bol.com

Content richtlijnen

Speelgoed & Entertainment - Games

December 2020 Versie 1.0

Aan de slag!

In deze workshop nemen we je mee in de contentrichtlijnen voor de **Games winkel** van bol.com. Om succesvol te kunnen verkopen via bol.com zijn duidelijke productinformatie en aantrekkelijke afbeeldingen en video's erg belangrijk. Hierdoor wordt je assortiment beter gevonden en het helpt de klanten bij het maken van een juiste keuze voor hun aankopen.

Daarbij geldt hoe meer relevante informatie de klant over een artikel heeft, hoe kleiner de kans op een retour of klantvraag. Klanten weten dan immers precies wat ze kunnen verwachten.

Goede content is niet alleen belangrijk voor de klant, maar ook voor de interne en externe vindbaarheid van je artikelen. Door al de productspecificaties goed te vullen zijn je artikelen ook goed te vinden via de verschillende filters en verfijningen.

Daarnaast zien wij een device verschuiving van desktop naar mobiel/app. Een geoptimaliseerde productbeschrijvingen voor mobiel/app is dan ook van groot belang. Zijn jouw producttitels en beschrijvingen SEO proof en help jij de klant met betrouwbare beelden en video's? Dan zit je qua content goed!

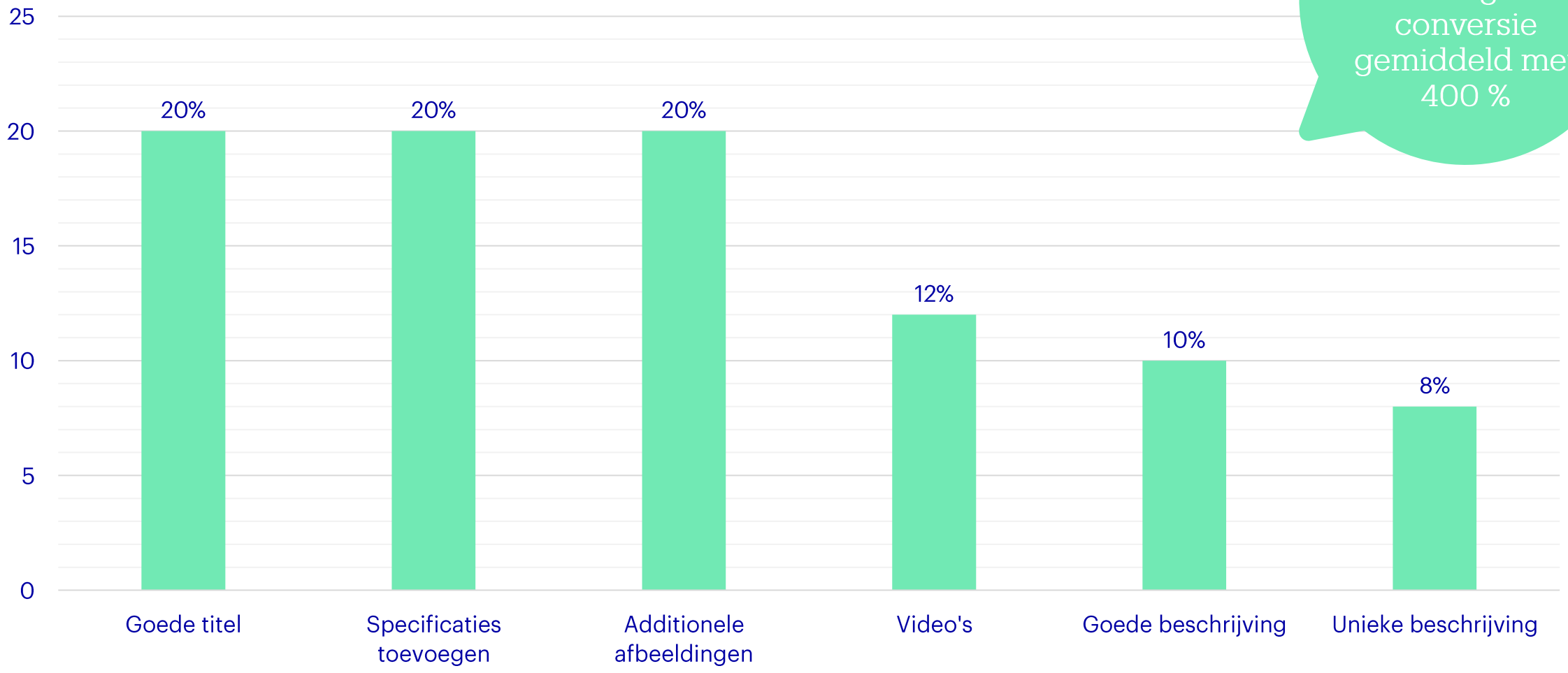
Deze contentrichtlijnen bieden een helpende hand als je aan slag wilt met het optimaliseren van jouw content. Heb je verdere vragen en/of opmerkingen? Neem dan contact op met de Partner – of Leverancier service.

Waar gaan we het vandaag over hebben

Productclassificaties	Pagina 6
Titelopbouw	Pagina 7
Productbeschrijving	Pagina 9
SEO	Pagina 13
Afbeeldingen	Pagina 15
Attributen	Pagina 21
Productfamilies	Pagina 26
Reviews	Pagina 31
Richtlijnen & beleid	Pagina 32
Uitleg Content leveranciersportal	Pagina 30
Uitleg Content partnerportal	Pagina 47
Contactgegevens	Pagina 62

Conversieverhogende content

Percentage verhoging gemiddelde conversie



Een correcte hoofdafbeelding verhoogt de conversie gemiddeld met 400 %

bol.com

Productclassificaties

Om je artikelen op de website goed te ontsluiten is het belangrijk dat je het product de juiste productgroep meegeeft. Het artikel wordt op deze manier op de juiste pagina's getoond. Daarna kunnen pas de bijbehorende filters/attributen ingevuld worden.
Door de juiste productclassificatie te kiezen, is het assortiment beter vindbaar aangezien onze zoekfunctie gekoppeld is aan de productgroepen.

Weet je niet zeker in welke productclassificaties je aanbod moet vallen kijk dan eens op bol.com om te zien waar andere verkopers dit artikel aanbieden. Wil je een productgroep wijzigen, dan kan je dit eenvoudig aanpassen in de portal.

Meer informatie daarover is hier te vinden:

Zakelijk verkopers

https://partnerplatform.bol.com/verkopen/aanbieden/aanbod-toevoegen

Leveranciers

https://leveranciers.bol.com/de-productgroep-product-classification/

Waarom zo belangrijk?

De juiste productgroep zorgt voor...

... de logische plek in de winkel

... welke productspecificaties je moet vullen

... de koppeling van de juiste zoekwoorden

Een verkeerde productgroep...

> Zorgt ervoor dat andere productspecificaties gevuld moeten worden...

> Belangrijke specificaties voor jouw product gelden wellicht niet voor een andere productgroep en daardoor kan de zicht- en/of vindbaarheid negatief uitvallen..

> Daarnaast moet je misschien specificaties vullen die niet van toepassing zijn op jouw product.

Titelopbouw

De titel is samen met de afbeelding het eerste wat de klant ziet op een lijstpagina. Daarom moet de titel relevante kenmerken van het artikelen weergeven zodat de klant direct kan zien waar het over gaat. Om de titel overzichtelijk te houden en leesbaar voor Google te maken gebruiken wij afbreekstreepjes (-). Houd daarnaast bij het maken van de titel altijd in gedachten dat deze niet langer dan 70 tekens is. Dit voor de leesbaarheid op mobiel en app. Een goede producttitel komt er dan in het algemeen als volgt uit te zien:

- Winkel Games algemeen: [Merk] [Model] [productgroep] – [kenmerk 1] - [kenmerk 2]

Voor de onderstaande drie winkelonderdelen hebben we afwijkende afspraken, deze zijn als volgt:

- Consoles: [Consolenaam] [Editie] [Opslag] [USP Controllers/Games]
- Videogames: [Titel] [Editie] [Console]
- Gaming Headsets: [Merk] [Model] [productgroep] - [Kleur] - [Primaire game platform]

Voorbeelden goed titel gebruik:

- Sony MDR-XD150 - Over-Ear Koptelefoon - Zwart
- Sony PlayStation 4 Slim console – Limited Edition - 500GB + Dualshock 4 Controller + FIFA20
- Ghost of Tsushima - Plus Edition - PS4

Let op:

- Gebruik nooit in een titel '!', '?', 'NIEUW' of 'NU MET GRATIS...'
- USP, DLC, BETA of andere bijzonderheden? → Subtitel!
- Playstation 4 of PS4? Voor Google maakt het niet uit – maar we zien het meeste zoekopdrachten in combi met PS4 zitten. Hanteer dus deze schrijfwijze. Gebruikt vervolgens wél de volledige naam in de beschrijving.

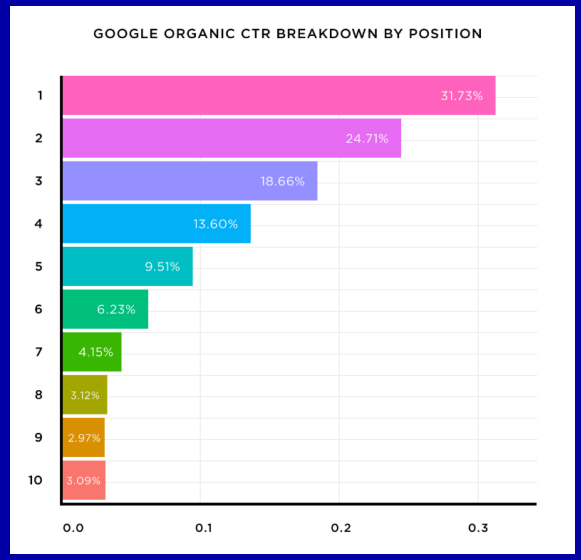
Waarom zijn zoekmachines relevant?

Een groot deel van onze bezoekers komt op bol.com door een zoekopdracht in te voeren in Google. Hoe hoger je rankt binnen
de resultaten, hoe beter de klant jouw product kan vinden.

SEO CTR per positie. Met het verhogen van je SEO positie binnen Google stijgt ook je organisch zoekvolume. Meer klanten naar de winkel betekend ook meer sales/omzet.

Let op: titels aanpassen kost SEO-waarde!

Heb je de behoefte om tussentijds de titel te veranderen? Denk hier zorgvuldig over na aangezien elke titel wijziging 10% SEO-waarde kost. Ook bij het live zetten van een product is het zeer belangrijk om gelijk in een keer de titel goed te schrijven volgens onze richtlijnen, om latere aanpassingen en verlies aan SEO-waarde te voorkomen.

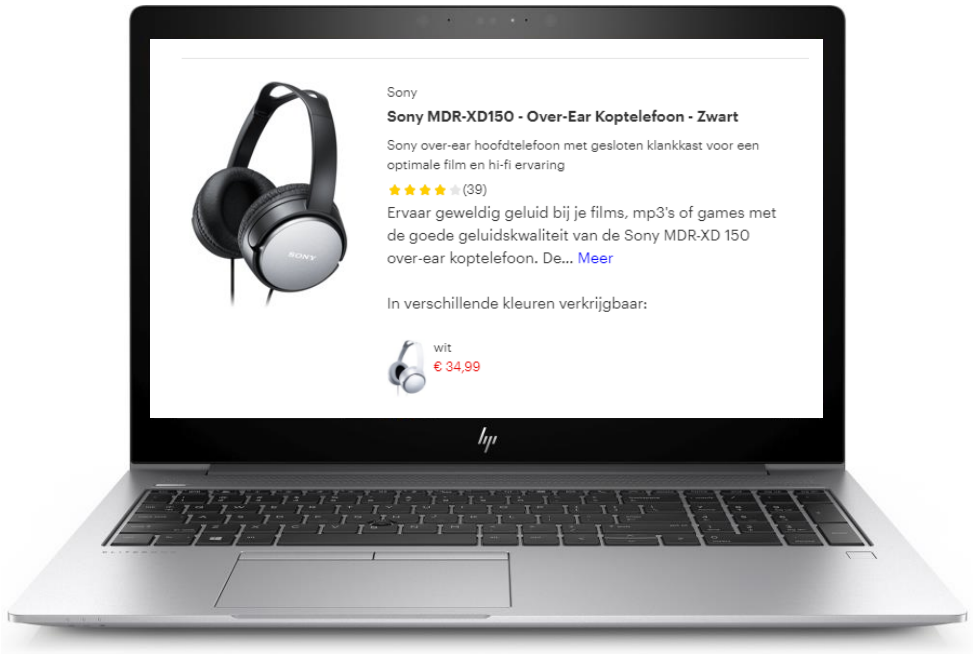


Less is more...
In de weergave hiernaast geven we een voorbeeld van een foutieve titel. De reden waarom deze titel niet wenselijk is heeft te maken met de lengte van de titel. Op desktop is hij nog goed te lezen, maar met name op mobiel wordt het lastig en laat dat nou net het device zijn waar de meeste traffic vandaan komt.

Synoniemen
Het is niet langer nodig om synoniemen in de titels te vermelden aangezien wij gebruik maken van een zo gehete synoniem manager. Dit is een systeem waar wij alle mogelijke synoniemen kunnen instellen om zo ook op deze woorden gevonden te worden.

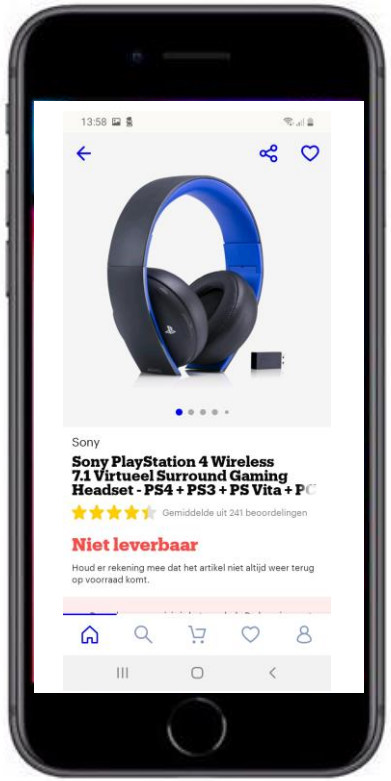
Voorbeeld van goed vs. fout

desktop



VS.

mobiel/app



bol.com

Less is more...
In de weergave hiernaast geven we een voorbeeld van een foutieve titel. De reden waarom deze titel niet wenselijk is heeft te maken met de lengte van de titel. Op desktop is hij nog goed te lezen, maar met name op mobiel wordt het lastig en laat dat nou net het device zijn waar de meeste traffic vandaan komt.

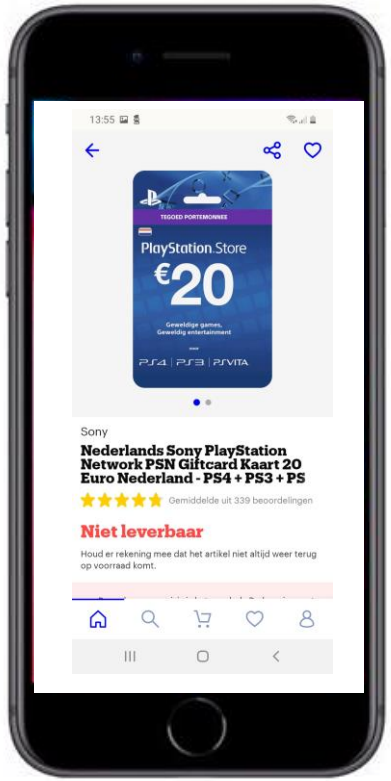
Synoniemen
Het is niet langer nodig om synoniemen in de titels te vermelden aangezien wij gebruik maken van een zo gehete synoniem manager. Dit is een systeem waar wij alle mogelijke synoniemen kunnen instellen om zo ook op deze woorden gevonden te worden.

Voorbeeld van goed vs. fout

desktop

VS.

mobiel/app



bol.com

Een goede productbeschrijving zorgt voor minder retourzendingen en klantvragen. Daarnaast zorgt een goede productomschrijving voor een conversiestijging van gemiddeld 10%.

Een unieke productbeschrijving zorgt ervoor dat jouw artikel beter vindbaar is in Google, dus zorg dat je de consument hiermee aanspreekt!

De eerste 120 tekens (ongeveer 2 zinnen) van een artikel worden bovendien direct in Google getoond als omschrijving bij een artikel.

Productbeschrijving

De 10 gouden tips

1. **Denk na over de doelgroep.**
   Welke vragen en twijfels kan de klant hebben over het artikel of product? Vragen als: wat zit er in de doos? Waarom zou de klant kiezen voor dit artikel, product of merk in plaats van een ander? Schrijf de productbeschrijving met dat in gedachte. Vermijd vakjargon en schrijf zoveel mogelijk in voor de klant begrijpelijke termen. Leg moeilijke termen kort uit.

2. **Bij bol.com gaan we informeel met onze klanten om.**
   Daarom kiezen wij ervoor onze klant aan te spreken met je. Doe dit s.v.p. ook in de productbeschrijving. De klant ziet bol.com immers als één winkel, ongeacht of de artikelen door bol.com worden aangeboden of door een verkoper. Gebruik bij voorkeur je in plaats van jij, het laatste klinkt vaak te direct.

3. **Spelfouten kunnen tot een conversieverlies van 50% leiden.**
   Check je productbeschrijvingen daarom goed.

4. **Maak je content uniek.**
   Kopieer de productinformatie niet één-op-één (van je eigen website) en verander minimaal de eerste twee regels. Zo is de productomschrijving uniek – ook ten opzichte van je eigen website. Hierdoor scoort de productpagina ook nog beter in de ranking van Google.

bol.com

5. Zorg voor een duidelijke opmaak in de omschrijving.

Maak gebruik van HTML codes voor dikgedrukte kopjes, lege regels en opsommingen om grote blokken tekst te voorkomen. Dit leest beter en is zowel voor de klant als Google belangrijk.

Hieronder vind je de HTML codes die zijn toegestaan:
<h3> Titel </h3>
 Paragraaf

 één nieuwe regel (één 'Enter')

 1 wit regel (twee 'Enters')
 dikgedrukt

Bullit point opsomming: •
• Hier maak je
• Een opsomming

Numerieke opsomming: 1, 2, 3
1. Hier maak je
2. Een numerieke
3. Opsomming

6. Maak een productomschrijving ook voor mobiel/app aantrekkelijk.

We zien een grote verschuiving van device namelijk van desktop naar mobiel/app. Daarom is het ook belangrijk om hier rekening mee te houden in je productomschrijving. Met name de eerste twee zinnen zijn belangrijk aangezien deze zichtbaar zijn op de lijstpagina's en binnen google. Dit geldt zowel voor mobiel als voor desktop dus houdt de eerste twee zinnen dan ook kort en bondig zodat de klant direct kan zien wat voor artikel dit is.

Let op:
Er mogen geen verwijzingen naar kortingen, garantieregelingen, URL's of andere artikelen/producten in de beschrijving komen.

Tip:
De ideale productbeschrijving voor mobile/app en voor google is maximaal 200 tekens. Vergeet hierin niet je merk, producttitel en – type in te verwerken!

Deze eerste 200 tekens worden geindexeerd door google. Hierin moet dus direct duidelijk worden waar het product voor staat.

Tip 2:
De ideale productbeschrijving is minimaal 300 tekens en maximal 600 tekens lang.

7. **Maak korte alinea's met een onderwerp per alinea.**
   Zet boven elke alinea in een duidelijk kopje waar de alinea over gaat. Soms is er zoveel te vertellen over een artikel of product en wordt de productbeschrijving daardoor lang. Door teksten in alinea's te verdelen maak je het voor de klant aantrekkelijker om te lezen.

