

Guia básico para Vender na Amazon

Damos-lhe as boas-vindas a Vender na Amazon

Não é nenhum segredo: na Amazon, o cliente é a nossa prioridade. E os nossos clientes desejam um site confiável onde possam comprar uma ampla variedade de produtos, o que torna os vendedores como o utilizador tão importantes. Esforçamo-nos constantemente para adicionar valor aos nossos clientes e ser a empresa mais centrada no cliente do mundo. Como vendedor da Amazon, faz parte da nossa oferta para fornecer a estes clientes uma seleção melhor, preços melhores e uma experiência de cliente excepcional.

Este eBook contém informações muito úteis para ajudá-lo a começar a sua jornada para vender na Amazon. Visite sell.amazon.com para obter mais informações sobre todos os temas abordados aqui.



A Amazon é a escolha certa para o seu negócio?

A resposta é sim. As grandes marcas vendem na Amazon. E o mesmo acontece com as marcas emergentes com as quais rapidamente ficará familiarizado. Aqui, as pequenas e médias empresas prosperam e representam mais de metade das unidades vendidas nas nossas lojas em todo o mundo. Seja qual for o seu negócio e independentemente do seu tamanho, estamos muito satisfeitos que possa crescer connosco. Faça um site e comece a vender hoje.

As vantagens da Amazon

Quando começa a vender na Amazon, torna-se parte da rede comercial que abriga vendedores de diferentes tamanhos, desde organizações incluídas na lista Fortune 500 até vendedores que fabricam produtos manualmente. Todos eles vendem aqui por uma razão: poder alcançar centenas de milhões de clientes que visitam a Amazon para comprar.

- Desde que os vendedores externos se uniram na Amazon em 1999, cresceram e representam 58% das vendas da Amazon
- As vendas de terceiros na Amazon estão a crescer a 52% ao ano (em comparação com os 25% das vendas feitas pela Amazon)



195 milhões de visitantes únicos por mês (só nos EUA).



Antes de começar a vender

Como se registar

Com dois planos de vendas (chamados individual e profissional, mas podem ser considerados predefindo e premium), a Amazon oferece a oportunidade de vender um ou milhares de produtos. Antes de proceder à inscrição, escolha o plano que melhor se adapta ao seu negócio.

O plano individual custa 0,75 £ (por produto vendido), enquanto os vendedores que utilizam o plano Profissional pagam 25 £ por mês, independentemente do número de produtos vendidos. Se vende mais de 40 produtos por mês, o plano Profissional é a melhor opção. Seja qual for o plano que escolher, não tenha medo de tomar a decisão errada - pode alterar os planos a qualquer momento.

O plano individual pode ser adequado se:

- Planeia vender menos de 40 produtos por mês
- Deseja manter os custos iniciais baixos
- Não necessita de ferramentas de venda avançadas nem de programas complementares
- Ainda está a decidir o que vender

O plano profissional pode ser adequado se:

- Planeia vender mais de 40 produtos por mês
- Deseja aceder a ferramentas avançadas de venda
- Quer solicitar programas complementares como Amazon Business, Launchpad ou Handmade
- É um vendedor de comércio eletrónico estabelecido



Ferramentas para proprietários das marcas

Se é proprietário de uma marca, a Amazon oferece-lhe ferramentas para o ajudar a criá-la, a desenvolvê-la e a protegê-la. Inscrever-se no Registo de marcas pode ajudá-lo a personalizar as páginas da sua marca e dos seus produtos, proteger as suas marcas e a propriedade intelectual e melhorar a experiência da marca para os clientes, ao mesmo tempo que fornece acesso a opções adicionais de publicidade e recomendações para melhorar o tráfego e as taxas de conversão.

O que necessita para começar

Para concluir o registo, certifique-se de possuir as informações da sua conta bancária e os códigos bancários, um cartão de crédito para pagamento, um documento de identidade nacional válido, informações fiscais e um número de telefone.

Quanto custa vender na Amazon?

Diferentes tipos de taxas de vendas podem ser aplicadas, dependendo do plano de vendas e dos tipos de produtos vendidos.

