Contentrichtlijnen & handhavingsbeleid
Cadeaukaarten

Aanleiding

Voor je liggen de contentrichtlijnen en handhavingsbeleid van de cadeaukaartenwinkel van bol.com. Deze richtlijnen zijn opgesteld om consumenten zo optimaal en transparant mogelijk te informeren over de artikelen en bijbehorende specificaties.

Om sales te stimuleren is het belangrijk dat onze klanten jouw aanbod kunnen vinden tussen de ruim de grote hoeveelheid artikelen binnen bol.com. Daarnaast is belangrijk dat klanten voldoende en juiste (visuele) en betrouwbare informatie kunnen vinden om tot een aankoop over te gaan.

Goede content is niet alleen belangrijk voor de klant, maar ook voor bijvoorbeeld je interne en externe zichtbaarheid. Zijn jouw productspecificaties compleet en zijn jouw artikelen daardoor via de filters goed te vinden? Heb je een productomschrijving die geoptimaliseerd is voor mobiele bezoekers en Googles Mobile First Indexing? Zijn jouw producttitels SEO- en SEA proof en help jij de klant met een betrouwbaar beeld via goede foto's en video's?

Deze contenthandleiding voorziet in jouw vragen en bied je de helpende hand als je graag aan de slag wilt met het optimaliseren van jouw content. Heb je vragen en/of opmerkingen? Neem dan contact op met de Partnerservice.

Om een schone, opgeruimde en overzichtelijke winkel aan onze klanten te kunnen garanderen, handhaven we op de regels uit de contentrichtlijnen. Wat dit betekent voor jou als verkoper vind je in hoofdstuk 3.

Heb je vragen, opmerkingen of suggesties hoe wij deze contenthandleiding verder kunnen verbeteren? Neem contact met ons op.

Inhoudsopgave

Contentrichtlijnen Cadeaukaarten.....**Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.**
Aanleiding 1
Inhoudsopgave..... 2
1.0 Content cadeaukaarten 3
1.1 Wat is content? 3
1.2 Content aanleveren 3
1.2.1 Content aanleveren via een content template 3
1.2.2 Content aanleveren via de portal 3
1.3 Verplichte content 3
1.4 Content vullen 4
1.4.1 Productnaam (Titel) 4
1.4.2 EAN..... 6
1.4.3 Productgroep 7
1.4.4 Beschrijving 7
1.4.5 Hoofdafbeelding 8
1.4.6 Merk 8
1.4.7 Specificaties (filters) – hoe in te vullen 8
1.5 Afbeeldingen 9
1.5.1 Coverimage 9
1.5.2 Stills 10
2.0 Merchandising 12
2.1 Up- & cross sell..... 12
2.1.1 Families 12
2.1.2 Aanvulpagina..... 13
2.2 Schappen..... 14
2.2.1 Schapteksten..... 14
3.0 Voorwaarden, regels en handhavingsbeleid 15
4.0 Contactgegevens..... 16
4.1 Verkopers..... 16
4.1.1 Seller Portal..... 16
4.2 Cadeaukaart team..... 16
Bijlage 1a – Merkenlijst NL..... 17
Bijlage 1b. Merkenlijst BE 17
Bijlage 2 – Chunks 17
Bijlage 3 – Titelopbouw per productgroep/chunk..... 18

1.0 Content cadeaukaarten

1.1 Wat is content?

Onder content verstaan wij alle onderdelen die zichtbaar zijn op de productpagina, met uitzondering van de prijs. De prijs is onderdeel van het offer en wordt aangeleverd via de offerfeed. Bij content kun je denken aan het EAN, de titel, beschrijving, afbeeldingen en specificaties.

1.2 Content aanleveren

De content kan online gezet worden met behulp van een content template binnen de portal in je verkoopaccount.

1.2.1 Content aanleveren via een content template

Een content template is een Excel document waar je alle gegevens over de producten in kwijt kunt. Zorg ervoor dat je altijd de laatste variant van een content template gebruikt wanneer je nieuwe artikelen wilt uploaden. Tussentijds kan het gebeuren dat wij extra opties aan een content template toevoegen of opties verwijderen die niet meer relevant zijn. De laatste versie van de content template kun je zelf downloaden in de portal of opvragen bij de partnerservice.

1.2.2 Content aanleveren via de portal

Als verkoper krijg je toegang tot de portal. Hier kun je content templates inladen of per EAN content wijzigen. Zodra je nieuwe artikelen online zet is het handig om de nieuwe EAN's ook door te sturen aan je contactpersoon binnen de cadeaukaarten categorie. Je kunt deze EAN's aanleveren bij jouw Product Manager of bij de partnerservice.

1.3 Verplichte content

Onder verplichte content verstaan we alle onderdelen die minimaal bij ons bekend moeten zijn zodat het artikel online zichtbaar kan worden. De verplichte onderdelen zijn het EAN, Merknaam, hoofdafbeelding, titel, beschrijving en de verplichte specificaties. Deze laatste verschillen per productgroep.