8. **Probeer onderdelen uit de producttitel twee tot drie keer in de beschrijving terug te laten komen.**
   Dit zorgt ervoor dat het artikel of product beter vindbaar is via zoekmachines. Zoekmachines als Google leiden enorm voor bezoekers naar bol.com. De eerste twee regels van de productbeschrijving zijn voor zoekmachines het belangrijkst, probeer daarom merk, producttitel en één product – type in deze twee regels te verwerken. Let op: je hoeft niet de hele producttitel te kopiëren en plakken. Unieke content is daarnaast heel belangrijk voor Google. Lukt het niet op de hele productbeschrijving uniek te maken, probeer dan in ieder geval de eerste twee zinnen uniek te maken.

9. **Maak een productomschrijving ook voor mobiel/app aantrekkelijk.**
   We zien een grote verschuiving van device namelijk van desktop naar mobiel/app. Daarom is het ook belangrijk om hier rekening mee te houden in je productomschrijving. Met name de eerste twee zinnen zijn belangrijk aangezien deze zichtbaar zijn op de lijstpagina's en binnen google. Dit geldt zowel voor mobiel als voor desktop dus houdt de eerste twee zinnen dan ook kort en bondig zodat de klant direct kan zien wat voor artikel dit is. Houd hier rekening met max 120 tekens!

10. **Maak gebruik van bulletpoints**
    Het gebruik van bulletpoints in je teksten is van groot belang om kort en bondig de producteigenschappen toe te lichten. Idealiter doe je dit na de eerste 2 zinnen!

Let op:
Er mogen geen verwijzingen naar kortingen, garantieregelingen, URL's of andere artikelen/producten in de beschrijving komen.

Tip:
Zorg voor een duidelijke titel die bestaat uit minder dan 70 leestekens. Lukt dit niet? Let op: leestekens zijn inclusief spaties. Dit maximum is aan te raden, zodat de titel op alle apparaten, waaronder mobiel, gemakkelijk te lezen is.

Tip 2:
Zet geen (tijdelijke) aanduidingen/woorden als aanbieding of korting in de titel of productbeschrijving.

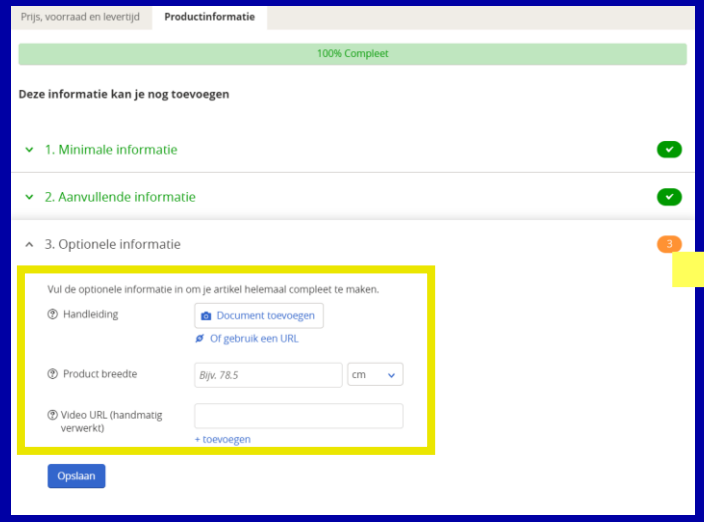
Voorbeeld van een product-beschrijving

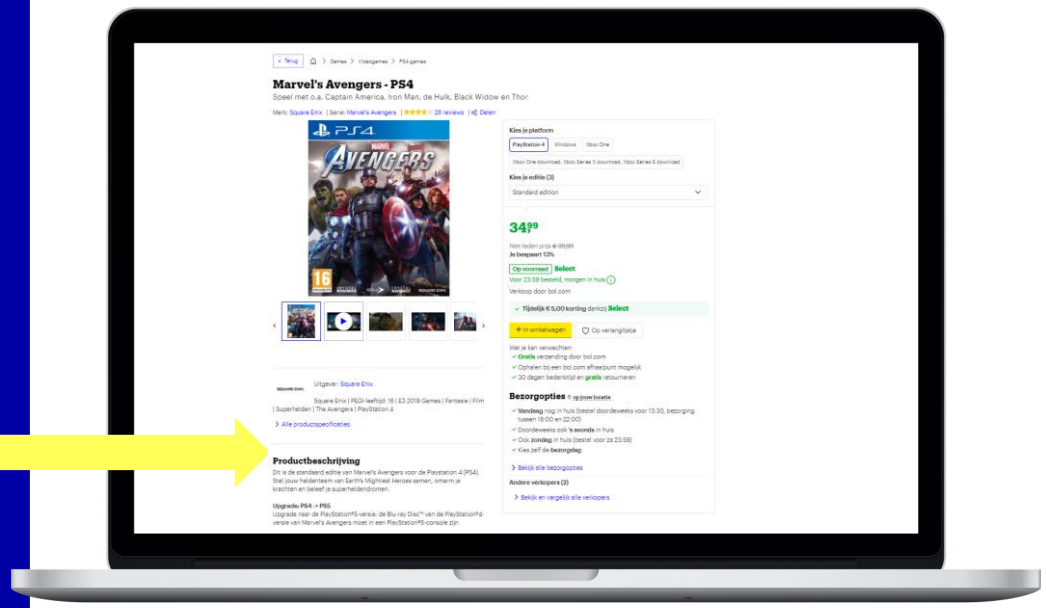
Verlaagd het aantal klantvragen met 20%

Handleiding nodig?
Bij technische producten die wat meer uitleg verdienen is het toevoegen van handleidingen en/of video's van zeer toegevoegde waarde!

Voeg een handleiding toe d.m.v. een PDF file of video d.m.v. een url.

Meer informatie vind je hier!





Productbeschrijving

Dit is de standaard editie van Marvel's Avengers voor de Playstation 4 (PS4). Stel jouw heldenteam van Earth's Mightiest Heroes samen, omarm je krachten en beleef je superheldendromen.

Upgrade: PS4 -> PS5
Upgrade naar de PlayStation®5-versie: de Blu-ray Disc™ van de PlayStation®4-versie van Marvel's Avengers moet in een PlayStation®5-console zijn ingevoerd om de corresponderende digitale versie van Marvel's Avengers voor PlayStation®5 gratis te kunnen spelen, zodra deze versie beschikbaar is.

Over Marvel's Avengers
Marvel's Avengers is een episch derdepersoons actie-avontuur dat een origineel, filmisch verhaal combineert met solo- en coöperatieve spelervaringen*. Vorm online een team van maximaal vier spelers, leer buitengewone krachten beheersen, maak aanpassingen aan een groeiende lijst helden en bescherm de aarde tegen escalerende dreigingen. Marvel's Avengers vervolgt de epische reis met nieuwe helden en nieuwe verhaallijnen die continu worden aangevuld om zo de ultieme Avengers-spelervaring te bieden. Dit wil je niet missen!

Marvel's Avengers: een episch en filmisch verhaal
Marvel's Avengers begint op A-day, wanneer Captain America, Iron Man, de Hulk, Black Widow en Thor een nieuw hightech Avengers-hoofdkwartier openen in San Francisco. Het feest ontaardt in een ramp wanneer een mysterieuze vijand een catastrofaal ongeluk veroorzaakt, wat voor een enorme verwoesting zorgt. De Avengers, die verantwoordelijk worden gehouden voor de tragedie, gaan uit elkaar. Vijf jaar later, als alle superhelden verboden zijn en de wereld opnieuw in gevaar verkeert, begint een groots avontuur wanneer de vastberaden jonge vrouw Kamala Kahn besluit om de Avengers weer bijeen te brengen en opnieuw op te bouwen om zo de ongecontroleerde macht van de geheime organisatie AIM aan banden te leggen.

Spelinstellingen

- Speel in een episch origineel Avengers verhaal
- Single-player en co-op modus
- Diverse upgrades en skill trees
- Speel online in een team van 4 als je favoriete characters
- Vernieuwend combat systeem

Marvel's Avengers op PlayStation 5
Spelers die een versie van de game voor de huidige generatie consoles bezitten, krijgen later dit jaar zonder extra kosten een upgrade naar de next-gen-versie. Dit geldt voor spelers die upgraden van PlayStation®4 naar PlayStation®5. Spelers kunnen ook hun save-bestanden verplaatsen naar de next-gen-consoles, inclusief hun spelerprofielen en vorderingen, zodat ze op de nieuwe consoles verder kunnen spelen vanaf het punt waar ze waren gebleven. Daarnaast maakt de ondersteuning van cross-gen play het mogelijk dat PS5™-spelers kunnen samenspelen met vrienden die op de PS4™ spelen.

Overige informatie: let op
Er is een eenmalige toegang benodigd voor de singleplayer campagne, de multiplayer en om de content na de release te downloaden. Verder is er een gratis Square Enix-account vereist. Platformspecifieke online abonnementskosten zijn mogelijk vereist.

bol.com

SEO staat voor Search Engine Optimalisation, ook wel zoekmachineoptimalisatie genoemd.

Voor je start aan de content: Doe zoekwoordenonderzoek

Voor het schrijven van product content is de productnaam de belangrijkste zoekterm. Echter kan het goed zijn om wat meer relevantie mee te geven.

Waarom relevant?

Voorbeeld is het peaky blinders bordspel. Het spel heet: Peaky Blinders - under new management. Als je niet weet dat dit een bordspel is zou het ook om een peaky blinders dvd kunnen gaan. Wanneer mensen zoeken op 'peaky blinders spel' in Google kwam de PDP van bol.com in eerste instantie niet naar boven. Na het toevoegen van 'bordspel' in de titel en beschrijving rankte de PDP op 1 in Google voor relevante zoektermen. Welke zoektermen dit waren werd bepaald door middel van zoekwoordenonderzoek.

Hoe kun je onderzoek doen?

Gebruik Google keywordplanner (→ Google data van de NL markt) om te controleren welke woorden de consument gebruikt en verwerk deze woorden in je productbeschrijving.

Denk hierbij ook aan enkelvoud en meervoud, synoniemen en USP's waar klanten specifiek op zoeken.

Hiermee bouw je relevantie op in Google voor je productpagina. Dit kan voor extra traffic zorgen.

Zoekwoordplanner
Via de Google keywordplanner kan je checken welke woorden de consument gebruikt.

Tip:
Check de zoekwoordplanner altijd voor dat je begint met het schrijven van je content.

SEO

Schrijf product titel (& daarmee ook de URL)

Nu je weet welke zoektermen naar de productnaam relevant zijn kun je de titel van de PDP maken. Let op! de URL en de product titel zijn aan elkaar gelinkt. Pas je de producttitel aan verandert de URL ook mee.

Waarom is dit relevant?

Wanneer je de titel aanpast wijzigt URL dus mee. Dit is een nieuwe URL voor Google. Dit zorgt ervoor dat Google de URL ook als nieuwe pagina behandelt. In de rankings verliezen we per titel/url wijziging gemiddeld genomen 10% aan waarde dat impact heeft op ranking en traffic. Indien je dus een producttitel aanpast dit echt een verbetering zijn waardoor we beter op de juiste zoektermen worden gevonden! Wil je per se iets veranderen en de URL niet mee laten wijzigen? Zet de nieuwe content tussen haakjes ( ), dan verandert de url niet mee!

USP's : is er iets bijzonders aan het product?

Bijvoorbeeld dat het in België niet te koop is. Zet het in de subtitel! Mocht de USP dan door de tijd heen wijzigen, hoeft niet de paginatitel en daarmee de URL aangepast worden.

SEA-eis aan titel

Max. 70 karakters voor shopping; anders titel niet zichtbaar in Shopping. Alles na het eerste [spatie]- [spatie] wordt afgebroken, zorg dus dat daar het belangrijkste in staat. Dit geldt niet voor woorden waar een streepje in zit zoals merknaam: "harman-kardon". Hier zitten namelijk geen spaties tussen.

Zoekwoordplanner
Via de Google keywordplanner kan je checken welke woorden de consument gebruikt.

Tip:
Check de zoekwoordplanner altijd voor dat je begint met het schrijven van je content.

Afbeeldingen

Waar moeten afbeeldingen aan voldoen?

Goede afbeeldingen zorgen voor meer verkopen. Bij artikelen maken we een onderscheid tussen de hoofdafbeelding en de additionele afbeeldingen.

Elk artikel moet voorzien zijn van een hoofdafbeelding voordat het artikel gepubliceerd kan worden. Additionele afbeeldingen worden niet als verplicht aangegeven, maar zijn wel zeer belangrijk. Uit onderzoek is gebleken dat extra afbeeldingen zorgen voor een hogere conversie en sales. Daarnaast verminderden toevoegde sfeerafbeeldingen het aantal retourzendingen en klantvragen.

Het product beeld (de hoofdafbeelding):

- ✓ Witte achtergrond en geen kader
- ✓ Het product zo groot mogelijk wordt afgebeeld. Zorg dus voor zo min mogelijk witruimte!
- ✓ Geen schetsen
- ✓ Geen watermerk, logo's, aantal stuks of prijzen
- ✓ Minimale resolutie voor zoomfunctie: 1.200 x 1.200 pixels
- ✓ Maximale resolutie: 6000 x 6000 pixels
- ✓ Bestandsgrootte: minimaal 30KB en maximale 25MB
- ✓ Bestandssoort: JPG, JPEG, PNG
- ✓ Kleurmodus RGB of sRGB (niet CMYK)
- ✓ Per kleur en maat aanleveren (op EAN niveau)

Afbeeldingen: vernieuwde werkwijze

Sinds kort worden afbeeldingen met een verbeterde technologie verwerkt.

Wat doet de nieuwe technologie anders dan voorheen?

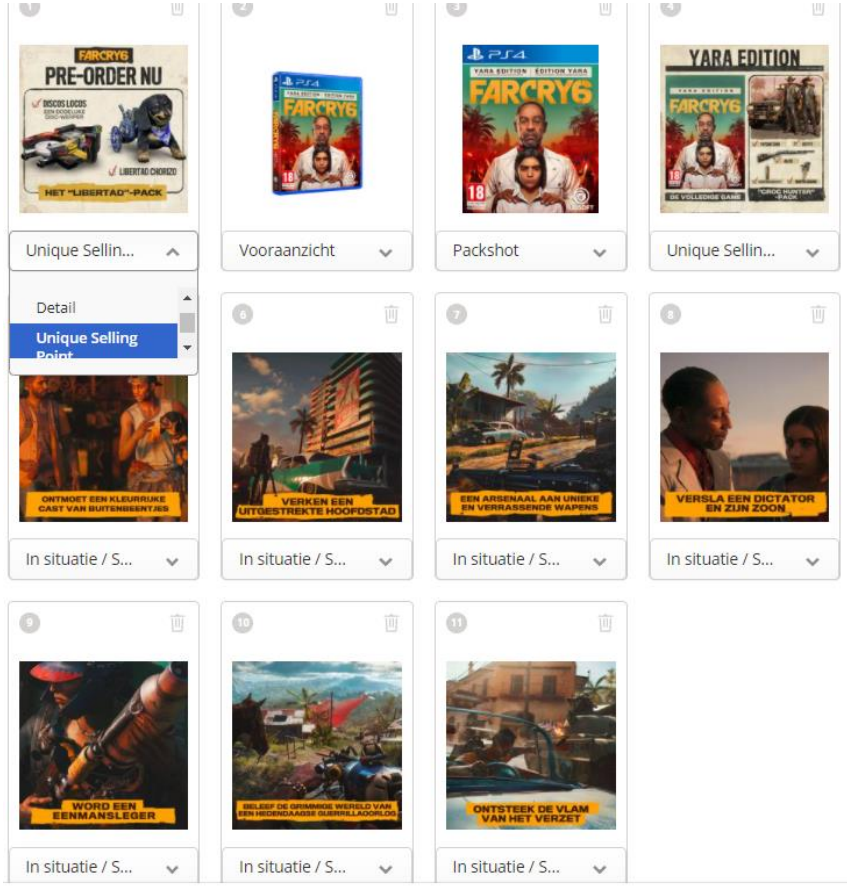
• Iedere unieke afbeelding die aangeleverd wordt voor een product komt online

• Op basis van data en kwaliteit van de afbeeldingen bepaalt het systeem de beste volgorde van afbeeldingen.

• Afbeeldingen komen gemiddeld binnen 1 uur online waarmee het een stuk sneller is dan voorheen.

• Om de techniek 'goed' zijn werk te laten doen vragen we je om de afbeeldingen die je upload een label mee te geven. Hierdoor maakt het niet uit welk bestandsnaam je gebruikt, dit komt voor het uploaden in de portal te vervallen.

Geef per afbeelding aan welk aanzicht de afbeelding heeft. Staat het gewenste aanzicht er niet tussen? Kies dan voor 'anders' en stuur een e-mail naar supplier@bol.com om je verzoek voor een nieuw label in te dienen.



Afbeeldingen: vernieuwde werkwijze

Per productclassificatie is dus bepaald welke labels van toepassingen zijn voor deze productgroep en in welke volgorde deze worden weergegeven op de productpagina. Het beste image per label komt vooraan, alle overige afbeeldingen komen ook online, maar achteraan de rij! Voor videogame en videogameconsole vind je hieronder de volgorde. Voor de rest van de games winkel op de volgende slide.