- **Taxas de adesão:** taxas que paga pelo seu plano de venda que variam em função do plano que selecionar.
 - Para o plano de vendas Profissional, aplica-se uma taxa fixa de 25 £ por mês, sem custos para cada produto.
 - Para o plano de vendas Individual, cobra-se uma taxa de 0,75 £ por mês, sem custos para cada produto vendido.
- **Taxas de venda:** estas taxas cobram-se por cada produto vendido e incluem a taxa de venda (que é uma percentagem do preço de venda e varia de acordo com a categoria do produto) e a taxa de fecho variável (que se aplica apenas às categorias de multimédia).
- **Taxas de envio:** quando gere os seus pedidos, aplicam-se as taxas de envio da Amazon. Cobramos estas taxas de envio de acordo com a categoria do produto e o serviço de envio selecionado pelo comprador.
- **Taxas de Logística da Amazon:** para os produtos que a Amazon gere por si (conhecidos como Logística da Amazon), existem taxas para a gestão logística do pedido, o armazenamento e os serviços opcionais. (Encontrará mais informações sobre Logística da Amazon na página 6).

Para rever as taxas associadas à sua conta, consulte a [Tabela de taxas para Vender na Amazon](#).



Descubra a Seller Central

O que é a Seller Central?

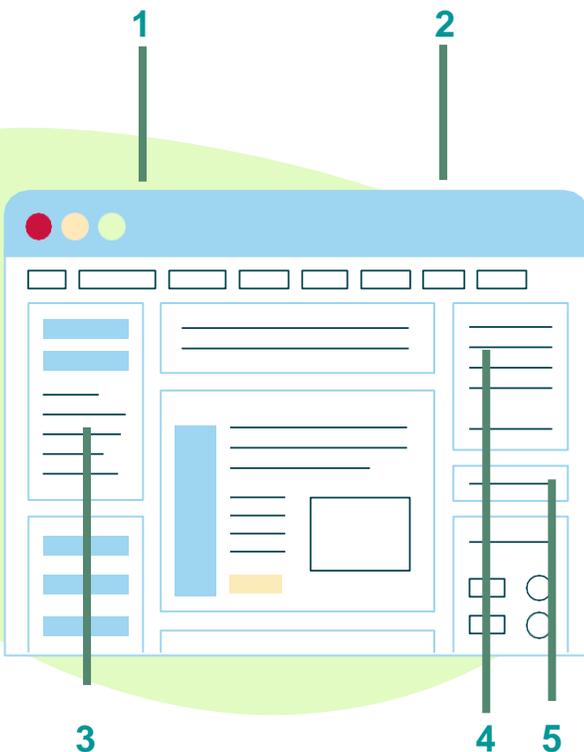
Assim que se registre como vendedor da Amazon, terá acesso à sua conta da Seller Central. Considere a Seller Central o seu recurso preferido para vender na Amazon. É um portal para o seu negócio da Amazon e uma opção integral para gerir a sua conta de vendedor, adicionar informações de produto, atualizar o inventário, gerir pagamentos e encontrar conteúdo útil para o ajudar a gerir o seu negócio da Amazon. Também é onde se publicam todos os seus produtos.

Estas são algumas das ações que pode levar a cabo na Seller Central.



A app Amazon Seller

Sabia que pode acompanhar o seu negócio da Amazon mesmo enquanto está em viagem? A app Amazon Seller permite analisar as vendas, processar os pedidos, encontrar produtos para venda, gerir as ofertas e o inventário, responder às perguntas dos clientes, tirar e editar fotos de produtos de qualidade profissional e criar ofertas, tudo a partir do seu dispositivo móvel. Acompanhe o seu negócio na Amazon. Transfira-a para [iPhone](#) ou [Android](#) para começar.



- (1) Acompanhar o inventário e atualizar as ofertas a partir do separador Inventário
- (2) Transferir relatórios profissionais personalizados e modelos de marcadores de utilização frequente
- (3) Utilizar as ferramentas de estatísticas de clientes para supervisionar o seu rendimento como vendedor
- (4) Entrar em contacto com o Apoio ao vendedor e abrir solicitações consoante o registo de casos
- (5) Acompanhar as vendas diárias de todos os produtos que vende na Amazon

Como publicar produtos

Publicação do seu primeiro produto

Para vender um produto na Amazon, primeiro deve criar uma oferta de produto. Pode associá-lo a uma oferta existente (se alguém já estiver a vender o mesmo produto na Amazon) ou criar uma nova oferta (se for o primeiro ou o único vendedor).

A maneira específica como os vendedores carregam e publicam os seus produtos varia de acordo com seu plano de vendas. Ou seja, os vendedores que utilizam uma conta de vendedor Profissional têm a opção de publicar os seus produtos em grandes lotes através do carregamento em massa ou a gestão de inventário com sistemas de terceiros, enquanto os vendedores de planos individuais publicam os seus produtos um de cada vez.

