

Представяне на продукт в eMAG

Наименованието на продукта

Наименованието на продукта трябва да включва всички важни детайли. Трябва да бъде изчерпателно, за да могат потенциалните клиенти да имат най-ясна представа за продукта, който следва да получат. По възможност описанието трябва да се придържа към следния формат:

Вид продукт + Марка + (Модел), (Главна характеристика), (Мерна единица), където:

Вид на продукта – Мишка, Клавиатура, Крем за лице и т.н.

Марка – опционално - Microsoft, Logitech, Bruno Vassari

Модел – опционално, само когато се налага - Пр. GT-I9300

Мерна единица - опционално, само когато се налага – Пр. Цвет, грамаж, размер.

*Желателно е характеристиката за Цвет да бъде въведена.

Например: Маратонки Fortune 3D II Tenth за мъже, Тъмносини, 42

Тениска The North Face W Vtt 3/4 Zip Tee, Лилава, S

Яке Montane Featherlite Marathon за мъже, Червено, S

Главните букви се използват за изписване на модела, само когато е наложително.

Главните букви могат да бъдат използвани при изписването на марката (HP, IBM), само когато е наложително.

Наименованията на продуктите се изписват без съкращения.

Наименованията на продуктите не трябва да бъдат изписвано само с главни букви.

Снимка

Снимката на продукта е главното свързващо звено, между различните категории продукти. Снимката трябва да представи в най-благоприятна светлина съответния продукт, без да бъдат преувеличени неговите качества.

Трябва да бъде използвана най-малко една цветна снимка (максимално 5), представлявайки описателна картина на продукта, с минимална резолюция 650 x 650 и максимална резолюция от 2000 x 2000 пиксела, имайки предвид съотношението височина = ширина (в пиксели).

Главната снимка трябва, непременно, да бъде на бял фон (не просто бял нюанс, а бял цвят - #FFFFFF). Белият фон, на който е разположен продукта (падинг), трябва да бъде

22 ноември 2016

възможно най-малък. Фокусирането трябва да бъде насочено към продукта, а естествените цветове да останат непроменени.

Съвместимите формати са png, jpg и gif.

Качените снимки не трябва да съдържат къквито и да било надписи (watermark, уеб сайтове, марки, акценти, лого, точки).

Снимките на продукта, извън опаковката и в опаковката, трябва да бъдат качени отделно.

Снимки с лица, представящи продукта (използвани за доказване на неговите свойства или размери), трябва да бъдат внимателно подбрани и ограничени на брой, и винаги да бъдат разположени на втора позиция. Трябва да се избягва качването на снимки с разсъблечени лица.

Снимките, качени за един и същ продукт, не трябва да се дублират, а изображенията трябва да бъдат различни.

Първата снимка трябва да представя продукта, който ще бъде доставен на клиента, извън опаковката, с всички съответстващи характеристики (размер, цвят, големина, издание и т.н.)

Главната снимка не може да съдържа цялата гама от цветове на продукта, а само конкретно посочения цвят, указан в заглавието и характеристиките.

Снимките, показващи други продукти или аксесоари включени в пакета, трябва да бъдат вторични. Използват се само снимки с продукта, предназначен за продажба. Аксесоарите или продуктите, представени във вторичните снимки, трябва да бъдат поместени в описанието или да бъдат включени в колета, който клиента ще получи.

Описание на продукта

Описанието е задължителна част от документацията на продуктите. Целта му е да предостави полезна информация, на потенциалните клиенти, и да превърне посетителите на сайта в редовни клиенти, както и да представи на посетителите на сайта качествата на продукта, неговото предназначение и начин на употреба.

Описанието на продукта съдържа отзиви, препоръки, цитати и други.

Описанието на продуктите е написано на български език. Описанието трябва да бъде вместено в лявата част.