Chunk name	Hoofdafbeelding	Default Usage Energylabel	2e	3e	4e	5e	6e	7e	8e	9e	10e	11e
Videogame	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	In situatie / Sfeerbeeld	Zijaanzicht	Detail	Logo	Anders
Videogameconsole	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	In verpakking	Unique Selling Point	Unique Selling Point	In situatie / Sfeerbeeld	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Detail	Logo	Anders

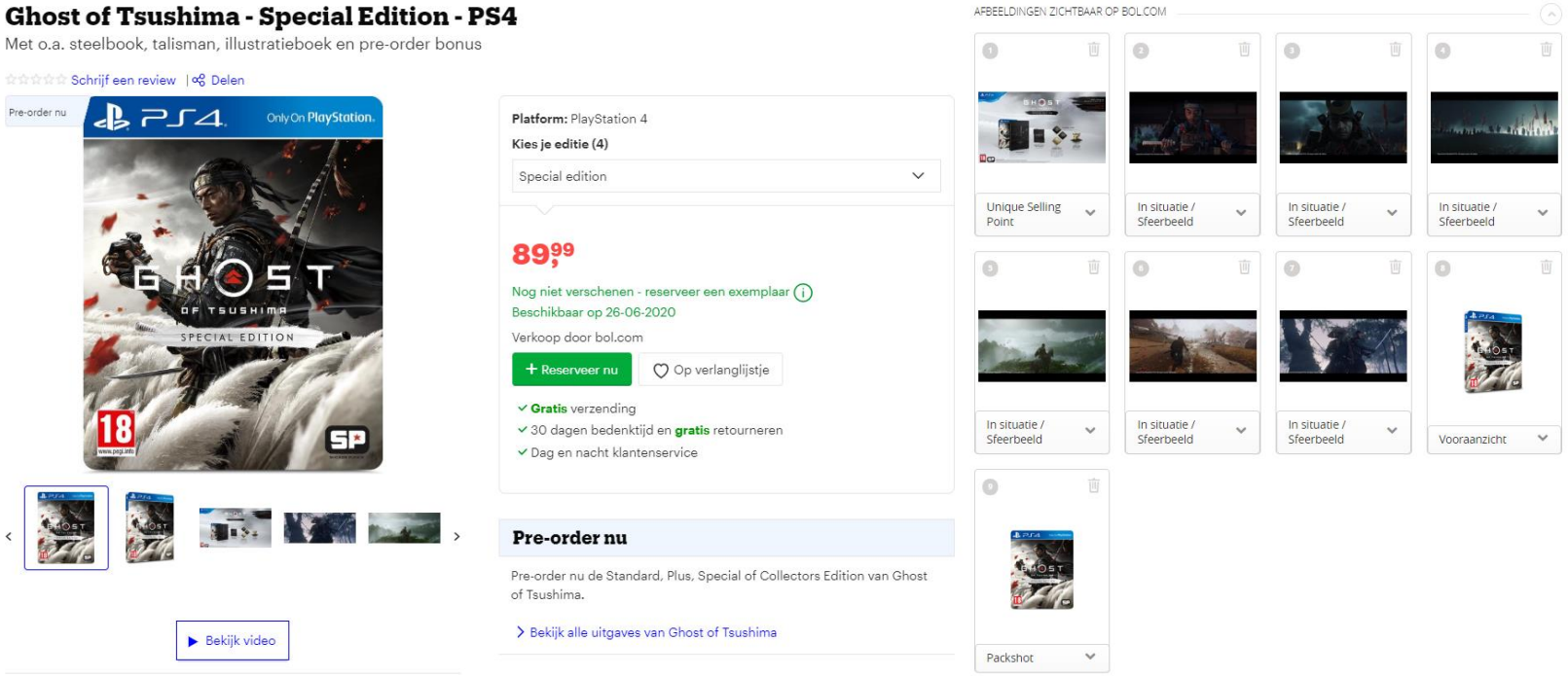
Afbeeldingen: vernieuwde werkwijze

Chunk name	Hoofdafbeelding	Default Usage Energylabel	2e	3e	4e	5e	6e	7e	8e	9e	10e	11e	12e	18e	19e	20e
Controller	Vooraanzicht	Energielabel	Packshot	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Joystick	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Console start- of accessoirepakket	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Spelcomputer houder	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Spelcomputer laadkabel	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Game uitbreiding	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	In situatie / Sfeerbeeld	In situatie / Sfeerbeeld	In situatie / Sfeerbeeld	In situatie / Sfeerbeeld	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders			
KVM-switch	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Dj-console	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Physical game add-on	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	In situatie / Sfeerbeeld	In situatie / Sfeerbeeld	In situatie / Sfeerbeeld	In situatie / Sfeerbeeld	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders			
Game points en value card	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	In situatie / Sfeerbeeld	In situatie / Sfeerbeeld	In situatie / Sfeerbeeld	In situatie / Sfeerbeeld	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders			
Flight sim control	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Consolestylus	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Games Cheat device	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Game- of racestoel	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Virtual reality bril	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Fight- en arcadesticks	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Controller grip	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Thumb grip	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Controller skin	Vooraanzicht	Energielabel	Packshot	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Controller behuizing	Vooraanzicht	Energielabel	Packshot	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Controller faceplate	Vooraanzicht	Energielabel	Packshot	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Controller batterypack	Vooraanzicht	Energielabel	Packshot	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Controller kit	Vooraanzicht	Energielabel	Packshot	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Controller knop	Vooraanzicht	Energielabel	Packshot	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Game headset	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Game capture	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Gaming stuurwiel	Vooraanzicht	Energielabel	Packshot	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Gaming racestuurstandaard	Vooraanzicht	Energielabel	Packshot	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Gaming racestuurshifter	Vooraanzicht	Energielabel	Packshot	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Gaming racestuurpedalen	Vooraanzicht	Energielabel	Packshot	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Gaming racestuurmodule	Vooraanzicht	Energielabel	Packshot	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Spelcomputer oplaadstation	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Console tas	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Consolehoes	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Console screenprotector	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Consolecamera	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Mount voor consolecamera	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders
Console muziekinstrument	Packshot	Energielabel	Vooraanzicht	Vooraanzicht	Unique Selling Point	Unique Selling Point	Zijaanzicht	Zijaanzicht	Bovenaanzicht	Bovenaanzicht	In verpakking	In verpakking	In situatie / Sfeerbeeld	Detail	Logo	Anders

Hoofdafbeeldingen

Het aanzicht

- Voor videogames is het onderstaande product (games -> videogames -> PS4-games) een mooi voorbeeld een packshot, vooraanzicht (=3D packshot), diverse in-game beelden (=In situatie/sfeerbeeld) en USP (DLC uitleg is gemaakt).



Tip:
Gebruik 'schone' afbeeldingen
Dus geen kortingslabels, watermerken, bedrijfsnamen en/of bedrijfslogo's.
Google Shopping weigert deze!

Want een significant deel van je traffic vanuit google shopping

Tip 2:
Voorkom claims!
Gebruik eigen afbeeldingen of andere rechtenvrije bronnen (i.v.m. auteursrecht) -> dus GEEN Google images.

Tevens niet verwijzen naar afbeeldingen op bol.com en maak geen inbreuk op de rechten van derden (bijv. merkrechten & auteursrechten).

Additionele afbeeldingen

Additionele afbeeldingen geven je de mogelijkheid je artikelen van verschillende kanten te belichten.

Denk aan:

1. Het artikel vanuit een andere positie (voorkant, achterkant, binnenkant, onderkant, zijkant).
   Zorg dat je minimaal 2 afbeeldingen toevoegt vanuit een andere positie.
2. Minimaal 1 afbeelding toevoegen waar het artikel in verhouding te zien is zodat de klant een goede inschatting kan maken van de grootte van het artikel. Dit helpt retouren verminderen.
3. Het artikel in een sfeerafbeelding geeft de klant inspiratie en daarnaast laten ze ook goed de verhouding zien zodat de klant een goede inschatting kan maken van de grootte van het artikel. Dit helpt retouren te verminderen.
4. Een close-up of detailfoto (in gebruik) zorgt ervoor dat de klant beter kan inschatten wat hij exact thuisbezorgd krijgt.

Elke categorie is anders...

Zo zijn bij elke categorie andere productspecificaties cruciaal. Daarom is het zo belangrijk dat je voor de juiste productclassificatie kiest. Pas dan krijg je relevante attributen om te vullen en welke essentieel zijn voor de klant.

Product attributen

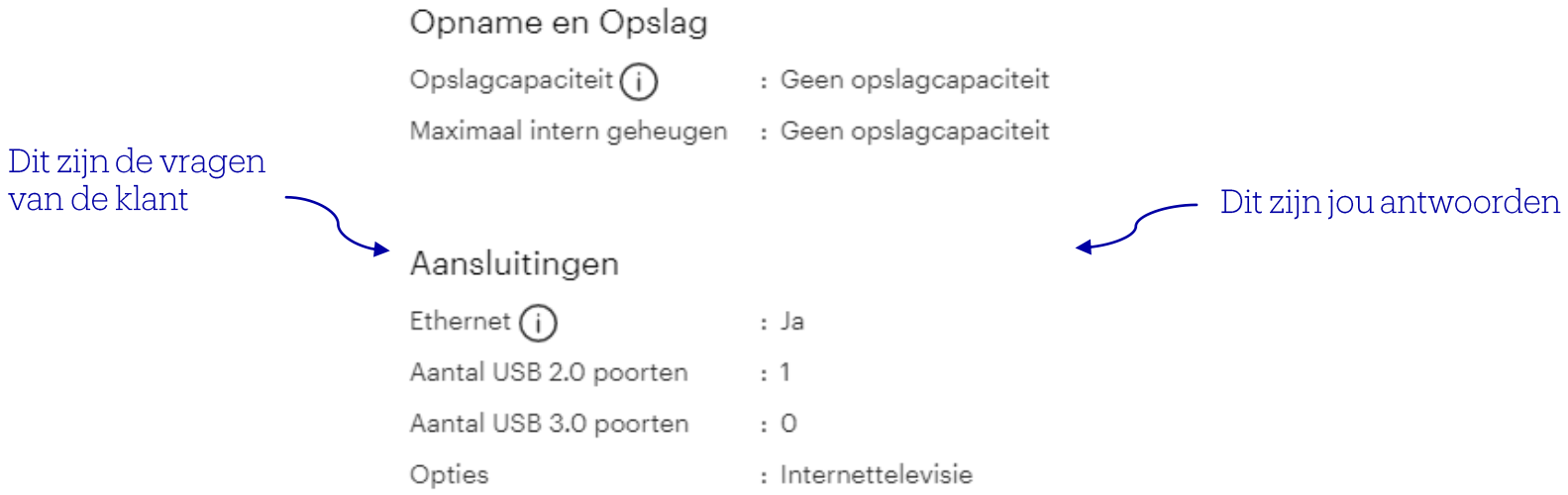
Goede productinformatie is belangrijk voor het succesvol verkopen van je assortiment via bol.com. Deze informatie helpt de klant namelijk om een duidelijk beeld te vormen van zijn eventuele aankoop.

Hoe meer informatie er bekend is over een artikel, hoe groter de kans dat de klant tot een aankoop overgaat. Ook wordt je artikel met volledige productinformatie beter vindbaar – zowel binnen bol.com als via externe zoekmachines als Google.

Echter is niet alle informatie even essentieel en daarom is het goed om te weten welke niveaus er zijn.

Bekijk hier meer informatie over de vereiste (minimale) productinformatie.

Productspecificaties zijn er om de klant te helpen.



Waar is de bol.com productinformatie uit opgebouwd

De basis van jou artikel
Deze informatie hebben we nodig om te bepalen welke productinformatie je in de volgende levels dient te vullen. De basis bestaat uit; de EAN code, de productclassificatie, de producttitel, de productbeschrijving en de juiste afbeelding(en).

Minimale product informatie
Deze informatie hebben we minimaal nodig om je product online te krijgen op bol.com. Heb je alles netjes ingevuld dan is je product voldoende gevuld om getoond te worden op bol.com.

Aanvullende/essentiële informatie
Wil je beter gevonden worden op bol.com? Dan is deze productinformatie zeker van belang. Klanten maken namelijk gebruik van filters en zoekopties. Wil je dat jou artikelen na het filteren nog zichtbaar zijn in de resultaten dan is het van belang om deze product eigenschappen (correct) in te vullen.

Optimale/belangrijke informatie
Zet de puntjes op de 'i' en boost je conversie! Uiteindelijk draait het allemaal om conversie. Hoe meer informatie de klant kan vinden, des te groter de kans dat het product ook daadwerkelijk wordt gekocht. Deze informatie is dan ook belangrijk om correct in te vullen.

Wist je dat;
Productspecificaties dienen ook als input voor de filters op de lijstpagina...

... bepalen mogelijk waar je product in de winkel te vinden is.

... en dienen als input voor de zoekmachine en Google.

Optimale titel opbouw
Op blz 6 van deze handleiding vind je nogmaals de perfecte titel vereiste terug!

De verschillende content levels

Wanneer je productinformatie verbetert of aanvult via bulk kun je de verschillende niveaus herkennen aan de volgende kleuren:

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

Zie je een veld met een rode rand? Dan staat er waarschijnlijk een foute waarde in dit veld. Wanneer je met de cursor over het veld gaat wordt via een melding aangegeven wat er niet klopt of welke informatie noodzakelijk is.

Wanneer je informatie aanlevert via Excel, kun je deze niveaus herkennen de volgende kleuren:

- Wit: minimaal vereiste productinformatie om je artikel te koop te kunnen zetten.
- Geel: essentiële informatie om je artikel vindbaar te maken via bol.com.
- Groen: belangrijke en aanvullende informatie voor klanten die informatie zoeken over het artikel.
- Zwart: deze informatie wordt niet verwerkt, omdat deze niet relevant is gebleken voor het artikel (deze is dus ook niet aan te passen).
- Grijs: over dit artikel is productinformatie bekend bij bol.com. Informatie toevoegen is mogelijk, al wordt dit alleen verwerkt wanneer het de bestaande productinformatie kwalitatief verbetert. Dit is dus niet altijd aan te passen.

Wist je dat;
Productspecificaties dienen ook als input voor de filters op de lijstpagina...

... bepalen mogelijk waar je product in de winkel te vinden is.

... en dienen als input voor de zoekmachine en Google.

Optimale titel opbouw
Op blz 6 van deze handleiding vind je nogmaals de perfecte titel vereiste terug!

De verschillende content levels

Minimale product informatie: informatie waarvan bekend is dat klanten hiernaar op zoek zijn.

VIDEOGAMES -> GAMES GENRE & TYPE GAME

Vanzelfsprekend is dit attribuut voor videogames van doorslaggevend belang voor de klant die nog niet exact weet waar hij of zij naar op zoek is. actie, avontuur en race zijn de populairste genres. Ook het attribuut 'SPELTYPE' is hierbij van belang, deze gaat nog een niveau hoger in op de zoektocht. Denk aan: behendigheid, arcade of third person.

VIDEOGAMES -> MINIMUMLEEFTIJD RATING

Met name als je voor iemand anders iets koopt bijvoorbeeld als cadeau is het bijvoorbeeld fijn om te weten dat je iets koopt wat binnen de leeftijd valt voor wie je wat koopt.

VIDEOGAMES (collector's edition) -> AFMETINGEN

Voor met name collectors editions is het vanwege de sterk afwijkende afmeting (zie afbeelding als voorbeeld) van groot belangrijk voor onze logistieke afdeling om de afmetingen te vullen voor (!) release om een succesvolle levering te garanderen.

VIDEOGAMES -> PRODUCTTAAL, TALEN CONTAINER, TALEN PRODUCT & ONDERTITELS

Gezien wij sinds 2020 ook producten in Wallonië aanbieden is het extra belangrijk om deze taal attributen goed gevuld te hebben.

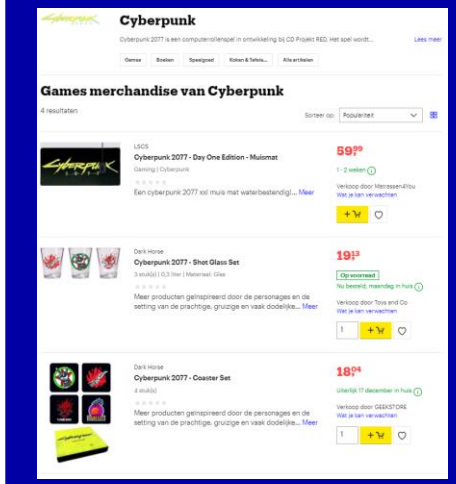
VIDEOGAMES -> PERSONAGE

Voor sommige games wordt ook veel merchandise uitgebracht, hiervoor is dan vaak ook een personage beschikbaar, waardoor de games ook vindbaar zijn samen met de merchandise in Google (zie Cyberpunk 2077 voorbeeld). Vind je geen personage beschikbaar? Stuur dan even een e-mail naar de content specialist om hier een voorstel voor te doen.

Wist je dat;
Productspecificaties dienen ook als input voor de filters op de lijstpagina...

... bepalen mogelijk waar je product in de winkel te vinden is.

... en dienen als input voor de zoekmachine en Google.



De verschillende content levels

Minimale product informatie: informatie waarvan bekend is dat klanten hiernaar op zoek zijn.

VIDEOGAMES -> DLC en/of BETA

Alleen na overleg met de inkoper mag er een DLC pre-order bonus of BETA mogelijkheid aangeboden bij een videogame. Let op dat hiervoor de 'DLC-BETA Richtlijnen Versie 1 2020' gehanteerd wordt. Vervolgens is het van groot belang om deze promotie zo helder als mogelijk te vermelden d.m.v. assets en in de productbeschrijving (zie voorbeelden hieronder).

CONTROLLERS -> OPTIES

Een makkelijke filteroptie om de belangrijkste functionaliteiten van je nieuwe controller te selecteren.

CONTROLLERS -> OFFICIEEL VS. OFFICIAL LICENSED

Voor controllers is het zeer belangrijk om transparant naar de consument te zijn over of een controller officieel is of official licensed. Vermeld dit ten alle tijden duidelijk in de titel, subtitel (via content specialist) en beschrijving.

Pre-order de game en ontvang unieke in-game items in het HITMAN 3 – Trinity Pack, inclusief kostuums, koffers en wapens die de verschillende games uit de World of Assassination-trilogie vertegenwoordigen.

De DLC-code wordt via e-mail door ons op de dag van release uitgestuurd. Wissel de code in volgens de reguliere inwisselmethode van de Playstation Store.

Pre-order bonus
Pre-order nu om toegang te krijgen tot het Libertad Pack*. Dit pack bevat de "Libertad Outfit" voor je trouwe Chorizo en het hypermoderne wapen "Discos Locos". Deze discwerper laat je vijanden dansen op hun eigen graf.

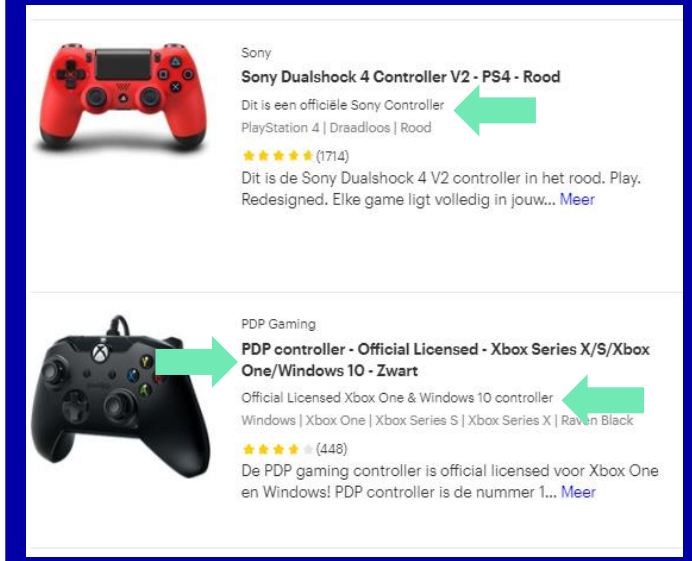
Pre-order bonus
Pre-order nu voor de bonusmissie A Tale of Fire and Lightning – en ontdek het verhaal van Helios en Phaeton! De pre-order bonus kun je als volgt verzilveren:

1. Op de dag van release ontvang je van bol.com de ontgrendel-instructies per e-mail.
2. Ga met deze code naar de volgende website: www.immortalsfenyxrising.com/redeem.
3. Log in met je Ubisoft-account of registreer je.
4. Selecteer het platform van je voorkeur.
5. Verzilver de code.

DLC-BETA Richtlijnen

We hebben een checklist uitgeschreven waarin alle input staat die wij moeten ontvangen voor dat een DLC en/of BETA promotie live kan in onze winkel. Dit i.v.m. dit soort type promoties zeer gevoelig zijn qua CS-kosten.

Klik hier om de checklijst te bekijken.



De verschillende content levels

Minimale product informatie: informatie waarvan bekend is dat klanten hiernaar op zoek zijn.

CONSOLES -> MEEGELEVERD

Vaak is dit na aanschaf nog wel eens onderwerp van discussie, daarom altijd als dit attribuut netjes gevuld is zodat we dit kunnen raadplegen in de productspecificaties. Een asset wat toelicht wat exact bijgesloten zit in de verpakking hierbij extra fijn (zie hieronder een voorbeeld).

CONTROLLERS -> OPTIES

Een makkelijke filteroptie om de belangrijkste functionaliteiten van je nieuwe controller te selecteren.

Verpakkingsinhoud	:	Draadloze controller, 825 GB SSD, basisstation, HDMI®-kabel, netsnoer, USB-kabel, gedrukt materiaal, ASTRO's PLAYROOM (vooraf geïnstalleerde game. Console moet mogelijk worden bijgewerkt naar de nieuwste systeemsoftwareversie. Internetverbinding vereist.)

