

VENDE SUR AMAZON.

FBA & FBM

Le guide complet pour lancer et développer un business Amazon rentable, même en partant de zéro.

Statut & SIRET

TVA & OSS

FBA

FBM

Produit rentable

Fournisseurs

Private Label

IA

13

MODULES

80+

POINTS CLÉS

10

MARKETPLACES EUROPE

100%

TEMPLATES INCLUS

Ce que tu obtiens

Ce guide n'est pas qu'un livre à lire : c'est une boîte à outils complète pour passer de l'idée à ta première vente. Voici tout ce qui t'accompagne.



Le guide complet · 150 pages

13 modules, de la création d'entreprise au développement des ventes.



Modèle de calcul de rentabilité

Marge, taux de marge, ROI et décision GO/NON, prêt à recopier.



Kit sourcing fournisseurs

Comment trouver, comparer et sécuriser un fournisseur fiable sur Alibaba.



6 scripts de négociation Alibaba

Messages prêts à copier pour contacter et négocier avec les fournisseurs.



4 modèles anti-suspension (POA)

Plans d'action prêts à adapter si Amazon suspend ton compte.



50 idées de produits à analyser

Une liste de départ pour lancer ta recherche sans partir de zéro.



Bibliothèque de prompts IA

14 prompts pour rédiger fiches, mots-clés et réponses aux avis.



Checklists de lancement

Plans d'action à cocher à chaque module pour ne rien oublier.



Le cas pratique complet

Un lancement réel suivi de A à Z, de la recherche produit jusqu'au PPC.

Un programme complet, pas un simple ebook

Guide + boîte à outils + plan d'action + cas pratique.

150 pages
+ 5 bonus

Comment utiliser ce guide

Tu n'as besoin d'aucune expérience pour commencer. Lis dans l'ordre, applique au fur et à mesure.

Ce guide est conçu pour t'amener **de zéro à ta première vente**, sans jargon inutile. Chaque module se termine par un **Plan d'action** concret : 4 à 5 choses à faire avant de passer à la suite. Le plus important n'est pas de tout lire d'un coup, mais d'**avancer une étape à la fois**.

Les repères visuels du livre

★ CONSEIL

Une recommandation d'expert pour gagner du temps ou de l'argent.

! ATTENTION

Une erreur fréquente ou un risque à éviter absolument.

I À SAVOIR / DÉFINITION

Un point technique expliqué simplement.

€ EXEMPLE CHIFFRÉ

Un cas concret avec de vrais chiffres pour bien comprendre.

EN CLAIR · Un résumé express de la section, en une phrase, pour les débutants pressés.

I UN MOT QUE TU NE COMPRENDS PAS ?

Chaque sigle est expliqué la première fois qu'il apparaît. Et si tu tombes sur un terme en cours de route, le **glossaire**, à la fin du guide, les reprend tous par ordre alphabétique, de A+ Content à 3PL. Tu n'as jamais à rester bloqué sur un mot.

Le parcours recommandé

Modules 1 à 4 : poser les **bases administratives et logistiques**. Modules 5 à 7 : **trouver et lancer ton produit**. Modules 8 à 13 : **outils, gestion, IA, développement des ventes et gestion des imprévus**. Suis l'ordre : chaque module s'appuie sur le précédent.

→ TA PREMIÈRE ACTION, MAINTENANT (20 MIN)

Avant de lire la suite : va sur autoentrepreneur.urssaf.fr et lance la création de ton auto-entreprise. C'est gratuit et ça prend une vingtaine de minutes. Une fois coché, tu viens déjà de franchir l'étape que la plupart des curieux ne font jamais, et tout le reste du guide devient concret.

I NOTE IMPORTANTE • CHIFFRES & RÉGLEMENTATION

Les taux de cotisations, seuils de TVA, frais Amazon et tarifs des prestataires cités sont donnés à **titre indicatif (situation 2026)** et peuvent évoluer. Avant toute décision, vérifie toujours les montants à jour sur les sources officielles : urssaf.fr, impots.gouv.fr, douane.gouv.fr, et le **calculateur FBA officiel** dans Seller Central.

MENTIONS LÉGALES

À titre éducatif. Les informations de ce guide ne constituent pas un conseil fiscal, juridique ou comptable ; vérifie auprès des organismes compétents et, au besoin, d'un professionnel qualifié. L'auteur ne saurait être tenu responsable des décisions prises sur la base de ce guide.

Guide indépendant, sans lien, partenariat ni approbation d'Amazon.com, Inc. « Amazon », « Seller Central », « FBA », « Prime » et les logos associés sont des marques de leurs propriétaires respectifs. Les captures d'interface sont des créations pédagogiques.

© 2026 • **Tous droits réservés.** Ce guide est protégé par le droit d'auteur. Son achat confère une **licence d'utilisation strictement personnelle et non transmissible**. Toute reproduction, partage, revente, redistribution ou mise à disposition, totale ou partielle et sous quelque forme que ce soit, sans autorisation écrite de l'auteur, est interdite et constitue un **délit de contrefaçon** (art. L335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle : jusqu'à 3 ans d'emprisonnement et 300 000 € d'amende), sans préjudice de dommages-intérêts.

Ton parcours en 30 jours

Un guide de 150 pages, c'est riche : voici le chemin le plus court pour ne jamais te demander « par quoi je commence ? ». Suis ces 5 étapes dans l'ordre, une à la fois.

Ce plan est une **vue d'ensemble**, pas une course. Certaines étapes prendront plus ou moins de temps selon ton produit et ta disponibilité : l'important est de **respecter l'ordre**, chaque étape prépare la suivante. À chaque phase, le guide t'explique le détail.

J. 1-3 LES BASES

Poser des fondations solides

- Créer ton **auto-entreprise** sur autoentrepreneur.urssaf.fr
- Ouvrir un **compte bancaire dédié** et demander ton numéro **EORI**
- Créer ton **compte vendeur** Amazon (Seller Central)

→ Modules 1 à 4

J. 4-10 LE PRODUIT

Trouver et valider une idée

- Lister **5 produits** potentiels à partir des sources du guide
- Les **analyser** avec Keepa et SellerAmp (demande, concurrence, marge)
- Sélectionner **un seul produit** à fort potentiel

→ Module 5

J. 11-15 LE FOURNISSEUR

Sourcer et commander un échantillon

- Contacter **5 fournisseurs** sur Alibaba (scripts au Bonus 2)
- Comparer prix, MOQ, délais et certifications
- Commander un **échantillon** et le tester avant tout engagement

→ Modules 6 et 7

J. 16-20 LA PRÉPARATION

Valider et préparer le lancement

- Valider l'échantillon, négocier le **packaging** à ta marque
- Créer ta **fiche produit** (titre, photos, description, mots-clés)
- Passer ta **première commande** et suivre la production

→ Modules 6, 8 et 9

J. 21-30 LE LANCEMENT

Recevoir, lancer et développer

- Réceptionner et préparer ton **stock** (FBM ou FBA)
- Mettre la fiche **en ligne** et lancer ta campagne **PPC**
- Suivre tes chiffres et **optimiser** chaque jour

→ Modules 10 à 13 et cas pratique

1 À GARDER EN TÊTE

Ces durées sont des **repères**, pas des délais stricts. Le maritime, par exemple, ajoute souvent 30 jours d'acheminement entre ta commande et ta réception : anticipe. L'essentiel n'est pas d'aller vite, mais de **ne sauter aucune étape**. Chacune t'évite une erreur coûteuse.

Sommaire

13 modules + des ressources bonus pour passer de l'idée à ta première vente, puis te développer dans toute l'Europe.

01	Créer son entreprise et son compte vendeur	p. 4
	Statut juridique · SIRET · URSSAF & ACRE · banque · EORI · Amazon Seller Central pas-à-pas · tableau de bord · budget	
02	Comprendre la TVA et les obligations fiscales	p. 19
	Franchise · 3 types d'achats · Incoterms · OSS · BtoB/BtoC · Pan-EU · TVA Allemagne · Commingling	
03	Étendre son marché à l'Europe	p. 26
	Les 10 marketplaces détaillées · vendre depuis la France · Pan-EU FBA	
04	FBA ou FBM : comment faire le bon choix	p. 33
	Choisir · process complet · frais détaillés · outils · SFP · stratégie hybride · métriques · checklists	
05	Trouver un produit rentable	p. 40
	Idées · ROI vs marge · Keepa · variation profitable · business models · arbitrage · faisabilité · départage	
06	Créer sa fiche produit et préparer son lancement	p. 49
	GTIN/EAN · GS1 · FNSKU · fiche produit complète · occasion · emballage · expédition · PrepCenter	
07	Créer et protéger sa marque	p. 59
	Nom & logo · fournisseur OEM · dépôt INPI/EUIPO · Brand Registry · contrôle qualité	
08	Les outils indispensables du vendeur Amazon	p. 66
	Keepa · SellerAmp · Calculatrice FBA · DeepL · Canva · Sendcloud · Sellerboard · Helium 10	
09	Maîtriser Seller Central et gérer son activité	p. 71
	Un gating · offres Europe · conformité RSGP · POA complet · REP/DEEE · Auto → SASU · IPI · Hazmat	
10	Utiliser l'intelligence artificielle pour gagner du temps	p. 79
	Les prompts indispensables du vendeur · analyse d'avis · fiches · noms de marque · emails · gain de temps	
11	Développer ses ventes et faire évoluer son activité	p. 85
	Revenus par niveau · simulation · PPC complet (budgets, 4 campagnes, ranking) · roadmap 24 mois	
12	Affronter les difficultés dans la durée	p. 98
	Les 7 « Que faire si... » : ventes, avis, rupture, fournisseur, documents, suspension · mental	
★	PASSAGE À L'ACTION · Lancer ton premier produit de A à Z	p. 105
	Un lancement complet suivi étape par étape : idée, sourcing, marque, FBA, PPC, budget, résultats mois par mois	
13	Checklist finale	p. 118
	Checklist 25 points · email fournisseur · tableau de rentabilité · 10 erreurs · prochaines 72 h	
+	Ressources · Glossaire & FAQ du débutant	p. 124
	Tous les sigles expliqués (BSR, ASIN, ODR, ACOS, MOQ...) + les questions les plus fréquentes	
B	Pack Bonus · Les 5 bonus premium	p. 128
	Kit sourcing · templates Alibaba · modèles POA · calculateur de marge · 50 idées produits	

01

PHASE 1 • MODULE 01

Créer son entreprise **et** **son compte vendeur**

Tout ce qu'il faut pour bien démarrer : statut, SIRET, URSSAF, banque, EORI, compte Amazon et budget.

Créer son entreprise et son compte vendeur

Construire des bases solides avant de lancer ton activité

Prérequis : aucun, c'est le point de départ. **À la fin :** ton entreprise et ton compte Amazon sont créés, en règle et prêts à vendre.

Avant de créer une fiche produit ou de contacter un fournisseur, une étape est incontournable : mettre en place une entreprise conforme et un compte vendeur correctement configuré. Ce module t'accompagne pas à pas dans ces démarches.

L'envie de chercher tout de suite un produit rentable est naturelle. Mais sans préparation, on se heurte vite à des blocages administratifs, fiscaux ou techniques, tous faciles à éviter. Ne t'inquiète pas si certains termes te sont inconnus : chacun sera expliqué simplement, étape par étape. Prends ton temps.

Objectif du module

Mettre en place, dans le bon ordre, tout le socle administratif et technique dont tu as besoin avant ta première vente, pour partir sur des bases saines et 100 % en règle.

Ce que tu vas apprendre

- Les différences entre auto-entreprise, SASU et EURL
- Les cotisations URSSAF en achat-revente, et l'ACRE
- Les deux régimes fiscaux : micro-fiscal ou versement libératoire
- Le rôle du numéro EORI pour importer
- Les frais Amazon et la logique de marge
- Le fonctionnement d'un compte Seller Central et de son tableau de bord

Ce que tu sauras faire

- Créer ton auto-entreprise et obtenir ton SIRET
- Activer l'ACRE à temps pour réduire tes charges la 1re année
- Demander ton numéro EORI sur douane.gouv.fr
- Ouvrir un compte Seller Central professionnel et conforme
- Lire ton tableau de bord et repérer un signal d'alarme
- Fixer un budget de départ réaliste, réserve de sécurité comprise

Les erreurs que tu vas éviter

- Choisir un statut inadapté, ou passer en société trop tôt
- Confondre achat-revente et prestation de service, et appliquer le mauvais taux URSSAF
- Oublier l'ACRE et perdre la réduction de la première année
- Lancer un import sans EORI (marchandise bloquée en douane)
- Créer un compte « Individuel » alors que tu vises le FBA et la publicité
- Miser 100 % de ton budget sur un seul produit, sans réserve

Les ressources du module

- Sites officiels : autoentrepreneur.urssaf.fr, douane.gouv.fr, sellercentral.amazon.fr
- Le calculateur FBA officiel (Seller Central)
- Comptes pro : Qonto, Shine, Revolut Business
- Tableaux : cotisations 2026, frais Amazon, budget de lancement, roadmap
- Exemples chiffrés, captures d'écran, checklists, plan d'action

★ LE CONSEIL DE L'ACADEMY

Ne cherche pas à aller trop vite. Une activité Amazon solide repose avant tout sur de bonnes bases : effectue les démarches de ce module avant de poursuivre ta lecture. Ce que tu poses ici t'accompagnera dans tout le reste du manuel.

→ TA MISSION

Avoir posé les bases de ton activité, puis passer à l'étape suivante : comprendre la TVA et tes obligations fiscales (Module 2).

Auto-entreprise ou société • comment choisir ?

La première question de tout vendeur Amazon : sous quel statut juridique démarrer ? La réponse dépend de tes ambitions, de ton budget de départ et de ta tolérance administrative. Voici le comparatif complet, statut par statut.

EN CLAIR • Dans la majorité des cas pour débiter, l'auto-entreprise suffit : gratuite, rapide, sans risque tant que tu ne vends pas. Tu passeras en société (SASU/EURL) plus tard, quand ton chiffre d'affaires grimpera et que la fiscalité deviendra l'enjeu principal.

Auto-entrepreneur (micro-entreprise)

Idéal pour commencer

Avantages

- Inscription 100 % gratuite et rapide (urssaf.fr)
- SIRET obtenu en 5-10 jours
- Charges uniquement sur le CA réel (0 CA = 0 charge)
- Comptabilité ultra-simplifiée
- Plafond 203 100 €/an (achat-revente, 2026)
- Pas de capital minimum
- Gestion en quelques minutes par mois

Limites

- Plafond de CA limitant à terme
- Pas de récupération de TVA sur les achats
- Responsabilité sur le patrimoine personnel
- Image moins « pro » pour les gros fournisseurs

SASU (Société par Actions Simplifiée Unipersonnelle)

Pour aller plus loin

Avantages

- Aucun plafond de CA
- Récupération de TVA sur les achats fournisseurs
- Dividendes fiscalement avantageux
- Protection totale du patrimoine personnel
- Crédibilité maximale auprès des fournisseurs
- Possibilité d'associés futurs

Limites

- Création ~300-800 € + délai 2-4 semaines
- Comptabilité obligatoire (expert-comptable ~1 500 €/an)
- Charges sociales sur le salaire que tu te verses
- Formalités de dissolution complexes

EURL • l'alternative à la SASU

Avantages

- Protection du patrimoine personnel
- Capital minimum : 1 €
- Régime fiscal à l'IS possible
- Bonne image professionnelle

Limites

- Charges sociales élevées même sans revenu
- Comptabilité obligatoire
- Dividendes moins avantageux que la SASU
- Gestion plus lourde que l'auto-entreprise

★ LE CONSEIL

Commence en **auto-entrepreneur**. Beaucoup d'entrepreneurs commencent à étudier le passage en **SASU** autour de 40 à 50 k€ de CA annuel, mais le bon moment dépend aussi de ta marge, de la rémunération que tu te verses et de ta situation fiscale personnelle. C'est une décision à prendre avec un expert-comptable, chiffres en main, pas à une date fixe.

Créer ton auto-entreprise • pas à pas

- 1 Va sur autoentrepreneur.urssaf.fr**
Clique sur « Créer mon auto-entreprise ». Inscription 100 % en ligne, gratuite, 15–20 min.
- 2 Remplis la déclaration**
Nom, prénom, adresse, activité : « Commerce de détail en ligne », code NAF 4791A, le plus courant pour l'e-commerce (des variantes comme 4791B existent selon l'activité).
- 3 Choisis ton régime fiscal**
Versement libératoire si tu anticipes un CA régulier (impôt payé au fil de l'eau). Sinon, le micro-fiscal standard est parfait (détail plus bas).
- 4 Reçois ton numéro SIRET**
Sous 5 à 10 jours ouvrés par email et courrier. C'est le numéro qu'Amazon te demandera obligatoirement.
- 5 Ouvre un compte bancaire dédié**
Légalement obligatoire dès 10 000 €/an de CA pendant deux années consécutives. En pratique : ouvres-en un dès le départ. Recommandés : Qonto, Shine, Revolut Business.
- 6 Déclare ton CA chaque trimestre**
Sur urssaf.fr, même si CA = 0. Tes cotisations dépendent de ton activité achat-revente et de ton éligibilité à l'ACRE, taux détaillés juste après.

Tes cotisations URSSAF • taux 2026 pour Amazon

Vendre sur Amazon = activité « **achat-revente de marchandises** » (et non prestation de service). C'est important : les taux diffèrent selon l'activité. Voici les taux applicables en 2026.

Situation	Cotisations sociales	Versement libératoire (option)	Total
Taux normal (sans ACRE)	12,3 % du CA HT (hors taxes)	+ 1 % du CA	13,3 %
ACRE, création avant le 1/7/2026 (–50 %)	6,2 % du CA HT	+ 1 % du CA	7,2 %
ACRE, création à partir du 1/7/2026 (–25 %)	~9,2 % du CA HT	+ 1 % du CA	~10,2 %

Situation	Cotisations sociales	Versement libératoire (option)	Total
À partir de la 2 ^e année	12,3 % du CA HT	+ 1 % du CA	13,3 %

I IMPORTANT · LA RÉFORME DE L'ACRE

L'ACRE ne dure qu'**un an** : dès la 2^e année, tu repasses au taux plein de 12,3 %. Les paliers dégressifs sur 2 et 3 ans que tu peux croiser dans de vieux tutos **n'existent plus** depuis 2020.

Attention, le montant de la réduction a changé au 1^{er} juillet 2026 : **-50 %** (soit 6,2 %) si tu as créé ton entreprise **avant** cette date, **-25 %** (soit environ 9,2 %) pour les créations **à partir** de cette date. Vérifie toujours ton taux sur urssaf.fr.

€ EXEMPLE CONCRET · CE QUE TU PAIES VRAIMENT

Sans ACRE, CA mensuel de 3 000 € : cotisations $3\,000 \times 12,3\% = 369\text{ €}$ · versement libératoire 30 € → **399 €/mois** (13,3 % du CA).

Avec ACRE (1^{re} année, création à partir du 1/7/2026), même CA : cotisations $3\,000 \times 9,2\% = 276\text{ €}$ · versement libératoire 30 € → **306 €/mois**, soit **93 € d'économie chaque mois**. Si tu as créé ton entreprise avant le 1/7/2026, tu bénéficies encore du taux à 6,2 % (-50 %) : 216 €/mois, soit 183 € d'économie.

L'ACRE · la réduction de charges de la 1^{re} année

L'ACRE (Aide à la Création ou Reprise d'Entreprise) te permet de payer **moins de cotisations sociales pendant ta première année** : -50 % pour les entreprises créées avant le 1^{er} juillet 2026, -25 % (taux ~9,2 %) pour les créations à partir de cette date. C'est accordé si tu es éligible.