O que necessita para começar a publicar produtos

Na maioria dos casos, os produtos precisam de ter um número global de produto comercial (GTIN), como um UPC, ISBN ou EAN. A Amazon utiliza estes identificadores de produto para identificar o produto exato que vende. Se o associar a uma oferta, não terá de fornecer um identificador de produto, visto que este já existe. Ao adicionar um produto novo na Amazon, é possível que tenha de comprar um código UPC ou solicitar uma exceção.

Além de um identificador de produto, abaixo, mostramos-lhe as informações importantes incluídas em cada oferta de produto:

- SKU
- Título do produto
- Descrição do produto e lista de características
- Imagens do produto
- Termos de pesquisa e palavras-chave relevantes

Uma oferta detalhada significa um lançamento bem-sucedido

Seguir as práticas recomendadas para adicionar ofertas pode ter um grande impacto no seu sucesso. Ao adicionar títulos descritivos, imagens claras e listas de características concisas aos seus produtos faz com que seja mais fácil que os compradores encontrem as suas ofertas.

Evite os elementos que possam ter um impacto negativo no lançamento:

- **Problemas de variantes:** Os produtos que variam apenas em cor, fragrância ou tamanho podem ser facilmente vendidos como variantes. Pergunte-se se o cliente espera encontrar os produtos juntos na mesma página. Se assim não for, publique-os em separado.
- **Conformidade da imagem:** As imagens devem ter pelo menos 500 x 500 píxeis (aumente o tamanho para 1000 x 1000 para ofertas de alta qualidade) e ter um fundo branco. O produto deve ocupar pelo menos 80% da área da imagem.
- **ID do produto:** Certifique-se de cumprir os requisitos de UPC e GTIN (número global de produto comercial) do produto. A consistência destes códigos ajuda a criar confiança na gama de produtos exibidos no catálogo da Amazon.



O que são as categorias de produto restritas?

É importante que os clientes possam comprar com segurança na Amazon, e é por isso que algumas categorias de produtos (como certos produtos alimentícios ou automóveis) sejam conhecidas como "categorias de produtos restritas". A Amazon poderá exigir verificações de desempenho, taxas adicionais e outras qualificações para que possa vender certas marcas ou publicar produtos dentro destas categorias restritas. Poderá solicitar a autorização na Seller Central.



Página de detalhes do produto

Página de detalhes do produto: informação importante

Uma página de detalhes do produto é onde os clientes veem o produto que se vende na Amazon. Se já comprou na Amazon, é provável que reconheça a página de detalhes do produto. É onde os clientes podem encontrar toda a informação relevante acerca de um produto em particular.

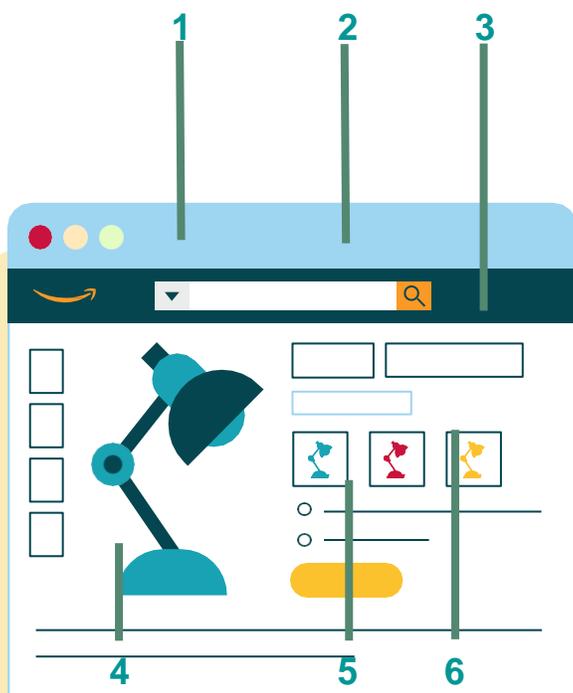
Quando vários vendedores oferecem o mesmo produto, a Amazon combina os dados de todas as ofertas numa só página de detalhes do produto (para que possamos oferecer aos clientes a melhor experiência). Pode propor informações sobre o produto numa página de detalhes do produto, juntamente com outros vendedores e fabricantes, e solicitar análises da página de detalhes se considerar que as informações não estão corretas.

Ao desenvolver as páginas de detalhes do produto, tente pensar no que é que provavelmente ajudará os clientes a encontrar os seus produtos, encontrar respostas para as suas perguntas e tomar uma decisão de compra. Procure a melhor experiência do cliente ao fazer com que as suas ofertas sejam concisas, precisas e fáceis de entender.