Препратките към други сайтове, информации за цените на съставните части, монтиране, доставка, наличност, достъпност или допълнителни информации, отнасящи се до доставчика, както и линиите, които разделят отделните параграфи, не трябва да бъдат поместени в описанието.

Могат да бъдат използвани тагове html (ul, li, table). Таблиците се използват само при необходимост (списък със съставки, размери).

Препоръчително е да се избягва използването на bold. Желателно е да не се използва underline и italic (само когато е наложително), както и използването на линии и точки.

22 ноември 2016

Описанието трябва да бъде написано с малки букви, грамотно и разбираемо, а главните букви да бъдат поставяни само там, където е необходимо.

Забранено е изписването на следните спецификации: „Продуктът се предлага в разновидност от цветове“, „Продуктът е нов и запечатан“ и т.н.

Позволено е използването на видео клипове от youtube (не и от други сайтове), както и поместването на снимки в описанията на продуктите. Снимките, използвани в описанието, не трябва да бъдат по-широки от 629 px – в случай, в който е необходима промяна на размерите, е препоръчително да се използва функцията constrain proportions.

Фонът, цвета и големината на текста, използвани в описанието, са предварително настроени на страницата на продукта, и не се изискват допълнителни настройки.

Описанието представлява информацията, която потенциалният клиент ще провери, преди за натисне бутона „Закупуване“. Тоест водещото звено, което ще привлече вниманието му, или ще го разубеди да закупи даден артикул.

Спецификации (характеристики, качества и стойности)

Стойностите на характеристиките са част от стандартите за документиране, на всяка една категория. Попълването на характеристиките за филтри е задължително. Характеристиките за филтри са различни в зависимост от спецификата на различните категории.

Продуктите трябва да съдържат минимум 30% попълнени характеристики.

Първата буква на стойностите е главна, а останалите са малки. Съществуват и изключения, но те са описани в стандартите за документация на всяка една категория.

При характеристиките, които съдържат мерни единици, не се изисква повторение. Например за характеристика „Тегло (**Kg**)“ стойностите ще бъдат следните: „1“, „2“, „2.5“, а **не** „1 Kg“ или „1 килограм“.

Цветовете трябва да бъдат написани на български език в **мъжки род, единствено число** - Бял, Червен, Жълт, Зелен, Розов, Черен, Оранжев, Сив, Син, Лилав, Кафяв, Златист, Сребрист, Бежов, Многоцветен, а не Бяло, Зелено, Червено, Черно и т.н.

Ако продуктът има 2 цвята, в **заглавието** те ще бъдат описани по следния начин: „Бял/Черен“, „Зелен/Розов“, а в **характеристиките** цветовете също трябва да бъдат въведени по следния начин: Зелен/Червен.

За продукти с повече от 3 цвята се въвежда стойност „Многоцветен“.

Характеристиката „Вид продукт/Тип продукт“ трябва да бъде възможно най-специфична(точна).

Вид/Тип продукт е характеристика, която представя самия продукт и това, което представлява той.

Например: Продукта „Защитно фолио“, за който трябва да бъде попълнена характеристиката „Вид продукт“, нейната стойност ще бъде „Защитно фолио“, а не „Акcesoари за телефони“.

Продуктови семейства

1. API – функционалността е включена в документацията. Задължително е да се посочат характеристиките, които са част от спецификацията, а не от описанието – цвят и размер.
2. .xls – При интеграция с ексел трябва да се попълни таблица, в която се включват: продуктов код, наименование на продукта, размер и цвят. Таблицата се изпраща на Dос за организация и имплементация на продуктовете семейства. Без въведени стойности за характеристиките, по които ще бъдат създадени продуктовете семейства, семействата не могат да бъдат направени.

Допълнителни характеристики

Желателно е при продукти с размери да се включват таблици с информация за различните видове размери спрямо стараната – FR, UK, USA, JP. Таблиците не трябва да съдържат препратки към други сайтове, достъпност или допълнителна информация за търговеца/доставчика. Биват посочени в описанието на продукта.