Qui peut en bénéficier ?

- Demandeurs d'emploi indemnisés (ARE) au moment de la création
- Demandeurs d'emploi non indemnisés inscrits depuis plus de 6 mois sur les 18 derniers
- Bénéficiaires du RSA ou de l'ASS
- Jeunes de 18 à 25 ans (29 ans si reconnu handicapé)
- Personnes créant en Zone Prioritaire (QPV)
- Salariés qui reprennent une entreprise

1 Coche la case ACRE à l'inscription

Sur autoentrepreneur.urssaf.fr, coche « Je demande l'ACRE ». Oublié ? Tu peux le faire dans les 60 jours suivant le début d'activité (délai porté à 60 jours par la réforme 2026).

2 L'URSSAF vérifie ton éligibilité

Réponse sous ~30 jours. Sans refus, l'ACRE est accordée.

3 Ton taux réduit s'applique automatiquement

Toute la 1^{re} année : 6,2 % au lieu de 12,3 % pour une création avant le 1^{er} juillet 2026, environ 9,2 % après. Sur un CA de 30 000 €, cela représente **1 830 € de charges en moins** avant juillet 2026, et environ **930 €** après.

Les 2 régimes fiscaux au choix

Régime	Comment ça marche	Avantage	Inconvénient
Micro-fiscal standard (par défaut)	Tu declares ton CA sur ta déclaration annuelle. Impôt calculé sur ton revenu global.	Simple, pas de surprise	Impôt payé en une fois l'année suivante
Versement libératoire (option)	Tu paies l'impôt avec tes cotisations URSSAF. Taux fixe : 1 % du CA.	Pas de mauvaise surprise fiscale	Pas avantageux si revenus faibles (tranche 0 %)

★ CONSEIL PRATIQUE 2026

Le versement libératoire est intéressant si ta tranche d'imposition dépasse 11 % (dès ~11 600 €/an de revenu net imposable, barème 2026). Si tu débutes avec des revenus faibles, reste en **micro-fiscal standard** : tu paieras peu ou pas d'impôt grâce à l'**abattement de 71 %** sur le CA achat-revente. Concrètement, l'impôt n'est calculé que sur 29 % de ton CA. Exemple : 30 000 € de CA → base imposable = 8 700 € seulement.

Optimiser ta trésorerie avec une carte business

Astuce souvent ignorée des débutants : certaines cartes business (par exemple **American Express Business**, mais d'autres banques proposent l'équivalent) offrent des avantages concrets pour régler tes achats fournisseurs.

- **Cashback** sur tous tes achats, entre 0,5 % et 2 % en points/cash selon la carte
- **Délai de paiement étendu**, tu règles tes fournisseurs maintenant et tu paies Amex ~30 jours plus tard : ta trésorerie respire
- **Assurances achat & voyage** incluses sur tes commandes
- **Acceptée sur Alibaba**, pratique pour les paiements hors Trade Assurance
- **Reporting détaillé**, dépenses catégorisées automatiquement, utile pour la compta

€ EXEMPLE

Sur 50 000 € d'achats/an, un cashback de 1 % = **500 € récupérés**. Sur 5 ans de business, c'est 2 500 € « gratuits ». Sur la durée, ces points cumulés financent un réassort.

Le numéro EORI • indispensable pour importer

Si tu importes des produits hors UE (Chine, USA...), il te faut un numéro **EORI** (Economic Operators Registration and Identification). C'est ton identifiant douanier européen.

I LE NUMÉRO EORI EN BREF

- Obligatoire pour importer des marchandises dans l'UE depuis un pays tiers
- Format français : **FR + ton numéro SIRET** (14 chiffres)
- Où l'obtenir : `douane.gouv.fr` → « Demander un numéro EORI »
- Délai : 24 à 72 h · Coût : gratuit
- Quand ? Dès ta première commande Alibaba expédiée (mer/air) directement vers la France

Sans numéro EORI, ta marchandise est bloquée en douane.

Quel budget pour commencer ?

Niveau de lancement	Budget minimum	Ce que tu peux faire
Micro-lancement	300 – 800 €	1 produit AliExpress, test rapide, sans Private Label
Lancement standard	800 – 2 500 €	1 produit Alibaba, 100–200 unités, packaging simple
Lancement solide	2 500 – 5 000 €	1 produit sous ta propre marque (Private Label), packaging pro, budget de publicité (PPC)
Lancement pro	5 000 €+	2–3 produits, plein Private Label, outils payants, stock tampon

! RÈGLE D'OR BUDGET

Ne commence **jamais** avec 100 % de ton budget sur un seul produit. Garde toujours **30 % en réserve** pour le réassort et les imprévus (douane, retours, échantillons supplémentaires).

S'inscrire sur Amazon Seller Central • guide complet

Voici le guide visuel pas-à-pas pour créer ton compte vendeur Amazon professionnel. Prépare tes documents **avant** de commencer : tu ne pourras pas sauvegarder à mi-parcours.

Documents à préparer AVANT de commencer

Document	Détail	Obligatoire ?
Pièce d'identité	CNI recto-verso ou passeport valide. Lisible, non recadré, sans reflet.	Oui
RIB / relevé bancaire	Avec ton nom, IBAN et BIC. Moins de 90 jours.	Oui
Numéro de téléphone	Pour recevoir le code SMS de vérification.	Oui
Email dédié	Sera ton identifiant permanent Amazon. Un email dédié à ton activité est recommandé (Gmail ou domaine pro).	Oui

Document	Détail	Obligatoire ?
Numéro SIRET	Ton SIRET d'auto-entrepreneur (reçu par courrier URSSAF).	Oui
Carte bancaire	Pour les frais mensuels (39,99 €/mois). À ton nom.	Oui
Justificatif d'adresse	Facture énergie/télécom ou avis d'imposition < 90 jours.	Parfois
Numéro de TVA	Ton numéro intracommunautaire, si tu en as un.	Non si franchise

Compte Individuel ou Professionnel ?

Critère	Compte Individuel	Compte Professionnel
Prix	Gratuit	39,99 €/mois HT
Commission par vente	+ 0,99 € par article	Incluse dans l'abonnement
Seuil de rentabilité	Rentable en dessous de ~40 ventes/mois	Rentable au-dessus de ~40 ventes/mois
Rapports	Basiques	Complets et avancés
Amazon PPC (publicité)	Non disponible	Disponible
Buy Box (la case « Ajouter au panier » d'une fiche, qu'un seul vendeur remporte)	Non éligible	Accessible
FBA, c'est Amazon qui stocke et expédie pour toi (à l'inverse du FBM, où tu expédies toi-même). Tout le détail au Module 4.	Disponible	Disponible
Recommandé pour	Tester (< 40 ventes/mois)	Business sérieux

★ RECOMMANDATION

Le seuil de bascule purement comptable se situe autour de **40 ventes/mois** : en dessous, l'individuel (0,99 €/vente) coûte moins cher ; au-dessus, le pro (39,99 €/mois) devient plus rentable. Mais pour un projet orienté FBA et Private Label, le compte **Professionnel** est le seul praticable : lui seul ouvre l'accès à la **publicité PPC** et à la **Buy Box**. Sans eux, tu peux vendre, mais tu te prives des deux leviers qui font les ventes.

Étape 1 • Créer ton compte

Rends-toi sur sellercentral.amazon.fr → « Commencer à vendre ».

Créer un compte vendeur Amazon · Informations de connexion

Adresse email	tonnom@tondomaine.fr (dédié à ton activité)
Mot de passe	Min. 8 car. · majuscule + chiffre + symbole
Authentification 2FA	Obligatoire (appli Seller ou SMS)
Type de compte	Professionnel (39,99 €/mois)
Nom de la boutique	Ex : LUNA (modifiable plus tard)
Pays	France

★ ASTUCE

Utilise une adresse email **dédiée à ton activité** (Gmail ou domaine pro font l'affaire) plutôt que ta boîte personnelle du quotidien. Après « Continuer », Amazon envoie un code de vérification par SMS.

Étape 2 · Informations sur ton entreprise

C'est ici qu'Amazon vérifie que tu es une vraie entreprise. Entre les informations **exactement** comme elles apparaissent sur ton document URSSAF.

Informations sur l'entreprise · Identité de l'entreprise

Type d'entreprise	Auto-entrepreneur / Entreprise individuelle
Pays d'enregistrement	France
Numéro SIRET	123 456 789 00012 (ton n° URSSAF exact)
Adresse du siège	Ton adresse personnelle (= adresse URSSAF)
Représentant légal	Prénom + nom exactement comme sur la CNI
Date / pays de naissance	JJ/MM/AAAA · France

I BON À SAVOIR

Le SIRET doit correspondre **exactement** au registre officiel, Amazon le vérifie en temps réel. Ton SIRET se trouve sur le courrier reçu après inscription sur urssaf.fr.

Étape 3 · Coordonnées bancaires

Tu configures ici le compte où Amazon te versera tes gains **toutes les 2 semaines**. Utilise ton compte dédié à ton activité Amazon.

Informations de paiement et de dépôt

Titulaire du compte	Ton prénom + nom (ou ta société)
IBAN	FR76 XXXX XXXX XXXX... (depuis ton RIB)
BIC / SWIFT	XXXXXXXX (visible sur ton RIB)
Pays de la banque	France
Carte (frais mensuels)	Carte à ton nom · MM/AAAA · CVV

Étape 4 • Vérification d'identité (KYC)

Amazon vérifie ton identité pour lutter contre la fraude : c'est le processus KYC (*Know Your Customer*).
Délai : 1 à 5 jours ouvrés, pendant lesquels ton compte est « en attente ».

★ PHOTOS D'IDENTITÉ RÉUSSIES

- Document sur une surface **plane** et bien éclairée (pas de flash direct)
- Les 4 coins du document visibles dans le cadre
- Pas de reflets, pas de doigts sur le document
- Photo nette, non floutée, non recadrée, JPG ou PDF, max 10 Mo
- Selfie : fond neutre, lumière de face, visage entièrement visible

Vérification d'identité • Documents requis

Type de document	Carte Nationale d'Identité (recto + verso)
Recto / verso	Téléverser, JPG ou PDF, max 10 Mo
Selfie avec la pièce	Optionnel mais accélère la validation
Entretien vidéo (si demandé)	5–10 min · un agent vérifie ta CNI en direct
À préparer	Pièce ORIGINALE en main + bonne connexion

I SI LA VÉRIFICATION ÉCHOUÉ

Amazon t'envoie un email avec la raison précise. Tu peux soumettre à nouveau avec de meilleures photos : ce n'est jamais définitif à ce stade.

Étape 5 • Informations TVA et conformité

Une fois le compte activé, configure tes informations fiscales dans Paramètres → Informations de compte → TVA. C'est obligatoire pour vendre légalement.

Informations TVA & obligations réglementaires

Statut TVA	Non assujetti (franchise), ou Assujetti
N° TVA intracom	FR + 2 chiffres + SIREN (si assujetti)
Pays d'immatriculation TVA	France
Numéro REP emballages	FR2XXXXX_01XXXX (IDU, via Citeo ou Léko)
Numéro WEEE	FR2XXXXX_01XXXX (IDU, via Ecosystem, si électronique)
Représentant UE	Non applicable si tu es en France

I SI TU ES EN FRANCHISE DE TVA

Sélectionne simplement « Non assujetti », tu n'as rien d'autre à faire à cette étape.

Les numéros **REP** demandés sont des **identifiants uniques (IDU)** délivrés par l'ADEME : 15 caractères commençant par FR. Tu en as **un par filière** (un pour les emballages, un autre pour les appareils électriques...), pas un seul pour toute ton entreprise. Ton éco-organisme (Citeo, Léko, Ecosystem) fait la démarche et te le communique.

Ton tableau de bord Seller Central • débutant vs expérimenté

Voici exactement ce que tu vas voir dans Seller Central. On te montre deux versions : un compte tout neuf, puis un compte expérimenté actif, pour que tu comprennes chaque indicateur et ce qu'il signifie.

Compte débutant • jour J, compte tout neuf

COMPTE DÉBUTANT · Jour J, compte tout neuf		C'est ce que tu verras quand tu crées ton compte
amazon seller central		Catalogue · Inventaire · Tarification · Commandes · Publicité · Rapports
		Aide Paramètres
Bonjour, cette boutique est actuellement à l'état Activé >		
Ventes 0,00 € Depuis le début de la journée 	Commandes en cours 0 Nombre total FBM non expédié 0 FBM en attente 0 FBA en attente 0	Messages de l'acheteur 0 Cas nécessitant votre attention % d'offres en vedette — Il y a 2 jours
Commentaire sur le vendeur — Année précédente (0 évaluation) Aucune évaluation pour l'instant	Paielements 0,00 € Solde disponible → Paramètres → Compte → Virement	Promotions à l'international Aucune donnée disponible En savoir plus Ventes publicitaires 0,00 € Aujourd'hui jusqu'à présent
© 1999-2026, Amazon.com, Inc. ou ses affiliés Téléchargez l'application mobile Vendeur Amazon		

Reproduction fidèle de l'interface, à titre pédagogique.

I
CE QUE TU VOIS AU DÉPART

Tout est à zéro : **c'est normal !** Tu viens de créer ton compte. Les ventes arrivent après avoir créé ta fiche et envoyé ton stock. La note vendeur n'apparaîtra qu'après tes premières ventes, et Amazon te verse tes gains toutes les 2 semaines une fois les ventes démarrées. **Ta prochaine action : Catalogue → Ajouter un produit.**

Compte expérimenté · tableau de bord irréfutable

COMPTE EXPÉRIMENTÉ · Tableau de bord irréprochable

Un compte sain, actif, avec tous les indicateurs au vert

amazon seller central

Catalogue · Inventaire · Tarification · Commandes · Publicité · Rapports

Aide | Paramètres

Bonjour, cette boutique est actuellement à l'état **Activé** >

Ventes

8 742,50 €

Depuis le début de la journée



Commandes en cours

23

Nombre total

FBM non expédié

0

FBM en attente

3

FBA en attente

0

Messages de l'acheteur

2

Cas nécessitant votre attention

% d'offres en vedette

91 % ▲

Il y a 2 jours

Commentaire sur le vendeur

★★★★★ **4,9**

Année précédente (312 évaluations)

[Excellente note, continue comme ça !](#)

Paielements

12 340,00 €

Solde total

[→ Paramètres](#) [→ Compte](#) [→ Virement](#)

Promotions à l'international

Aucune donnée disponible

[En savoir plus](#)

Ventes publicitaires

1 240,80 €

Aujourd'hui jusqu'à présent

© 1999-2026, Amazon.com, Inc. ou ses affiliés | Téléchargez l'application mobile Vendeur Amazon

Reproduction fidèle de l'interface, à titre pédagogique.

★ POURQUOI TOUT EST AU VERT

Boutique **activée** (offres visibles 24h/24), **FBM non expédié = 0** (expéditions à l'heure), **Buy Box 91 %** (tu remportes 9 fiches sur 10), **note 4,9/5** sur 312 avis (service irréprochable), et **ventes publicitaires actives** (PPC qui tourne). C'est l'objectif à atteindre, chaque indicateur raconte la santé de ton business.

Le bon vs le mauvais signal

Indicateur	Bon signe	Signal d'alarme	Action si alarme
Statut boutique	Activé	Désactivé	Réactiver dans Paramètres
FBM non expédié	0	1 ou plus	Expédier immédiatement
Messages acheteur	0 à 5	Plus de 20	Répondre à tous sous 24 h
% d'offres en vedette (ta part de Buy Box)	80 %+	Moins de 50 %	Baisser les prix / reppricer
Note vendeur	4,5 à 5 ★	Moins de 3,5	SAV + expéditions à temps
Ventes publicitaires	CA croissant	0,00 €	Lancer une campagne PPC
Solde paiements	Positif, croissant	0 ou négatif	Vérifier les remboursements

Récapitulatif complet des frais Amazon

Type de frais	Montant	Détail
Abonnement Professionnel	39,99 €/mois	Fixe, quel que soit ton CA
Commission de référencement	8 % à 15 %	Variable selon la catégorie produit
Frais FBA · préparation	1,50 à 6,00 €/unité	Selon taille et poids du produit
Frais FBA · stockage	Selon grille au m³/mois	Tarif bas janv.–sept. · +50 % oct.–déc.
Publicité Amazon PPC	Variable par clic	Tu fixes ton budget quotidien
Retours clients	Prélevés sur ton solde	Amazon te protège partiellement
Retrait de stock	0,25–0,60 €/unité	Si tu récupères ton stock

Tarifs indicatifs 2026, à vérifier. Depuis avril 2026, Amazon ajoute une surcharge carburant et logistique d'environ 1,5 % sur les frais d'expédition (quelques centimes par unité), déjà comprise dans les fourchettes ci-dessus.

★ RÈGLE D'OR

Vise **idéalement un taux de marge de 30 à 50 % APRÈS** tous les frais Amazon (certaines niches à très fort volume tournent plus bas, autour de 15 à 20 %, mais c'est un pari réservé aux vendeurs expérimentés). Utilise le **calculateur FBA officiel** (Seller Central → Tarification → Calculatrice des revenus FBA) avant toute commande fournisseur : il calcule les frais exacts de stockage et de traitement pour ton produit précis.

Roadmap de lancement · vue globale

Semaine	Action	Priorité
S1	Créer auto-entreprise + SIRET + compte bancaire dédié	Critique
S1	Créer email pro + compte Amazon Seller Central	Critique
S2	Demander le numéro EORI sur douane.gouv.fr	Important
S2–S3	Recherche produit (Best Sellers, Keepa, Helium 10)	Critique
S3	Contacter 5+ fournisseurs Alibaba (prix + échantillon)	Critique
S4	Recevoir et tester l'échantillon, valider la qualité	Critique
S5	Commander le premier lot (50–200 unités)	Critique
S6–S8	Créer fiche produit + photos + mots-clés	Critique
S8–S10	Réception stock FBA + activation du listing	Critique
S10	Lancer la campagne PPC Sponsored Products	Important

Semaine	Action	Priorité
M3+	Optimiser le listing + réassort + 2 ^e produit	Croissance

● PLAN D'ACTION · MODULE 1

À faire avant de continuer

- Crée ton auto-entreprise sur autoentrepreneur.urssaf.fr
- Ouvre un compte Qonto ou Shine (ouverture en ligne en 10 min)
- Remplis le formulaire EORI sur douane.gouv.fr
- Envisage une carte business avec cashback ou paiement différé pour optimiser ta trésorerie
- Va sur sellercentral.amazon.fr et démarre l'inscription

02

PHASE 1 • MODULE 02

Comprendre la TVA et les obligations fiscales

Achat domestique, intracom, extra-com, Incoterms, OSS, BtoB/BtoC, Pan-EU, Commingling : tout le détail, expliqué simplement.

Comprendre la TVA et les obligations fiscales

Comprendre la fiscalité qui s'applique à ta situation, et seulement elle

Prérequis : Module 1 terminé, ton statut est créé. **À la fin :** tu sais quelle TVA s'applique à ta situation, et quelles démarches faire, ou ne pas faire.

Imagine : tu commandes ton premier stock en Chine. Trois semaines plus tard, un transporteur te réclame des frais de douane et une TVA à l'importation que tu n'avais pas prévus. Plusieurs centaines d'euros, tombés de nulle part, sur un budget déjà serré. Ce module existe pour t'éviter exactement ce genre de surprise.

La TVA est l'un des sujets qui inquiètent le plus les nouveaux vendeurs : TVA française, intracommunautaire, achats en Europe, imports de Chine, guichet OSS, Pan-EU... il est facile de se sentir perdu. La bonne nouvelle : tu n'as pas besoin de tout connaître dès le premier jour.