Registo de marcas na Amazon

Se vende produtos sob uma marca comercial, pode inscrever-se no Registo de marcas da Amazon sem nenhum custo adicional. O registo da marca permite-lhe controlar as páginas de detalhes do produto que utilizam o nome da sua marca e permite-lhe adicionar ficheiros multimédia mais ricos (como vídeos e informações de texto melhoradas) às páginas de detalhes.



- (1) Imagens do produto (certifique-se de que tenham pelo menos 500 x 500 e aumente o tamanho para 1000 x 1000 para melhorar a qualidade das suas ofertas).
- (2) O título do produto (utilize no máximo 50 caracteres e coloque a primeira letra de cada palavra em maiúscula).
- (3) Todas as variantes disponíveis do seu produto, que podem incluir diferentes cores, fragâncias ou tamanhos.
- (4) A descrição, que pode ser otimizada para motores de pesquisa ao utilizar palavras-chave para melhorar o alcance das listagens de produtos.
- (5) A oferta em destaque, que é a secção da página de produtos onde os clientes podem adicionar produtos ao carrinho de compras ou "Comprar agora". Se vários vendedores estão a anunciar o mesmo produto que o seu, planeie estratégias para "ganhar" a oferta em destaque e melhorar as suas vendas gerais.
- (6) As informações na lista de características, que devem ser breves, incluir frases descritivas que destaquem as características principais dos produtos e as características distintivas.

Como entregar os produtos

Selecionar a opção de gestão logística correta

Os vendedores da Amazon têm duas opções para levar os seus produtos aos compradores: pode fazê-lo sozinho, mantendo o seu próprio inventário e enviando produtos aos clientes (gestão logística do vendedor), ou deixar que a Amazon se encarregue da embalagem, etiquetagem e envio de produtos através da Logística da Amazon. Cada método tem os seus próprios benefícios, só tem de decidir qual é mais adequado para o seu negócio.

Caso gira pessoalmente os pedidos

A gestão logística do vendedor significa que armazena e envia os produtos diretamente aos clientes. A Amazon cobra taxas de envio com base na categoria do produto e serviço de envio selecionados pelo cliente e, em seguida, transfere o valor para si em forma de crédito de envio.

As taxas de envio indicadas aplicam-se a todos os produtos vendidos num plano individual, portanto, é importante determinar se ainda pode fixar um preço para os produtos de forma rentável. A ferramenta Comprar envio da Amazon pode ajudá-lo a obter uma grande oferta em etiquetas de envio com a rede de parceiros de envio de confiança da Amazon, enviar e confirmar os seus pedidos e acompanhar os envios.

Taxas por utilizar a Logística da Amazon

Existem dois tipos de taxas de Logística da Amazon: taxas de gestão logística (cobradas por unidade vendida e incluem coleta, preparação e envio do pedido; e manuseio, serviço de apoio ao cliente e devoluções de produtos) e taxas de armazenamento de inventário (cobradas mensalmente com base no volume de inventário armazenado num centro de distribuição da Amazon). Para obter mais informações, consulte a [página de características, serviços e taxas de Logística da Amazon](#).

Os benefícios da Logística da Amazon:

A Amazon conta com mais de 175 centros de distribuição em todo o mundo com mais de 14 milhões de metros quadrados de espaço de armazenamento. Com a Logística da Amazon, pode armazenar os seus produtos nessas prateleiras. Também obtém serviço de apoio ao cliente de alta qualidade e devoluções da Amazon, juntamente com outros benefícios (como elegibilidade automática do Prime e envio gratuito da Amazon) que ajudam a expandir o seu negócio rapidamente.

Como funciona a Logística da Amazon

1. Envie o seu inventário à Amazon. Este será verificado e disponibilizado para venda.
2. A cada pedido, a Amazon envia o produto diretamente ao cliente.
3. A Amazon recebe o pagamento do cliente e transfere os fundos disponíveis a cada duas semanas.
4. A equipa de serviço de apoio ao cliente da Amazon encarrega-se das perguntas, das devoluções e dos reembolsos.



Concluiu a sua primeira venda. Qual é o próximo passo?

Gerir o seu negócio da Amazon

A sua primeira venda é um marco importante, mas é apenas o começo das suas oportunidades de crescimento como vendedor na Amazon. Assim que a sua loja estiver instalada e em funcionamento, há alguns pontos importantes a ter em conta.

