caractere normale, într-un mod ușor de citit și de înțeles, și majusculele vor fi utilizate doar unde este necesar.

Sunt interzise cu desăvârșire exprimări de genul: "Produsul este disponibil într-o gamă variată de culori", „Produsul este nou, sigilat în ambalajul original“ etc.

Este permisă utilizarea videoclipurilor Youtube (nu și din alte site-uri) și a fotografiilor în descrierea produselor. Imaginile utilizate în descriere nu ar trebui să aibă o lățime mai mare de 629 px – în eventualitatea în care este necesară schimbarea dimensiunilor, este recomandat să se utilizeze funcția de forțarea dimensiunii (constrain proportions).

Fondalul, culoare și dimensiunea textului utilizat în descriere sunt presetate pe pagina de produs și nu necesită modificări suplimentare.

22 noiembrie 2016

Descrierea reprezintă informația pe care un potențial client o va verifica în amănunt înainte de a apăsa pe butonul „Cumpără”. Este factorul esențial care fie îi va atrage atenția, fie îl va descuraja să cumpere produsul respectiv.

### **Specificații (caracteristici, calități și valori)**

Valorile caracteristicilor sunt parte integrantă din documentația standard a fiecărei categorii de produse. Introducerea caracteristicilor utilizate pentru filtrare este obligatorie. Caracteristicile utilizate pentru filtrare sunt specifice pentru fiecare categorie.

Produsele trebuie să aibă completate caracteristicile în proporție de cel puțin 30%.

Doar prima literă a valorii caracteristicii este o majusculă, restul sunt minuscule. Există anumite excepții, dar acestea sunt descrise în documentația standard a fiecărei categorii.

În caracteristicile ce se referă la unități nu este necesară repetarea unității de măsură. De exemplu, pentru caracteristica „Greutate (kg)” valorile vor fi de genul „1, 2, 2.5” în loc de 1 kg sau 1 kilogram.

Culorile vor fi scrise în limba română genul masculin singular – alb, roșu, galben, verde, roz, negru, portocaliu, gri, albastru, mov, maro, auriu, argintiu, bej, multicolor, nu albă, roșie, neagră etc.

Dacă produsul este bicolor, titlul trebuie să fie scris de genul „Alb/Negru”, „Verde/Roz”, iar în valoare caracteristicii culoare se va introduce „Alb/Negru”.

Pentru produse cu mai multe de 3 culori se va introduce valoarea „Multicolor”

Caracteristica „Tip de produs/tip produs” trebuie să fie cât mai exactă (clară) posibil. Tip / Tip produs reprezintă funcționalitatea produsului și ce este.

De exemplu pentru produsul „sticlă protecție” atributul Tip produs va avea valoare „sticlă protecție” și nu „Accesorii pentru telefoane”.

### **Familii de produse**

1. API – funcționalitatea este descrisă complet în documentația tehnică. Este imperios necesar să identificați caracteristicile care sunt parte din specificații, în loc de elemente descriptive ale produsului – culoare și dimensiune.
2. .xls – în fișierul Excel trebuie creat un tabel ce include : cod produs, denumire produs, dimensiuni și culoare. Tabelul este trimis în Doc pentru companie și implementarea de familii de produse. Fără introducerea valorilor pentru caracteristicile pe baza cărora se vor crea familiile de produse, acestea nu vor fi create.

### **Funcționalități suplimentare**

Este recomandat să introduceți tabele de mărimi echivalente pentru diferite țări - FR, UK, USA, JP. Tabelele nu trebuie să conțină link-uri către site-uri, informații despre disponibilitate sau despre vânzător/furnizor. Vor fi introduse în descrierea produsului.