Pour commencer à vendre, il suffit de comprendre les règles qui s'appliquent à ta situation actuelle. Le reste deviendra utile au fur et à mesure que ton activité grandit. On avance donc progressivement, avec des mots simples, des exemples concrets et des cas que tu rencontreras vraiment.

Objectif du module

Comprendre les principales règles de TVA qui concernent un vendeur Amazon, et savoir identifier les obligations qui s'appliquent réellement à ta situation, sans te noyer dans les cas qui ne te concernent pas encore.

Ce que tu vas apprendre

- Ce qu'est vraiment la TVA, et la franchise en base
- Les 3 types d'achats : France, UE, hors UE
- Les Incoterms (FOB, DDP...) : qui paie transport et douane
- Le guichet OSS et le seuil des 10 000 €
- Le lien entre Pan-EU et immatriculation à l'étranger

Ce que tu sauras faire

- Identifier la TVA qui s'applique à ta situation d'aujourd'hui
- Distinguer un achat domestique, intracom et extra-com
- Choisir le bon Incoterm avec ton fournisseur
- Savoir quand t'inscrire à l'OSS (et quand c'est inutile)
- Repérer les options Amazon à impact fiscal (Pan-EU, Commingling)

Les erreurs que tu vas éviter

- Croire que la TVA fonctionne pareil dans tous les pays
- Confondre les achats France, UE et hors Union européenne
- Activer Pan-EU ou Commingling sans en mesurer l'impact fiscal
- T'immatriculer partout « au cas où », sans que ce soit nécessaire
- Faire des démarches fiscales trop tôt, avant d'y être tenu

Les ressources du module

- Site officiel : impots.gouv.fr (inscription au guichet OSS)
- Tableaux : récap TVA sur les achats, ventes BtoC / BtoB
- Notions clés : franchise, auto-liquidation, Incoterms
- Les services spécialisés en TVA multi-pays (Taxually, Avalara, hellotax...)
- Exemples chiffrés, schémas explicatifs, définitions simples

★ LE CONSEIL DE L'ACADEMY

La TVA paraît complexe au début. Ne cherche pas à tout retenir dès la première lecture : concentre-toi d'abord sur les situations qui concernent ton activité **aujourd'hui**. Tu découvriras les autres notions au fur et à mesure que ton entreprise se développe.

→ TA MISSION

Comprendre la TVA qui te concerne maintenant, puis passer à l'étape suivante : étendre ton marché à l'Europe (Module 3).

EN CLAIR · Tant que tu vends peu et que tu es en franchise de TVA, c'est simple : tu ne la factures pas, tu ne la récupères pas. Les règles se complexifient seulement quand (1) tu vends dans plusieurs pays UE (→ guichet OSS) ou (2) tu stockes à l'étranger (→ Pan-EU + immatriculation locale). Ce module couvre tous les cas.

I TU N'AURAS PAS BESOIN DE TOUT ÇA TOUT DE SUITE

Les pages qui suivent couvrent l'ensemble des situations, y compris celles que tu ne rencontreras peut-être jamais. **Certaines notions ne te serviront que le jour où ton activité se développera** (Pan-EU, Commingling, immatriculations à l'étranger). Pour l'instant, ne retiens que ce qui correspond à ton projet actuel : si tu débutes avec un stock en France, deux ou trois pages suffisent. Le reste est là pour le jour où tu en auras besoin.

Les 3 types d'achats fournisseurs

1. Achat domestique (fournisseur en France)

La TVA s'applique normalement (20 %). En **franchise** : le fournisseur te facture TTC (toutes taxes comprises), tu ne récupères pas la TVA. En **assujetti** (SASU/EURL) : tu récupères la TVA payée au fournisseur.

2. Achat intracommunautaire (fournisseur dans l'UE)

Tu achètes chez un fournisseur d'un autre pays UE (Allemagne, Espagne...). Le mécanisme est l'**auto-liquidation** : le fournisseur te facture HT (sans TVA) et tu declares la TVA toi-même en France. Il te faut ton numéro de TVA intracommunautaire.

3. Achat extra-communautaire (import hors UE : Chine, USA...)

Le cas le plus courant pour qui source sur Alibaba. La **TVA est collectée à la douane** à l'entrée des marchandises en France/UE.

I LES INCOTERMS • QUI PAIE QUOI ?

L'Incoterm définit qui paie le transport et la douane entre toi et ton fournisseur.

- **EXW** (Ex Works), tu gères tout depuis l'usine fournisseur. Non recommandé pour débiter.
- **FOB** (Free On Board), le fournisseur livre au port ; tu paies transport maritime + douane. **Le plus courant sur Alibaba.**
- **DDP** (Delivered Duty Paid), le fournisseur s'occupe de tout jusqu'à ta porte. Plus cher mais simple.
- **CIF** (Cost, Insurance, Freight), fournisseur paie transport + assurance, tu paies la douane à l'arrivée.

Si tu débutes, retiens juste ça :

- **DDP**, le plus simple, tout est inclus jusqu'à ta porte
- **FOB**, plus économique, mais il te faut un transitaire
- **EXW**, à éviter au début, tu gères tout depuis l'usine

Récapitulatif TVA sur les achats

Type d'achat	TVA à payer ?	Récupération ?
Domestique (FR), franchise	Oui, payée au fournisseur	Non
Domestique (FR), assujetti	Oui, payée au fournisseur	Oui (déclaration TVA)
Intracom UE, franchise	Auto-liquidation	Pas de récupération
Intracom UE, assujetti	Auto-liquidation à déclarer	Oui, neutralisée
Extra-com, franchise	TVA douanière 20 %	Non
Extra-com, assujetti	TVA douanière 20 %	Oui, récupérable

À **RETENIR** • si tu débutes en franchise avec un stock en France, seules les lignes « franchise » te concernent. Les autres deviendront utiles le jour où tu passeras assujetti à la TVA.

Vente BtoC • le cas principal sur Amazon

C'est la vente à des particuliers. La TVA applicable est celle du **pays du client** (règle de destination).

Vente France → France

TVA française (20 %) applicable si tu es assujetti. En franchise : pas de TVA collectée.

Vente à distance intracommunautaire • le guichet OSS

C'est le terme officiel pour tes ventes vers des particuliers d'autres pays UE. Dès que ces ventes dépassent **10 000 €/an au total**, tu appliques la TVA du pays de destination.

I LE GUICHET OSS (ONE STOP SHOP) EN DÉTAIL

- **Seuil global** : 10 000 € de ventes BtoC hors France dans l'UE sur l'année
- **S'inscrire** : impots.gouv.fr → Espace professionnel → Services en ligne → Guichet OSS
- **Déclaration** : trimestrielle, toutes tes ventes UE en une seule fois
- **TVA appliquée** : celle du pays du client (client allemand = 19 %)
- **Paiement** : en euros à la DGFIP (l'administration fiscale française), qui redistribue aux États
- **Avantage** : plus besoin de t'immatriculer dans chaque pays UE

Exception : l'OSS ne couvre pas le stockage. Si Amazon stocke tes produits à l'étranger (Pan-EU FBA), tu dois t'immatriculer à la TVA **dans chaque pays de stockage**, en plus de l'OSS.

Vente BtoB • vendre aux professionnels

Amazon propose aussi de vendre aux professionnels via Amazon Business. Les règles TVA diffèrent.

Situation	TVA applicable	Mécanisme
BtoB France → France	TVA française (20 %)	Facturation TTC normale
BtoB France → UE (client avec n° TVA)	0 % (exonérée)	Auto-liquidation, le client déclare dans son pays
BtoB France → hors UE	0 % (exportation)	Régime export, justificatif douanier nécessaire

Pan-EU FBA & stockage multi-pays

Avec le **Pan-EU FBA**, Amazon redistribue ton stock dans ses entrepôts de toute l'Europe pour optimiser les délais de livraison. Puissant, mais cela crée des obligations TVA supplémentaires.

Pays de stockage	Obligation TVA	Comment gérer
France	TVA française, déjà gérée	Guichet OSS pour les ventes UE
Allemagne	Immatriculation TVA DE obligatoire	Finanzamt, via un prestataire spécialisé ou ton comptable
Pologne	Immatriculation TVA PL	Via un prestataire spécialisé ou ton comptable
Italie	Immatriculation TVA IT	Via un prestataire spécialisé ou ton comptable
Espagne	Immatriculation TVA ES	Via un prestataire spécialisé ou ton comptable
Tchéquie	Immatriculation TVA CZ	Via un prestataire spécialisé ou ton comptable
Pays-Bas	Immatriculation TVA NL	Via un prestataire spécialisé ou ton comptable

★ CONSEIL DÉBUTANT

Ne lance **pas** le Pan-EU FBA immédiatement. Commence en vendant uniquement depuis la France (FR + UE via OSS). Active le Pan-EU quand ton volume justifie les coûts d'immatriculation multi-pays.

Immatriculation TVA en Allemagne • quand elle devient obligatoire

L'Allemagne est le marché Amazon n°1 en Europe. Attention à une confusion fréquente : **vendre sur Amazon.de ne t'oblige à rien côté TVA**. Tant que ton stock reste en France, tes ventes vers des clients allemands passent par l'**OSS**, et c'est tout.

Le numéro de TVA allemand devient obligatoire **uniquement quand Amazon stocke tes produits en Allemagne** (programme Pan-EU, notamment). C'est le stock qui déclenche l'obligation, pas la vente. Voici la marche à suivre le jour où tu y passes.

1 Demande du numéro de TVA allemand

Via le Finanzamt Neubrandenburg (non-résidents). Délai : 4–8 semaines. Coût via un service : 100–300 €.

2 Passe par un service spécialisé (Taxually, Avalara, hellotax...) ou un fiscal agent

Services spécialisés en TVA e-commerce : ils gèrent l'immatriculation et les déclarations dans tous les pays UE.

3 Déclare ta TVA allemande

Mensuelle ou trimestrielle selon le CA. Taux : 19 % (7 % pour certains produits).

4 Numéro WEEE Allemagne (si électronique)

Celui-ci, en revanche, ne dépend pas du stock : pour vendre de l'électronique sur Amazon.de, même depuis la France, il te faut un numéro WEEE allemand via EAR (stiftung-ear.de). C'est une règle de conformité produit, pas de TVA.

Commingling • ce que c'est et les risques

Le Commingling (« stock sans étiquette ») laisse Amazon mélanger ton stock avec celui d'autres vendeurs du même produit. Un client qui commande chez toi peut recevoir une unité d'un autre vendeur.

Critère	Commingling	FNSKU (l'étiquette Amazon propre à ton stock, voir Module 6)
Stock	Mélangé avec d'autres vendeurs	Le tien uniquement
Traçabilité	Impossible	Totale
Risque qualité	Élevé (contrefaçons possibles)	Zéro
Praticité	Pas besoin d'étiqueter	Étiqueter chaque unité

Critère	Commingling	FNSKU (l'étiquette Amazon propre à ton stock, voir Module 6)
Recommandé ?	Non	Oui

! **DÉSACTIVE LE COMMINGLING**

Seller Central → Paramètres → Préférences FBA → Étiquetage des produits → sélectionne « **Étiquette du vendeur (FNSKU)** ». Imprime et colle le FNSKU sur chaque unité.

Automatiser sa TVA européenne

Logiciel spécialisé TVA e-commerce, connecté à ton compte Amazon, qui automatise tes déclarations en Europe.

- **Synchronisation Amazon**, récupère automatiquement toutes tes transactions
- **Calcul automatique**, par pays, par type de produit, selon les règles locales
- **Soumission automatique**, déclarations envoyées directement aux autorités fiscales
- **Couverture européenne**, FR, DE, IT, ES, PL et plus, ainsi que le Royaume-Uni (hors UE)
- **Prix**, environ 50–200 €/mois selon le volume et les pays

● **PLAN D'ACTION · MODULE 2**

Mets ta TVA en ordre

- Vérifie ton CA : en dessous de 85 000 € ? Reste en franchise de TVA
- Tu vends dans plusieurs pays UE et dépasses 10 k€ hors France ? Inscris-toi au guichet OSS
- Pour le Pan-EU FBA : fais-toi accompagner par un prestataire spécialisé ou un fiscal agent avant d'activer
- Désactive le Commingling et passe aux FNSKU
- Garde tes factures d'achat, indispensables en cas de contrôle

03

PHASE 1 • MODULE 03

Étendre son marché à l'Europe

10 marketplaces, un seul compte depuis la France : tout ce qu'il faut pour chaque pays et dans quel ordre te lancer.

Étendre son marché à l'Europe

Vendre dans toute l'Europe depuis la France, sans complexité inutile

Prérequis : Modules 1 et 2 terminés, statut créé, bases de TVA comprises. **À la fin :** tu sais comment vendre dans toute l'Europe, et quand le Pan-EU devient utile.

Quand on découvre Amazon, on croit souvent que vendre sur Amazon, c'est vendre seulement en France. Or l'un de ses plus grands atouts, c'est de te permettre de proposer tes produits dans plusieurs pays européens **à partir d'un seul compte vendeur** : Allemagne, Italie, Espagne, Belgique, Pays-Bas, Pologne, Suède, Irlande... Tu n'es pas limité aux clients français.

Bonne nouvelle : tu n'as pas besoin d'attendre des mois, ni d'un montage compliqué. Tant que ton stock reste en France (que tu expédies toi-même ou qu'Amazon le fait pour toi), une seule immatriculation à la TVA suffit. Il te reste surtout à traduire correctement tes fiches. C'est seulement le Pan-EU, qui répartit ton stock dans plusieurs pays, qui demande d'attendre le bon moment.

Objectif du module

Comprendre comment vendre dans toute l'Europe depuis la France, et savoir à quel moment le Pan-EU devient réellement intéressant.

Ce que tu vas apprendre

- Comment fonctionne le compte européen unifié (un compte, plusieurs pays)
- Les principales marketplaces européennes et leurs particularités
- Les 3 niveaux : FBM, EFN et Pan-EU
- Le principe clé : c'est le stock qui déclenche la TVA
- Pourquoi la traduction des fiches produit est décisive

Ce que tu sauras faire

- Activer une nouvelle marketplace depuis ton compte Seller Central
- Vendre dans toute l'Europe en gardant ton stock en France
- Recevoir tes paiements sans ouvrir de compte dans chaque pays
- Décider si, et quand, activer le Pan-EU
- Traduire tes fiches pour convertir dans chaque pays

Les erreurs que tu vas éviter

- Activer une marketplace avec une fiche mal traduite
- Te ruer sur le Pan-EU trop tôt (immatriculations TVA dans chaque pays)
- Croire qu'il te faut un compte bancaire dans chaque pays
- Confondre le Royaume-Uni (hors UE) avec les marchés de l'Union
- Négliger le service client dans la langue du pays

Les ressources du module

- Le compte européen unifié, dans Seller Central
- Tableau comparatif des marketplaces européennes
- Tableau EFN contre Pan-EU (stock, TVA, délais, coûts)
- Le service Amazon Currency Converter for Sellers (paiements multi-pays)
- La traduction des fiches et les bonnes pratiques

★ LE CONSEIL DE L'ACADEMY

« Si je peux vendre partout, pourquoi ne pas tout activer dès le premier jour ? » Tu peux le faire, et c'est même une bonne idée dès que tes fiches sont prêtes. Ce qui demande de la prudence, c'est le **Pan-EU** : il répartit ton stock dans plusieurs pays et t'oblige à t'immatriculer à la TVA dans chacun d'eux. Garde-le pour quand ton volume le justifie vraiment.

→ TA MISSION

Comprendre comment étendre ton marché à toute l'Europe sans complexité inutile, puis passer à la suite : choisir entre FBA et FBM (Module 4).

Avec un seul compte Seller Central France, tu accèdes à **toute l'Europe**. En pratique, quelques clics suffisent pour activer une marketplace depuis ton compte : même stock, même fiche traduite, même gestion. Voici exactement ce qu'il faut pour chaque pays, et dans quel ordre te lancer.

EN CLAIR · Commence par la France, puis ajoute l'Allemagne (énorme marché), la Belgique (gratuit : tes fiches FR marchent déjà), puis l'Italie et l'Espagne ensemble. Garde le Royaume-Uni pour la fin (compte + TVA séparés à cause du Brexit).

Vue d'ensemble • les 10 marketplaces

Pays	Site	Taille du marché	Langue	Ce qu'il faut
France	Amazon.fr	Élevé	Français	Compte actif, tu y es déjà
Allemagne	Amazon.de	Très élevé	Allemand	Même compte, traduire
Italie	Amazon.it	Moyen	Italien	Même compte, traduire
Espagne	Amazon.es	Moyen	Espagnol	Même compte, traduire
Pays-Bas	Amazon.nl	En croissance	Néerlandais	Même compte, traduire
Pologne	Amazon.pl	En croissance	Polonais	Même compte, traduire
Suède	Amazon.se	En croissance	Suédois	Même compte, traduire
Belgique	Amazon.be	En croissance	FR / NL	Listings FR marchent déjà
Irlande	Amazon.ie	Marché récent	Anglais	Listing EN suffit
Royaume-Uni (hors UE, Brexit)	Amazon.co.uk	Très élevé	Anglais	Compte UK séparé + TVA UK

Détail pays par pays

FR • France • Amazon.fr

- Ton compte est déjà actif
- Tes fiches sont en français (ta base)
- Pas de TVA si franchise (< 85 000 €/an)
- FBA, FBM, tout depuis ce compte

Conseil : commence ici. Rien ne t'oblige à attendre pour ouvrir d'autres pays. Prends simplement le temps de faire traduire correctement tes fiches avant d'activer un marché.

DE • Allemagne • Amazon.de

Le plus gros marché Amazon d'Europe. C'est souvent là que les vendeurs français font leurs premières ventes à l'international.

- Même compte, active « Vendre à l'international »
- Traduis en allemand (IA Amazon ou DeepL + relecture native)
- OSS suffit sous 10 000 € hors France
- Pan-EU → immatriculations TVA multi-pays (voir la section Pan-EU)

Priorité absolue après la France, si ton produit y a une demande stable : c'est le plus gros marché d'Amazon en Europe, loin devant la France.

IT • Italie • Amazon.it

- Activation en 2 clics
- Traduis en italien (DeepL + relecture ou freelance)
- OSS suffit sous 10 000 € hors France
- Fortes catégories : beauté, maison, sport, cuisine

3^e marché UE. Peu de vendeurs français : une vraie opportunité avant la saturation.

ES • Espagne • Amazon.es

- Activation en 2 clics
- Traduis en espagnol
- Fort potentiel maison, jardin, beauté, sport
- Délais FBA bien respectés depuis la France

4^e marché UE. Active IT et ES ensemble : le travail de traduction est similaire.

NL • Pays-Bas • Amazon.nl

- Même compte
- Marketplace ouverte en 2020, jeune et en forte croissance
- Les clients commandent aussi en anglais
- Peu de concurrence établie

Plus petit mais à forte croissance. À activer après .de, .it et .es.

PL • Pologne • Amazon.pl

- Même compte
- Amazon investit massivement : marché en plein essor
- Traduis au moins titre + 5 bullets
- Très peu de vendeurs français

Marché émergent à fort potentiel : avantage décisif aux premiers entrants.

SE • Suède • Amazon.se

- Même compte
- Clientèle nordique exigeante sur la qualité
- Listings EN tolérés, traduction locale préférable
- Idéal pour le premium / différenciant

Petit marché mais très rentable si ton produit est qualitatif et bien positionné.