Indicadores de rendimento (e a sua importância)

Os vendedores da Amazon seguem normas muito estritas para que possamos oferecer uma experiência de compra fluída e agradável. A isto chamamos estar centrado no cliente. E, como vendedor da Amazon, isto significa que deve supervisionar estes indicadores-chave:

- Percentagem de pedidos com defeito (uma medida dos padrões do serviço de apoio ao cliente de um vendedor): < 1%
- Rácio de cancelamento antes do envio (iniciado pelo vendedor antes do envio): < 2,5%
- Rácio de envios atrasados (pedidos que se enviam depois do fecho previsto): < 4%

Pode controlar o seu rendimento e certificar-se de que está a cumprir os seus objetivos na Seller Central.

Avaliações de clientes

As avaliações de produtos feitas por clientes são parte integrante da experiência de compra na Amazon, beneficiando delas tanto os clientes como os vendedores. Certifique-se de estar familiarizado com a forma certa e a forma errada de obter mais avaliações de produtos feitas por clientes e evitar violações de políticas.



Universidade do Vendedor

A Universidade do Vendedor é um recurso virtual da Amazon, com vídeos que incluem guias passo a passo, tutoriais e formação para ajudar os empreendedores a iniciar (e a expandir) o seu negócio na Amazon.

Visite o [canal do YouTube da Universidade do Vendedor](#) e comece a formação hoje mesmo.

Oportunidades para o crescimento empresarial

Este é apenas o início

Desde o momento em que começa a vender na Amazon, pode expandir o seu negócio na Amazon. Depois de lançar o seu negócio, a Amazon tem ferramentas para ajudá-lo a levar o seu negócio para o próximo nível (ou para os próximos dois níveis).

Anúncios

As soluções de publicidade da Amazon criam novas maneiras de alcançar e interagir com os clientes, independentemente de estes estarem a comparar produtos ou a realizar uma compra. Os anúncios são apresentados exatamente onde os clientes os verão (como a primeira página de resultados de pesquisa ou páginas de detalhes do produto).

A Amazon oferece três soluções de publicidade e pode aceder a todas estas na Seller Central.

1. Produtos patrocinados

Os produtos patrocinados são anúncios para ofertas de produtos individuais na Amazon, que ajudam a aumentar a visibilidade do produto (e as vendas). Estes aparecem nas páginas de resultados de pesquisa e nas páginas de detalhes do produto.

2. Marcas patrocinadas

As marcas patrocinadas apresentam a sua marca e portfólio de produtos. São anúncios de resultados de pesquisa que incluem o logótipo da sua marca, um título personalizado e até três dos seus produtos.

3. Lojas da Amazon

As lojas são destinos de compras personalizados de várias páginas para marcas individuais que permitem que partilhe a história da sua marca e ofertas de produtos. (E não precisa de nenhuma experiência no site para as utilizar).

Promoções e cupões

Os clientes desejam poupar dinheiro e as promoções incentivam à compra imediata. Existem três tipos de promoções: descontos, envios grátis e "compre um, leve outro grátis". Também pode oferecer descontos percentuais ou absolutos com cupões numéricos.

Expansão global

Vender a nível mundial é um grande marco para qualquer negócio. Isto significa centenas de milhões de novos clientes e o potencial para um grande aumento nas vendas. A expansão global envolve a gestão de muitos elementos, mas com o Amazon Global Selling, pode utilizar a infraestrutura global da Amazon para mostrar os seus produtos ao mundo.

Quando quiser levar o seu negócio para o próximo nível, utilize o Amazon Global Selling para publicar e vender os seus produtos numa das nossas lojas online na América do Norte, Europa e Ásia.



Logística da Amazon para exportação

Estenda o seu negócio de envios da Amazon para mais de 100 países sem custo adicional e sem as complexidades das vendas internacionais. A Logística da Amazon para exportação permite que os clientes internacionais comprem ASINs para exportação no seu site de vendas.



Quais são as características de um excelente vendedor?

Lista de controlo para o crescimento

As oportunidades de crescimento estão ao seu redor, mas aqui estão algumas que pode experimentar nos primeiros 90 dias como vendedor da Amazon.

 Monitorize o estado da sua conta na Seller Central Utilize Logística da Amazon ou Prime gerido pelo vendedor 

Anuncie as suas listagens ou ofereça ofertas e cupões

 Inscreva-se no seu Registo de marcas e crie conteúdo rico de marca

 Amplie a sua seleção ao publicar mais produtos Utilize

 a ferramenta Automatizar preços da Seller Central



Os seus primeiros 90 dias

Os primeiros três meses depois de lançar o seu negócio na Amazon são importantes para estabelecer práticas que melhorem o seu rendimento a partir daí.



Perguntas frequentes

Amazon Retail – Vendor e Amazon Marketplace – Seller

Quais são as principais diferenças entre ser Seller ou Vendor?