1.4 Content vullen

Per producttype zijn er specificaties vastgesteld die ingevuld moeten worden. Hierin wordt onderscheid gemaakt tussen 3 verschillende niveaus. Deze verschillende niveaus worden aangeduid met de kleuren Rood (1), Oranje (2) en Groen (3).

Rood: minimale informatie om jouw product online te krijgen
Oranje: voor aanvullende informatie
Groen: voor optionele informatie
Grijze velden: velden die niet bewerkbaar zijn hebben een grijze achtergrond, bijvoorbeeld de EAN

A	B	C	D	E	F	G	H	I	
Interne referentie	EAN	Conditie	Conditie commentaar	Voorraad	Prijs	Levertijd	Afleverwijze	Te koop	Productnaam

Figuur 1, screenshot content template

Voor een nieuw product geldt dat alle specificaties van niveau of level 1 ingevuld moeten zijn en er minimaal een hoofdafbeelding bekend moet zijn, voordat het artikel online zichtbaar kan worden. De level 1 specificaties zijn te herkennen aan de rode achtergrondkleur in de contentsheet.

De hoofdafbeelding is noodzakelijk voor het artikel om online te komen, maar hoeft niet verplicht via de contentsheet ingeladen te worden. Zie voor meer uitleg over de hoofdafbeelding paragraaf 1.4.5 Hoofdafbeelding of paragraaf 1.5 Afbeeldingen voor de uitgebreide uitleg.

Het is belangrijk om zoveel mogelijk specificaties in te vullen. Aan de hand van specificaties worden artikelen achter de filters op de website getoond. Is een klant op zoek naar een artikel met een specifieke eigenschap, maar heb jij dit niet ingevuld? Dan worden jouw artikelen dus niet getoond op het moment dat een klant daarnaar zoekt of de filters gebruikt.

Kijk hier voor alle informatie rondom het online plaatsen van artikelen of bekijk deze video: https://youtu.be/EDf5Q5ArgBo

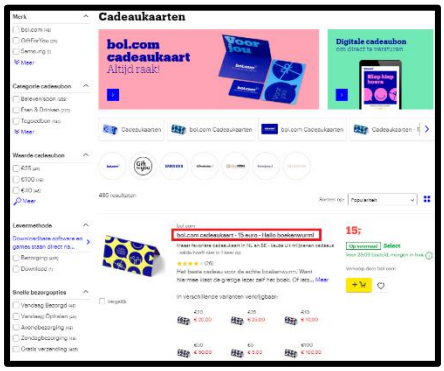
1.4.1 Productnaam (Titel)

De productnaam die je invult in de content template is gelijk aan de titel die op bol.com getoond zal worden. Voor de titel is er een standaard opbouw die we aanhouden. Een goede titel is belangrijk omdat deze zorgt voor een goede vindbaarheid binnen en buiten bol.com. Let op! Het is belangrijk om de productnaam in de offerfeed en de contentsheet op elkaar af te stemmen en dus gelijk te houden.

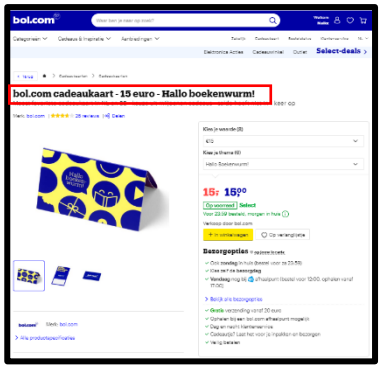
Als de content eenmaal ingeladen is en er wordt een offerfeed aangeleverd met een afwijkende titel, overschrijft de offerfeed de titel uit de contentsheet. Om dat in de toekomst te voorkomen, zullen we als winkel binnen bol.com op termijn overstappen op een automatische titelopbouw. We bouwen de titel dan automatisch op vanuit onderdelen uit de contentsheet. Om niet te veel hinder te ondervinden van deze automatische titelopbouw raden we aan de opbouw uit de volgende paragraaf aan te houden.

1.4.1.1 Titelopbouw

Bij ieder product dient er een productnaam/titel opgegeven te worden. Zonder een titel kan het artikel niet online staan. De titel is zichtbaar op verschillende plekken, zie figuur 2 en 3. Bij aankoop van een artikel is de titel een van de meest zichtbare elementen. Daarnaast wordt de titel doorzocht wanneer een bezoeker een zoekopdracht intypt op bol.com. Het is dus belangrijk dat de meest relevante kenmerken in een titel naar voren komen.