BE • Belgique • Amazon.be

Si tes fiches sont déjà en français, c'est souvent le marché le plus rapide à ouvrir : quasiment aucune traduction à prévoir.

- Même compte, marketplace très récente
- Tes listings FR fonctionnent **directement**
- Aucune traduction supplémentaire
- Clients francophones = mêmes habitudes

La plus simple à activer après la France : tu as déjà tout, il suffit d'un clic.

IE • Irlande • Amazon.ie

- Même compte
- Lancée en 2024, très peu de vendeurs établis
- Un listing EN est toléré, mais une traduction locale reste préférable
- Marché UE : OSS, pas de TVA séparée *tant que ton stock reste en France*

Marché neuf et anglophone, mais **dans l'UE** : l'anglais sans la complexité du Brexit.

UK • Royaume-Uni • Amazon.co.uk

- Compte UK **séparé** (sellercentral.amazon.co.uk)
- Numéro de TVA UK obligatoire (HMRC, gratuit, 4-6 sem.)
- Listing en anglais britannique
- Post-Brexit : droits de douane si tu expédies depuis la FR → utilise FBA UK

Énorme marché (2^e d'Europe) mais démarche complète et séparée. À viser après 6-12 mois de réussite UE.

Vendre dans toute l'Europe : les 3 niveaux

★ LA PHRASE À RETENIR DE TOUT CE GUIDE

C'est le stock qui déclenche la TVA, pas la vente.

Tant que ta marchandise reste physiquement en France, une seule immatriculation (française) suffit, complétée par le guichet OSS pour tes ventes aux particuliers de l'UE. Tu peux vendre en Allemagne, en Italie ou en Espagne sans rien devoir à ces pays. Le jour où Amazon *stocke* tes produits chez eux, tout change. Garde cette phrase en tête : elle répond à elle seule à la moitié des questions que tu te poseras sur la TVA européenne.

Trois niveaux s'offrent à toi :

1 Niveau 1, FBM européen

Tu expédies toi-même depuis la France vers les clients de toute l'Europe. Une seule TVA (France) + OSS. Idéal pour tester un marché sans rien changer à ta structure.

2 Niveau 2, EFN (European Fulfilment Network)

Ton stock reste dans les entrepôts Amazon **en France**, mais Amazon livre les clients de toute l'Europe depuis la France (délais 3-5 jours, frais « cross-border » un peu plus élevés). Toujours une seule TVA + OSS. C'est le niveau recommandé pour s'étendre tôt, sans risque.

3 Niveau 3, Pan-EU FBA

Amazon répartit ton stock dans ses entrepôts de plusieurs pays : livraison 1-2 jours et badge Prime partout, frais locaux réduits... mais immatriculation TVA **dans chaque pays de stockage**. À activer quand le volume le justifie.

SI TU DÉBUTES, RETIENS SIMPLEMENT CECI • **FBM**, tu expédies toi-même. **EFN**, Amazon expédie depuis la France. **Pan-EU**, Amazon répartit ton stock dans plusieurs pays. Les deux premiers te suffisent pour vendre dans toute l'Europe dès maintenant.

Critère	EFN (stock en France)	Pan-EU (stock réparti)
Immatriculations TVA	1 seule (France) + OSS	6-7 pays, plusieurs milliers d'€/an

Critère	EFN (stock en France)	Pan-EU (stock réparti)
Délai de livraison UE	3-5 jours	1-2 jours
Badge Prime hors FR	Selon marketplace	Automatique partout
Frais d'expédition	Cross-border (plus élevés)	Tarif local (plus bas)
Pour qui	Débuter et s'étendre tôt	Volume européen établi

EN CLAIR · FBM et EFN te permettent de vendre **dans toute l'Europe dès maintenant** avec une seule TVA. Le Pan-EU est un accélérateur pour plus tard, pas un point de départ.

Pan-EU FBA · dominer l'Europe depuis un seul stock

Le Pan-EU FBA distribue automatiquement ton stock dans tous les entrepôts européens. Résultat : livraison en 1-2 jours partout, et le **badge Prime** sur chaque marketplace.

Critère	Pan-EU activé	Pan-EU non activé
Délai de livraison	1-2 jours partout	3-5 jours depuis la France
Badge Prime	Automatique partout	Non (sauf SFP)
Frais FBA	Tarif local (plus bas)	Tarif cross-border (plus élevé)
Obligations TVA	6-7 immatriculations TVA (FR, DE, IT, ES, PL, CZ, NL) : plusieurs milliers d'€/an	1 seule TVA (France) + guichet OSS
Stock	Redistribué dans toute l'UE	Reste en France

★ POUR COMMENCER

N'active **pas** le Pan-EU tout de suite : dès que ton stock est réparti dans un pays, tu dois t'y immatriculer à la TVA. En pratique cela représente **6 à 7 immatriculations** (France, Allemagne, Italie, Espagne, Pologne, Tchéquie, Pays-Bas) et plusieurs milliers d'euros par an de gestion (via un prestataire spécialisé ou un fiscaliste). Lance-toi d'abord depuis la France (FBM ou EFN) ; active le Pan-EU quand ton volume européen le justifie vraiment.

● PLAN D'ACTION · MODULE 3

Étends-toi intelligemment

- Active les marketplaces européennes depuis Inventaire → Vendre à l'international (ton stock reste en France : EFN ou FBM, une seule TVA + OSS)
- Commence par la Belgique (tes fiches FR marchent déjà) et l'Allemagne (le plus gros marché). Cet ordre est une recommandation générale : il peut varier selon ton produit, les langues que tu maîtrises et ta stratégie.
- Traduis chaque fiche : DeepL (deepl.com) est l'un des outils les plus utilisés pour une première traduction, mais une [Fiverr](https://www.fiverr.com/) reste recommandée (5–15 € sur Fiverr)
- Inscris-toi au guichet OSS sur impots.gouv.fr dès que tes ventes UE hors France dépassent 10 000 €/an
- Réévalue le Pan-EU plus tard, quand ton volume européen justifie 6–7 immatriculations TVA
- Garde le Royaume-Uni pour la fin : compte et TVA séparés (Brexit)

04

PHASE 1 • MODULE 04

Choisir et gérer son mode d'expédition

Quand laisser Amazon expédier, quand le faire toi-même. Process complet, frais détaillés, SFP, stratégie hybride et métriques.

FBA ou FBM : comment faire le bon choix

FBM ou FBA : qui expédie tes commandes, et comment bien commencer

Prérequis : Modules 1 à 3 terminés. **À la fin :** tu sais choisir entre FBM et FBA selon ton stade, et préparer tes premières expéditions.

Imagine ta toute première vente : une notification s'affiche sur ton téléphone, quelqu'un vient d'acheter ton produit. Aussitôt, une question se pose : **qui prépare le colis, toi ou Amazon ?** Ce choix touche à tes coûts, à ton organisation et à ta capacité à grandir. Tu as deux possibilités. Soit tu prépares et expédies toi-même : c'est le **FBM** (*Fulfilled by Merchant*, « expédié par le vendeur »). Soit tu confies ton stock à Amazon, qui gère le stockage, la préparation, l'expédition et une partie du service après-vente : c'est le **FBA** (*Fulfilled by Amazon*, « expédié par Amazon »).

Beaucoup de débutants croient qu'il faut absolument passer par le FBA. Ce n'est pas toujours le cas. Commencer en FBM avec un petit stock permet souvent d'investir plus sereinement, de comprendre la logistique et de limiter les risques sur les premières ventes. Une fois ton produit validé, tu pourras envoyer ton stock chez Amazon pour profiter des avantages du FBA. Il n'y a donc pas une seule bonne méthode : l'important est de choisir celle qui correspond à ton niveau de développement.

Objectif du module

Savoir choisir le mode d'expédition le plus adapté à ta situation, et préparer tes premières commandes dans de bonnes conditions.

Ce que tu vas apprendre

- La différence entre FBM (tu expédies) et FBA (Amazon expédie)
- Les avantages et les limites de chaque méthode
- Le lien entre FBA et le badge Prime, et le SFP (Prime en FBM)
- Le rôle des outils logistiques (comparateurs, imprimante)
- À quoi sert le calculateur FBA avant de commander

Les erreurs que tu vas éviter

- Envoyer un stock trop important chez Amazon dès le début
- Sous-estimer les frais logistiques
- Mal préparer tes colis
- Choisir un transporteur sans comparer les tarifs
- Passer au FBA avant d'avoir validé ton produit

Ce que tu sauras faire

- Choisir entre FBM et FBA selon ta situation actuelle
- Préparer et expédier correctement ton premier colis
- Comparer les tarifs des transporteurs avant d'expédier
- Créer ton premier plan d'expédition (si tu passes en FBA)
- Vérifier la rentabilité d'un produit avec le calculateur FBA

Les ressources du module

- Tableaux comparatifs FBM / FBA et grilles de frais détaillées
- Le calculateur FBA officiel (Seller Central)
- Comparateurs de transporteurs : Packlink Pro, Sendcloud, Boxtal
- Imprimante thermique (Dymo, Zebra) pour les étiquettes FNSKU et FBM
- Checklists d'expédition et guides pas à pas

★ LE CONSEIL DE L'ACADEMY

« *Dois-je obligatoirement utiliser le FBA dès le début ?* » Non. Le FBA est un excellent outil, mais il n'est pas indispensable pour te lancer. Beaucoup de vendeurs commencent en FBM avec un stock limité pour tester leur produit, comprendre la logistique et générer leurs premières ventes. Quand l'activité devient régulière, ils basculent vers le FBA pour gagner du temps. Le plus important : choisir la méthode qui colle à ta situation d'aujourd'hui.

→ TA MISSION

Savoir préparer, expédier et gérer tes premières commandes en confiance, et repérer le bon moment pour passer au FBA. Puis, place à l'étape suivante : trouver un produit rentable (Module 5).

L'une des décisions les plus importantes : qui expédie tes produits aux clients ? Amazon (**FBA**) ou toi-même (**FBM**) ? La réponse n'est pas toujours évidente. Voici tout ce qu'il faut savoir pour choisir la bonne stratégie.

EN CLAIR · FBA : Amazon stocke et expédie pour toi, tu gagnes Prime automatiquement, tu montes en volume facilement. FBM : tu gères toi-même, utile pour tester, pour les produits lourds ou dangereux. Le FBA n'est pas obligatoire pour débiter : beaucoup commencent en FBM avec un petit stock, puis basculent une fois le produit validé. Dans tous les cas, garde une offre FBM en backup.

Le comparatif complet

Il n'existe pas de meilleur choix dans l'absolu. Le bon mode d'expédition dépend surtout de ton budget, de ton produit et de tes objectifs. Le tableau ci-dessous t'aide à trouver celui qui correspond le mieux à ta situation.

Critère	FBA (Fulfilled By Amazon)	FBM (Fulfilled By Merchant)
Qui expédie ?	Amazon (ses entrepôts)	Toi ou un prestataire 3PL
Éligibilité Prime	Automatique	Uniquement via Seller Fulfilled Prime
Frais logistiques	Frais FBA ~1,50–6,00 €/unité selon taille et poids	Transporteur au choix (3–8 €)
Stockage	Entrepôts Amazon (payant)	Chez toi ou prestataire
SAV & retours	Amazon gère tout	Tu gères toi-même
Mise en vente	3–7 jours (réception entrepôt)	Immédiat dès la fiche créée
Capacité à grandir	Excellente	Limitée par ta capacité d'expédition

Choisis FBA quand...

- Ton produit pèse moins de 15 kg, format standard
- Tu veux Prime automatiquement
- Tu prévois plus de 10 ventes/mois
- Tu veux vendre plus sans gérer la logistique
- Ton produit n'est pas Hazmat / dangereux
- Tu as un Private Label à maximiser
- Tu ne veux pas gérer SAV ni retours

Choisis FBM quand...

- Produit volumineux ou lourd (frais FBA disproportionnés)
- Produit Hazmat / dangereux (refusé en FBA)
- Tu veux tester un produit avant d'envoyer du stock
- Tu écoutes du stock occasion / retours
- Retail arbitrage avec peu d'unités (1–5)
- Ta marge ne peut pas absorber les frais FBA
- Tu veux garder le contrôle de la livraison

FBA • le processus complet d'expédition vers Amazon

1 Créer le plan d'expédition

Inventaire → Expédier/Réapprovisionner l'inventaire. Sélectionne produits et quantités ; Amazon t'indique l'entrepôt de destination.

2 Imprimer les FNSKU sur chaque produit

Code unique à TON stock. Imprime (Dymo, Zebra) et colle sur chaque unité. Obligatoire pour éviter le Commingling.

3 Emballer et étiqueter les cartons

Boîtes solides : **aucun côté au-dessus de 63,5 cm et 23 kg maximum** par carton. Au-delà de 15 kg, colle une étiquette « Colis lourd » (Team Lift) sur 5 faces. Fragile : 5 cm de protection minimum. Colle l'étiquette d'expédition Amazon sur chaque carton extérieur.

4 Expédier via Seller Central

Amazon propose des tarifs négociés (UPS, DHL, Colissimo...). Programme l'enlèvement à domicile ou dépose en point relais. 5–15 €/carton selon poids, destination et transporteur.

5 Suivre la réception (24 h à 5 jours)

Inventaire → Gérer les expéditions. Vérifie que toutes les unités sont reçues. Unités manquantes ? Ouvre un ticket de remboursement dans les 9 mois.

Frais FBA détaillés

Type de frais FBA	Montant indicatif	Quand
Traitement (petit < 300 g)	1,50 – 2,00 €	< 300 g, < 33 cm
Traitement (moyen 300 g–1 kg)	2,50 – 3,50 €	300 g–1 kg, < 45 cm
Traitement (grand 1–15 kg)	3,50 – 6,00 €	1–15 kg
Stockage standard (janv.–sept.)	Tarif au m ³ /mois (grille Amazon)	Stock dans les entrepôts
Stockage haute saison (oct.–déc.)	+50 % vs tarif standard	Pic de fin d'année
Stockage longue durée (> 365 j)	Surcoût par unité/mois	Stock dormant
Retrait d'inventaire	0,25 – 0,60 €/unité	Pour récupérer ton stock

Tarifs indicatifs 2026, à vérifier.

I LES CHIFFRES EXACTS POUR TON PRODUIT

Les frais de traitement et de stockage dépendent du poids, des dimensions et de la période. Entre l'ASIN d'un concurrent (l'identifiant unique d'un produit sur Amazon, visible sur sa fiche) et ton prix d'achat dans le **calculateur FBA officiel** (Seller Central → Tarification → Calculatrice des revenus FBA) pour voir ta marge nette exacte avant toute commande.

FBM • expédier soi-même ses commandes

En FBM, quand un client commande, tu as **2 jours ouvrables** pour expédier et saisir le numéro de suivi dans Seller Central.

1 Commande reçue, agir sous 2 jours

Email + notification → Commandes → Gérer les commandes. Au-delà, ton taux d'expéditions tardives monte (ne pas dépasser 4 %).

2 Préparer le colis

N'inclus **jamais** de message promotionnel, de lien vers ton site, de carte cadeau ni d'incitation à laisser un avis : Amazon interdit tout ce qui détourne le client de la plateforme. En revanche, une **facture à ton nom est autorisée**, et même attendue si tu vends à des professionnels (Amazon Business). Utilise l'adresse générée par Seller Central.

3 Choisir le transporteur & comparer les prix

Packlink Pro, Sendcloud ou Boxtal pour comparer en temps réel. Colissimo, Chronopost, DPD, UPS, GLS, Mondial Relay. ~3–6 € point relais / 5–8 € domicile (< 1 kg).

4 Saisir le numéro de suivi (obligatoire)

Commandes → Confirmer l'expédition. C'est cette étape qui déclenche le paiement de la commande.

5 Gérer les retours (30 jours, exigence Amazon)

Amazon impose 30 jours de retour à ses vendeurs, soit plus que les 14 jours du droit de rétractation légal. Rembourse sous 5 jours ouvrables après réception, sinon Amazon peut rembourser le client à ta place.

★ RÉDUIRE SES FRAIS FBM DE 20–40 %

Utilise **Packlink Pro** ou **Sendcloud** pour comparer les tarifs en temps réel (La Poste, Colissimo, DPD, UPS, Chronopost). Les écarts entre transporteurs sont importants : comparer avant chaque envoi peut réduire sensiblement tes frais d'expédition.

Les meilleurs outils FBM

Outil	Prix	Avantage
Packlink Pro	Gratuit	Compare tous les transporteurs en temps réel
Sendcloud	Plan payant « Lite » jusqu'à 400 envois/mois (tarifs indicatifs 2026)	Connexion directe Seller Central, étiquettes auto
Boxtal	Gratuit	Tarifs négociés sur gros volumes
Ship&co	Abonnement	Gère Amazon + toutes les marketplaces

Seller Fulfilled Prime (SFP) • badge Prime en FBM

Le SFP affiche le badge Prime sur tes offres FBM, à condition de respecter des exigences de livraison très strictes.

Exigence SFP	Seuil	Conséquence si non respecté
Taux d'expéditions à temps	≥ 99 %	Retrait du badge Prime
Taux de suivi valide	≥ 99 %	Avertissement Amazon
Taux d'annulations vendeur	< 0,5 %	Retrait du badge Prime
Délai de livraison	J+1 ou J+2	Non éligible si > 2 jours

Stratégie hybride FBA + FBM • la plus résiliente

Situation	FBA	FBM
Produit standard qui se vend bien	Stock principal	Backup uniquement
Test d'un nouveau produit	Risqué	FBM d'abord
Rupture de stock FBA	Plus de stock	Maintient les ventes
Produit gros/lourd	Frais trop élevés	Si marge suffisante
Retours et occasions	Frais élevés	Pour écouler les retours

★ LE RÉFLEXE PRO

Pour chaque produit, configure **toujours** une offre FBM en backup. Si ton stock FBA tombe à zéro, l'offre FBM prend le relais automatiquement : tu ne perds aucune vente et tu maintiens ton BSR.

Les métriques d'expédition à surveiller

Métrique	Seuil objectif	Conséquence
Taux de défauts de commande (ODR)	< 1 %	Suspension de compte (critique)
Expéditions tardives (LSR)	< 4 %	Restriction des ventes FBM
Annulations avant expédition	< 2,5 %	Avertissement ou suspension
Taux de suivi valide (VTR)	≥ 99 %	Retrait badge Prime (SFP)
Délai de réponse client	< 24 h	Impact négatif sur le score

Checklist expédition FBA

- ☐ FNSKU imprimé et collé sur chaque unité
- ☐ Fragile : 5 cm de protection minimum
- ☐ Cartons $\leq 63,5$ cm par côté et ≤ 23 kg
- ☐ Étiquettes Amazon sur chaque carton
- ☐ Plan d'expédition créé et confirmé
- ☐ Enlèvement programmé / dépôt confirmé
- ☐ Alerte de réassort configurée

Checklist expédition FBM

- ☐ Commande vue dans les 2 h
- ☐ Colis sans message promo ni lien vers ton site
- ☐ Transporteur comparé (Packlink/Sendcloud)
- ☐ Colis déposé/ramassé sous 2 jours ouvrables
- ☐ Numéro de suivi saisi (Confirmer l'expédition)
- ☐ Retours configurés : adresse + délai 30 jours

● PLAN D'ACTION · MODULE 4

Maîtrise ton expédition

- Installe Sendcloud ou Packlink Pro et connecte-les à Amazon
- Configure une offre FBM en backup pour chaque produit FBA
- Surveille ton ODR chaque semaine (Performance → Tableau de bord)
- Commande une imprimante thermique (FNSKU + étiquettes FBM)
- Vérifie la rentabilité de chaque produit avec le calculateur FBA

05

PHASE 2 • MODULE 05

Trouver un produit rentable

Idées, ROI vs marge, Keepa, variation profitable, business models, arbitrage, faisabilité : toutes les méthodes détaillées.