Wist je dat;
Productspecificaties dienen ook als input voor de filters op de lijstpagina...

... bepalen mogelijk waar je product in de winkel te vinden is.

... en dienen als input voor de zoekmachine en Google.

De verschillende content levels

Minimale product informatie: informatie waarvan bekend is dat klanten hiernaar op zoek zijn.

GAMING HEADSETS -> GAME PLATFORM & OVERIGE PLATFORMEN

We hebben twee aparte attributen in het leven geroepen gezien de functionaliteiten nog wel eens per platform kunnen afwijken. Bij 'game platform' vul je dus alleen de platformen die alle functionaliteiten ondersteunen. Bij 'overige platformen' vul je de rest in.

GAMING HEADSETS -> AANSLUITING PER PLATFORMEN

Naast wat exact zit bijgeleverd is niet altijd snel aan de afbeelding af te zien wat voor aansluitingen er op het product zitten, vandaar fijn om dit attribuut goed te vullen.

GAMING HEADSETS -> GELUIDSWEERGAVE PER PLATFORM & GELUIDSWEERGAVE & DECODER FORMAT

Voor de hardcore gamers is het vaak belangrijk om exact te weten per platform welke geluidsweergave beschikbaar is. Deze drie attributen zorgen dat dit inzichtelijk wordt gemaakt.

GAMING HEADSETS -> OVERIGE BELANGRIJKE ATTRIBUTEN

Overige belangrijke attributen voor gaming headsets zijn headset verbinding, draagwijze, ingebouwde microfoon en geluidsstandaard. Voor succesvolle filtering in onze winkel, zorg er s.v.p. dat deze content attributen gevuld zijn voor uw producten.

Wist je dat;
Productspecificaties dienen ook als input voor de filters op de lijstpagina...

... bepalen mogelijk waar je product in de winkel te vinden is.

... en dienen als input voor de zoekmachine en Google.

Speciale asset voor compabiliteit

Extra visuele uitleg over de compabiliteit van gaming headsets is zeer gewenst om retouren te voorkomen. Zie hieronder een voorbeeld.

Families
Een productfamilie is een artikel welke in meerdere kleuren, maten of inhoud beschikbaar is. Het is mogelijk om hier een productfamilie van te maken op max. 2 vooraf ingestelde specificaties.

Deze specificaties worden bol.com breed op productgroep vastgesteld, niet op bijv. merkniveau.

Binnen een productfamilie kan een klant makkelijk schakelen tussen de verschillende artikelen. Wat ervoor kan zorgen dat de klant sneller tot aankoop overgaat.

Families

Product families

Voorwaarden voor het maken van een productfamilie

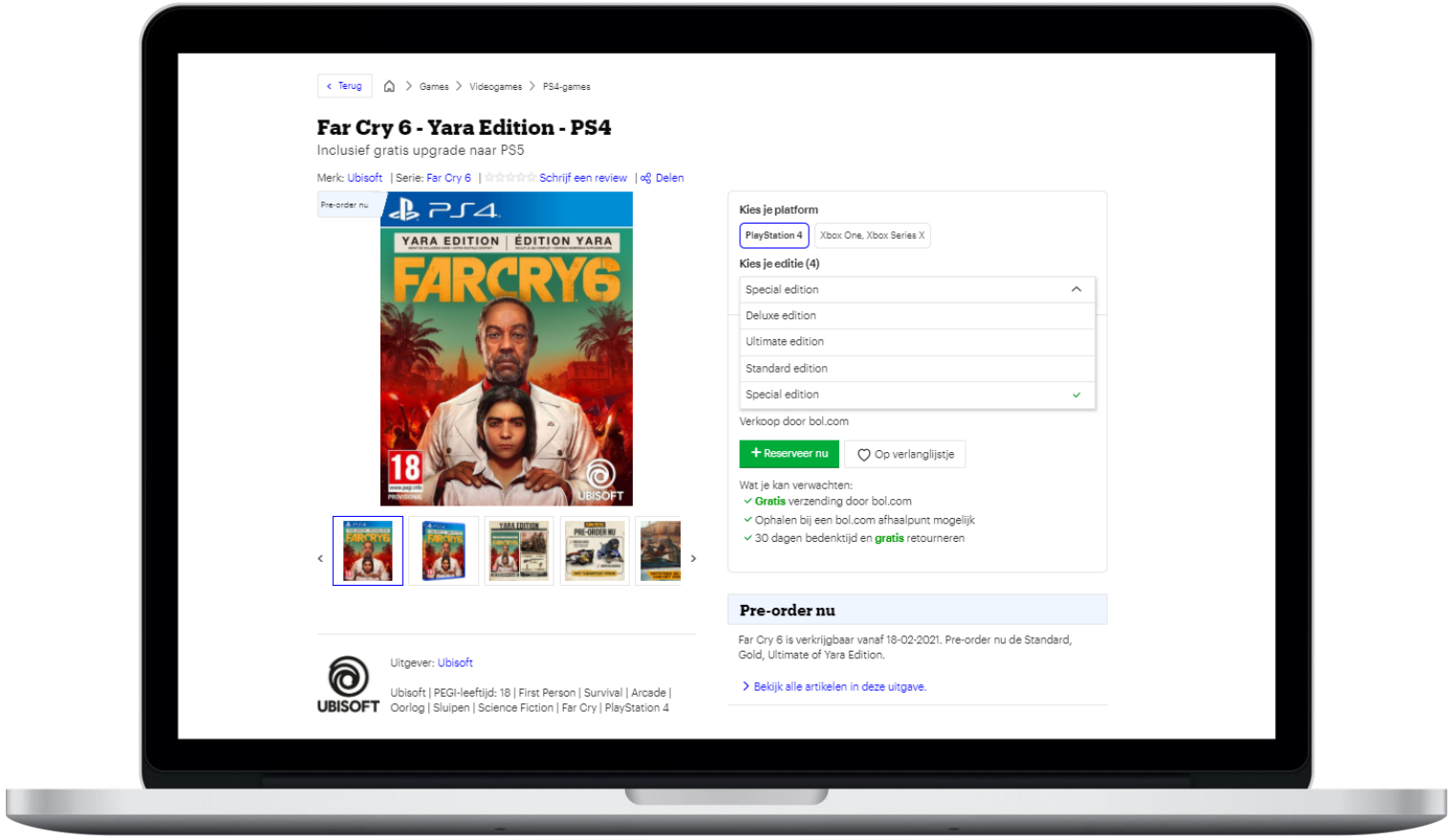
- ✓ Alle artikelen binnen de productfamilies hebben een afzonderlijk EAN.
- ✓ Voor alle artikelen is de minimale productinformatie ingevuld.
- ✓ Voor alle artikelen is het kenmerk dat onderscheidend is voor de productfamilie, bijvoorbeeld kleur of inhoud ingevuld.

Een productfamilie maken?

Dit kun je zelf doen vanuit je verkoopaccount.
Hoe je dat precies moet doen lees je in de handleiding voor productfamilies (vanaf pagina 5)

Heb je twijfel of je van jouw artikel wel een productfamilie kunt maken? Uitleg hierover vind je bovenaan in deze handleiding.

Productfamilies



Hier zie je een productfamilie met een standaard, special, limited en collectors editie ingeregeld.

Voordelen van een familie:

- Gemiddelde sales stijging van 10%
- Klantvriendelijke pagina's
- Meeliften op de paginaranking van een ander product in de familie
- Gebundelde reviews en views
- Faciliteert het keuzeproces binnen verschillende varianten

Een product met een 4/5 sterren beoordeling zorgt voor een hogere conversie tot wel +40%

Eerlijke reviews werken conversie verhogend!

Voldoe je aan de verwachtingen van de klant doordat o.a. je content er tip top bijstaat dan zie je dit ook terug in aan het aantal sales, je reviews, maar ook in het lagere aantal retouren & klantcases.

Hoe hoger de review score des te sneller een klant overgaat tot aankoop van het desbetreffende product.

Door goede en eerlijke reviews 'blinkt' je product uit tussen alle andere producten binnen dezelfde productcategorie.
Voldoet een product niet aan de verwachtingen of strookt de content niet met de gebruikservaring dan zal het aantal retouren, slechte reviews en klantvragen toenemen.

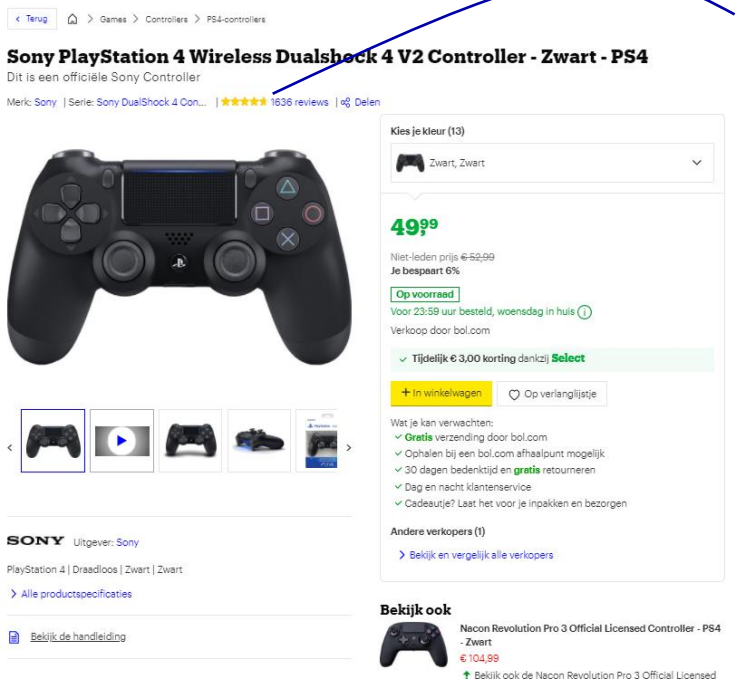
Het verhoogt ook je betrouwbaarheid als verkoper!

Op het gebied van content kun je dus echt het verschil maken!

Reviews

Klanten kiezen eerder voor een product met veel goede en eerlijke reviews dan producten zonder reviews.

Wist je dat;
Vanaf 20+ 4/5 sterren reviews maakt jou product het verschil!

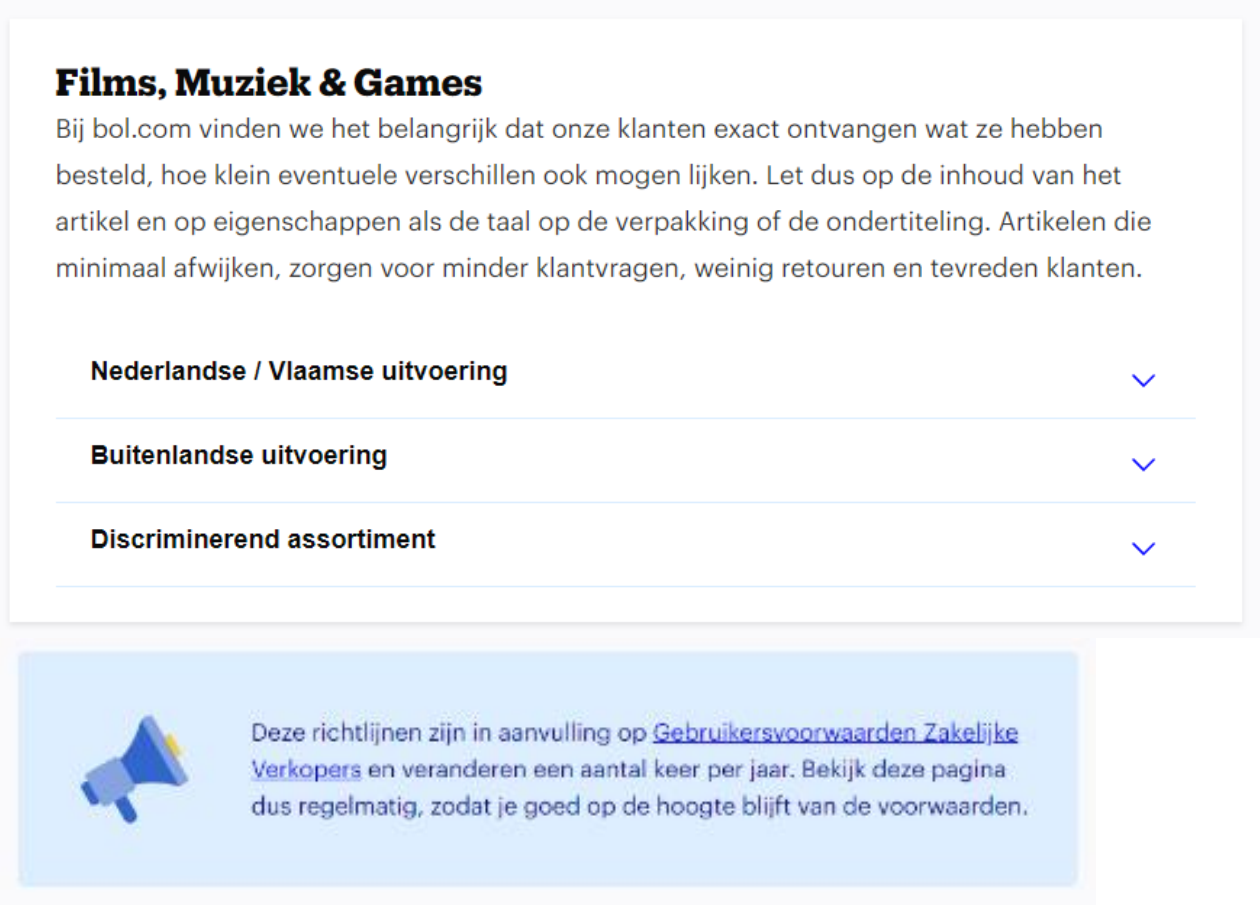


Richtlijnen & beleid

Versie Februari 2020

Om de kwaliteit en veiligheid van ons gezamenlijke assortiment te waarborgen zijn er richtlijnen opgesteld. Op die manier kunnen we klanten nog beter garanderen dat ze een juiste aankoop doen.

De verschillende richtlijnen per specifieke productcategorie vind je hier. Daarnaast vind je op deze pagina ook de vier algemene spelregels voor jouw aanbod.



Let op!

Als aanbieder ben je er zelf verantwoordelijk voor dat jouw aanbod voldoet aan de geldende wet- en regelgeving in Nederland en België.

Win daarom juridisch advies in wanneer je twijfelt.

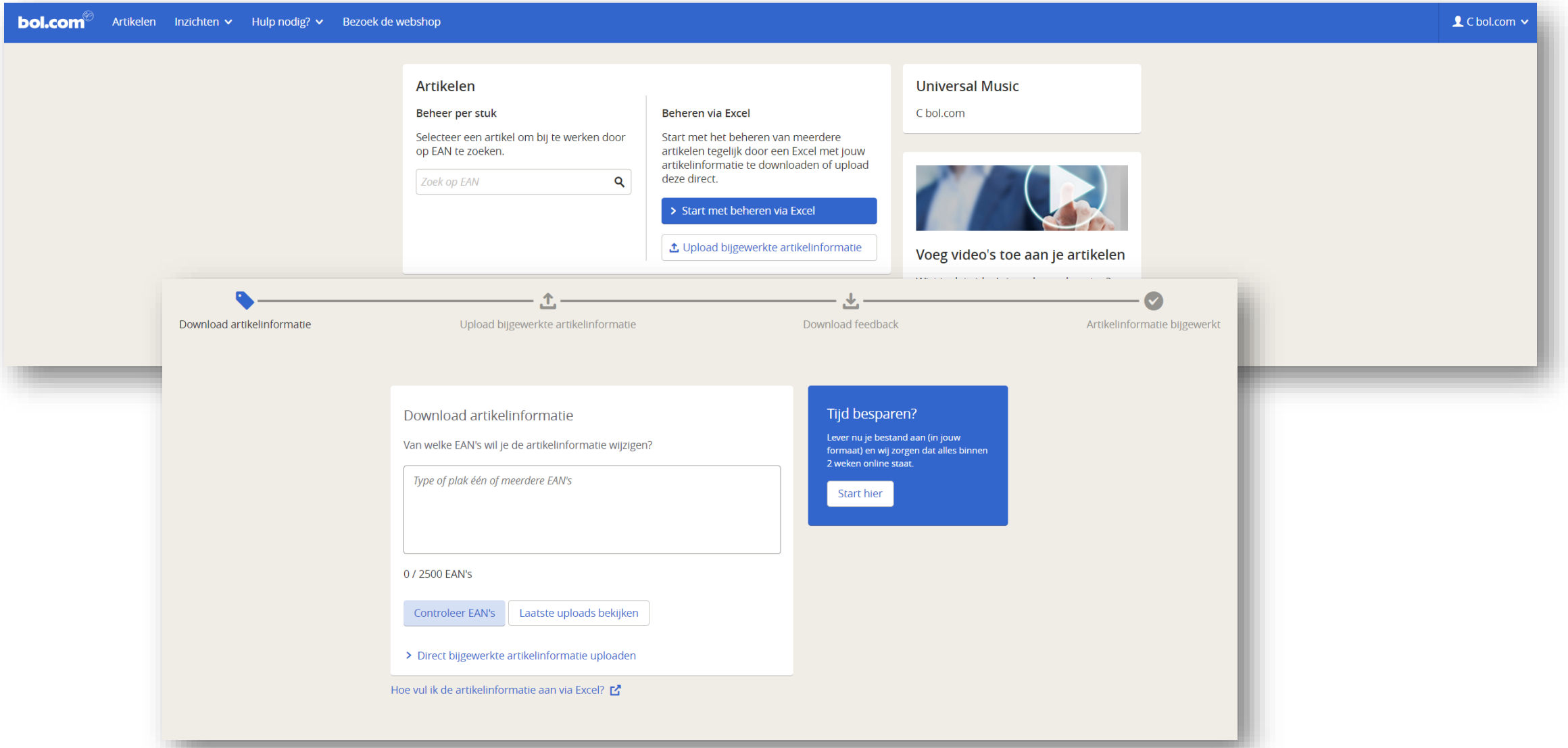
Uitleg content leveranciersportal

Uitleg content leverancierspportal

Inloggen als leverancier: https://login.bol.com/login?client_id=supplier-portal

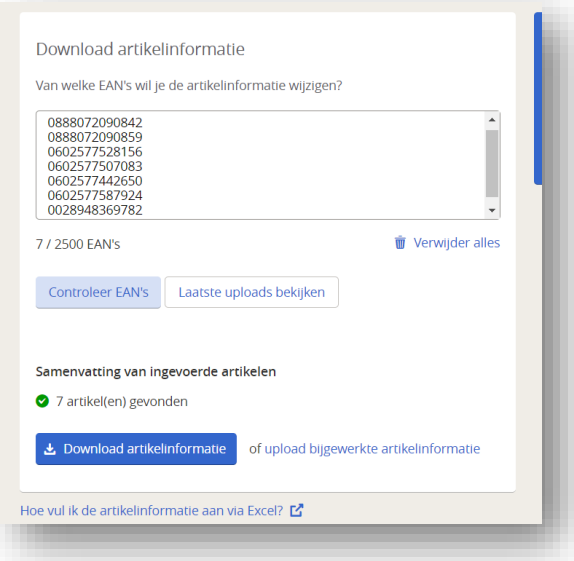
Uitgebreide handleiding: https://leveranciers.bol.com/