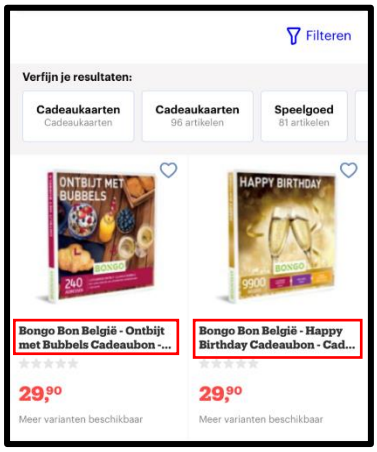


Figuur 2, titel op lijstpagina (desktop)



Figuur 3, titel op productpagina (desktop)

Aan de andere kant is het belangrijk om ervoor te zorgen dat een titel beknopt is in verband met de leesbaarheid. Op een lijstpagina weergave, zie figuur 2 en 4, worden titels na een aantal tekens afgekapt. Het is zonde als hier relevante informatie staat die de bezoeker niet kan lezen. Daarnaast gaat Google de mobiele website eerst (voor de desktop versie) indexeren. De weergave (en daarmee leesbaarheid) op de mobiele weergave worden nu nog belangrijker, zie figuur 4 en 5.



Figuur 4, titel op lijstpagina (mobiel)

Figuur 5, titel op productpagina (mobiel)

Voor de opbouw van de titel kun je standaard de onderstaande opbouw aanhouden. Zie bijlage 3 voor een voorbeeld van de meest optimale titelopbouw.

Figuur 6, voorbeeld schematische titelopbouw

Om in te kunnen spelen op de veranderingen vanuit Google, maar ook om de klant per productgroep de meest relevante titel te tonen, zullen we overgaan naar automatische titelopbouw. Het is belangrijk om de specificaties in de contentsheet zo volledig mogelijk in te vullen. Wij zullen deze content gebruiken om de titel uit samen te stellen.

1.4.1.2 Interne vindbaarheid

Wanneer een klant intern zoekt naar een artikel kan hij hiervoor door de website browsen of de zoekbalk gebruiken. Om gevonden te worden via een browse journey is het belangrijk om zoveel mogelijk specificaties in de content template in te vullen. Door dit te doen, zijn jouw artikelen vindbaar onder de filters op de lijstpagina.

Wanneer een klant zoekt via de zoekbalk, kijken wij welke artikelen het beste overeenkomt met de zoekopdracht. Hiervoor kijken we onder andere naar de titel, beschrijving en specificaties. Zorg daarom dat de belangrijkste kenmerken van het artikel duidelijk omschreven en gespecificeerd zijn.

1.4.1.3 Externe vindbaarheid

Een goede titel is belangrijk voor de SEO en SEA waarde. Voor SEO is het belangrijk om de meest gebruikte zoekwoorden naar voren te laten komen. Over het algemeen genomen zijn dat de productype en het merk.

1.4.2 EAN

Het EAN is een 13-cijferige artikelcode, op basis waarvan het offer en de content aan een artikel gekoppeld worden. Op bol.com worden alleen officieel geregistreerde EAN-codes geaccepteerd. EAN codes dienen dan ook bij GS1 Nederland aangekocht te zijn, aangezien dit het enige officiële uitgiftepunt is. Artikelen die niet voorzien zijn van een officieel GS1 EAN worden periodiek offline gehaald. Heeft het product een UPC-code van 11 of 12 cijfers? Gebruik dan altijd een of meerdere voorloop-nullen.

1.4.3 Productgroep

Alle producten worden gecategoriseerd aan de hand van zogeheten productgroepen. Een productgroep is een afgekaderd deel van het assortiment. Voor het toevoegen van assortiment vanuit verkopers wordt de productgroep “cadeaukaart” gehanteerd.

1.4.4 Beschrijving

De beschrijving geeft een tekstuele uitleg over het artikel. Het is belangrijk ervoor te zorgen dat de content zo volledig mogelijk is, waardoor we alle vragen van een klant beantwoorden in de afbeeldingen, specificaties en vooral in de beschrijving. Denk hierbij aan de geldigheid, voorwaarden, bestedingslocaties e.d. van een cadeaukaart.

De beschrijving is uitermate geschikt om een stukje beleving te creëren voor de geïnteresseerde klant. Uit ervaring weten we dat klanten die geen juiste informatie kunnen vinden contact opnemen met de klantenservice of van de aankoop afzien. Hieronder vind je enkele tips die je kunnen helpen bij het opstellen van de juiste productomschrijving.