Trouver un produit rentable

Reconnaître une opportunité avec une méthode d'analyse, pas avec ton intuition

Prérequis : Modules 1 à 4 terminés. **À la fin :** tu sais analyser un produit avant de l'acheter, estimer sa rentabilité et décider s'il mérite ton argent.

Le choix de ton produit est l'une des décisions les plus importantes de ton activité. Un bon produit ne garantit pas le succès, mais un mauvais produit rend les ventes très difficiles, même avec une fiche parfaite ou une bonne publicité. Contrairement à ce qu'on voit sur les réseaux, il n'existe pas de « produit miracle » : la réussite repose sur une **méthode d'analyse**.

Dans ce guide, un **produit rentable** désigne un produit qui présente des indicateurs favorables *au moment de l'analyse*. Ce n'est jamais une garantie de succès : la concurrence, le prix, la qualité, tes avis et ton marketing comptent tout autant. L'objectif n'est pas de prédire l'avenir, mais de **mettre les probabilités de ton côté**. Il ne s'agit donc pas de dénicher le produit parfait, mais d'apprendre à reconnaître une opportunité rentable grâce à des critères précis et des données fiables. Tu vas apprendre à analyser un marché, comprendre les indicateurs clés des vendeurs Amazon, estimer la rentabilité d'un produit et éviter les erreurs les plus fréquentes, avant d'investir le moindre euro. Prends ton temps : ces réflexes te serviront toute ton activité.

Objectif du module

Savoir analyser un produit avant de l'acheter, estimer sa rentabilité, et décider, données en main, s'il mérite ou non un investissement.

Ce que tu vas apprendre

- Ce qu'est un produit à potentiel (et le mythe du « produit miracle »)
- Les indicateurs clés : BSR, marge, ROI
- Comment lire un historique de prix et de ventes avec Keepa
- Comment analyser la concurrence sur une fiche
- Comment estimer la rentabilité avec SellerAmp

Les erreurs que tu vas éviter

- Choisir un produit juste parce qu'il est tendance
- Investir sans avoir calculé ta rentabilité
- Confondre chiffre d'affaires et bénéfice
- Ignorer la concurrence déjà en place
- Commander sans analyser l'historique des ventes

Ce que tu sauras faire

- Analyser un marché avant d'investir
- Lire un graphique Keepa (prix, ventes, nombre de vendeurs)
- Calculer ta marge et ton ROI
- Comparer plusieurs idées de produits entre elles
- Décider de lancer ou d'écarter un produit, sans deviner

Les ressources du module

- Keepa (historique prix et ventes) et SellerAmp (analyse de rentabilité)
- Le glossaire des indicateurs indispensables (BSR, marge, ROI)
- Captures annotées, tableaux de calcul, exemples chiffrés
- Une étude de cas guidée, pour analyser un produit pas à pas
- Des checklists d'analyse avant achat

★ LE CONSEIL DE L'ACADEMY

Au début, ne cherche pas LE produit parfait : cherche à comprendre *pourquoi* un produit fonctionne. « *Combien de produits dois-je analyser avant de choisir le bon ?* » Il n'y a pas de nombre magique : certains trouvent vite, d'autres analysent des dizaines de références. L'important n'est pas la vitesse, mais de comprendre pourquoi un produit est intéressant... ou pourquoi mieux vaut l'écarter. Même une analyse qui aboutit à un « non » n'est jamais du temps perdu : elle t'évite un investissement risqué.

→ TA MISSION

Savoir analyser un produit de façon professionnelle avant d'investir le moindre euro. Ensuite, place à l'étape suivante : créer ta fiche produit et préparer ton lancement (Module 6).

D'où viennent les idées de produits ? Par où commencer

Avant de parler de marge, de ROI ou d'outils, répondons à la question la plus bloquante pour un débutant : **par où je commence pour trouver une idée ?** Voici les sources concrètes que les vendeurs utilisent réellement.

1 Amazon Best Sellers (Meilleures ventes)

Parcours les « Meilleures ventes » des catégories qui t'intéressent : la demande y est déjà prouvée, la question est seulement de savoir si tu peux t'y positionner.

2 Amazon Movers & Shakers

Produits qui progressent le plus vite sur 24 h. Parfait pour repérer une tendance qui démarre avant la saturation.

3 Ta propre expérience et tes frustrations

Quel produit t'a manqué récemment ? Les meilleures idées viennent d'un besoin perso non satisfait : tu connais déjà le problème, donc tu sais juger les solutions.

4 Réseaux sociaux & tendances

TikTok (#TikTokMadeMeBuyIt), Pinterest, Instagram. Un produit viral arrive sur Amazon 2 à 4 mois plus tard : tu peux anticiper.

5 Magasins physiques & vie quotidienne

Bricolage, jardinerie, articles ménagers : note tout produit malin, puis vérifie s'il se vend sur Amazon.

6 Les avis négatifs d'un produit existant

Lis les avis 1-2 étoiles d'un produit populaire. Un défaut récurrent = l'opportunité de vendre une meilleure version.

I L'OBJECTIF DE CETTE PHASE

Sortir avec une liste de **10 à 20 idées brutes**, sans te censurer. Tu ne juges rien encore : tu collectes large. La sélection rigoureuse (ROI, marge, BSR, concurrence) vient juste après.

Les 3 mots à comprendre avant de continuer

- **La marge nette**, c'est ce qui reste dans ta poche sur chaque vente, en euros, une fois tout payé (le produit, Amazon, la pub). Le **taux de marge**, c'est cette même somme exprimée en % du prix de vente. Si tu vends 30 € et qu'il te reste 12 €, ta marge nette est de 12 € et ton taux de marge de 40 %. La marge répond à la question : « *Sur cette vente, combien je gagne ?* »
- **Le ROI** (retour sur investissement, en %), c'est ce que rapporte chaque euro investi dans la marchandise. Il se calcule sur le **coût d'achat rendu** (fournisseur + transport + emballage). Si une unité t'a coûté 10 € rendue chez toi et te rapporte 12 € de bénéfice, ton ROI est de 120 %. Le ROI répond à la question : « *Mon argent travaille-t-il bien ?* »
- **Le BSR** (Best Sellers Rank), c'est le classement des ventes d'un produit dans sa catégorie Amazon, visible sur chaque fiche (section « Détails »). Plus le chiffre est **petit**, plus le produit se vend. Le BSR répond à la question : « *Est-ce que ce produit se vend vraiment ?* »

ROI vs marge • la différence fondamentale

Confondre ROI et marge est l'erreur n°1 des débutants. Ils ne mesurent pas la même chose. Suivons **un seul et même produit** : acheté 10 € rendu chez toi, vendu 30 €, il laisse 12 € de bénéfice net après tous les frais.

Indicateur	Définition	Formule	Exemple
Taux de marge	% du prix de vente qui reste après les coûts	$(\text{Prix} - \text{Coûts}) \div \text{Prix} \times 100$	Vente 30 €, bénéfice 12 € → 40 %
ROI	Retour sur l'investissement	$\text{Marge nette} \div \text{Coût d'achat rendu} \times 100$	Coût rendu 10 €, bénéfice 12 € → 120 %

★ LES RÈGLES SUR AMAZON

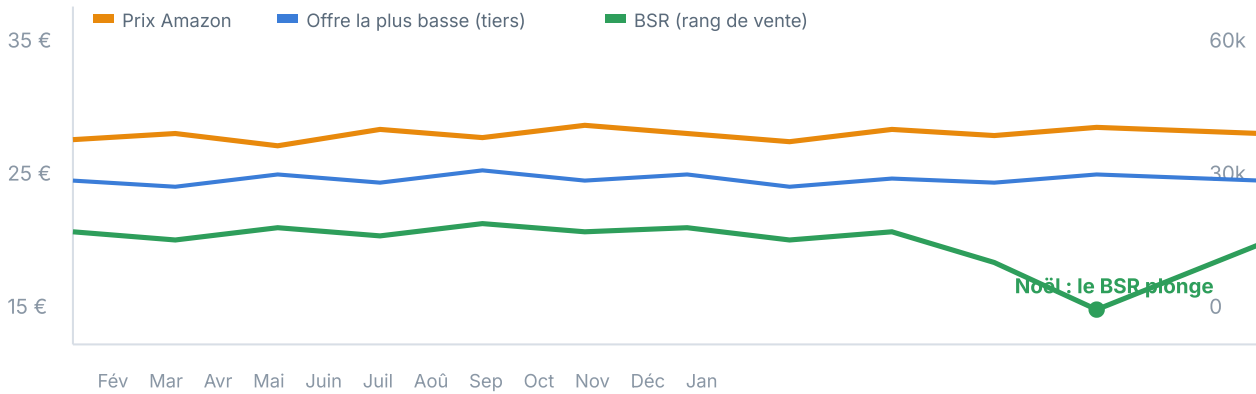
- Produit sourcé / Private Label : **taux de marge $\geq 30\%$** et **ROI $\geq 100\%$** du coût d'achat rendu
- Arbitrage (capital limité) : **ROI $\geq 30\%$** , priorité au ROI
- Un produit peut avoir une bonne marge mais un faible ROI (article cher à acheter)
- Base de calcul du ROI : toujours le **coût d'achat rendu** (fournisseur + transport + emballage)

Lire les graphiques Keepa • maîtriser l'outil

Keepa est l'outil de référence pour analyser l'historique d'un produit Amazon : prix et BSR sur 1, 2 ans ou plus.

- **Courbe verte (BSR)**, plus elle est basse, mieux le produit se vend. Qui monte = ventes en baisse.
- **Courbe orange (prix Amazon)**, prix d'Amazon lui-même. Pas de courbe orange = Amazon ne vend pas : opportunité.
- **Courbe bleue (offre la plus basse des vendeurs tiers)**, le marché des vendeurs que tu intégreras.
- **Pics et creux du BSR**, pic régulier = saisonnalité ; creux permanent = fort volume.
- **Histogramme des vendeurs**, leur nombre dans le temps. Hausse = niche qui attire ; baisse = niche qui se vide (prudence).

Exemple simulé, lire un graphique Keepa (12 mois)



Lecture : prix stables toute l'année (marché sain), BSR régulier qui **plonge en novembre-décembre** = pic de ventes de Noël. Demande stable + pic saisonnier = bon indicateur. *Graphique simulé à but pédagogique.*

★ CONNAÎTRE LA VARIATION PROFITABLE

Sur un produit à plusieurs variations (couleurs, tailles), toutes ne se vendent pas aussi bien. SellerAmp et Keepa permettent d'identifier **quelle variation précise génère le plus de ventes**. Commande **uniquement** les variations qui se vendent, ne commande pas toutes les couleurs juste pour « avoir un beau catalogue ».

I COMBIEN D'UNITÉS ACHETER ?

Règle de base : **1 mois de stock** pour un premier test, puis 2-3 mois si ça marche.

Ventes mensuelles estimées × délai d'appro (mois) × 1,2 (sécurité) = quantité

Exemple : 50 ventes/mois × 2 mois × 1,2 = **120 unités**.

Régler SellerAmp • pas à pas

1 Installe l'extension

Va sur selleramp.com, crée ton compte (essai disponible), puis installe l'extension « SAS » depuis le Chrome Web Store (bouton « Ajouter à Chrome »).

2 Connecte ton compte vendeur

L'extension te le propose au premier lancement : elle en a besoin pour lire les frais Amazon exacts de chaque produit.

3 Règle tes minimums

Icône SellerAmp → Settings → Profit Calculation. Ligne « Minimum ROI » : entre **30** (arbitrage). Ligne « Minimum Profit » : par exemple **3 €**. Pour un produit sourcé, vise plutôt ROI ≥ 100 % et taux de marge ≥ 30 %.

4 Règle ta TVA

Onglet VAT/Taxes : si tu es en franchise de TVA, mets **0 %** (sinon les calculs seraient faussés). Dès lors, SellerAmp affiche un voyant vert si un produit dépasse tes minimums, rouge sinon.

La période en or : octobre, novembre, décembre

Trois mois ne ressemblent à aucun autre : **octobre, novembre et décembre**, le fameux « Q4 ». Entre le Prime Day d'octobre, le Black Friday, le Cyber Monday et les achats de Noël, c'est la période où les clients achètent le plus : selon les catégories (jouets, cadeaux, maison, high-tech...), un même produit peut **doubler, tripler, voire quadrupler son chiffre d'affaires habituel**. Mais cette opportunité se prépare des mois à l'avance.

1 Dès septembre : commande ton stock Q4

Production (2–4 semaines) + transport maritime (≈ 30 jours) : une commande passée en septembre arrive pile pour novembre. Passé mi-octobre, il sera trop tard pour le maritime.

2 Prévois 2 à 3 fois ton stock habituel

La pire chose qui puisse t'arriver en décembre est la rupture en pleine explosion des ventes.

3 Surveille les dates limites FBA

Amazon impose chaque année une date limite de réception en entrepôt pour garantir la livraison avant Noël (généralement début décembre) : vérifie-la dans Seller Central dès novembre.

4 Anticipe les frais

Le stockage FBA augmente d'octobre à décembre et les enchères publicitaires montent. Intègre-le dans tes calculs : les volumes compensent largement.

5 Ton premier Q4 ?

Si tu lances en cours d'année, vise d'être en vente avec tes premiers avis **avant octobre** : tu profiteras de la vague au lieu de la regarder passer.

Les business models • comparatif complet

Modèle	Description	Investissement	Avantage	Risque
Retail Arbitrage	Acheter en magasin, revendre sur Amazon	50–500 €	Démarrage rapide, voir le produit	Difficile à faire grandir, chronophage
Online Arbitrage	Acheter sur sites e-commerce, revendre	200–2 000 €	Automatisable, facile à faire grandir	Prix concurrentiels, restrictions
Wholesale	Acheter en gros chez distributeurs	1 000–5 000 €	Volumes, marges stables	MOQ élevé (quantité minimum de commande), comptes difficiles
Private Label	Créer sa marque sur un produit existant	2 000–10 000 €	Contrôle total, pas de concurrent direct	Délais longs, risque produit
Flip Amazon	Acheter à prix cassé (promos, soldes)	Variable	ROI très élevés	Irrégulier, surveillance constante

Retail Arbitrage • les bonnes sources

Acheter soldé/promo en magasin discount, revendre plus cher sur Amazon. Souvent la porte d'entrée idéale pour les débutants.

- **Action, Noz, Gifi, Stokomani**, destockeurs, parfois 70–80 % sous le marché
- **Catalogues des grandes surfaces**, Intermarché, Leclerc, Carrefour : surveille les promos chaque semaine
- **Ventes flash Amazon**, certains produits se revendent plus cher après la flash
- **Braderies et vide-greniers**, pour le niche ou le collector

! ATTENTION AUX MARQUES RESTREINTES

Certaines marques (Nike, Lego...) interdisent formellement la revente sur Amazon. **Vérifie toujours** dans Seller Central si tu es autorisé à vendre la marque AVANT d'acheter le stock.

Flip Amazon • la stratégie lucrative

Acheter des produits dont le prix va remonter (saisonnalité, rupture, discontinuation), revendre au plus haut.

- **Surveiller BSR + Keepa**, prix qui grimpe chaque année à la même période
- **Saisonniers en avance**, décos de Noël soldées en octobre, revendues en décembre
- **Produits discontinués**, un jouet/jeu/livre hors édition peut tripler de prix
- **Ruptures anticipées**, quand un concurrent tombe en rupture, ses ventes s'arrêtent et son BSR se dégrade (le chiffre remonte). Tu récupères ses ventes, donc ton BSR s'améliore (le chiffre baisse)

Cashback • il n'y a pas de petites économies

Chaque euro économisé s'ajoute directement à ton profit. Les cashback sur tes achats fournisseurs s'accumulent sur l'année.

Source	Taux	Comment l'utiliser
Cartes business à cashback	0,5–2 %	Tous tes achats fournisseurs et frais
iGraal / Poulpeo	1–15 %	Achats sur sites marchands partenaires
Newsletters (réduction, pas un cashback)	~10 %	Réduction dès l'inscription
Carte bancaire cashback	0,5–1 %	Mastercard/Visa Business
Alibaba Trade Assurance	Variable	Coupons et remises saisonnières

★ HACK NEWSLETTERS

Crée une adresse email dédiée aux newsletters commerciales. Inscris-toi chez tous tes fournisseurs habituels : la plupart offrent **10 % de réduction** à l'inscription, à utiliser sur ta première commande.

Keepa · Product Finder & Reverse Sourcing

Product Finder · les filtres clés

- **BSR actuel** < 50 000 dans ta catégorie (= se vend bien)
- **Vendeurs FBA** entre 2 et 10 (validé mais pas saturé)
- **Amazon ne vend pas**, exclure les produits où Amazon est lui-même vendeur
- **Prix de vente** entre 15 € et 50 € (zone de confort FBA), idéalement 20 à 30 € pour un premier produit
- **BSR en baisse récente** = ventes en hausse = produit qui décolle

À GARDER EN TÊTE · ces chiffres sont des **points de départ** qui fonctionnent dans beaucoup de cas, pas des règles absolues. Une catégorie très technique ou un produit premium peuvent justifier d'autres seuils. Adapte-les toujours à ton marché et à ton produit.

Reverse Sourcing · partir d'Amazon

On inverse la logique : au lieu de chercher un produit chez un fournisseur, tu identifies d'abord un produit qui se vend bien sur Amazon, puis tu cherches où t'approvisionner.

1 Trouve un produit (Keepa/SellerAmp)

BSR stable, bonne marge, peu de concurrents FBA.

2 Identifie la marque sur la fiche

Regarde le nom de marque ou le fournisseur.

3 Recherche le distributeur officiel

Google : « [Marque] distributeur France » ou « [Marque] wholesale ».

4 Contacte le distributeur

Demande un compte revendeur et les conditions tarifaires.

5 Compare avec Alibaba

Vérifie si la version générique existe à meilleur prix.

Vérifier la faisabilité avant de te lancer

Avant de commander quoi que ce soit, passe chaque idée par ce filtre. Un produit qui ne valide pas ces points ne mérite pas d'être lancé, même s'il te plaît personnellement.

Critère	Seuil minimum	Pourquoi
ROI	≥ 100 % (sourcé) · ≥ 30 % (arbitrage)	Sous ce seuil, le risque ne vaut pas la marge
BSR dans la catégorie	< 50 000	Garantit une demande réelle, pas un produit fantôme

Critère	Seuil minimum	Pourquoi
Vendeurs FBA	2 à 10	Trop peu = niche fragile ; trop = guerre des prix
Restrictions de marque	Aucune, ou ungating possible (l'autorisation à demander à Amazon pour vendre une marque protégée)	Sinon suspension dès le lancement
Stabilité du prix (12 mois)	Variations < 30 %	Un prix instable = marché à risque
Poids et taille	< 1 kg, format standard	Frais FBA raisonnables, pas de hors-format

Sélection finale • départager tes candidats

I MÉTHODE DE DÉPARTAGE

Note chaque candidat de 1 à 5 sur quatre critères : **marge, demande (BSR), concurrence, facilité d'approvisionnement**. Additionne les scores. Le plus haut total est ton premier choix. En cas d'égalité, privilégie celui qui demande le **moins de stock initial** : tu valides ta méthode avant d'augmenter la mise.