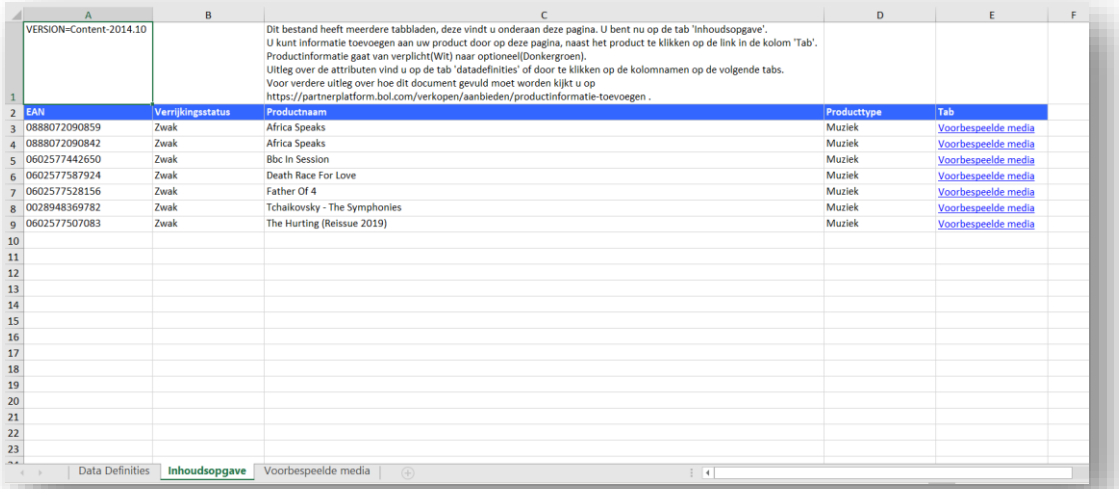
Beginscherm leveranciersportal



Artikelen beheren via Excel

Informatie toevoegen in grote aantallen

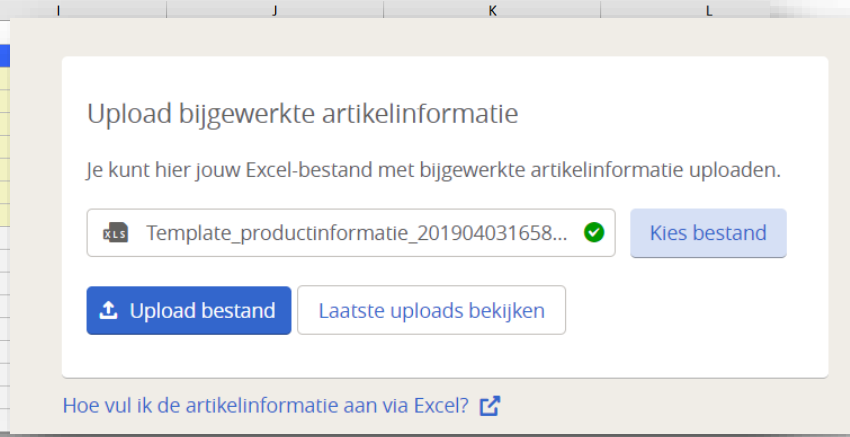




	A	B	C	D	E	F
1	VERSION=Content-2014.10		Dit bestand heeft meerdere tabbladen, deze vindt u onderaan deze pagina. U bent nu op de tab 'Inhoudsopgave'. U kunt informatie toevoegen aan uw product door op deze pagina, naast het product te klikken op de link in de kolom 'Tab'. Productinformatie gaat van verplicht(Wit) naar optioneel(Donkergroen). Uitleg over de attributen vind u op de tab 'datadefinities' of door te klikken op de kolomnamen op de volgende tabs. Voor verdere uitleg over hoe dit document gevuld moet worden kijkt u op https://partnerplatform.bol.com/verkopen/aanbieden/productinformatie-toevoegen .			
2	EAN	Verrijkingsstatus	Productnaam		Producttype	Tab
3	0888072090859	Zwak	Africa Speaks		Muziek	Voorbespeelde media
4	0888072090842	Zwak	Africa Speaks		Muziek	Voorbespeelde media
5	0602577442650	Zwak	Bbc In Session		Muziek	Voorbespeelde media
6	0602577587924	Zwak	Death Race For Love		Muziek	Voorbespeelde media
7	0602577528156	Zwak	Father Of 4		Muziek	Voorbespeelde media
8	0028948369782	Zwak	Tchaikovsky - The Symphonies		Muziek	Voorbespeelde media
9	0602577507083	Zwak	The Hurting (Reissue 2019)		Muziek	Voorbespeelde media

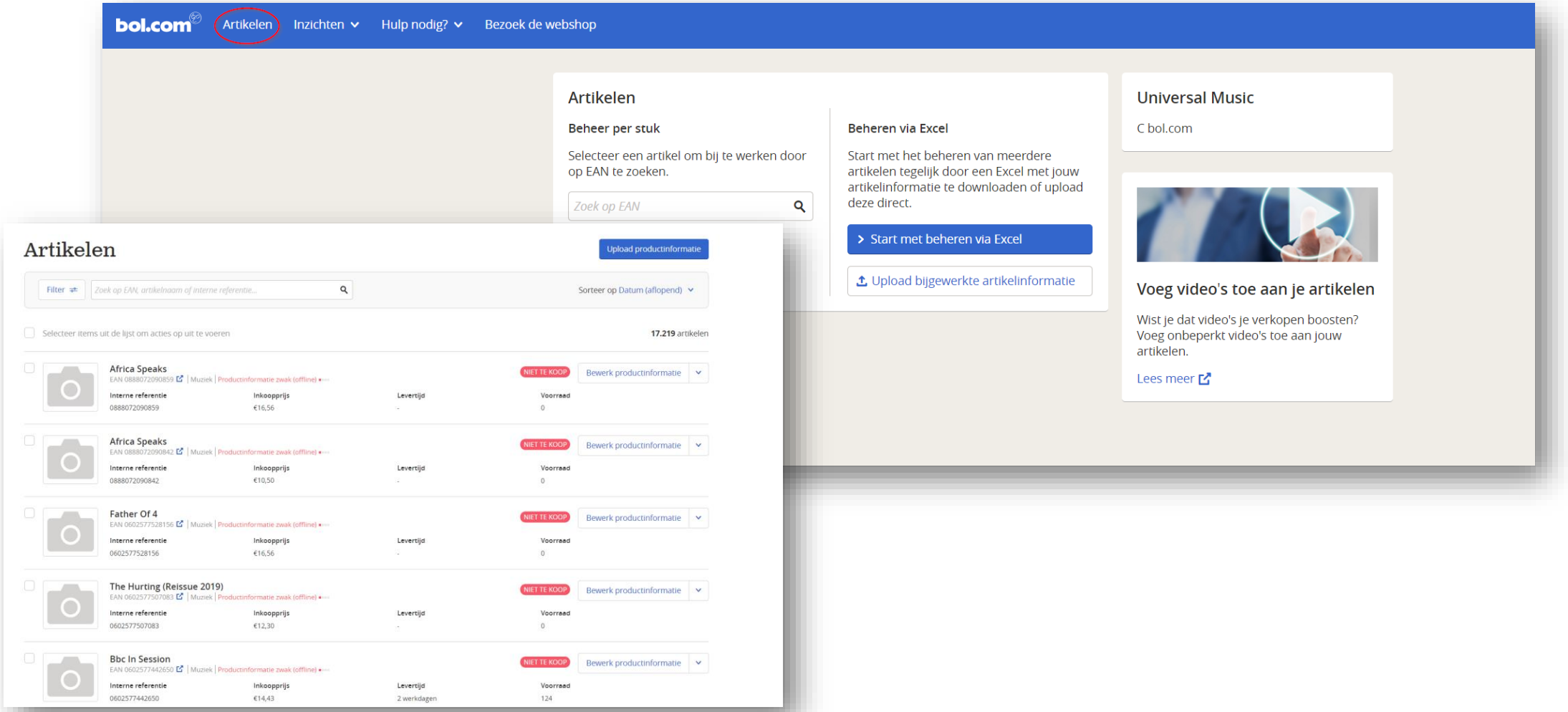
Data Definities | Inhoudsopgave | Voorbespeelde media

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	< Naar Inhoudsopgave	Voor verdere uitleg over hoe dit document gevuld moet worden kijkt u op: https://partnerplatform.bol.com/verkopen/aanbieden/productinformatie-toevoegen .										
2	Productnaam	Interne referentie	EAN	Productgroep	Configuratie	Hoofdafbeelding	Primaire performer	Muziekgenre	Tracks			
4	Africa Speaks	0888072090859	0888072090859	Muziek	LP (VINYL)		Santana					
5	Africa Speaks	0888072090842	0888072090842	Muziek	CD (ALBUM)		Santana					
6	Bbc In Session	0602577442650	0602577442650	Muziek	LP (VINYL)		The La'S					
7	Death Race For Love	0602577587924	0602577587924	Muziek	LP (VINYL)		Juice Wrld					
8	Father Of 4	0602577528156	0602577528156	Muziek	LP (VINYL)		Offset					
9	Tchaikovsky - The Symphonies	0028948369782	0028948369782	Muziek	CD_DVD		Herbert Von Karajan					
10	The Hurting (Reissue 2019)	0602577507083	0602577507083	Muziek	LP (VINYL)		Tears For Fears					