Tips

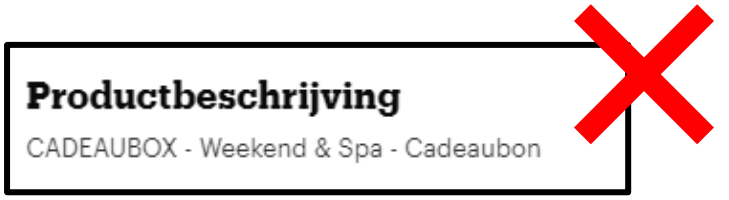
- Stel een Nederlandse beschrijving op, maar hou ook rekening met onze Vlaamse klanten.
- Beantwoord de meest voor de hand liggende vragen (tip, check https://answerthepublic.com/ om erachter te komen wat voor vragen klanten stellen)
- Gebruik unieke content voor een hogere rating in Google. Dus niet bij alle online verkooppunten een copy/paste tekst gebruiken.
- Vermeld de merknaam en het artikel in de eerste 120 woorden
- Gebruik juiste spelling en complete zinnen
- Gebruik de ‘je’ aanspreekvorm (in plaats van ‘u’)
- Zorg ervoor dat de beschrijving waarheidsgetrouw is

In strijd met onze richtlijnen

- Gebruik geen Engels of andere talen dan Nederlands of Vlaams
- Vermeld geen informatie over de prijs in de beschrijving
- Vermeld geen informatie over de levering in de beschrijving
- Vermeld geen informatie over acties in de beschrijving
- Vermeld geen bedrijfsinformatie in de beschrijving
- Gebruik geen externe URL’s in de beschrijving
- Gebruik geen scheldwoorden

1.4.4.1 Optimale productomschrijving voor mobiel

Met de overgang naar Google's Mobile First Indexing is het belangrijk om de beschrijving te optimaliseren voor vertoning op de mobiele website. Op de mobiele website wordt alle tekst achter elkaar 'geplakt'. Het is daarom belangrijk om de productbeschrijving te laten starten met een volledige zin in plaats van een titel. En misschien nog wel belangrijker; gebruik hoofdletters en leestekens.



Figuur 7, productbeschrijving op desktop

Figuur 8, productbeschrijving op desktop

Figuur 9, productbeschrijving op mobiel

1.4.5 Hoofdafbeelding

Afbeeldingen kun je los aan leveren via de partnerservice. Zie voor meer informatie over het aanleveren van afbeeldingen paragraaf 1.5 Afbeeldingen.

1.4.6 Merk

Alleen geregistreerde merken worden per 1 januari 2019 toegelaten in de winkel. Jouw merknaam dient geregistreerd te zijn in de Benelux of in Europa. Het is daarom belangrijk om bij het veld 'Merk' in de contentsheet, exact dezelfde schrijfwijze aan te houden als de wijze waarop het geregistreerd staat in het merkenregister. Wil je een nieuw merk toe voegen? Geef dit dan door via verkooprechten@bol.com of zie 4.0 Voorwaarden, regels en handhavingsbeleid voor meer informatie.

1.4.7 Specificaties (filters) – hoe in te vullen

Wij raden aan de specificaties voor zover als mogelijk in te vullen. Artikelen worden beter gevonden en de klant heeft een goed beeld van het artikel. Probeer alle gele velden en bij voorkeur zoveel mogelijk groene velden in te vullen. Heb je vragen, loop je ergens tegenaan of mis je iets? Neem contact op met zakelijk verkopen.

1.4.7.1 Specificatie: categorie

Kies 1 categorie waaronder jouw cadeaukaart het beste past. Door deze categorie aan te vinken wordt jouw cadeaukaart vertoond wanneer de bezoeker deze categorie aanklinkt.

1.4.7.2 Specificatie: gelegenheid

Deze specificatie vink je alleen aan wanneer de cadeaubon expliciet voor een speciale gelegeheid is. Zoals een feestdagen cadeaubon of een sterkte cadeaubon. Het is niet toegestaan om een gelegenheid aan te vinken wanneer een cadeaukaart dit thema niet expliciet vermeld. Zo voorkomen we vervuiling van de winkel en helpen we de klant zo goed mogelijk bij hun zoekopdracht.

1.4.7.3 Specificatie: voor wie

Deze specificatie vink je alleen aan wanneer de cadeaubon expliciet voor een man, vrouw of kind geschikt is. Is de cadeaukaart voor meerdere doelgroepen (bijvoorbeeld mannen en vrouwen) laat deze specificatie dan leeg.

1.5 Afbeeldingen

Afbeeldingen zijn belangrijk om meerdere redenen. Klanten kunnen het artikel voor de aankoop niet fysiek zien of vasthouden. De afbeeldingen moeten daarom een juiste indruk geven over het artikel. Hoe beter we dit kunnen hoe groter de kans dat de klant het artikel koopt waar hij of zij naar op zoek is en hoe kleiner de kans op een retour.

Er zijn verschillende soorten afbeeldingen, te weten: de hoofdafbeelding (coverimage) en de aanvullende afbeeldingen (stills). Alle afbeeldingen moeten voldoen aan minimale specificaties, zie hieronder in paragraaf 1.5.1 coverimage en 1.5.2 stills wat de specificaties per type afbeelding zijn.