A principal diferença entre Seller e Vendor é que os Sellers utilizam a amazon.es para vender produtos ao cliente final, enquanto que um Vendor vende os seus produtos à Amazon para que esta os venda, em sua vez, ao cliente final.

Como posso ser Vendor?

É um programa a convite, a equipa do Vendor entrará em contacto consigo caso queira propor uma colaboração.

Registo da conta

Tenho de ser autónomo ou ter uma sociedade para vender na Amazon?

Sim, é requisito indispensável

Que limitações tenho como vendedor individual?

O vendedor individual não conta com todas as ferramentas da Seller Central: não pode integrar o seu catálogo nem carregá-lo com o Excel, não pode ver relatórios da empresa nem ativar promoções ou Campanhas de produtos patrocinados.

Posso utilizar a Logística da Amazon como vendedor individual?

Sim

Estou parado no processo de verificação há vários dias, como posso pedir ajuda?

Pode solicitar ajuda a partir da secção “Ajuda - Precisa de mais ajuda? - Receber Assistência”

Registei-me como vendedor individual, mas quero tornar-me num vendedor profissional, é possível?

Sim, pode verificar as taxas e fazer a alteração neste link <https://sellercentral.amazon.es/gp/help/64491>

Quais são as taxas de referência que cada categoria tem?

Cada categoria tem uma taxa própria, no entanto, tendem a estar entre os 7% e os 15%. Para mais informações, temos a tabela abaixo.

Tabela de taxas de referência (em vigor desde 1 de abril de 2020)

Categoria	Taxa por referência	Taxa por referência mínima por produto
Fabrico de aditivos	12%	0.30€
Acessórios para dispositivos da Amazon	45%	0.30€
Produtos para bebé	8% para produtos com um preço de venda total igual ou inferior a 10,00 € 15% para produtos com um preço de venda total igual ou superior a 10,00 €	0.30€
Cerveja, vinho e licores	10%	Não aplicável
Livros, música, vídeo e DVD	15%	Não aplicável
Materiais industriais e científicos	15%	0.30€
Informática	7%	0.30€
Eletrónica	7%	0.30€
Bricolage e ferramentas	12%	0.30€
Material educativo	15%	0.30€
Beleza	8% para produtos com um preço de venda total igual ou inferior a 10,00 € 15% para produtos com um preço de venda total igual ou superior a 10,00 €	0.30€
Carro e mota	7% para dispositivos eletrónicos de carro e mota 12% para acessórios eletrónicos de carro e mota 15% para o resto dos produtos de carro e mota	0.30€
Roupa, sapatos e complementos*	Para seleções da Logística da Amazon e serviço Prime gerido pelo vendedor: 15% da parte do preço de venda total até 45,00 € 7% da parte do preço de venda total superior a 45,00 € Para o resto das seleções: Taxa fixa de 15%	0.30€
Acessórios de informática	15% da parte do preço de venda total até 100,00 € 8% da parte do preço de venda total superior a 100,00 €	0.30€
Acessórios de eletrónica	15% da parte do preço de venda total até 100,00 € 8% da parte do preço de venda total superior a 100,00 €	0.30€
Controlo e filtração de fluxo	12%	0.30€
Transferência de líquidos	12%	0.30€
Equipa de serviço para a restauração	15%	0.30€
Materiais elétricos industriais	12%	0.30€
Ferramentas e instrumentos industriais	12%	0.30€
Mobiliário	15% para a parte do preço de venda total igual ou inferior a 200,00 € 10% para a parte do preço total de venda superior aos 200,00 € (exceto para colchões, aos quais será aplicado 15% do preço total de venda)	0.30€
Alimentação e bebidas	8% para produtos com um preço de venda total igual ou inferior a 10,00 € 15% para produtos com um preço de venda total igual ou superior a 10,00 €	Não aplicável
Saúde e cuidado pessoal***	8% para produtos com um preço de venda total igual ou inferior a 10,00 € 15% para produtos com um preço de venda total igual ou superior a 10,00 €	0.30€
Joalheria	20% para a parte do preço de venda total igual ou inferior a 250,00 € 5% da parte do preço de venda total superior aos 250,00 €	0.30€
Eletrodomésticos grandes (exceto acessórios, micro-ondas e exaustores)	7%	0.30€
Manipulação de materiais	12%	0.30€
Siderurgia	12%	0.30€
Instrumentos musicais e equipamentos para DJ	12%	0.30€
Materiais de energia renovável	12%	0.30€
Aparelhos de higiene pessoal***	8% para produtos com um preço de venda total igual ou inferior a 10,00 €	0.30€

	15% para produtos com um preço de venda total igual ou superior a 10,00 €	
Software	15%	0.30€
Desportos e ar livre	15%	0.30€
Pneus****	7%	0.30€
Videojogos – Jogos e acessórios	15%	Não aplicável
Consolas de videojogos	8%	Não aplicável
Relógios	15% para a parte do preço de venda total igual ou inferior a 250,00 € 5% da parte do preço de venda total superior aos 250,00 €	0.30€
Handmade**	12%	0.30€
Tudo o restante	15%	0.30€

Perguntas frequentes

Registo da conta

Posso vender produtos sem código EAN?