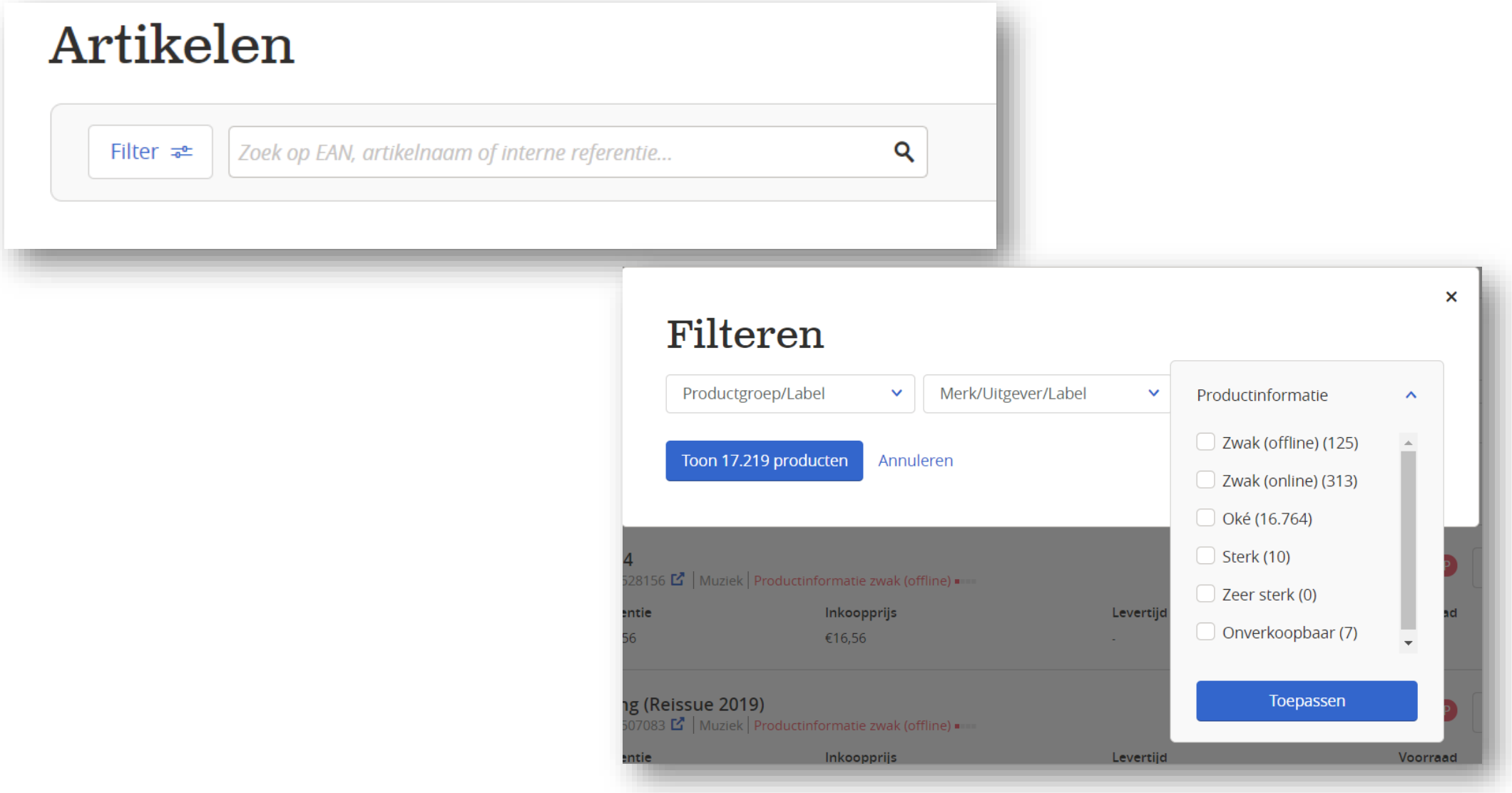


Artikelen beheren per stuk

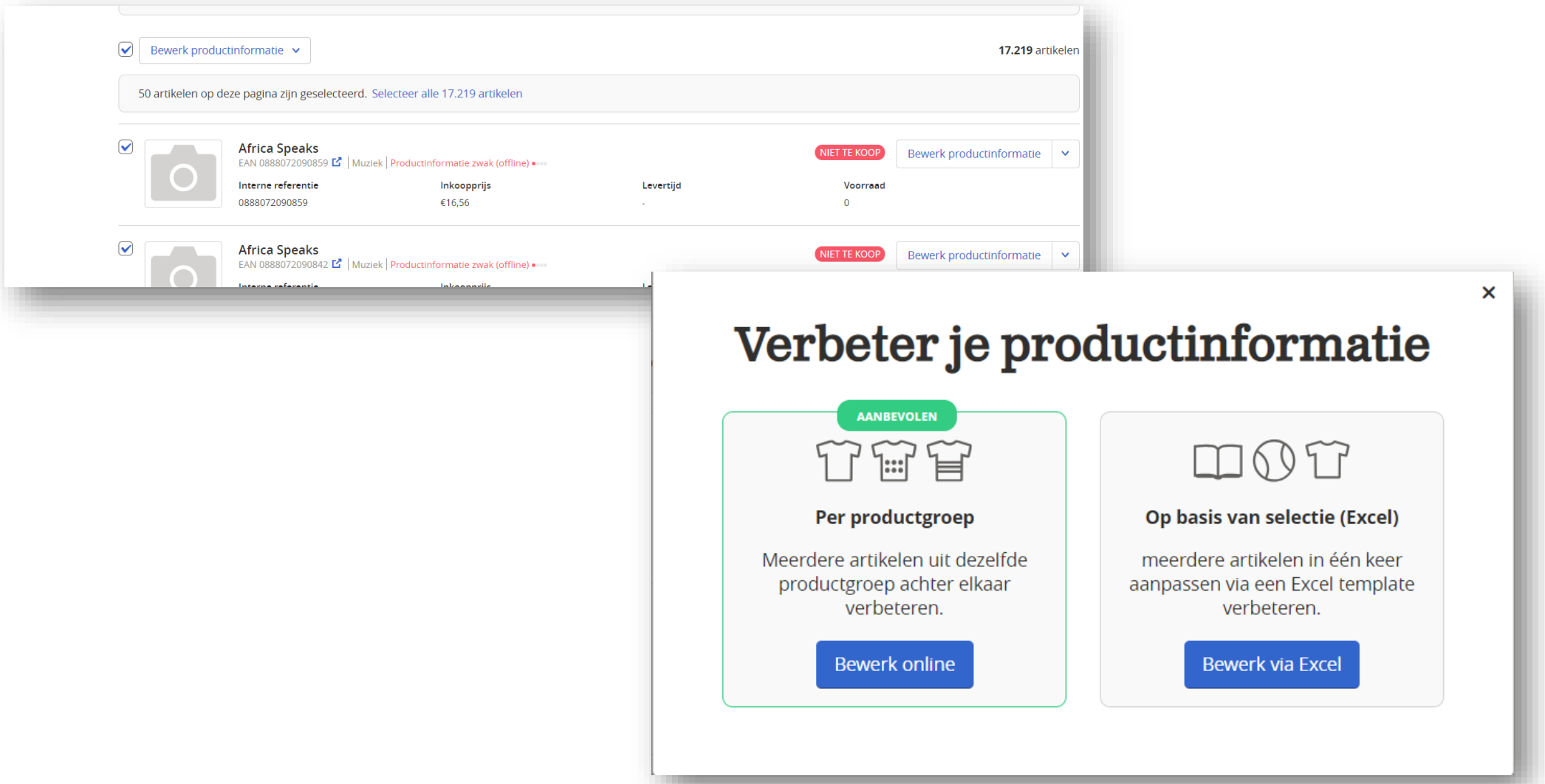
Handmatig 1 voor 1 informatie toevoegen



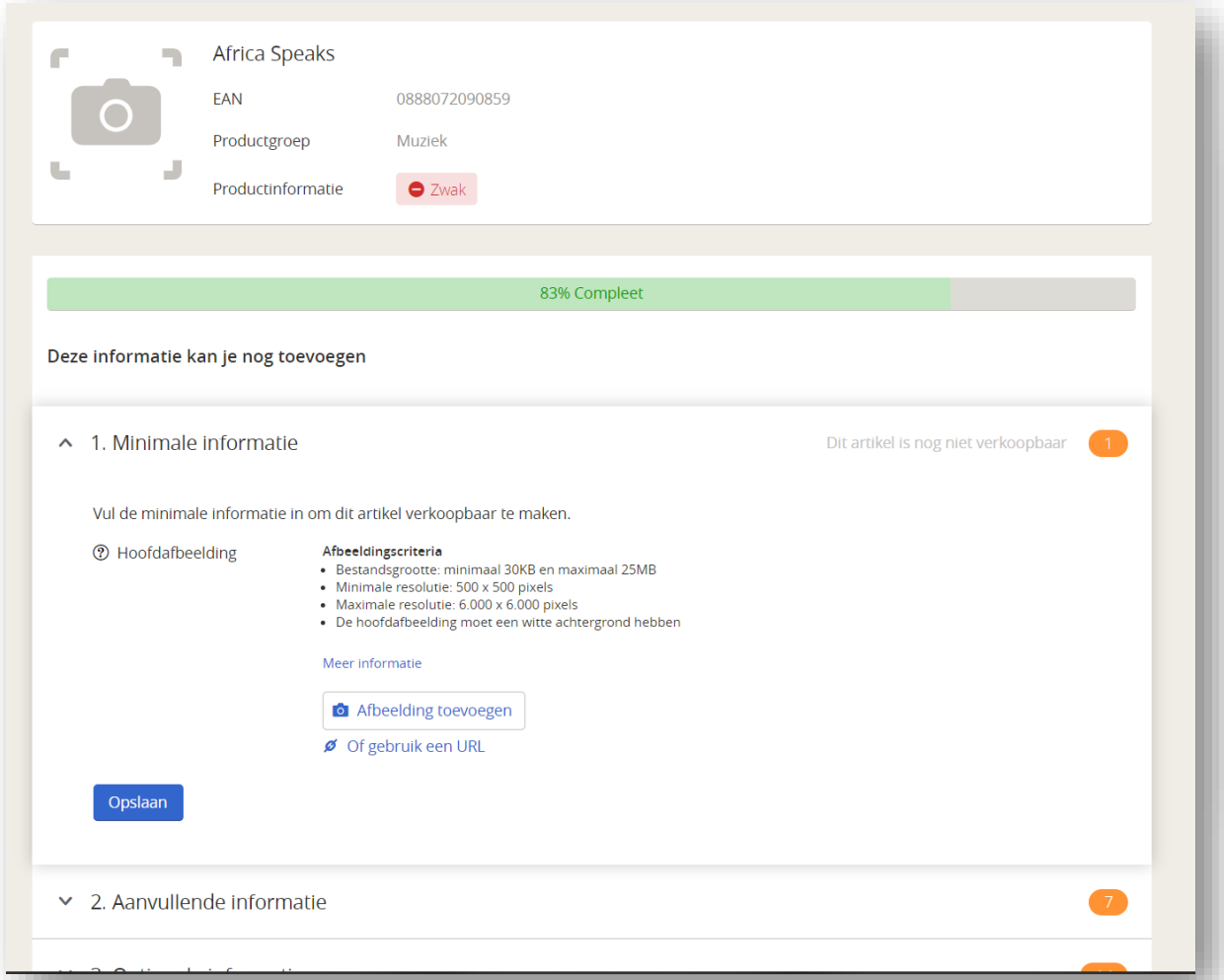
Artikelen beheren per stuk

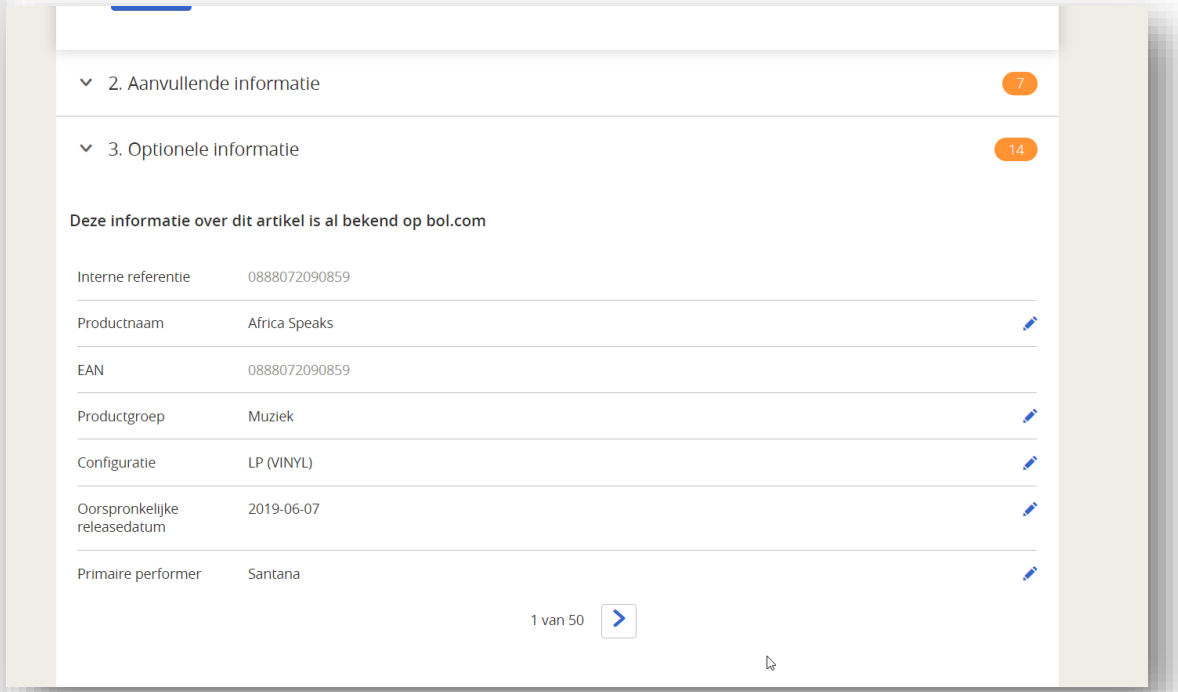


Artikelen beheren per stuk

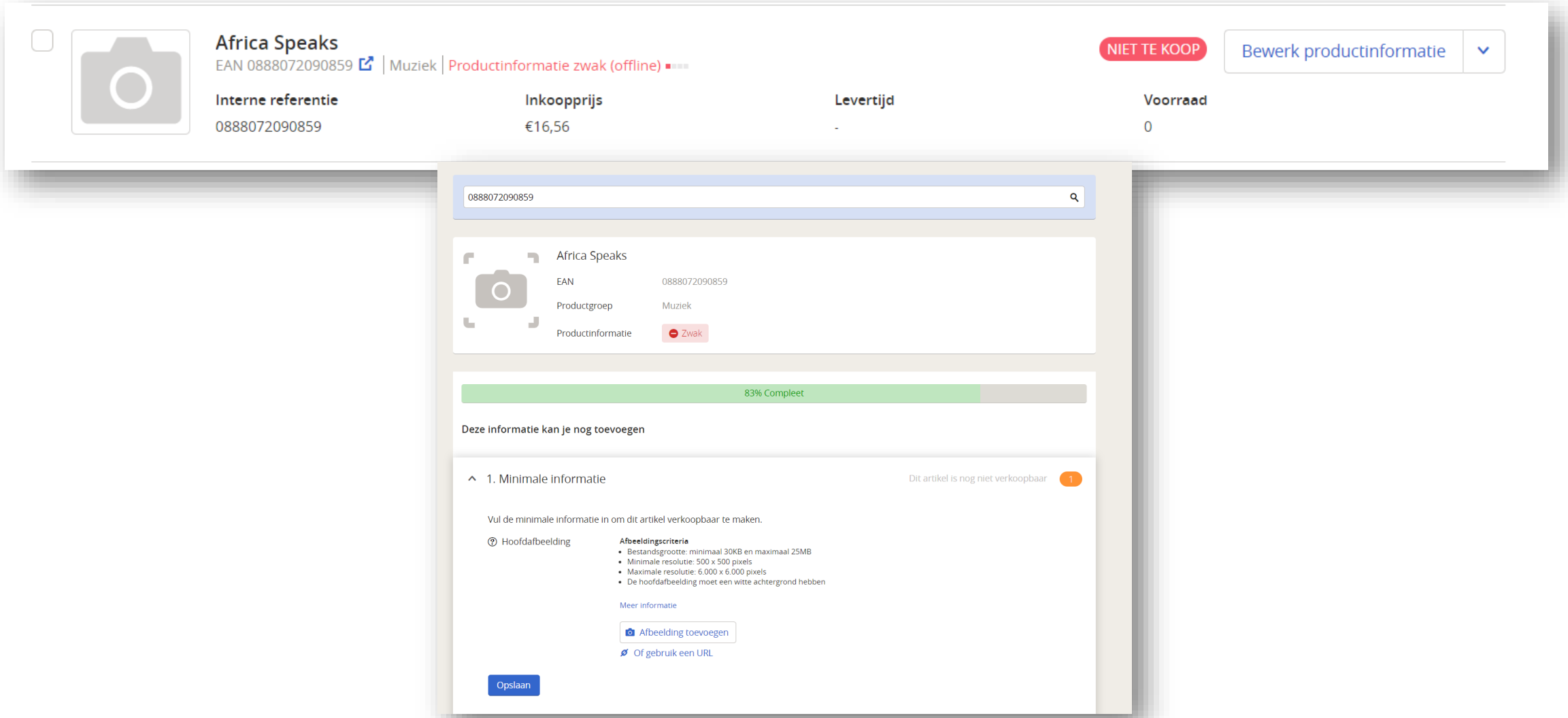


Aanbod beheren per stuk

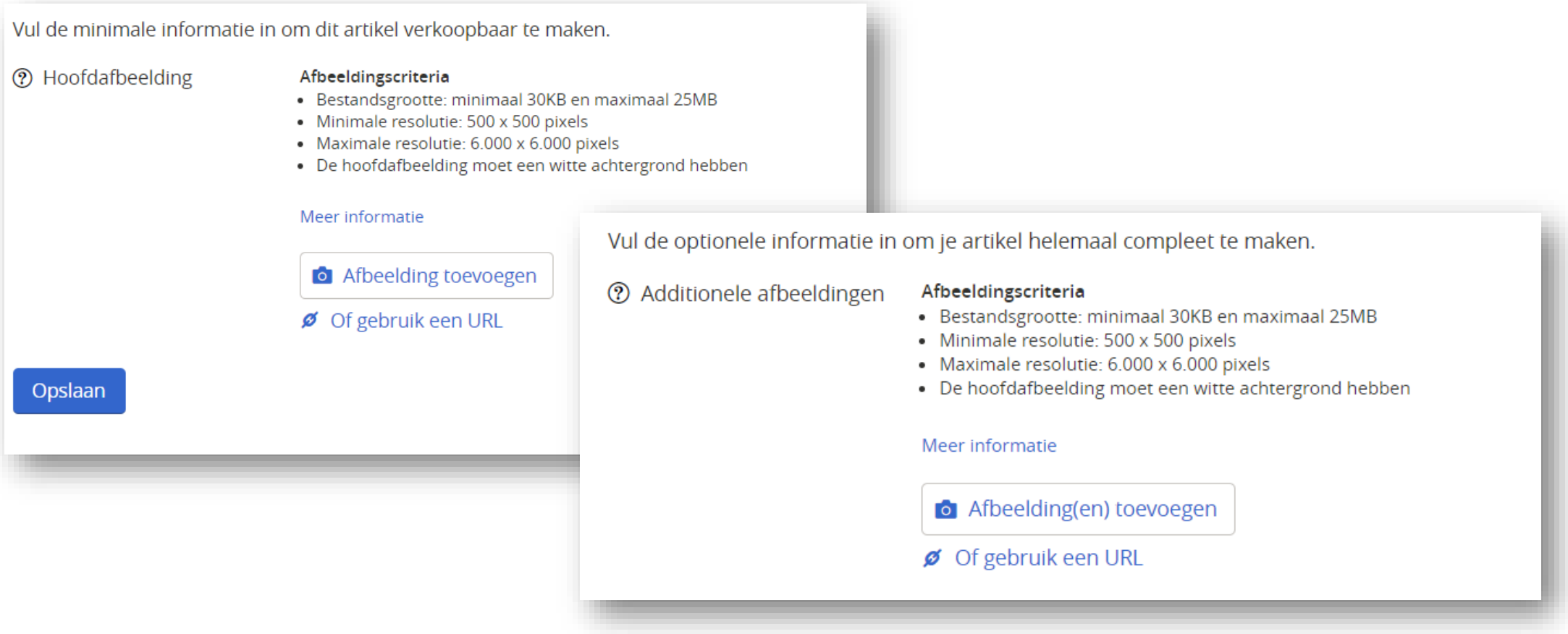




Aanbod beheren per stuk



Afbeeldingen toevoegen per stuk



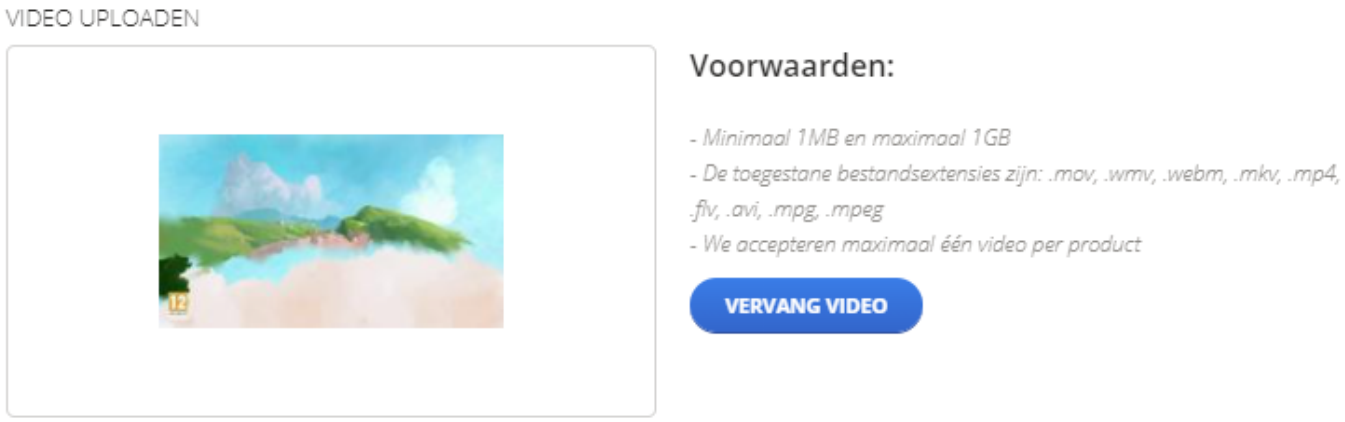
Video’s toevoegen per stuk

Via je verkoopaccount kun je een video toevoegen of vervangen. Video’s bieden de mogelijkheid om je artikel nog beter aan klanten te laten zien, wat kan helpen in de koopoverweging. Hieronder lees je hoe je een video toevoegt.

- Ga naar in je verkoopaccount en zoek het artikel op waar je de video aan wil toevoegen. Ga naar de productinformatie en kies dan voor ‘Hogere conversie’. Daar vind je het veld om je video te uploaden.
- Sleep je video in het vak of upload de video door op het veld te klikken. Zorg dat de video aan de volgende eisen voldoet:

Voorwaarden

- Minimaal 1 MB & maximaal 1 GB
- De volgende soorten bestanden worden geaccepteerd: .mkv, .mp4, .flv, .avi, .mpg, .mpeg, .mov, .wmv, .webm
- Meer informatie vind je op deze pagina, onder het kopje ‘Video toevoegen of wijzigen’.



Kwaliteit van je productinformatie

Wanneer je een artikel bekijkt in je verkoopaccount, kun je aan de status zien wat we kwaliteit van de productinformatie van dit artikel is.

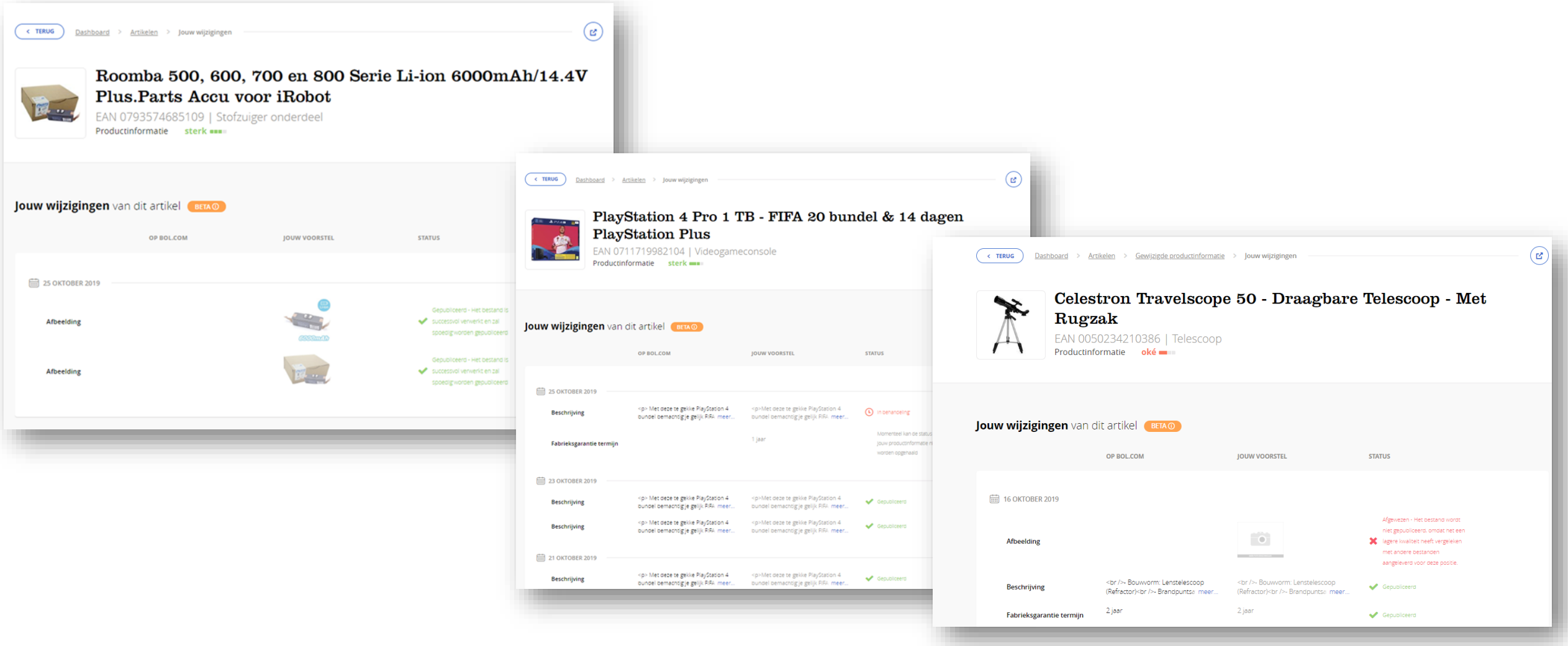
Ook kun je, op de ‘Mijn aanbod’ pagina, linksboven filteren op ‘Productinformatie’. Daarmee kun je bijvoorbeeld alle artikelen waarvan de informatiekwaliteit ‘Zwak’ is uitfilteren en direct verbeteren.

Er zijn vijf mogelijke statussen:

Status	Betekenis
Zwak Zwak	Je artikel is niet verkoopbaar. De productinformatie van dit artikel is namelijk nog onvoldoende gevuld om het artikel te koop te zetten. Vul daarom de basisinformatie en het blok ‘Verkoopklaar maken’ in.
Zwak Zwak	Je artikel is nog moeilijk vindbaar, omdat er belangrijke gegevens over het artikel ontbreken. We raden je aan om tenminste de basisinformatie en informatie gevraagd bij ‘Verkoopklaar maken’ toe te voegen.
Oké Oké	Je artikel is prima vindbaar, al is er nog ruimte voor verbetering. Om het artikel beter vindbaar te maken en daarmee klanten te helpen bij hun aankoop, vul je ook de aanvullende informatie onder het blok ‘Beter vindbaar’ in.
Sterk Sterk	Je artikel is goed vindbaar. Om het artikel compleet te maken hoef je alleen nog de optionele informatie onder het blok ‘Hogere conversie’ in te vullen.
Zeer sterk Zeer sterk	Je artikel is uitstekend vindbaar. Alle informatie over het artikel is beschikbaar voor je klanten bij bol.com.

Feedback

De portal geeft inzicht over wat er met de aangeleverde productinformatie is gebeurd.