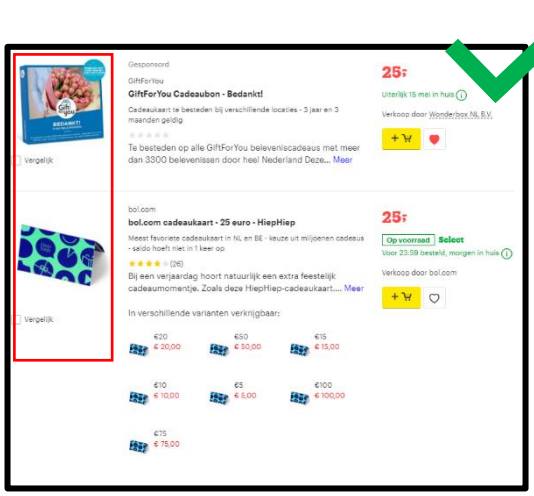
1.5.1 Coverimage

De coverimage is de hoofdafbeelding van een product. In je portal kun je deze onder ‘Afbeeldingen uploaden’ toevoegen. Klik op ‘Upload je afbeeldingen’ en kies de afbeeldingen uit jouw eigen bestand. Het systeem zet de afbeeldingen automatisch in de juiste volgorde. Deze volgorde wordt op basis van kwaliteit en klantdata bepaald.

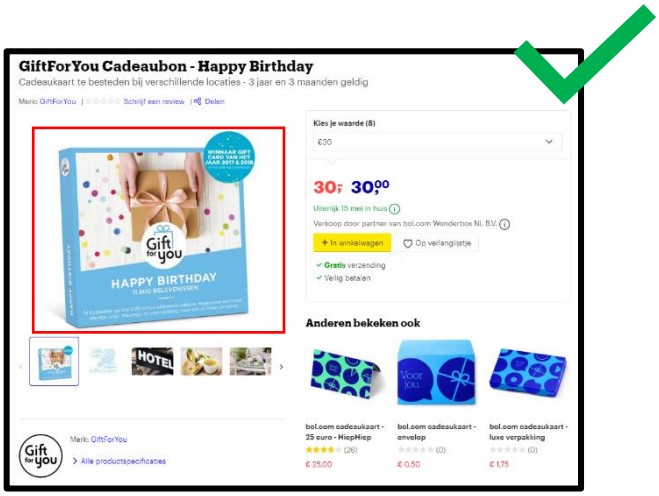
Bekijk meer informatie over afbeelding onder "afbeelding toevoegen of wijzigen" op deze pagina.

Specificaties coverimage

- Alleen het artikel zelf
- In het geheel afgebeeld
- Het echte artikel, geen grafische/digitaal gecreëerde weergave
- Uit de verpakking
- Op een witte achtergrond
- Geen logo’s (m.u.v. het logo op de cadeaukaart), watermerken of mensen
- Zo min mogelijk witruimte om het product heen. Witruimtes in afbeeldingen tellen niet mee in de gestelde minimale en maximale pixels. Witruimten worden automatisch bijgesneden.
- Minimaal 1200 x 1200 pixels
- Maximaal 6000 x 6000 pixels
- Minimaal 30 KB en maximaal 10 MB groot
- Geen vertoning van meerdere kleuren/maten/varianten in 1 beeld
- Geen spiegeling



Figuur 10, coverimages op de lijstpagina



Figuur 11, coverimage op de productdeatilpagina

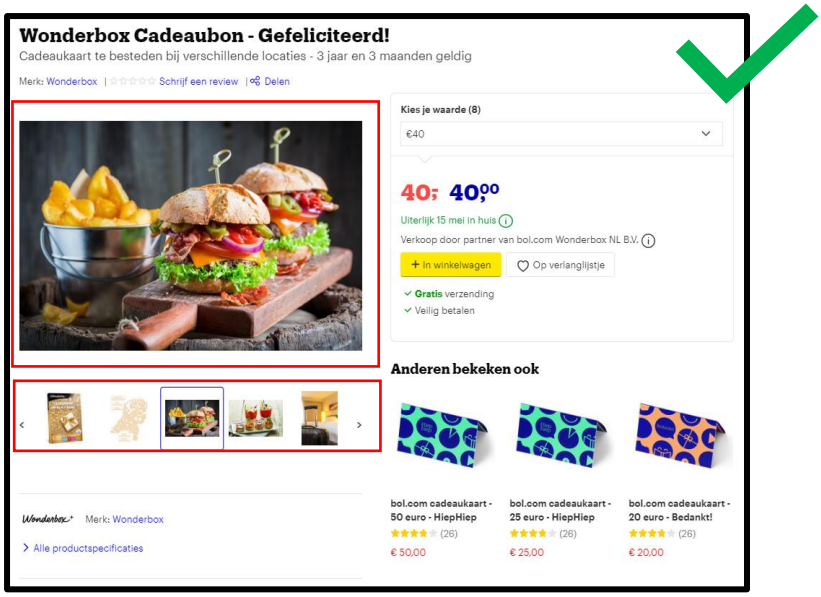
Figuur 12
Meerdere artikelen in hoofdafbeelding

Figuur 13
Geen witte achtergrond
Niet het artikel zelf

Bovenstaande voorbeelden zijn niet toegestaan als coverimage, maar kunnen uiteraard wel als stills toegevoegd worden. De do's en dont's rondom stills lees je in de volgende paragraaf.