Sim, se o seu produto não tiver um GTIN (número do produto de venda global), também conhecido como identificador de produto, pode solicitar uma isenção de GTIN. Em primeiro lugar, consulte o catálogo da Amazon para ver se o produto já existe. Se o produto coincidir com um produto existente, pode adicionar a sua oferta à página de detalhes de produto existente sem um GTIN. Se o produto não coincidir com nenhum produto existente, terá de solicitar uma isenção de GTIN e, em seguida, adicionar o produto.

Se já se registou na Amazon, pode consultar o processo neste link <https://sellercentral.amazon.es/gp/help/200426310>

Além disso, se for um fabricante ou fornecedor, existe a possibilidade de comprar os códigos EAN para os seus produtos.

Tenho de ser autónomo ou ter uma sociedade para vender na Amazon?

Sim, é requisito indispensável

Devo registar a minha marca em cada um dos países nos quais desejo vender?

Não, depois de registar a sua conta, terá acesso às lojas nos 6 países onde a Amazon opera (Reino Unido, Alemanha, França, Itália, Espanha e Holanda)

Registo de marca

Onde posso registar a minha marca na Amazon?

Se tem a sua marca registada na OEPM ou EUIPO, pode registá-la na Amazon através deste link <http://www.brandregistry.amazon.com>

Depois de registar a minha marca na Amazon, poderei proibir a venda dos meus produtos a outros vendedores?

Não, poderá controlar as práticas inadequadas nos produtos da sua marca, como páginas de detalhes falsas ou descrições incorretas, mas não poderá proibir a respetiva venda.

Preciso de ter a minha marca registada na OEPM ou na EUIPO para a registar na Amazon?

Sim, é um requisito indispensável

Criação de catálogo e avaliações

O que é o número EAN13?

O número EAN (European Article Number) é o sistema de código de barras utilizado em toda a Europa. É formado por 13 dígitos

É necessário ter códigos EANs para criar um catálogo?

Não é necessário, no entanto, caso o produto possua código de barras do fabricante, terá de o utilizar para criar a sua oferta.

Posso criar uma nova página sobre um produto já listado?

Não, se já existe um produto criado na Amazon, deve publicar a sua oferta na mesma página do produto e poderá sugerir quaisquer alterações ou melhorias.

Posso entrar em contacto com os meus clientes para solicitar avaliações?

Sim, é recomendável que contacte todos os seus clientes para solicitar avaliações de produtos e de vendedores

Campanhas de links patrocinados Com o CPC, quanto significa que iremos pagar?

CPC significa "Custo por clique". Isto significa que unicamente pagará pelos cliques que se realizem sobre os seus anúncios patrocinados. Para cada campanha poderá especificar um pressuposto máximo diário que não poderá ser excedido.

Perguntas frequentes

Tenho de registrar a minha marca para a patrocinar?

Não, pode patrocinar produtos da sua marca (registados ou não) e de outras marcas.

Logística da Amazon

Como se consegue o carimbo PRIME?

Para obter o carimbo Prime nas suas ofertas, terá que utilizar a Logística da Amazon. Visite [este link](#) para obter informações sobre as taxas e requisitos

Como faço para enviar os meus produtos para a Logística da Amazon? Em caixas ou paletes?

Pode fazer isso das duas maneiras, dependendo da que mais lhe convier. Depois de se registrar na Amazon Seller Central e fazer um envio para o centro de distribuição, pode escolher uma opção ou a outra.

Há um número mínimo de unidades que devo enviar para a Logística da Amazon?

Não, pode enviar as unidades que desejar.

Como devo etiquetar os meus produtos ao enviá-los para um centro de distribuição da Amazon?

Tem a possibilidade de a Amazon etiquetar os seus produtos ou etiquetar cada unidade por si mesmo. Quando fizer o envio para o centro de distribuição, as etiquetas serão geradas caso queira etiquetar os seus produtos.