● PLAN D'ACTION • MODULE 5

Trouve tes 3 premiers candidats

- Installe l'extension SellerAmp et règle ton ROI minimum (30 % en arbitrage, pas-à-pas dans ce module)
- Analyse 20 produits avec Keepa, entraîne-toi à lire les graphiques
- Fais une sortie retail arbitrage chez Action ou Noz près de chez toi
- Inscris-toi aux newsletters de 10 fournisseurs (10 % de réduction)
- Utilise Keepa Product Finder pour sortir 3 produits candidats

06

PHASE 2 • MODULE 06

Créer sa fiche produit et préparer son lancement

GTIN/EAN, fiche produit, occasion, emballage, expédition FBA & FBM,
PrepCenter : tout le process, sans angle mort.

Créer sa fiche produit et préparer son lancement

Une fiche claire et conforme, un produit prêt à partir, avant la première vente

Prérequis : Modules 1 à 5 terminés, produit choisi. **À la fin :** ta fiche produit est complète, conforme aux règles d'Amazon, et ton produit est prêt à être expédié.

Ton produit est choisi, tu connais ton marché et ton fournisseur. Il est temps de préparer ton lancement sur Amazon. Cette étape est décisive : même un excellent produit se vend mal si sa fiche est incomplète, peu attractive ou non conforme aux exigences d'Amazon. À l'inverse, une fiche claire et professionnelle inspire confiance et augmente tes chances de réaliser tes premières ventes.

Dans ce module, tu apprends à construire une fiche produit de qualité, à ajouter des photos conformes, à comprendre quand un code-barres GS1 devient nécessaire, et à préparer ton produit avant sa mise en vente. Chaque étape est expliquée simplement, pour que tu avances avec méthode et confiance.

Objectif du module

Savoir créer une fiche produit professionnelle et conforme aux exigences d'Amazon, et préparer ton produit avant sa mise en vente.

Ce que tu vas apprendre

- Quand un code EAN/GTIN est nécessaire, et quand tu rejoins une fiche existante
- La différence entre EAN/GTIN, ASIN et FNSKU
- Les éléments d'une fiche qui donne envie d'acheter (titre, photos, bullets, description, mots-clés)
- Les règles d'Amazon pour les photos (fond blanc, netteté, cadrage)
- Comment préparer et emballer ton produit avant l'envoi

Les erreurs que tu vas éviter

- Publier une fiche produit incomplète
- Utiliser des photos non conformes aux exigences d'Amazon
- Choisir un mauvais titre ou une description faible
- Acheter des codes GS1 alors que ce n'est pas encore nécessaire
- Lancer un produit sans avoir tout vérifié

Ce que tu sauras faire

- Créer une fiche produit complète et conforme
- Rédiger un titre et des bullet points clairs et optimisés
- Obtenir tes codes EAN sur GS1 quand c'est nécessaire
- Demander une exemption GTIN si ton produit y a droit
- Vérifier chaque élément de ta fiche avant publication

Les ressources du module

- gs1.fr (codes EAN/GTIN officiels)
- Modèles de titre, de bullet points et de description
- Le schéma de la photo principale conforme
- Captures d'écran Seller Central (ajout d'un produit)
- Checklists de lancement

★ LE CONSEIL DE L'ACADEMY

Ne cherche pas à publier ta fiche le plus vite possible. « *Dois-je créer un compte GS1 dès le début ?* » Pas forcément : le compte GS1 sert surtout à créer ta propre marque et tes propres codes-barres. Si tu revends un produit qui a déjà son code fabricant, ce n'est pas nécessaire. Prends le temps de relire chaque information, de vérifier tes photos et de compléter chaque champ : une fiche bien préparée inspire confiance et t'évite de nombreuses corrections ensuite.

→ TA MISSION

Créer une fiche produit professionnelle, prête à être publiée, pour présenter ton produit dans les meilleures conditions. Ensuite, place à l'étape suivante : créer et protéger ta marque (Module 7).

Le code GTIN / EAN • obligatoire ou pas ?

C'est l'une des plus grandes sources de confusion chez les débutants. La réponse honnête : **ça dépend de ta situation**. Il n'est PAS toujours obligatoire d'avoir un EAN, mais dans la majorité des cas, oui. Voici le guide clair.

EN CLAIR • Le produit existe déjà sur Amazon ? Pas besoin d'EAN, tu rejoins la fiche. Tu crées un produit/marque qui n'existe pas ? Tu as besoin d'un EAN (ou d'une exemption pour l'artisanal).

Cas 1 • Tu crées une NOUVELLE fiche

Si ton produit n'existe pas encore sur Amazon, le GTIN/EAN est **obligatoire** : Amazon en a besoin pour enregistrer ton produit dans sa base mondiale.

€ EAN OBLIGATOIRE • EXEMPLES

- Tu crées ta marque privée (Private Label)
- Produit fait main / artisanal avec packaging à ton nom
- Import de Chine qui n'existe pas encore sur Amazon.fr
- Un bundle inédit (ex : 1 tapis de yoga + 1 sangle), sauf si tu obtiens une exemption GTIN (voir plus bas)

Solution : acheter des codes EAN sur gs1.fr (130 €/an pour 10 codes).

Cas 2 • Tu REJOINS une fiche existante

Si le produit a déjà un ASIN, tu n'as **pas** besoin de ton propre EAN : tu utilises l'ASIN existant pour ajouter ton offre.

€ EAN PAS NÉCESSAIRE • EXEMPLES

- Retail Arbitrage : une perceuse Bosch en magasin → la fiche existe déjà, tu la rejoins
- Wholesale : produits de marque en gros → fiche déjà créée par la marque
- Online Arbitrage : produit déjà référencé Amazon
- Revente d'occasion / retours de marques connues

Comment : Catalogue → Ajouter un produit → tape le nom/EAN → « Vendre ce produit ».

Cas 3 • Nouvelle fiche SANS EAN (exemption GTIN)

Amazon permet parfois de créer une fiche sans EAN grâce à une exemption GTIN, si ton produit répond à certains critères.

€ EXEMPTION POSSIBLE • EXEMPLES

- Produits artisanaux faits main (bijoux, bougies...)
- Pièces détachées jamais vendues en grande surface
- Bundles personnalisés assemblés par toi (kit cadeau)
- Produits vintage sans code d'origine

Comment : Catalogue → Ajouter un produit → « Je n'ai pas de GTIN » → Demander une exemption.
Délai : 24–48 h.

Tableau de décision • ai-je besoin d'un EAN ?

Ma situation	Besoin d'un EAN ?	Solution
Je revends un produit de marque	NON , rejoins la fiche	Cherche par ASIN ou nom
Retail arbitrage	NON , fiche déjà créée	Scanne l'EAN avec l'appli Seller
Wholesale (grossiste officiel)	NON , fiche déjà créée	Rejoins la fiche avec ton prix
Je crée ma marque privée	OUI , obligatoire	Achète sur gs1.fr (130 €/an)
Produit inexistant sur Amazon	OUI , obligatoire	Achète sur gs1.fr avant de créer
Produit artisanal fait main	NON si exemption	Demande l'exemption GTIN
Bundle personnalisé	NON si exemption	Demande l'exemption GTIN
Mes retours / occasions	NON , rejoins la fiche	Crée une offre Occasion

I RÉSUMÉ EN 3 QUESTIONS

1. Ce produit existe déjà sur Amazon ? *Oui* → pas d'EAN, rejoins la fiche. *Non* → question 2.
2. Produit artisanal, vintage ou bundle créé par toi ? *Oui* → exemption GTIN (gratuit, 24–48 h). *Non* → question 3.
3. Produit nouveau avec ta marque (Private Label) ? *Oui* → EAN nécessaire (gs1.fr).

I PAS DE PANIQUE DEVANT LES SIGLES

ASIN, EAN, GTIN, UPC, FNSKU, SKU... ces acronymes peuvent sembler compliqués au début, mais chacun a un rôle précis, et tu n'as pas besoin de tous les retenir tout de suite. Garde simplement cette page comme référence le jour où tu créeras ton premier produit : tu y reviendras au bon moment.

GTIN, EAN, UPC, ASIN • les différences

Code	Longueur	Région	Utilisé pour
EAN-13 (GTIN-13)	13 chiffres	Europe & monde	Le plus courant sur Amazon.fr
UPC (GTIN-12)	12 chiffres	Amérique du Nord	Produits vendus aux USA/Canada
ISBN	13 chiffres	Mondial	Livres uniquement
ASIN	10 caractères	Amazon	Identifiant interne, attribué automatiquement

Acheter ses codes EAN sur GS1 (l'officiel)

GS1 est l'organisme officiel mondial d'attribution des codes-barres. Amazon exige des codes **GS1 authentiques** : les codes de sites tiers sont souvent rejetés et peuvent entraîner la suppression de tes offres.

- 1 Va sur gs1.fr**
Site officiel GS1 France. Inscription en ligne.
- 2 Crée ton compte GS1**
SIRET, nom, adresse. Tu obtiens un préfixe d'entreprise unique.
- 3 Achète un lot de codes**
~130 €/an pour 10 codes, ~250 €/an pour 100 (tarifs indicatifs 2026, à vérifier sur gs1.fr). C'est un abonnement annuel : tes codes restent valides tant que l'abonnement est actif.
- 4 1 code EAN = 1 produit**
Règle absolue : 3 couleurs = 3 codes EAN différents.
- 5 Intègre l'EAN sur l'emballage**
Envoie le code à ton fournisseur pour l'imprimer sur le packaging. Doit être visible et scannable.
- 6 Saisis l'EAN dans Seller Central**
Amazon vérifie l'authenticité via la base GS1 en temps réel.

! NE JAMAIS ACHETER DE CODES SUR DES SITES TIERS

Les « lots de codes EAN » à quelques euros ne sont **pas** enregistrés à ton nom dans la base GS1. Amazon vérifie : si ton code appartient à une autre société, il peut refuser ta fiche, supprimer tes offres ou bloquer ton compte. Achète **uniquement sur gs1.fr**, c'est la seule source légitime.

FNSKU vs EAN • ne confonds pas !

Critère	EAN / GTIN	FNSKU
Qui l'attribue ?	GS1 (organisme officiel)	Amazon Seller Central
À quoi ça sert ?	Identifier le produit dans le monde entier	Identifier TON stock chez Amazon

Critère	EAN / GTIN	FNSKU
Où l'imprimer ?	Sur l'emballage du produit	Sur une étiquette collée sur le produit
Obligatoire quand ?	Pour créer ta fiche	Pour envoyer ton stock en FBA
Coût	À partir de 130 €/an	Gratuit (Seller Central)
Si absent ?	Fiche refusée	Produit refusé à l'entrepôt

I RÉSUMÉ EN 2 ÉTAPES

1. EAN (GS1) → tu l'as **avant** de créer ta fiche (packaging fournisseur). **2.** FNSKU (Amazon) → tu le génères **après** avoir créé ta fiche (pour l'expédition FBA). L'EAN identifie le produit ; le FNSKU identifie TON stock du produit.

Ajouter un produit sur Amazon • guide complet

Cas A • Rejoindre une fiche existante

1 Recherche le produit

Catalogue → Ajouter un produit. Tape nom, EAN ou ASIN dans la barre de recherche.

2 Sélectionne la bonne fiche

Vérifie que c'est exactement le même modèle/variante avant « Vendre ce produit ».

3 Renseigne ton offre

Prix, quantité, condition (Neuf/Occasion), mode d'expédition (FBA ou FBM).

4 Publie ton offre

Elle apparaît sur la fiche en quelques minutes à quelques heures.

Cas B • Créer une nouvelle fiche de A à Z

Voici, champ par champ, ce que Seller Central te demande pour un produit nouveau (Private Label).

1. GTIN / EAN	Obligatoire sauf exemption
Catégorie · Marque	La plus précise · ta marque (ou « Generic »)
2. Titre (150–200 car.)	[Marque] + mot-clé + caractéristique + bénéfice
3. Photos (7 à 9 selon catégorie)	#1 fond blanc, 1000 px min (2000 idéal) · vise 6 remplis minimum
4. Bullet points (5)	Accroche courte en capitales, puis l'explication
5. Description (2 000 car.)	Histoire du produit · A+ Content si Brand Registry
6. Mots-clés backend	249 octets (une lettre accentuée compte double) · synonymes, traductions
7. Prix, stock, expédition	Prix de lancement ~10 % sous la concurrence · FBA/FBM

€ EXEMPLES DE RÉDACTION (PRODUIT DU CAS PRATIQUE)

Titre : Bouteille isotherme LUNA 750 ml en acier inoxydable, double paroi, garde chaud 12 h et froid 24 h, sans BPA, sport, bureau, voyage, noir mat

Bullets : Capacité 750 ml · Isotherme double paroi (froid 24 h, chaud 12 h) · Acier inoxydable 304 · Bouchon anti-fuite · Idéale pour sport, bureau, voyage

La règle des bullets : une courte accroche en capitales (ex. : « ZÉRO FUITE, TESTÉ 48 H ») suivie de l'explication en écriture normale. Jamais la phrase entière en majuscules.

★ CONSEIL

Prépare **tout en amont** dans un document texte (titre, bullets, description, mots-clés) avant le formulaire Seller Central. Tu évites les pertes de données et tu peux faire relire/améliorer ton texte avant publication.

Les photos : la partie la plus importante de ta fiche

Ce sont elles que le client regarde en premier. Des photos de qualité augmentent généralement tes chances de capter l'attention et de rassurer l'acheteur ; elles ne garantissent pas la vente à elles seules, mais une fiche aux photos négligées, elle, fait fuir presque à coup sûr.

! LES RÈGLES DE LA PHOTO PRINCIPALE (EXIGENCES AMAZON)

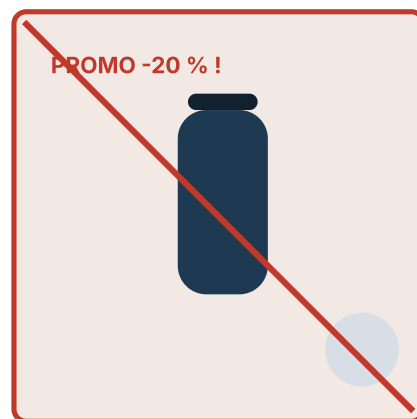
- Fond **100 % blanc** (RGB 255, 255, 255)
- Le produit occupe **au moins 85 %** du cadre
- Produit **seul** : aucun accessoire non inclus, aucun texte, logo ou filigrane ajouté
- Haute résolution : **1000 px minimum**, 2000 px idéal (active le zoom)
- Format JPEG, moins de 10 Mo

La photo principale conforme (schéma)



✓ Conforme

- Fond blanc pur
- Produit ≥ 85 % du cadre
- Aucun texte ni logo ajouté
- ≥ 1000 px (2000 idéal)



✗ Refusée (fond, texte, accessoire, trop petit)

Schéma pédagogique (illustration, pas une photographie). Les photos secondaires (2 à 8) sont libres : mise en situation, zoom sur les détails, infographie des bénéfices, dimensions, packaging.

I ET L'IA ?

La retouche par IA est autorisée (détourage, fond, luminosité), mais une photo principale **100 % générée par IA est interdite** : Amazon exige une photo du produit réel.

Ajoute une vidéo

Amazon permet d'ajouter une **vidéo** sur ta fiche (en général via le Brand Registry : vise-la une fois ta marque déposée). Une simple vidéo de 10 à 30 secondes filmée au smartphone, le produit en main, en utilisation, peut améliorer sensiblement la confiance et la conversion : le client voit la taille réelle, la qualité, le geste. Lumière naturelle, fond propre, gestes lents.

Fiche Occasion • vendre tes retours

Quand Amazon te renvoie un produit retourné, mets-le en vente en état « Occasion » sur la même fiche. C'est de l'argent récupéré sur du stock mort.

État occasion	Description	Réduction conseillée
Comme neuf	Emballage ouvert mais produit intact	5–10 % sous le neuf
Très bon état	Légères traces, emballage abîmé	15–25 %
Bon état	Quelques marques d'usure visibles	25–40 %
État acceptable	Fonctionne mais clairement utilisé	40–60 %

★ DÉFINIR LE PRIX OCCASION

Vérifie les prix des vendeurs Occasion sur la même fiche : positionne-toi légèrement en dessous du moins cher pour vendre rapidement et libérer du capital.

Emballer tes produits pour Amazon FBA

Amazon a des exigences strictes. Un carton mal préparé peut être refusé à l'entrepôt ou générer des frais.

- **FNSKU sur chaque unité**, imprimé depuis Seller Central, collé par-dessus l'EAN si besoin
- **Cartons**, aucun côté au-dessus de 63,5 cm, 23 kg maximum (étiquette « Colis lourd » au-delà de 15 kg)
- **Fragile**, 5 cm de protection tout autour
- **Liquides**, double emballage hermétique
- **Multi-pièces**, vendu comme une seule unité (scotch, shrinkwrap ou sac transparent)
- **Étiquette carton Amazon**, générée dans Seller Central, sur chaque carton

I PRODUITS VOLUMINEUX

Pour les produits volumineux/lourds, Amazon peut assigner ton stock à un entrepôt spécialisé, avec des frais FBA « large bulky » plus élevés. Vérifie la grille dans Seller Central → Tarification → Calculatrice FBA.

Programmer le ramassage

Tu n'es pas obligé d'utiliser UPS. Amazon propose plusieurs transporteurs partenaires à tarifs négociés : choisis selon prix et délais.

Transporteur	Point fort	Où le choisir
UPS	Tarifs négociés Amazon, fiable à l'international	Seller Central
DHL	Rapide, bon suivi colis	Seller Central (selon pays)
Colissimo / La Poste	Réseau dense en France, points relais	Seller Central ou colissimo.fr
Chronopost	Livraison express	chronopost.fr ou Seller Central
Ton propre transporteur	Compte pro existant	Génère l'étiquette Amazon

★ TU CHOISIS LIBREMENT

Amazon n'impose aucun transporteur. Compare les tarifs proposés au moment de créer ton expédition. Pour de gros volumes réguliers, négocier directement avec un transporteur peut aussi être intéressant.

PrepCenter • externaliser la préparation

Un PrepCenter est un entrepôt tiers qui reçoit tes produits directement du fournisseur, les prépare aux normes Amazon (étiquetage, emballage, contrôle qualité) et les expédie à l'entrepôt Amazon. Idéal quand tu commandes en direct de Chine.

Avantage	Détail
Pas de stock chez toi	Aucun espace de stockage nécessaire

Avantage	Détail
Contrôle qualité intégré	Vérification des produits avant envoi à Amazon
Idéal commandes Chine	Le fournisseur envoie directement au PrepCenter
Coût	~0,30 à 1 € par unité selon les services
Délai	Expédition sous 24-48 h après réception

Fournitures indispensables du vendeur

Imprimante thermique (Dymo LabelWriter, Zebra) · scotch d'emballage transparent · film shrinkwrap · papier bulle / protection · cartons d'expédition (lot économique) · balance de pesage.

● PLAN D'ACTION · MODULE 6

De l'idée au produit en vente

- Si marque privée : crée ton compte GS1 (gs1.fr) et achète tes codes EAN. Sinon, repère la fiche existante à rejoindre
- Crée ta fiche dans un document texte d'abord : titre, 5 bullets, description, mots-clés backend (249 octets)
- Prépare tes photos : principale fond blanc conforme, puis les secondaires (et une vidéo si possible)
- Génère ton étiquette FNSKU (si FBA)
- Prépare l'envoi : mode et transporteur (voir Module 4), PrepCenter si import direct de Chine

PHASE 2 • MODULE 07

Créer et protéger **sa** **marque**

Ton produit, ta marque, ta liberté : le niveau supérieur d'Amazon FBA, de l'idée de marque à l'activation officielle.