1.5.2 Stills

Extra stills helpen de klant bij het krijgen van een beter beeld van het artikel en/of merk en helpen daarmee de conversie te verhogen.



Figuur 14, stills op een productpagina

Stills bij een artikel werken conversieverhogend, maar meer is niet altijd beter. Het is belangrijk dat de foto's daadwerkelijk iets toevoegen. Denk hierbij altijd uit het perspectief van de klant. Welke vragen heeft een klant en hoe kunnen we hier middels afbeeldingen antwoord op geven.

2.0 Merchandising

Er zijn diverse merchandising mogelijkheden. Hieronder hebben we een aantal mogelijkheden beschreven waar je als verkoper zelf ook invloed op uit kunt oefenen. Samen weten we uiteindelijk het meest.

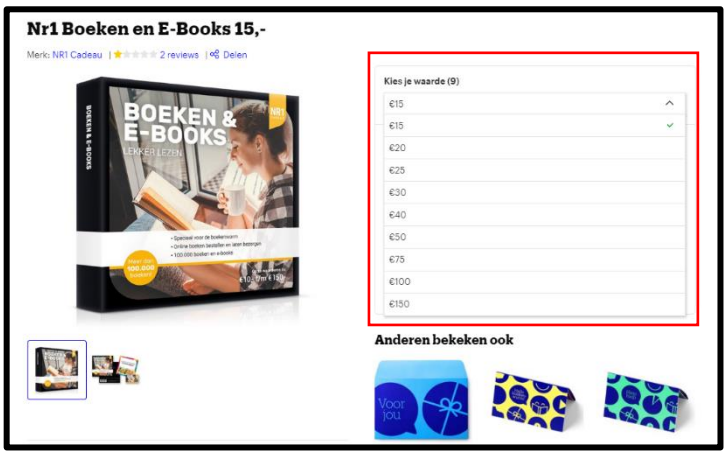
2.1 Up- & cross sell

Er zijn diverse mogelijkheden tot up- en cross sell. Zo is er ruimte op de productpagina om producten te tonen in meerdere waardes. Maar ook is het mogelijk om bijpassende artikelen te tonen.

2.1.1 Families

Onder een familie verstaan wij artikelen die op 1 of 2 specificaties na exact hetzelfde zijn. Hierbij kun je denken aan een cadeaukaart in verschillende waarde varianten.

Wanneer artikelen in een familie staan worden alle prijzen direct zichtbaar op de productpagina. Een klant die op zoek is naar een andere waarde hoeft dan niet verder te zoeken, maar wordt op dezelfde pagina geholpen.



Figuur 15, familieweergave

Families kun je via de portal aanleveren. Product families groepeer je in een eigen document. In onderstaand voorbeeld worden twee verschillende productfamilies aangemaakt, beide bestaand uit tien artikelen. De artikelen worden gekoppeld op basis van de waarde die in kolom E "Productvariant ID" staat. Wanneer deze waarde gelijk is, zullen die artikelen gekoppeld worden aan een nieuwe – of bestaande – productfamilie.

Bekijk alle informatie over het toevoegen van productfamilies hier, of bekijk deze video: https://youtu.be/IYXL2IGMMPg