Uitleg content partnerportal

Uitleg content partnerportal

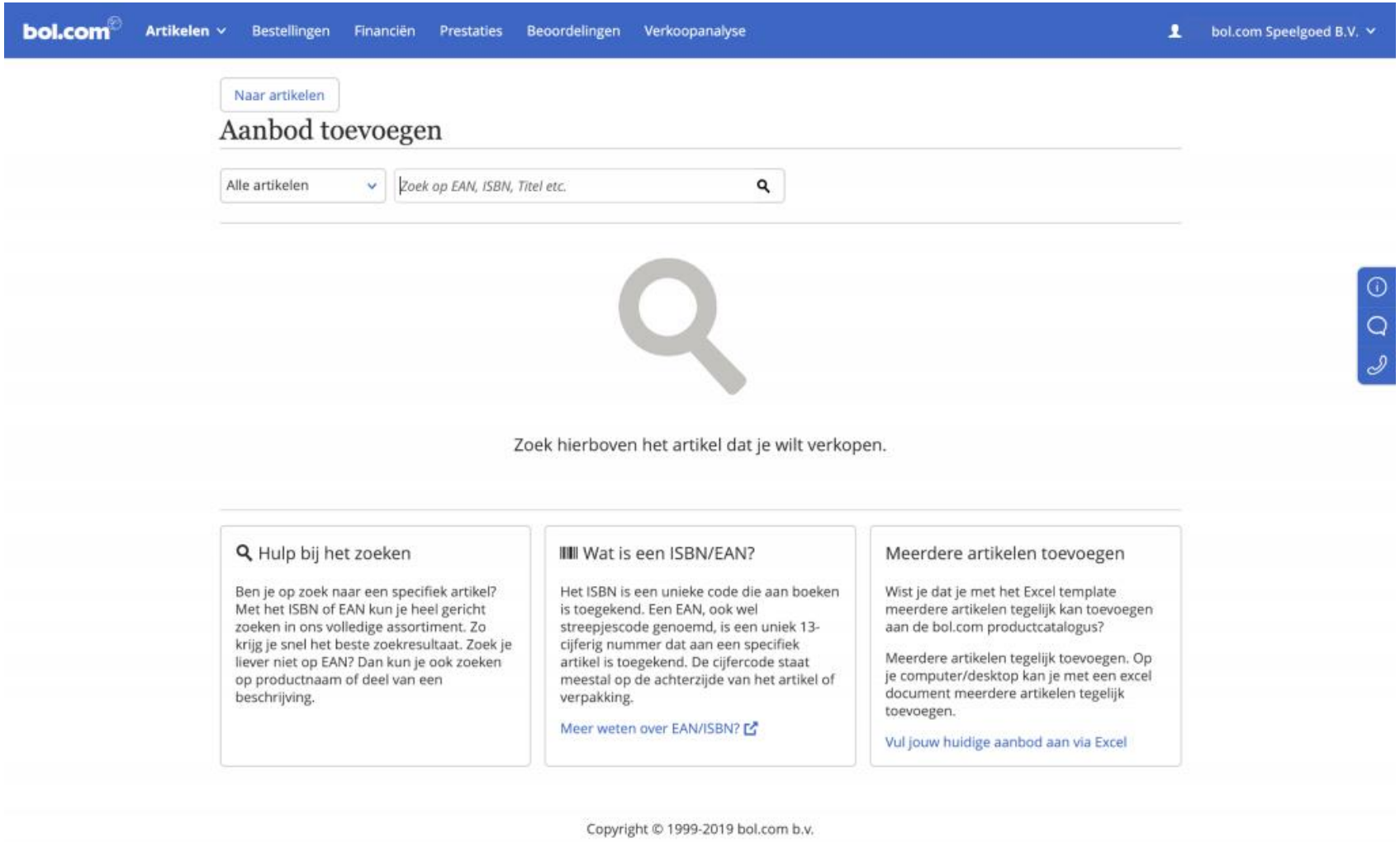
Inloggen als partner: https://login.bol.com/login?client_id=seller-portal

Uitgebreide handleiding: https://partnerplatform.bol.com/help/aanbieden

Artikelen toevoegen

Bestaand aanbod vind je onder mijn aanbod of voeg per stuk/in bulk nieuw assortiment toe!

Artikelen toevoegen per stuk



Artikelen toevoegen per stuk

Kies een productgroep

Omdat het artikel nog nieuw is bij bol.com, is er geen informatie over bekend. Stel eerst vast in welke productgroep het artikel thuishoort, want op basis daarvan wordt bepaald welke minimale informatie nodig is om het artikel toe te kunnen voegen aan jouw aanbod.

Als je in je verkoopaccount bij 'Mijn aanbod' op 'Bewerk productinformatie' klikt, word je gevraagd eerst een productgroep te kiezen. Hier krijg je een voorspelling van de juiste productgroep te zien. Deze kun je bevestigen door op 'Ja' te klikken of weigeren door op 'Nee' te klikken. Ook worden de artikelen die hetzelfde lijken gegroepeerd, zodat je deze in één keer kunt categoriseren. Hoort een artikel er toch niet bij, dan kun je deze met een klik op het kruisje verwijderen. En is er geen voorspelling beschikbaar of heb je een suggestie verwijderd? Dan kun je alsnog zelf een productgroep zoeken, onder het tabblad 'Artikelen zonder suggestie'.

Voer jouw aanbod in: Tegen welke voorwaarden verkoop je het artikel? Voer de volgende gegevens in:
- Levertijd
- Voorraad
- Referentiecode (optioneel)
- Conditie
- Verkoopprijs

Vul de productinformatie in

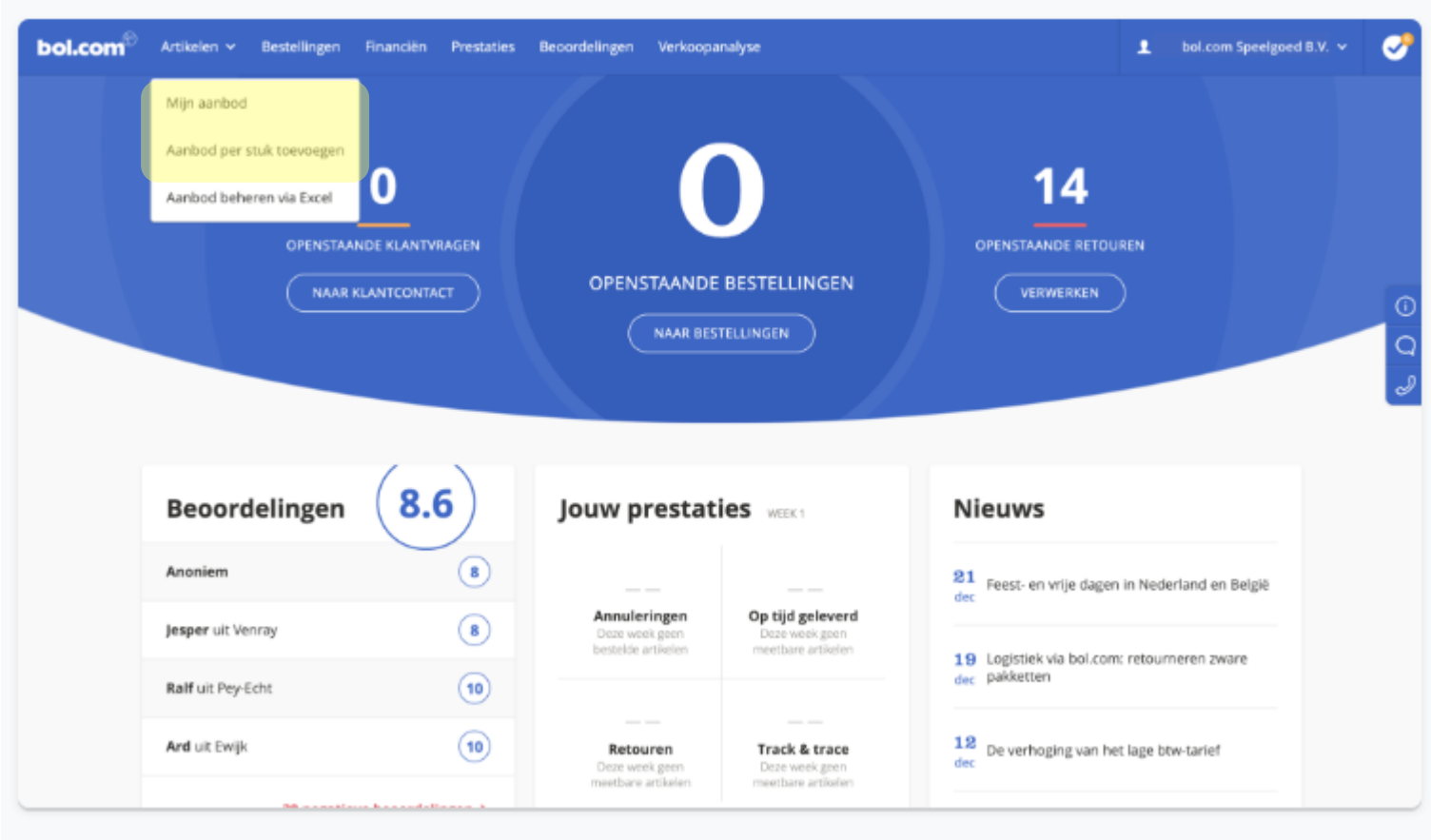
Nadat je minstens de minimale productinformatie hebt ingevuld, kan je artikel online komen. Productinformatie bestaat onder andere uit:
- Een titel
- Productbeschrijvingen
- Afbeeldingen

Het duurt tot 24 uur voordat je productinformatie is verwerkt en aangeboden wordt via bol.com. Het is hier dan nog niet direct vindbaar via de zoekbalk; het artikel dient daarvoor geïndexeerd te worden en dat duurt maximaal enkele werkdagen. Je kunt wel zien of het artikel online staat door, bij het betreffende artikel in 'Mijn aanbod', naast het EAN of ISBN te klikken op het vierkantje waar rechtsboven een pijltje uit steekt: 'Bekijk op bol.com'.

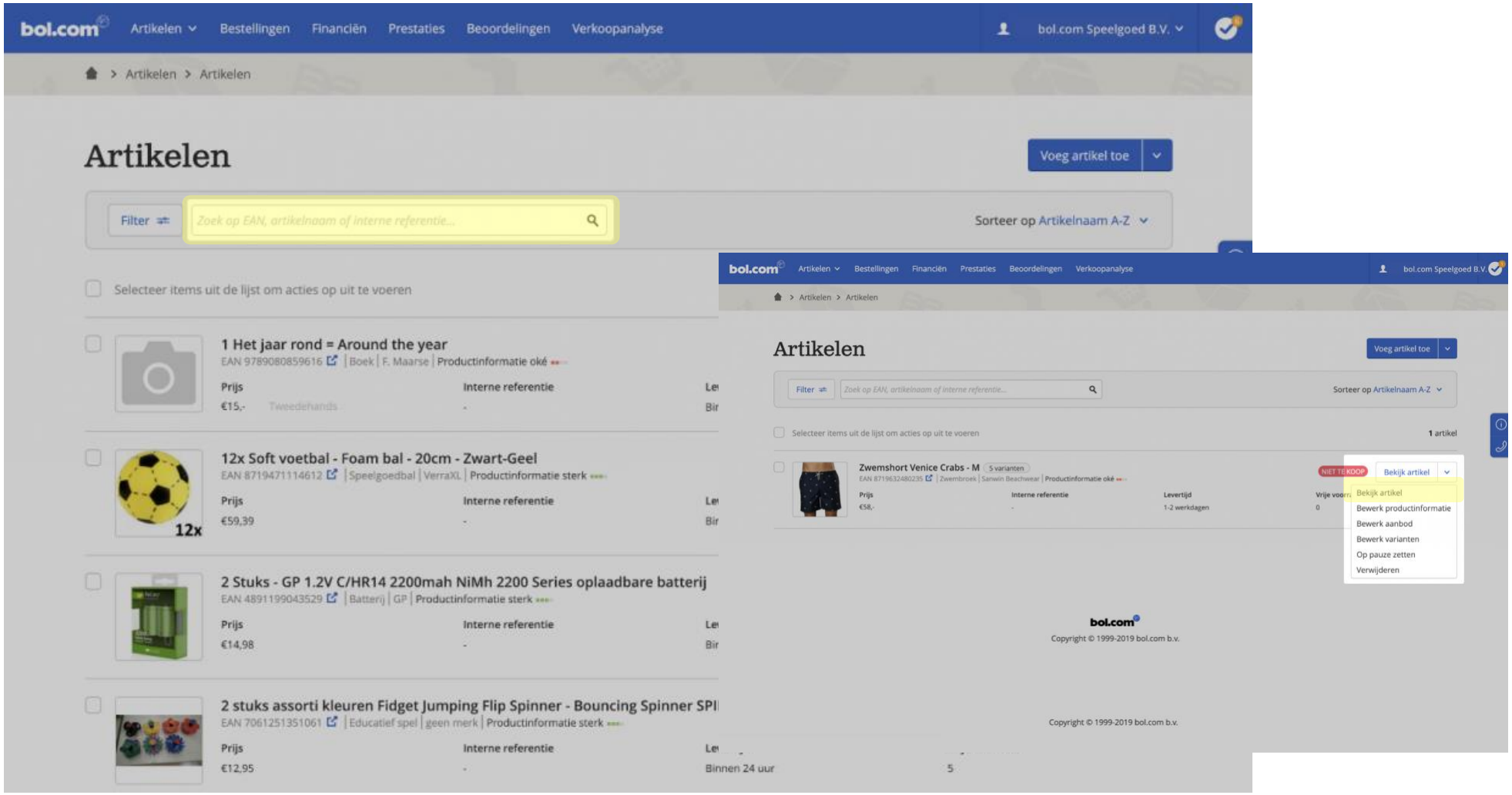
Artikelen toevoegen in bulk

Artikelen beheren per stuk

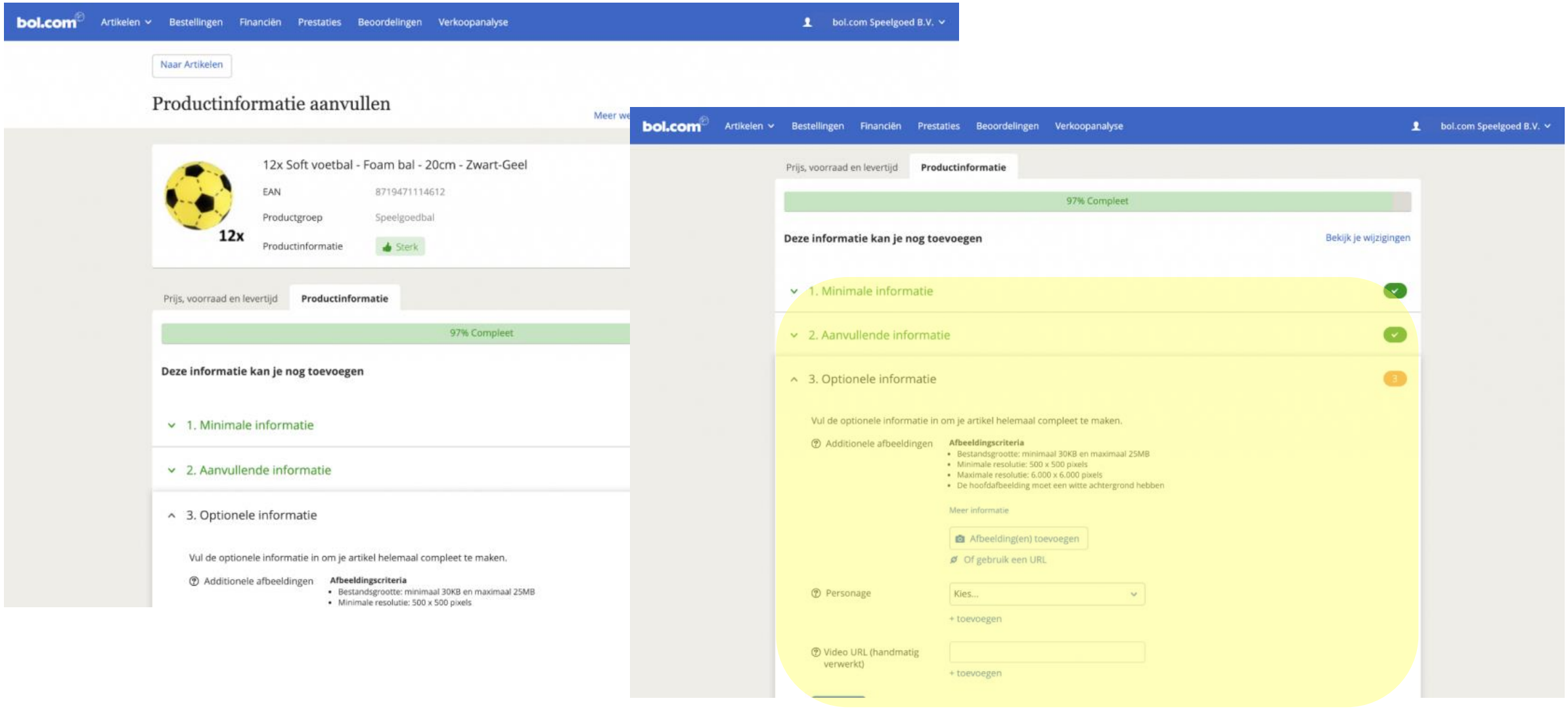
Bestaand aanbod vind je onder mijn aanbod of voeg per stuk nieuw assortiment toe!