Créer et protéger sa marque

Comprendre comment construire une marque, et surtout quand cette étape devient pertinente

Prérequis : Modules 1 à 6 terminés. **À la fin :** tu sais si créer une marque correspond à ton projet, comment la protéger, et à quel moment t'en occuper.

Faut-il absolument créer sa propre marque dès le départ ? C'est une idée répandue, mais non : ce n'est pas une obligation. De nombreux vendeurs commencent sans marque, pour acquérir de l'expérience, comprendre Amazon et développer leur activité progressivement. Créer une marque est une étape supplémentaire : elle permet de bâtir une identité, de te différencier de la concurrence et de construire un projet durable, mais elle demande aussi un investissement et une vraie réflexion.

Si ce module arrive maintenant, c'est que tu as désormais les bases pour comprendre l'intérêt d'une marque et décider si cette stratégie te correspond. Dans les pages qui suivent, tu découvriras comment créer, protéger et développer ta marque sur Amazon.

I CE MODULE EST AVANT TOUT UNE DÉCOUVERTE

Si tu débutes avec un budget limité, ne t'inquiète pas si tu ne mets pas tout de suite en place les démarches présentées ici. L'objectif est de comprendre comment fonctionne la création d'une marque, pour savoir quand cette étape deviendra pertinente. Tu pourras toujours revenir sur ce module plus tard, quand ton activité sera plus développée.

Objectif du module

Comprendre les avantages de créer ta propre marque, les démarches pour la protéger, et le bon moment pour t'en occuper.

Ce que tu vas apprendre

- L'intérêt de créer une marque (identité, différenciation, long terme)
- Comment choisir un nom de marque et vérifier sa disponibilité
- La différence entre l'INPI (France) et l'EUIPO (Union européenne)
- Le rôle du Brand Registry d'Amazon
- Le bon moment pour déposer ta marque

Les erreurs que tu vas éviter

- Créer une marque trop tôt, sans avoir validé ton activité
- Choisir un nom déjà utilisé par quelqu'un d'autre
- Oublier de vérifier la disponibilité de ta marque
- Lancer un produit sous une marque non protégée

Ce que tu sauras faire

- Décider si la création d'une marque est adaptée à ton projet
- Vérifier qu'un nom de marque est disponible
- Comprendre les principales démarches de protection
- Préparer ton inscription au Brand Registry
- Planifier ce dépôt au bon moment, budget en tête

Les ressources du module

- inpi.fr (dépôt en France) et euipo.europa.eu (dépôt UE)
- Le Brand Registry d'Amazon
- Exemples de marques, captures d'écran des démarches
- Guides étape par étape et checklists

★ LE CONSEIL DE L'ACADEMY

Ne te sens pas obligé de créer ta marque dès tes premières ventes. « *Dois-je déposer ma marque avant de commencer à vendre ?* » Pas nécessairement. Avec un budget limité, concentre d'abord tes investissements sur le lancement et la validation de ton produit. Commence par l'INPI (190 €) si tu vends surtout en France ; l'EUIPO (850 €, 27 pays) est un investissement à envisager plus tard, quand tu vends dans plusieurs pays européens. Chaque chose en son temps.

→ TA MISSION

Comprendre comment construire une marque solide et savoir à quel moment cette étape devient pertinente pour toi. Ensuite, place à l'étape suivante : t'équiper des bons outils pour piloter ton activité (Module 8).

Le Private Label est la stratégie la plus puissante pour bâtir un business Amazon durable : ta propre marque sur un produit existant, ta fiche entièrement contrôlée, ta protection contre la concurrence.

EN CLAIR · Tu ne fabriques rien : tu fais produire un produit existant à ton nom (logo + packaging), tu déposes la marque, tu l'enregistres sur Amazon, et tu débloques des outils puissants (A+, vidéos, protection anti-copie).

Étape 1 • Créer ta marque (avant Amazon)

1 Choisis ton nom de marque

Court, mémorisable, prononçable en plusieurs langues. Vérifie la disponibilité sur inpi.fr et euipo.europa.eu, et en nom de domaine.

2 Crée ton identité visuelle

Logo sur Canva (gratuit) ou Fiverr (20–80 €). Couleurs et charte graphique, utiles pour le packaging.

3 Trouve un fournisseur OEM sur Alibaba

Un **OEM**, c'est une usine capable de fabriquer un produit sous *ta* marque, avec ton logo et ton packaging. Cherche « OEM + [produit] ». Demande logo custom, packaging custom, petit MOQ (50–100 unités).

4 Crée ton packaging pro

Boîte carton (0,30–1,50 €), sachet zip (0,10–0,50 €), sticker logo (0,05 €). Envoie logo + couleurs + nom.

5 Obtiens les codes EAN sur GS1

gs1.fr, dès 130 €/an pour 10 codes. 1 code par variante (voir Module 6).

Étape 2 • Déposer ta marque officiellement

Avant de l'enregistrer sur Amazon Brand Registry, ta marque doit être déposée auprès d'un organisme officiel. C'est ce dépôt qui te donne la propriété légale du nom et te protège contre la copie.

Organisme	Couverture	Coût	Délai
INPI (France)	France uniquement	190 € (1 classe)	4–6 mois
EUIPO (Europe)	27 pays de l'UE d'un coup	850 € (1 classe) · 900 € (2 classes, soit 850 + 50)	4–6 mois

1 Vérifie la disponibilité

Recherche sur inpi.fr et euipo.eu que le nom n'est pas déjà pris : une marque antérieure, française ou européenne, bloque ton dépôt.

2 Choisis ta/tes classe(s)

La classification de Nice définit la/les catégorie(s) protégée(s) (ex : classe 21 = articles ménagers).

3 Dépose en ligne

inpi.fr (France) ou euipo.europa.eu (Europe). Paiement en ligne, logo + description des produits.

4 Attends la validation

4 à 6 mois. Tu reçois un numéro de dépôt/enregistrement officiel à conserver précieusement.

★ QUEL ORGANISME CHOISIR ?

Déposer ta marque n'est **pas une priorité de débutant**. Commence par l'**INPI (190 €)** : il protège ta marque en France, là où tu fais tes premières ventes. L'**EUIPO (850 €, 27 pays)** est un investissement **pour plus tard**, quand tu vends dans plusieurs pays et que ton budget le permet confortablement.

Étape 3 · Ajouter ta marque sur Amazon (Brand Registry)

Le Brand Registry exige une marque **enregistrée**, ou en cours d'enregistrement via le programme **Amazon IP Accelerator** (un simple numéro de dépôt ne suffit pas toujours). Une fois cette condition remplie, enregistre-la via Amazon Brand Registry. C'est cette étape qui active tous les outils de marque.

amazon seller central Brand Registry → Enregistrer une marque	
Nom de la marque	Exactement comme déposé (INPI/EUIPO)
Numéro de marque	Ton n° de dépôt ou d'enregistrement officiel
Pays d'enregistrement	France (INPI) ou UE (EUIPO)
Catégories de produits	Les classes couvertes par ton dépôt
Document justificatif	Certificat de dépôt INPI/EUIPO (PDF)
Logo + site/réseaux	Image HD · optionnel mais accélère la validation
Code de vérification	Envoyé par Amazon à l'adresse du dépôt

Ce que Brand Registry débloquent concrètement

- **A+ Content**, description enrichie avec images et mise en page (peut améliorer sensiblement la conversion)
- **Vidéos** sur ta fiche produit (un vrai plus pour la confiance et la conversion)
- **Amazon Storefront**, ta propre boutique de marque personnalisée
- **Protection anti-hijackers**, un contrôle bien plus fort sur ta fiche et des outils de signalement rapides (sans être une garantie absolue)
- **Sponsored Brands**, publicité avec ton logo en haut des résultats de recherche
- **Analytics avancés**, données détaillées sur tes visiteurs et leur comportement
- **Signalement simplifié**, plainte rapide contre contrefaçons et copies

I TU PEUX LANCER SANS ATTENDRE TA MARQUE

Tu peux lancer ton produit dès que le packaging est prêt : le dépôt de marque n'est pas un prérequis pour vendre. En revanche, le **Brand Registry** demande en général une marque **déjà enregistrée** (4 à 6 mois), ou un accès anticipé via **Amazon IP Accelerator**. Vends d'abord, inscris-toi au Brand Registry quand ta marque est prête.

Sourcing Alibaba • négocier & sécuriser sa commande

C'est l'étape qui sépare les amateurs des pros : bien négocier et bien contrôler peut faire gagner (ou perdre) des centaines d'euros par commande. Voici la méthode complète.

1. Comprendre et négocier le MOQ

Le **MOQ** (Minimum Order Quantity) est la quantité minimale que le fournisseur accepte de produire. Il est presque toujours **négociable**, surtout pour une première commande.

- **MOQ affiché 1 000, tu veux 200 ?** Propose une première commande test en promettant du volume ensuite : « If this first order goes well, we plan monthly reorders. »
- **Accepte un léger surcoût unitaire** sur la 1^{re} commande pour baisser le MOQ : mieux vaut payer 5,80 € pièce pour 200 unités que 4,50 € pour 1 000 que tu ne vendras pas.
- **Vise plusieurs fournisseurs** : celui qui accepte un petit MOQ gagne ta première commande (et souvent les suivantes).
- **Attention aux MOQ « cachés »** sur le packaging custom : l'usine peut imposer un minimum de boîtes imprimées supérieur au MOQ produit.

2. Négocier le prix • les leviers qui marchent

Levier	Comment l'utiliser	Gain typique
Mise en concurrence	« Your competitor quoted 4,20 €. Can you match or beat it ? »	5-15 %
Volume futur	Promettre des réassorts mensuels réguliers	5-10 %
Paiement plus rapide	Proposer 40 % d'acompte au lieu de 30 %	2-5 %
Simplifier le produit	Retirer une option coûteuse peu utile	Variable
Grouper les variantes	Commander 3 coloris sur une même production	3-8 %

★ BIEN NÉGOCIER AVEC TON FOURNISSEUR

Ne négocie **jamais** uniquement sur le prix. Un fournisseur qui casse trop son prix rognera sur la qualité. Négocie l'**ensemble** : prix + MOQ + délai + qualité du packaging + échantillon gratuit. Reste toujours courtois : en Chine, la relation (guanxi) compte autant que le tarif.

3. Le contrôle qualité (QC) • ne jamais s'en passer

Ne fais **jamais** expédier une commande sans contrôle qualité. Un lot défectueux = avis 1 étoile en cascade + retours + risque de suspension.

Type de contrôle	Quand	Coût indicatif
Échantillon pré-production	Avant de lancer la production	10–50 € (souvent remboursé)
Inspection en cours (DUPRO)	À ~50 % de la production	~100–120 €
Inspection finale (pre-shipment)	Avant expédition, produit fini	~100–150 €

- **Services d'inspection tiers** : QIMA, AsiaInspection, ou un agent local. Ils vont à l'usine et te rendent un rapport photo.
- **Trade Assurance Alibaba** : paie via la plateforme, tu es protégé si le produit ne correspond pas à la commande.
- **Norme AQL** : le standard d'échantillonnage qualité. Demande une inspection « AQL 2.5 » pour les défauts majeurs.
- **Ne libère jamais le solde (70 %) avant d'avoir validé le rapport d'inspection finale.**

4. Les transitaires (freight forwarders)

Le **transitaire** organise l'acheminement de ta marchandise de l'usine chinoise jusqu'à l'entrepôt Amazon (ou ton PrepCenter). Il gère le transport, la douane et les documents.

Mode	Délai	Coût	Quand l'utiliser
Express (DHL/FedEx/UPS)	3–7 jours	Élevé (~6–10 €/kg)	Échantillons, petites 1 ^{res} commandes urgentes
Aérien (air freight)	7–15 jours	Moyen (~4–7 €/kg)	Réassort urgent, produits légers/chers
Maritime (sea freight)	30–45 jours	Bas (le moins cher au volume)	Grosses commandes, produits lourds/volumineux
Ferroviaire (Chine → UE)	18–25 jours	Intermédiaire	Compromis délai/prix

Tarifs et délais indicatifs : ils varient selon les transporteurs, la période de l'année et la charge des entrepôts Amazon (les délais s'allongent souvent en fin d'année).

I BIEN TRAVAILLER AVEC TON TRANSITAIRE

- Deux options pour ta 1^{re} commande. Le **DDP** (Delivered Duty Paid) : le fournisseur inclut tout jusqu'à ta porte, zéro surprise de douane, mais tu ne vois pas le coût réel du transport. Le **FOB** avec un transitaire : un peu plus de travail, mais tu paies le transport à part et tu sais exactement ce qu'il te coûte par unité. C'est l'option retenue dans le cas pratique, justement pour rendre ce coût visible.
- Fournis-lui ton numéro **EORI** et les infos produit (matière, valeur, code HS) pour le dédouanement.
- Ne fais **pas** livrer directement à Amazon pour une 1^{re} commande : fais-la venir **chez toi** pour la contrôler unité par unité (c'est ce que fait le cas pratique), ou passe par un **PrepCenter** qui vérifie, étiquette (FNSKU) et réexpédie si tu n'as pas la place.
- Transitaires connus pour l'e-commerce : Flexport, Freightos (comparateur), ou un agent recommandé par ton fournisseur (vérifie ses avis).

Contrôle qualité avant le lancement

Dernière étape avant de commander en grande quantité : valide systématiquement un **échantillon final** avec ton logo et ton packaging réels.

- Logo net, bien positionné, aux bonnes couleurs sur le packaging
- Teste le produit comme le ferait un client
- Vérifie la solidité de l'emballage (transport, chute, humidité)
- Compare avec le cahier des charges envoyé au fournisseur
- Tout validé ? Lance la commande en quantité

● PLAN D'ACTION · MODULE 7

Lance ta marque

- Vérifie la disponibilité de ton nom sur inpi.fr et euipo.eu avant de t'y attacher
- Crée ton logo (Canva/Fiverr) et contacte 3 fournisseurs OEM sur Alibaba
- Dépose ta marque à l'INPI (190 €) une fois ton produit validé ; l'EUIPO (850–900 €) viendra plus tard, quand tes ventes européennes le justifieront
- Inscris-toi à Brand Registry dès que ta marque est enregistrée, ou via Amazon IP Accelerator
- Valide un échantillon final avant la commande en quantité

08

PHASE 3 • MODULE 08

Les outils indispensables **du** **vendeur Amazon**

Les logiciels qui font la différence entre un vendeur amateur et un professionnel.

Les outils indispensables du vendeur Amazon

Choisir les bons outils, au bon moment, sans gaspiller ton budget

Prérequis : Modules 1 à 7 terminés. **À la fin :** tu sais à quoi sert chaque outil et lesquels utiliser selon ton niveau de développement.

Quand on débute, on croit facilement qu'il faut acheter beaucoup de logiciels pour réussir. Ce n'est pas le cas. La plupart des vendeurs commencent avec très peu d'outils et complètent leur équipement au fur et à mesure. Les outils ne vendent pas à ta place : ils te font gagner du temps, t'aident à analyser les données et à prendre de meilleures décisions.

C'est pour ça qu'il faut comprendre le rôle de chacun avant de choisir ceux qui te seront vraiment utiles. Dans ce module, tu découvres les principaux outils des vendeurs Amazon, leur utilité et le moment où ils deviennent pertinents. L'objectif n'est pas de tout installer tout de suite, mais de savoir lesquels pourront t'aider, au bon moment.

Objectif du module

Connaître les principaux outils utilisés par les vendeurs Amazon, et savoir lesquels utiliser selon ton niveau de développement.

Ce que tu vas apprendre

- Le rôle de chaque grande famille d'outils
- Keepa et SellerAmp pour l'analyse produit (rappel)
- Helium 10 et ses principales fonctions (recherche produits et mots-clés)
- L'IA (ChatGPT) et la traduction (DeepL) pour gagner du temps
- À partir de quand un outil payant devient vraiment rentable

Ce que tu sauras faire

- Choisir les outils réellement utiles à ton activité
- Profiter des versions gratuites et des essais avant de payer
- Éviter les abonnements inutiles au démarrage
- Interpréter correctement les données qu'un outil affiche
- Compléter ta boîte à outils au fil de ta croissance

Les erreurs que tu vas éviter

- Acheter plusieurs logiciels sans savoir les utiliser
- Croire qu'un outil remplace une bonne analyse
- Multiplier les abonnements dès le lancement
- Utiliser un outil sans comprendre ce qu'il affiche

Les ressources du module

- Le comparatif des outils (utilité, gratuit ou payant, niveau conseillé)
- Captures d'écran des principaux outils
- Exemples d'utilisation et conseils pratiques

★ LE CONSEIL DE L'ACADEMY

Tu n'as pas besoin d'utiliser tous les outils de ce module. « *Dois-je payer plusieurs abonnements dès le début ?* » Pas forcément : beaucoup d'outils ont une version gratuite ou un essai qui suffit pour découvrir l'essentiel. Commence par maîtriser ceux qui répondent à un besoin concret, puis complète ta boîte à outils quand ton activité grandit. L'objectif n'est pas d'avoir le plus de logiciels possible, mais les bons, au bon moment.

→ TA MISSION

Comprendre quels outils peuvent réellement t'aider à développer ton activité, et savoir quand les utiliser. Ensuite, place à l'étape suivante : piloter ton compte au quotidien (Module 9).

Tu n'as pas besoin de tous ces outils dès le premier jour : la plupart proposent un essai gratuit, et certains (FNSKU, calculateur FBA) sont déjà inclus dans Seller Central. Voici une vue d'ensemble pour choisir selon ton besoin du moment.

EN CLAIR · Pour démarrer : SellerAmp (analyser) + Keepa (historique) suffisent. Ajoute Sellerboard (suivre ta vraie rentabilité) dès tes premières ventes. Le reste vient au fil de la croissance.

Vue d'ensemble des outils essentiels

Tarifs indicatifs 2026, à vérifier sur les sites officiels : les offres changent souvent.

Outil	À quoi ça sert	Gratuit ou payant	Quand l'utiliser
Keepa	Historique des prix, du BSR et des vendeurs	Gratuit / Premium ~19 €/mois	Dès le début (analyse)
SellerAmp	Calcule marge et ROI directement sur la fiche	Payant à partir de ~20 \$/mois (~14 \$ en annuel, essai gratuit)	Dès le début (analyse)
Calculatrice FBA	Estime tes frais Amazon réels	Gratuit (inclus dans Seller Central)	Avant chaque commande
ChatGPT	Rédaction, idées, organisation	Gratuit / Payant	Dès le début
DeepL	Traduire tes fiches pour l'Europe	Gratuit / Payant	À l'ouverture d'un pays
Canva	Logo, visuels, packaging	Gratuit / Payant	Création de ta marque
Packlink Pro	Comparer les transporteurs, créer tes étiquettes	Gratuit	Dès tes premières ventes FBM
Sendcloud	Automatiser tes expéditions	Gratuit (limité) / Payant	Quand le volume augmente
Sellerboard	Ta rentabilité réelle (profits, frais, remboursements)	Payant ~19-79 \$/mois	Dès tes premières ventes
Repricer	Ajuster tes prix pour gagner la Buy Box	Payant (variable)	Si tu partages une fiche
Helium 10	Recherche de produits et de mots-clés	Payant à partir de ~129 \$/mois (~99 \$ en annuel, accès gratuit très limité)	Intermédiaire
Jungle Scout	Estimation des ventes, analyse de niche	Payant ~49 \$/mois	Intermédiaire (alternative)

SellerAmp · l'outil n°1 pour analyser

Extension Chrome qui analyse chaque produit Amazon en temps réel, directement sur la fiche.