	A	B	C	D	E	F	G
1	**Productnaam**	**EAN**	**Productgroep**	**Beschrijving**	**Productvariant ID**	**Kleur**	**Maat**
2	T-shirt basic	11223344556	T-shirt	Dit basic t-shirt is...	t_shirt_basic	Blauw	XS
3	T-shirt basic	11223344557	T-shirt	Dit basic t-shirt is...	t_shirt_basic	Blauw	S
4	T-shirt basic	11223344558	T-shirt	Dit basic t-shirt is...	t_shirt_basic	Blauw	M
5	T-shirt basic	11223344559	T-shirt	Dit basic t-shirt is...	t_shirt_basic	Blauw	L
6	T-shirt basic	11223344560	T-shirt	Dit basic t-shirt is...	t_shirt_basic	Blauw	XL
7	T-shirt basic	11223344561	T-shirt	Dit basic t-shirt is...	t_shirt_basic	Rood	XS
8	T-shirt basic	11223344562	T-shirt	Dit basic t-shirt is...	t_shirt_basic	Rood	S
9	T-shirt basic	11223344563	T-shirt	Dit basic t-shirt is...	t_shirt_basic	Rood	M
10	T-shirt basic	11223344564	T-shirt	Dit basic t-shirt is...	t_shirt_basic	Rood	L
11	T-shirt basic	11223344565	T-shirt	Dit basic t-shirt is...	t_shirt_basic	Rood	XL
12	T-shirt Luxe	11223344566	T-shirt	Dit luxe t-shirt is...	t_shirt_luxe	Blauw	XS
13	T-shirt Luxe	11223344567	T-shirt	Dit luxe t-shirt is...	t_shirt_luxe	Blauw	S
14	T-shirt Luxe	11223344568	T-shirt	Dit luxe t-shirt is...	t_shirt_luxe	Blauw	M
15	T-shirt Luxe	11223344569	T-shirt	Dit luxe t-shirt is...	t_shirt_luxe	Blauw	L
16	T-shirt Luxe	11223344570	T-shirt	Dit luxe t-shirt is...	t_shirt_luxe	Blauw	XL
17	T-shirt Luxe	11223344571	T-shirt	Dit luxe t-shirt is...	t_shirt_luxe	Rood	XS
18	T-shirt Luxe	11223344572	T-shirt	Dit luxe t-shirt is...	t_shirt_luxe	Rood	S
19	T-shirt Luxe	11223344573	T-shirt	Dit luxe t-shirt is...	t_shirt_luxe	Rood	M
20	T-shirt Luxe	11223344574	T-shirt	Dit luxe t-shirt is...	t_shirt_luxe	Rood	L
21	T-shirt Luxe	11223344575	T-shirt	Dit luxe t-shirt is...	t_shirt_luxe	Rood	XL
22							

2.1.2 Aanvulpagina

Een aanvulpagina maak je aan om bijpassende artikelen op de productpagina online te zetten. Denk hierbij aan een cadeaukaart met bijpassende verpakking. Voor het aanleveren kun je gebruik maken van een eigen document. Je geeft hiervoor per artikel in een Excel bestand aan welke accessoires er bij dit artikel horen.

Hieronder zie je een voorbeeld van een Aanvulpagina template.

Figuur 16, Excel template Aanvulpagina

Kolom A t/m C

Vul hieronder de informatie van het product in waar relaties aangelegd moeten worden. De naam en global zijn optioneel, EAN is verplicht.

Kolom D t/m F

Vul hieronder de informatie van het product of de producten in die als accessoire gekoppeld moeten worden aan het 'Master' product. De naam en global zijn optioneel, EAN is verplicht.

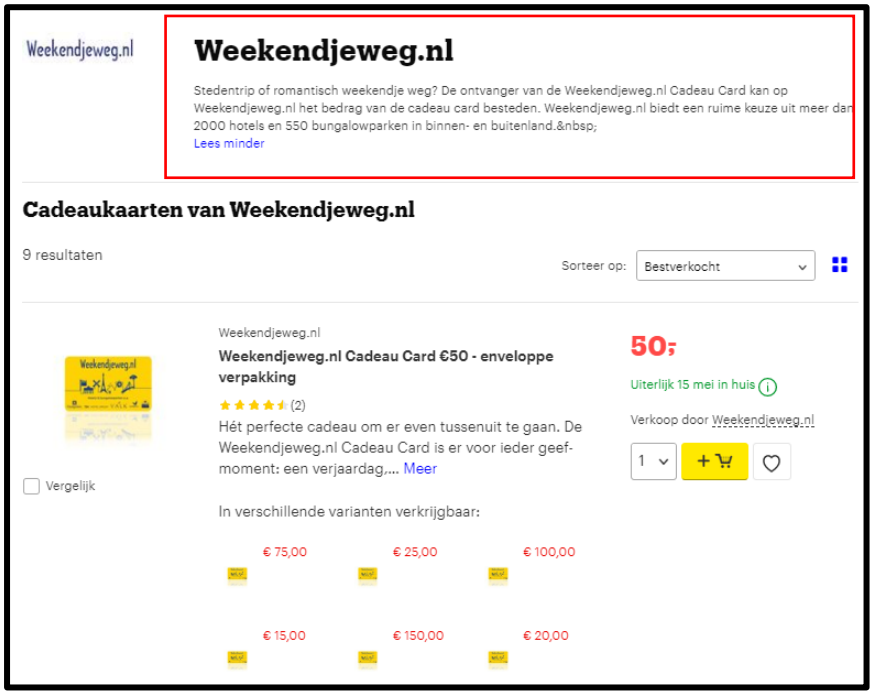
In de blauwe kolom vul je de ‘master’ in, dat is het product waarbij het accessoireslot komt te staan. In de roze kolom vul je de ‘child’ in, dit is het bijpassende artikel. Voor ieder bijpassend artikel vul je een nieuwe rij in. Dus opnieuw dezelfde ‘master’ en dan een nieuwe ‘child’. Voor ieder product moet je dit invullen, dus ook al heb je een ‘child’ bij een ‘master’ geplaatst dan komt de ‘master’ niet automatisch bij de ‘child' te staan. Dus als je ‘master’ een cadeaukaart is en daar is een bijpassende verpakking voor dan moet je de cadeaukaart als ‘master’ invullen en dan verpakking als ‘child’ als ook de verpakking als ‘master’ en de cadeaukaart als ‘child’.