Posso escolher o centro de distribuição para onde enviarei os meus produtos?

Não, dependendo do tamanho dos seus produtos e da capacidade de cada centro de distribuição, será designado um centro para o qual enviar os seus produtos.

Posso ter alguns produtos que envio diretamente e outros que a Amazon envia?

Sim, pode ter um modelo de logística híbrido. Parte da sua seleção será enviada a partir do seu armazém e parte de um centro de distribuição da Amazon.

Posso utilizar a Logística da Amazon para enviar álcool?

Sim

Posso utilizar a Logística da Amazon para enviar alimentos?

Sim, desde que o produto não precise de estar numa temperatura específica.

Quais são as dimensões aceites para utilizar a Logística da Amazon?

O peso não pode exceder 30 kg, o lado mais longo da embalagem deve ser inferior a 175 cm e a circunferência não pode exceder os 360 cm. (IMPORTANTE: Devido à COVID19, nenhum produto acima de 15 kg pode ser enviado à Logística da Amazon).

Posso transportar eu mesmo o meu inventário para um centro de distribuição da Amazon?

Não, deve ser uma empresa profissional a fazer a entrega.

Posso enviar para o estrangeiro com a Logística da Amazon?

Sim, utilizando a Logística da Amazon, pode listar os seus produtos nas lojas do Reino Unido, Alemanha, França, Itália e Holanda.

Posso escolher para quais países enviar (e quais não) enquanto estiver na Logística da Amazon?

Sim, cada loja é independente. Poderá escolher em que país publicar os seus produtos e em quais não.

Perguntas frequentes

O que acontece se um produto gerido pela Logística da Amazon se partir?

Se um produto for danificado num centro de distribuição da Amazon, a Amazon será responsável por reembolsar-lhe o valor do produto.

Se o cliente devolver um produto gerido pela Logística da Amazon quem se encarrega dele e como?

A Amazon será responsável por recolher o produto na casa do cliente e devolvê-lo ao centro de distribuição. Assim que o produto for recebido no centro de distribuição, existem duas possibilidades.

- 1) O produto está em perfeitas condições e é colocado novamente à venda
- 2) O produto/embalagem está danificado e é classificado como "Não qualificado para venda". Em tal caso, pode ser solicitada uma retirada do inventário.

Pagamentos

Quem fatura o cliente final, a Amazon ou nós?

Depende se ativar a funcionalidade gratuita "Registe-se no Serviço de Cálculo de IVA". Se se registar para esta funcionalidade, a Amazon irá gerar faturas automaticamente em seu nome, sem custo adicional para todos os seus clientes empresariais. Caso contrário, será responsável por fornecer as faturas quando solicitadas.

Amazon Business

Como se ativa a Amazon Business?

Para vendedores que se registaram nos últimos meses, o registo é automático. Os antigos vendedores terão de verificar se estão inscritos em: "Configuração a Serviços que utiliza à Gerir" e verificar se a secção "Amazon Business" está selecionada, caso não esteja, basta selecioná-la e ativá-la.

A Amazon cobra comissões sobre o IVA pago pelo cliente B2B?

A taxa de venda cobrada pela Amazon é baseada no preço final pago pelo cliente, independentemente de ser B2B ou B2C.

A comissão na Amazon Business é a mesma que no B2C?

Sim.

É necessário pagar alguma taxa adicional para vender no B2B?

Não.

É possível vender B2B e não B2C? E o contrário?

Não, nem num sentido nem no outro. Todo o catálogo que carregou no seu inventário será exibido em ambos os canais.

É possível ter os mesmos produtos em B2B e B2C?

Sim. Na verdade, é algo que acontece por predefinição. Todos os produtos no seu inventário aparecerão tanto para B2B como para B2C, embora possa ter a opção de indicar um preço especial para B2B na caixa de inventário "Preço para empresas".

Que tipo de compradores existem na Amazon Business?

De todos os tipos de empresas: autónomas, pequenas e médias empresas e grandes multinacionais.

Qual é a numeração das faturas que a Amazon gera? O vendedor pode escolhê-la?

Não pode ser escolhida pelo vendedor. Atualmente a numeração das faturas que a Amazon gera tem um formato do tipo:

Compradores B2B: "INV - mercado onde está a ser vendido - 9 dígitos únicos para cada vendedor - ano - número da fatura", por exemplo, INV-ES-411321785-2020-28.

Compradores B2C: "SIM - mercado onde está a ser vendido - 9 dígitos únicos para cada vendedor - ano - número da fatura", por exemplo, SIM-INV-FR-411321785-2020-41.