Zoek het artikel dat je wilt beheren

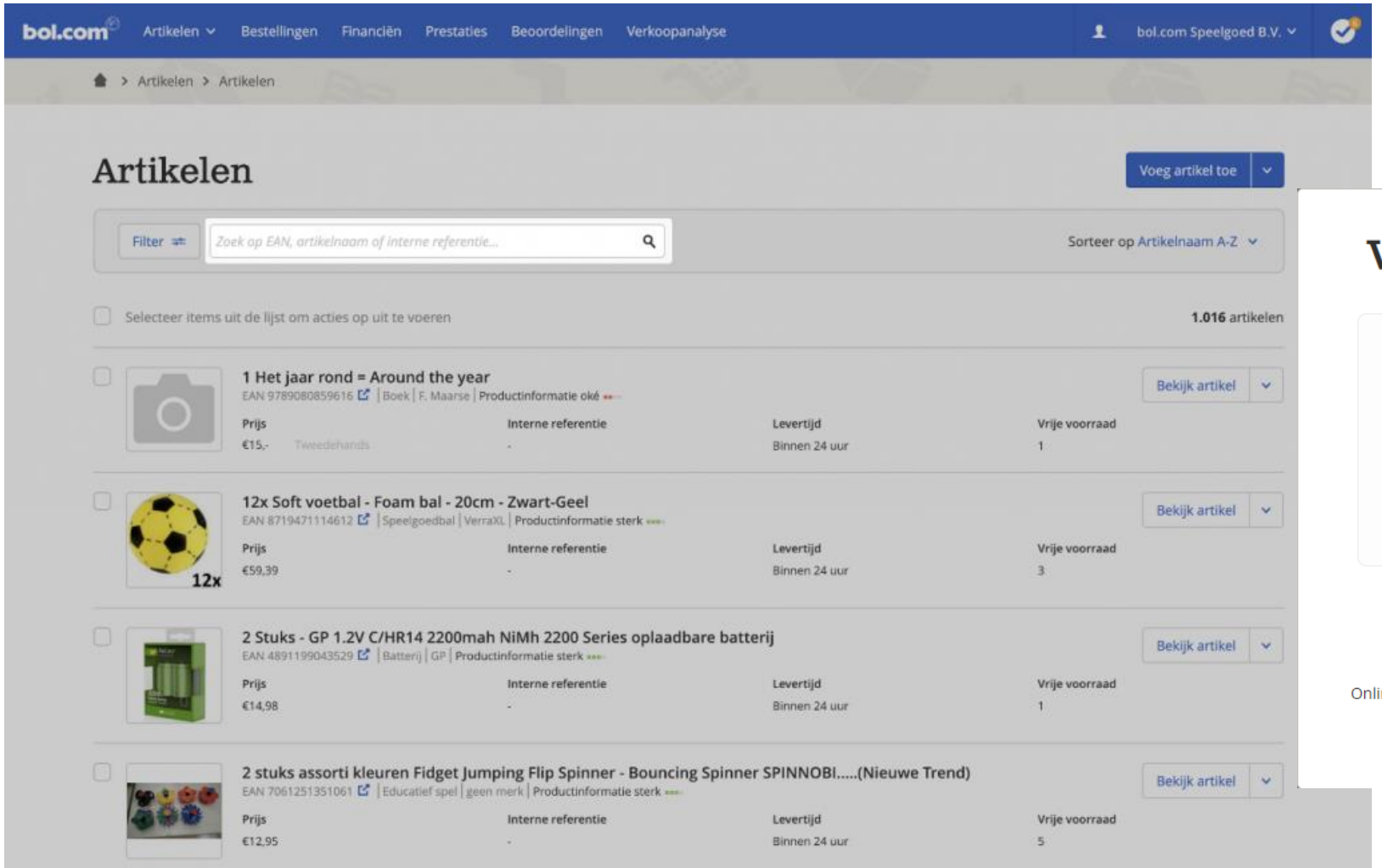


Artikelen beheren per stuk



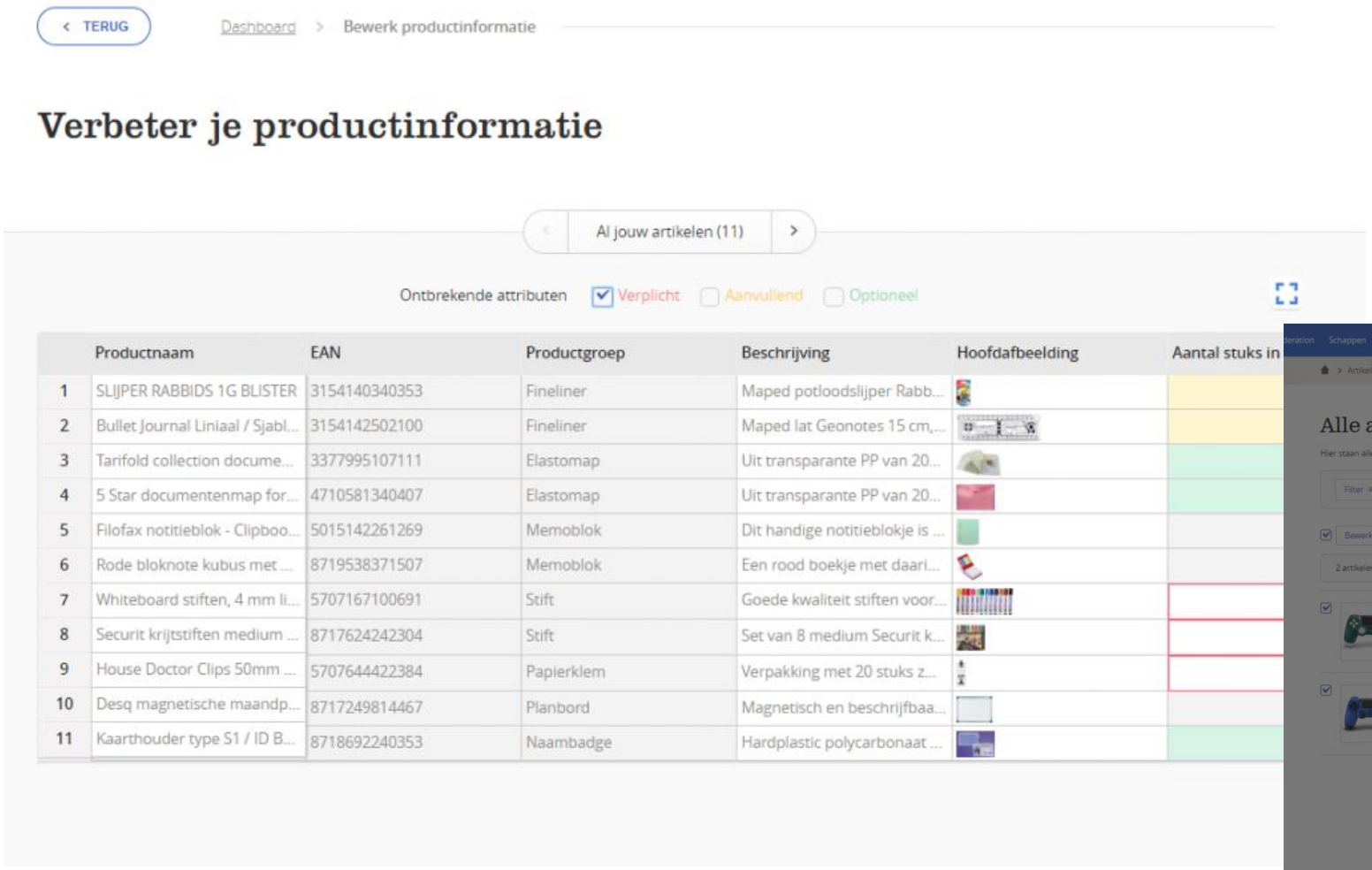
Artikelen beheren in bulk

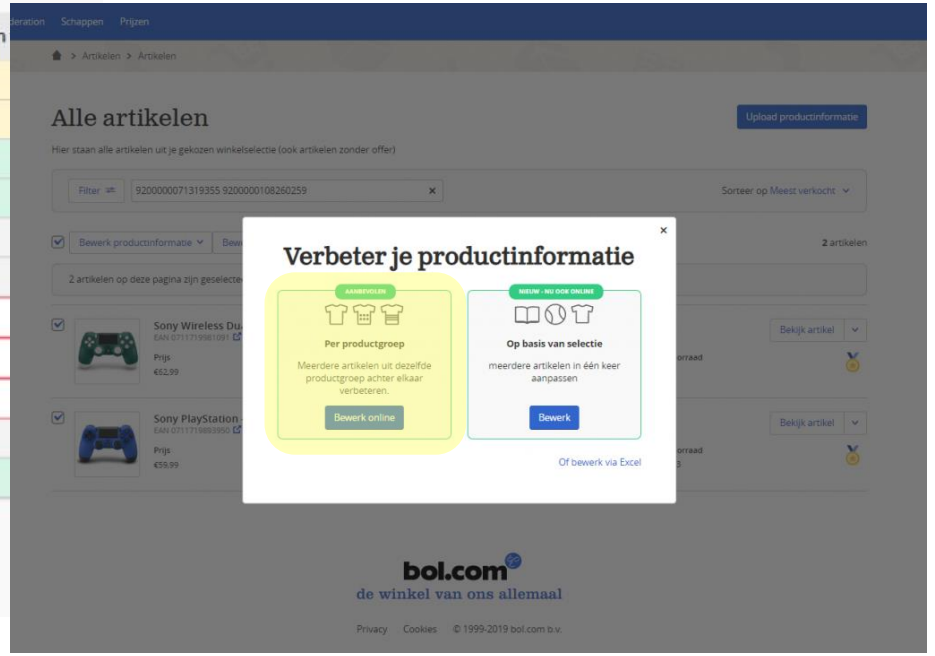
Selecteer de artikelen die je wilt beheren



Verbeter je product info in bulk

Dit kan ook per productgroep zodat je dezelfde producten snel kunt verbeteren





Bewerkte producten uploaden!

Kwaliteit van je productinformatie

Wanneer je een artikel bekijkt in je verkoopaccount, kun je aan de status zien wat we kwaliteit van de productinformatie van dit artikel is.

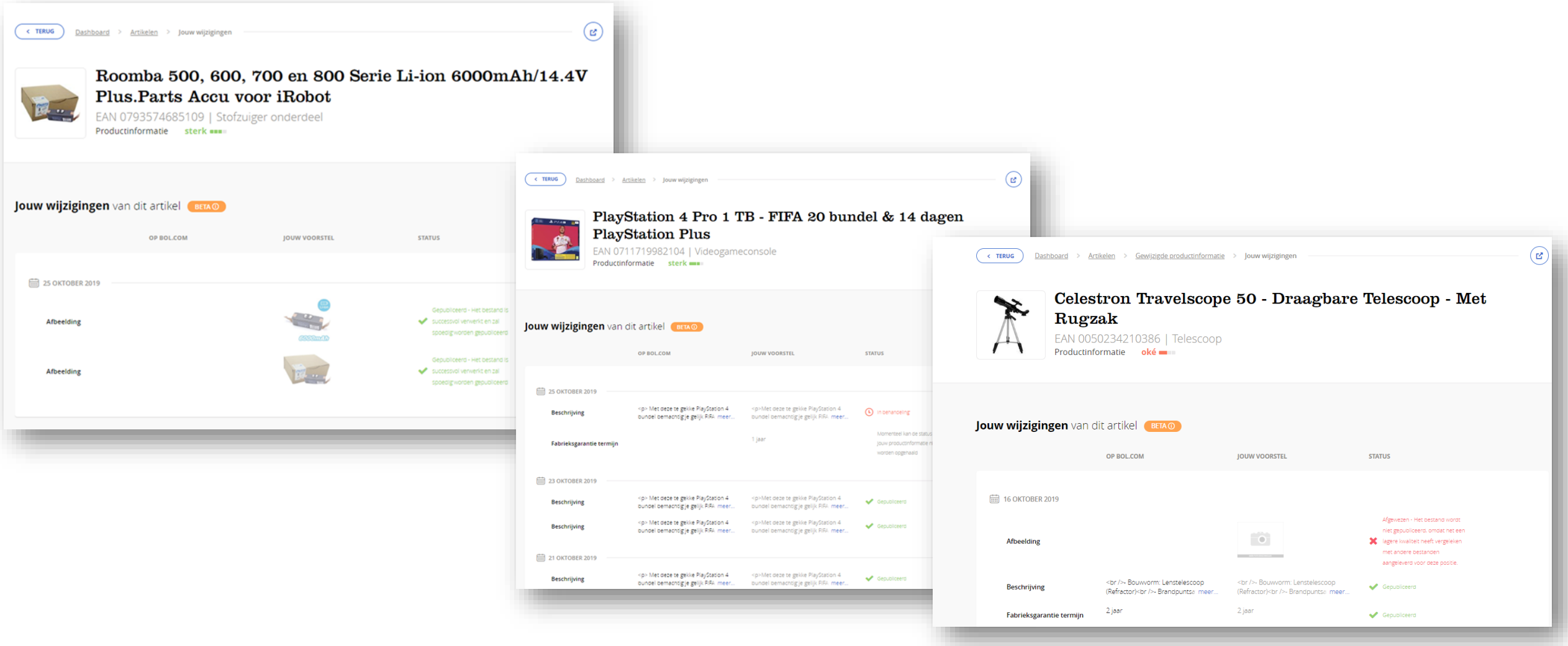
Ook kun je, op de ‘Mijn aanbod’ pagina, linksboven filteren op ‘Productinformatie’. Daarmee kun je bijvoorbeeld alle artikelen waarvan de informatiekwaliteit ‘Zwak’ is uitfilteren en direct verbeteren.

Er zijn vijf mogelijke statussen:

Status	Betekenis
Zwak Zwak	Je artikel is niet verkoopbaar. De productinformatie van dit artikel is namelijk nog onvoldoende gevuld om het artikel te koop te zetten. Vul daarom de basisinformatie en het blok ‘Verkoopklaar maken’ in.
Zwak Zwak	Je artikel is nog moeilijk vindbaar, omdat er belangrijke gegevens over het artikel ontbreken. We raden je aan om tenminste de basisinformatie en informatie gevraagd bij ‘Verkoopklaar maken’ toe te voegen.
Oké Oké	Je artikel is prima vindbaar, al is er nog ruimte voor verbetering. Om het artikel beter vindbaar te maken en daarmee klanten te helpen bij hun aankoop, vul je ook de aanvullende informatie onder het blok ‘Beter vindbaar’ in.
Sterk Sterk	Je artikel is goed vindbaar. Om het artikel compleet te maken hoef je alleen nog de optionele informatie onder het blok ‘Hogere conversie’ in te vullen.
Zeer sterk Zeer sterk	Je artikel is uitstekend vindbaar. Alle informatie over het artikel is beschikbaar voor je klanten bij bol.com.

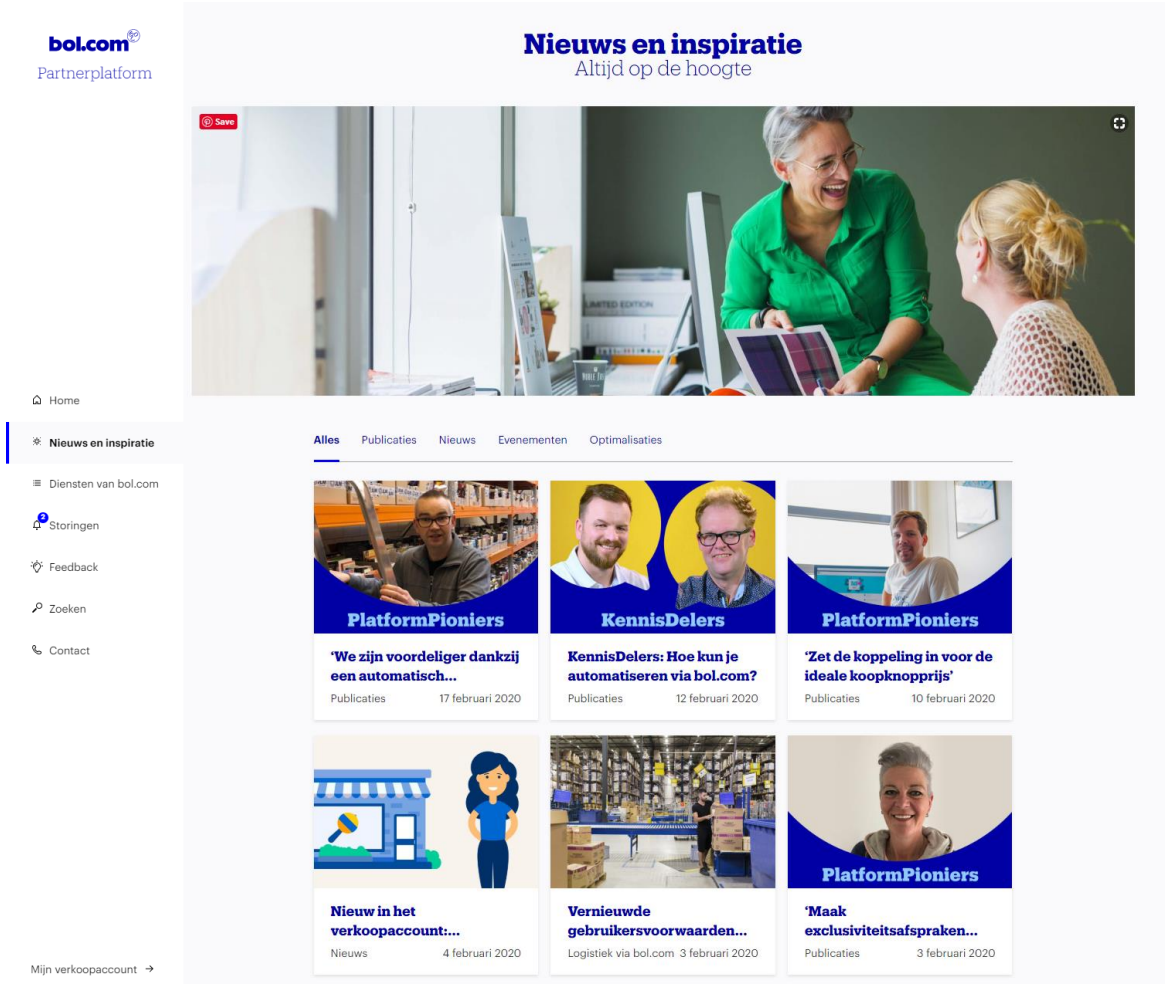
Feedback

De portal geeft inzicht over wat er met de aangeleverde productinformatie is gebeurd.



Partner platform

- Geeft je antwoord op vele vragen
- Ontdek/Lees tevens het laatste nieuws
- Je bent up-to-date betreffende storingen
- Lees je nog dieper in het optimaliseren van je product content
- En meer…



De draad kwijt?

Hier wat mensen die je kunnen helpen...

Op het verkopersplatform vind je alle informatie voor verkopers via bol.com, zoals nieuws en contentinformatie.

E-mail
Leveranciers
supplier@bol.com

Partners
zakelijkverkopen@bol.com
Mail het zakelijk verkoopteam en krijg binnen 1 werkdag antwoord

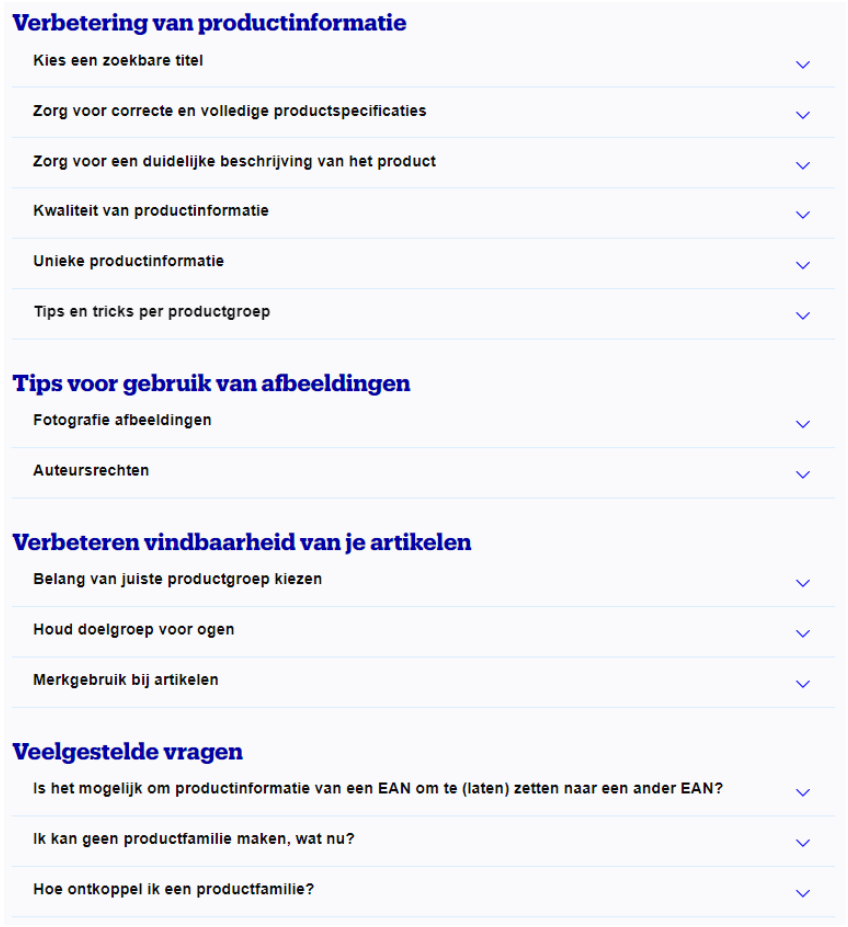
Telefoon Nederland
030-3104996 (lokaal tarief)
Het zakelijk verkoopteam is bereikbaar: ma-wo-vrij van 8:00 tot 18:00 uur
di- do 8:00 tot 20:00 uur
za. van 10:00 tot 16:00 uur

Telefoon België
02-7885990 (lokaal tarief)
Het zakelijk verkoopteam is bereikbaar: ma-wo-vrij van 8:00 tot 18:00 uur
di – do 8:00 tot 20:00 uur
za. van 10:00 tot 16:00

Handige links
> **bol.com**
> **Developers**
> **Verkoopaccount**
> **Verkoopvoorwaarden**

Is jou content hand-out nog up-to-date?

Check of de content hand-outs in onze partnerportals nog voldoen aan de richtlijnen en zorg voor een update a.d.v. deze nieuwe/geupdated richtlijnen!



https://partnerplatform.bol.com/help/aanbieden/hoe-kan-je-het-aanbod-optimaliseren/optimaliseren-van-productinformatie

Bedankt!

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