2.2 Schappen

Een schap is, net als bij fysieke retail, een locatie waar artikelen geplaatst worden. Online zijn dit unieke pagina's waar artikelen aan gekoppeld kunnen worden. Binnen de cadeaukaartwinkel is dit het schap: **cadeaukaarten**.

2.2.1 Schapteksten

Wanneer je op een specifiek schap zit en daar je eigen merk aanklikt, zit je een niveau dieper in het schap. Hier kun je een schaptekst (laten) plaatsen. Deze teksten zijn belangrijk voor de SEO waarde van een schap. Lever deze teksten aan bij de Partnerservice. Het is ook mogelijk om (maximaal 4) linkjes toe te voegen.



Figuur 18, schaptekst Weekendjeweg.nl

3.0 Voorwaarden, regels en handhavingsbeleid

Verkooprechten binnen de cadeaukaartwinkel worden afgegeven wanneer je als ondernemer aan een aantal randvoorwaarden voldoet. Wanneer je je niet aan de wet- en regelgeving houdt of herhaaldelijk waarschuwingen negeert, kunnen deze verkooprechten ingetrokken worden.

Voorwaarden voor assortiment en afgifte verkooprechten

Voor de cadeaukaartwinkel gelden aanvullende voorwaarde voor het ontvangen van verkooprechten. Deze kun je hier vinden op het partnerplatform van bol.com. De voorwaarden voor assortiment staan tevens beschreven op het partnerplatform en vind je hier.

Voorwaarden en regels content

- ✓ De content van de artikelen voldoet aan de richtlijnen volgens deze contenthandleiding.
  - ✓ De minimaal verplichte content is bekend. Zie paragraaf 1.3 Verplichte content voor meer informatie. Zonder de minimaal verplichte content kunnen artikelen niet online komen in de winkel.
  - ✓ De coverafbeelding toont het product op een witte achtergrond, zonder andere toevoegingen zoals tekst, logo's, prijzen, modellen, etc. Zie ook paragraaf 1.5 Afbeeldingen voor meer informatie.
  - ✓ De specificaties zijn ingevuld zoals beschreven in paragaaf 1.4.7. Specificaties (filters) – hoe in te vullen

Wanneer onjuiste, foutieve of ongewenste content vastgesteld wordt, krijg je hier als partner bericht over. Content in strijd met onze contentrichtlijnen halen wij offline. Uiteraard krijg je de kans om de content aan te passen. Wanneer herhaaldelijk wordt vastgesteld dat jouw assortiment niet aan de contentrichtlijnen voldoet, kan dat resulteren tot het intrekken van de verkooprechten voor cadeaukaarten.

4.0 Contactgegevens

4.1 Verkopers

Heb je vragen over deze contentrichtlijnen of over het aanleveren van content? Neem dan contact op met de partner service via zakelijkverkopen@bol.com of telefonisch via +31 (0)30-3104996 (NL) of +32 (0)2-7885990 (BE). Meer informatie over de partner service vind je via zakelijkverkopen.bol.com

4.1.1 Seller Portal

Via de seller portal kun je jouw assortiment beheren. Je kunt direct inloggen via https://login.bol.com/login?client_id=seller-portal

4.2 Cadeaukaart team

Om in contact te komen met het cadeaukaart team kun je het best contact opnemen met de partnerservice. Indien nodig kunnen zij je direct doorsturen naar de juiste contactpersoon.

Bijlage 1a – Merkenlijst NL

	Merk & Autorisatie verkooprechten vanuit leverancier
1	MediaMarkt
2	Bijenkorf
3	Zalando
4	Efteling
5	Hema
6	Boekenbon cadeaukaart
7	VVV
8	Booking.com
9	Intratuin
10	Rituals
11	Pathé
12	Spotify
13	Ikea
14	Netflix
15	Xbox

Bijlage 1b. Merkenlijst BE

	Merk & Autorisatie verkooprechten vanuit leverancier
1	A.S. Adventure
2	Kinepolis
3	Dreamland
4	Dreambaby
5	FUN
6	ZEB
7	Vandenborre
8	Nespresso
9	Veritas
10	Luxury for men
11	UGC Cinema's

Bijlage 2 – Chunks

Chunk (productgroep)	**Verkooprechten van toepassing**
Cadeaukaart	Ja
Cadeaukaartverpakking	Ja

Bijlage 3 – Titelopbouw per productgroep/chunk

Chunk (productgroep)	**Optimale titelopbouw**		
Cadeaukaart	[Merk] cadeaukaart* -	waarde -	Productnaam
Voorbeeld	*Bongo cadeaukaart -*	*50 euro -*	*Romantisch etentje*

*cadeaukaart toevoegen achter merk.