- **ROI et marge automatiques**, entre ton prix d'achat, il calcule instantanément marge nette et ROI
- **Analyse des restrictions**, détecte Hazmat, marque gâtée, IP Alert
- **Historique prix & BSR**, intégration directe avec Keepa
- **Nombre de vendeurs**, et si Amazon vend lui-même
- **Estimation des ventes mensuelles**, sur la base du BSR actuel
- **Score de liquidité**, probabilité de vendre vite tes unités

★ PARAMÉTRAGE AUTO-ENTREPRENEUR

Dans les réglages SellerAmp, entre ton taux de TVA (**0 % si franchise**), tes frais de PrepCenter le cas échéant, et ton ROI minimum (30 % en arbitrage ; pour un produit sourcé, vise ROI $\geq$ 100 % et taux de marge $\geq$ 30 %). Tous les calculs seront personnalisés à ta situation.

Repricer • gagner la Buy Box automatiquement

La Buy Box est la case « Ajouter au panier ». Quand plusieurs vendeurs proposent le même produit, Amazon l'attribue selon un algorithme dont le prix est un facteur clé.

- **Règle de base**, suis le prix FBA le plus bas avec $-0,01$ à $-0,05$ €
- **Prix plancher**, un minimum sous lequel tu ne descends jamais (protège ta marge)
- **Prix plafond**, pour profiter des ruptures de stock des concurrents
- **Règle nuit/week-end**, monte légèrement le prix quand la concurrence est moins active

I REPRICING DE TES RETOURS

Quand Amazon te renvoie un produit retourné, il est souvent en état « Occasion ». Crée une offre Occasion sur la même fiche avec un prix réduit (la grille détaillée par état est au Module 6) : le repricer peut gérer ces offres automatiquement.

Sellerboard • piloter ta rentabilité réelle

Logiciel de comptabilité et de suivi spécialisé Amazon. Contrairement aux rapports Amazon (CA brut), il montre ta **vraie** rentabilité.

- **Profit & Loss en temps réel**, revenus – frais FBA – coût produit – PPC – remboursements
- **Suivi par produit**, identifie ceux qui sont vraiment rentables
- **Alertes remboursements**, Amazon te doit parfois de l'argent (stock perdu en entrepôt)
- **Rapport exportable**, pour ton comptable ou ta déclaration URSSAF
- **Prévision de stock**, quand commander pour ne jamais tomber en rupture

I UTILISATION

Connecte Sellerboard à ton compte via les API Seller Central : synchronisation automatique. Vérifie ton tableau de bord chaque semaine pour surveiller ta rentabilité réelle.

● **PLAN D'ACTION · MODULE 8**

Équipe-toi intelligemment

- Installe l'extension SellerAmp (essai gratuit disponible)
- Configure Keepa avec tes seuils d'alerte
- Inscris-toi à Sellerboard et connecte ton compte Amazon
- Prends le réflexe de la Calculatrice FBA (gratuite, dans Seller Central) avant chaque commande fournisseur

09

PHASE 3 • MODULE 09

Maîtriser Seller Central et gérer son activité

Ungating, offres Europe, conformité RSGP, violations & POA, REP,
Auto → SASU, IPI, Hazmat : tout ce qu'Amazon ne t'explique pas.

Maîtriser Seller Central et gérer son activité

Prendre en main ton poste de pilotage, sans te sentir perdu devant l'écran

Prérequis : Modules 1 à 8 terminés. **À la fin :** tu navigues dans Seller Central et tu utilises les fonctions clés pour gérer ton activité au quotidien.

Créer un compte vendeur est une première étape. Mais c'est dans Seller Central que tout se passe au quotidien : c'est là que tu ajoutes tes produits, suis tes commandes, gères ton stock, consultes tes paiements, réponds aux clients et analyses tes performances.

La première fois, c'est normal de se sentir un peu perdu : l'interface a beaucoup de menus et de paramètres qui peuvent sembler complexes. Rassure-toi, tu n'as pas besoin de tout connaître dès le premier jour. Dans ce module, on découvre ensemble les principales fonctionnalités, à quoi elles servent, et on apprend à utiliser celles qui te seront vraiment utiles au début. L'objectif : que tu utilises ton compte avec confiance.

Objectif du module

Savoir naviguer facilement dans Seller Central et utiliser les fonctionnalités indispensables à la gestion de ton activité.

Ce que tu vas apprendre

- L'organisation générale de Seller Central
- Où se trouvent les menus principaux (catalogue, commandes, stock, paiements)
- Comment suivre tes commandes et ton stock
- Comment lire les performances et la santé de ton compte
- Les fonctions vraiment utiles quand on débute

Les erreurs que tu vas éviter

- Passer à côté d'une notification importante
- Ne pas consulter les performances de ton compte
- Oublier de traiter une commande ou un message client
- Modifier un produit sans comprendre les conséquences

Ce que tu sauras faire

- Naviguer facilement dans l'interface
- Retrouver vite une information importante
- Gérer tes produits, tes commandes et ton stock
- Consulter tes paiements et tes versements Amazon
- Repérer une notification ou une alerte à traiter

Les ressources du module

- Captures d'écran annotées de Seller Central
- Exemples pratiques et guides pas à pas
- Checklists de gestion quotidienne

★ LE CONSEIL DE L'ACADEMY

Pas besoin d'explorer toutes les fonctionnalités dès ta première connexion. « *Dois-je tout connaître de Seller Central avant de vendre ?* » Non. C'est une plateforme très complète, qui évolue souvent, et même les vendeurs expérimentés n'utilisent pas tout. Concentre-toi d'abord sur les outils que tu utiliseras le plus, tu découvriras le reste au fil de ta progression.

→ TA MISSION

Utiliser Seller Central avec confiance pour gérer efficacement ton activité au quotidien. Ensuite, place à l'étape suivante : mettre l'intelligence artificielle au service de ton activité (Module 10).

Les 7 menus de Seller Central • ta carte de navigation

Avant la conformité, apprends à te repérer. Tout Seller Central s'organise autour de 7 menus (menu ☰ en haut à gauche). Voici à quoi sert chacun, et ce que tu y feras concrètement :

- 1 Catalogue**
Ajouter un produit, créer une nouvelle fiche, gérer tes brouillons. C'est ici que commence chaque produit (Module 6).
- 2 Commandes**
Voir et gérer les commandes, expédier tes colis FBM, traiter les retours. Ton quotidien si tu expédies toi-même (Module 4).
- 3 Stock**
Gérer ton inventaire, créer un plan d'expédition FBA, suivre les réceptions, surveiller les niveaux et l'IPI (voir plus bas).
- 4 Publicité**
Le gestionnaire de campagnes : créer tes campagnes Sponsored Products, suivre l'ACOS, gérer les enchères (Module 11).
- 5 Performance**
La santé de ton compte : ODR, taux d'expédition à temps, réclamations, notifications de conformité. À consulter **chaque semaine**.
- 6 Paiements**
Tes virements (tous les 14 jours), le détail des frais prélevés, les rapports comptables pour ta déclaration URSSAF.
- 7 Croissance**
Les programmes et recommandations Amazon : nouvelles marketplaces, offres, opportunités de gamme.

EN CLAIR · Catalogue pour créer, Commandes et Stock pour livrer, Publicité pour vendre plus, Performance pour rester en règle, Paiements pour ton argent. Le reste du module couvre ce qu'Amazon ne t'explique pas : déblocages, conformité, incidents.

Déblocage de marques (Ungating)

Amazon restreint l'accès à certaines marques et catégories. Pour les vendre, tu obtiens une autorisation (ungating). Ce n'est pas un mur infranchissable : c'est un processus.

I MARQUES AUTO-UNGATE

Certaines marques se débloquent automatiquement dès que tu as un compte actif avec des ventes (Amazon les considère « basse risque »). Pour les repérer : Catalogue → Ajouter un produit → entre l'ASIN ; si Amazon ne demande pas de documents, c'est auto-ungate.

Débloquer une marque avec une facture

- 1 Achète 10+ unités chez un distributeur officiel**
La facture doit montrer : ton nom/société, l'adresse, la date, le nom + ASIN du produit, le fournisseur, le n° de facture.
- 2 Soumets la demande**
Catalogue → Restrictions sur les ventes → Demander l'approbation. Téléverse la facture.
- 3 Attends 3 à 7 jours**
Amazon vérifie le fournisseur et la facture. En cas de refus : améliore la facture ou change de fournisseur.
- 4 Vends tes 10 unités une fois approuvé**
Le stock de test devient ton premier stock de vente.

★ LA FACTURE PARFAITE

Nom + adresse complète de ton entreprise · nom + adresse du fournisseur · date (< 90 jours) · description précise (nom + ASIN) · quantité (≥ 10 recommandé) · prix unitaire et total · numéro de facture unique · signature/tampon. **Les factures falsifiées entraînent la suspension permanente du compte.**

Code-barres par défaut · éviter les erreurs

Par défaut, Amazon utilise le code EAN pour identifier ton produit en entrepôt. Mais si plusieurs vendeurs utilisent le même EAN, les produits peuvent se mélanger (Commingling). Pour l'éviter : utilise les FNSKU. Le détail complet EAN / FNSKU / ASIN est au Module 6.

Type de code	Description	Recommandation
EAN / GTIN	Code-barres standard du produit	Par défaut si pas de FNSKU
FNSKU	Code Amazon unique à TON stock	Recommandé , évite le Commingling
ASIN	Identifiant interne Amazon	Pour naviguer, pas pour l'emballage

I BONNE PRATIQUE

Imprime toujours les FNSKU sur chaque unité : Inventaire → Gérer l'inventaire → clic sur le produit → Imprimer étiquettes de produit.

Activer ses offres dans toute l'Europe

Seller Central Europe te permet d'activer tes offres sur toutes les marketplaces européennes depuis un seul tableau de bord.

Amazon.fr	● Activé, marché principal
Amazon.de	● Activé
Amazon.it	– Inactif, cliquer pour activer
Amazon.es	– Inactif, cliquer pour activer
Synchronisation prix	Automatique ou Manuel selon ta stratégie

I À RETENIR

Chaque marketplace nécessite une traduction de ta fiche produit (sauf .be francophone et .ie/.uk anglophones).

Conformité produit (RSGP / GPSR)

Amazon demande de plus en plus de preuves de conformité. Le Règlement sur la Sécurité Générale des Produits (RSGP/GPSR) est en vigueur depuis décembre 2024 pour tous les vendeurs européens.

- **Représentant Autorisé UE**, si ton fournisseur est hors UE, nomme un représentant UE sur ta fiche (peut être toi si tu es en France)
- **Certifications CE**, obligatoires pour certains produits (électronique, jouets, cosmétiques, alimentation). Le fournisseur doit te les fournir.
- **REACH**, pas de substances SVHC interdites
- **Numéro de lot et traçabilité**, justifier l'origine de chaque lot
- **Sanctions**, non-conformité = suppression des offres, voire suspension

Gérer une violation • le Plan d'Action (POA)

Si Amazon suspend une offre ou ton compte, il réclame un **Plan d'Action (POA)** : un document structuré en 3 parties à soumettre pour réactiver ton compte.

1. Cause principale (Root Cause)

Sois direct et honnête sur la vraie raison. « *Notre compte a été suspendu suite à la vente d'un produit pour lequel nous ne disposions pas d'une autorisation écrite du propriétaire de la marque [X]. Nous reconnaissons cette erreur.* »

2. Actions correctives immédiates

Ce que tu as déjà fait. « *Nous avons immédiatement retiré toutes les offres concernées, contacté le propriétaire de la marque, et examiné l'intégralité de notre catalogue pour identifier d'autres produits similaires.* »

3. Mesures préventives

Ce que tu feras pour que ça ne se reproduise jamais.
« Mise en place d'une vérification des marques avant tout ajout, usage de l'outil IP Alert pour chaque ASIN, conservation d'une autorisation écrite pour chaque marque restreinte. »

★ LES RÈGLES DU POA

Court, factuel, sans émotion. Amazon ne veut pas d'excuses : il veut un **plan**. Maximum 1 page. Réponds exactement à ce qu'Amazon te demande dans l'email de suspension. Soumets **dans le délai indiqué par Amazon** dans sa notification.

REP (Responsabilité Élargie du Producteur)

En France et en Europe, si tu vends certaines catégories, tu dois t'enregistrer auprès d'éco-organismes agréés pour financer le recyclage. C'est obligatoire et contrôlé par Amazon.

Filière REP	Produits concernés	Éco-organisme (France)
D3E / DEEE	Électronique, électroménager	Ecologic, Ecosystem
Emballages	Tout produit emballé	Citeo (Léko)
Textiles	Vêtements, linge, chaussures	Refashion
Meubles	Tout mobilier	Valdelia, Ecomaison
Piles et batteries	Tout produit avec pile	Corepile, Screlec
Jouets	Tous jouets	Éco-organisme agréé jouets

I COMMENT S'ENREGISTRER

Identifie **chacune** de tes filières → inscris-toi sur le site de l'éco-organisme correspondant → reçois ton **identifiant unique (IDU)**, 15 caractères commençant par FR (ex : FR221XYZ_01MIQF) → ajoute-le dans Seller Central → Paramètres → Obligations réglementaires. Attention : tu as **un IDU par filière**, pas un seul pour toute ton entreprise. Un vendeur de petit électroménager emballé avec piles en a donc trois. **Allemagne** : le WEEE est géré séparément via EAR (stiftung-ear.de).

Quand passer d'Auto-Entreprise à SASU ?

Signal	Seuil	Action
CA annuel	40 000 – 60 000 €	Consulte un expert-comptable
CA annuel	85 000 €	Inscription TVA obligatoire

Signal	Seuil	Action
CA annuel	203 100 €	Dépassement du plafond auto-entrepreneur (2026) !
Bénéfice net	> 30 000 €/an	La SASU permet des dividendes moins chargés
Achat de stock important	Régulier	La SASU récupère la TVA sur les achats

IPI et frais de stockage

L'**IPI (Inventory Performance Index)** est une note Amazon (0-1000) qui évalue la qualité de ta gestion des stocks. Un IPI bas entraîne des restrictions de stockage.

- **IPI élevé** (repère indicatif : ~400+) → limites de capacité plus généreuses. Depuis 2023, Amazon fonctionne par **limites de capacité mensuelles** : vérifie les tiennes dans Stock → Planification des capacités
- **IPI 300-400** → avertissement, surveille tes stocks
- **IPI < 300** → limite de stockage imposée par Amazon

Améliorer son IPI

- Ferme les offres des produits qui ne se vendent plus (stock dormant pénalisé)
- Crée des ordres de retrait (« removal orders ») pour récupérer ou détruire le stock à faible rotation avant qu'il ne coûte en stockage longue durée
- Lance des promotions pour écouler le dormant, même à prix coûtant
- Utilise la liquidation Amazon (rachat à 10-20 % du prix de vente) via Inventaire → Gérer l'excédent de stock

Hazmat vs Dangerous Goods

Catégorie	Exemples	Traitement Amazon
Hazmat (matières dangereuses)	Batteries lithium, aérosols, inflammables	Entrepôt spécialisé, frais +, validation 2-4 semaines
Dangerous Goods	Explosifs, gaz comprimés, corrosifs	Refusé en FBA , FBM uniquement ou refus total
Non-réglémenté	Produits courants sans substance dangereuse	FBA standard

● PLAN D'ACTION · MODULE 9

Sécurise ton compte

- Vérifie chaque produit de ton catalogue pour les restrictions de marque
- Enregistre-toi auprès de Citeo (emballages) et de ta filière REP
- Ajoute tes numéros REP dans Seller Central → Obligations réglementaires
- Consulte ton IPI (Inventaire → Index de performance)
- Prépare un modèle POA vierge à garder sous la main

PHASE 3 • MODULE 10

Utiliser l'intelligence artificielle **pour gagner du temps et améliorer son activité**

Les prompts indispensables du vendeur Amazon : fiches produit, avis, noms de marque, emails, PPC, traductions. Gagne des heures chaque semaine.

Utiliser l'intelligence artificielle pour gagner du temps et améliorer son activité

L'IA comme assistant : elle t'aide à aller plus vite, mais c'est toi qui décides

Prérequis : Modules 1 à 9 terminés. **À la fin :** tu sais utiliser l'IA pour t'accompagner sur plusieurs tâches, tout en connaissant ses limites.

L'intelligence artificielle fait désormais partie des outils qui transforment le quotidien de nombreux entrepreneurs. Pour un vendeur Amazon, bien utilisée, elle représente un vrai gain de temps : elle peut t'aider à rédiger une fiche produit, trouver des idées de mots-clés, reformuler ou traduire un texte, organiser tes idées ou préparer certaines tâches plus vite.

Mais il faut le comprendre clairement : une IA ne remplace ni ta réflexion, ni ta stratégie, ni ta connaissance de ton marché. C'est un assistant, et les décisions finales t'appartiennent toujours. Dans ce module, tu apprends à l'utiliser de façon intelligente, responsable et efficace, pour gagner du temps sans sacrifier la qualité de ton travail.

Objectif du module

Savoir utiliser l'intelligence artificielle pour t'accompagner à différentes étapes de ton activité, tout en comprenant ses limites.

Ce que tu vas apprendre

- Ce que l'IA peut, et ne peut pas, faire pour un vendeur Amazon
- Comment l'aider à rédiger une fiche produit (titre, bullets, description)
- Comment générer des idées de mots-clés
- Comment traduire et reformuler un texte
- Ce qu'est un bon prompt (une bonne question)

Les erreurs que tu vas éviter

- Copier un texte généré par l'IA sans le relire
- Publier une fiche produit avec des informations inexactes
- Croire que l'IA remplace ton analyse
- Utiliser l'IA sans vérifier les informations qu'elle fournit

Ce que tu sauras faire

- Utiliser l'IA comme un vrai assistant sur les tâches répétitives
- Rédiger plus vite, puis personnaliser et vérifier les textes
- Générer des mots-clés et des idées à explorer
- Adapter des prompts prêts à l'emploi à ta propre activité
- Garder ton esprit critique face à ses réponses

Les ressources du module

- Une bibliothèque de prompts prêts à l'emploi
- Exemples de fiches produit et de traductions
- Modèles de rédaction et études de cas

★ LE CONSEIL DE L'ACADEMY

L'IA est un excellent assistant, mais elle ne connaît pas ton produit aussi bien que toi. « *Est-ce que l'IA peut gérer mon activité à ma place ?* » Non : elle fait gagner du temps sur certaines tâches, mais elle ne choisit pas ton produit, ne prend pas tes décisions stratégiques et ne remplace pas ta réflexion. Considère toujours ses réponses comme une première proposition : adapte-les, vérifie-les, personnalise-les. C'est cette étape qui fait toute la différence.

→ TA MISSION

Utiliser l'intelligence artificielle comme un outil d'aide à la décision, pour gagner du temps tout en gardant le contrôle de ton activité. Ensuite, place à l'étape suivante : développer tes ventes et faire évoluer ton activité (Module 11).

L'intelligence artificielle (ChatGPT, Claude, Gemini...) est devenue l'assistant le plus puissant du vendeur Amazon. Bien utilisée, elle te fait gagner des heures chaque semaine et améliore la qualité de tes fiches.

EN CLAIR · L'IA ne remplace pas ton jugement, mais elle rédige tes fiches, traduit pour l'Europe, analyse des centaines d'avis en secondes et écrit tes emails fournisseurs en anglais parfait. À toi de vérifier et d'ajuster. **Toi + l'IA > l'IA seule.**

Les prompts indispensables du vendeur Amazon

Un **prompt**, c'est simplement la consigne que tu donnes à l'IA. Plus elle est précise (contexte, rôle, format attendu), meilleur est le résultat. Voici la bibliothèque du vendeur : copie, remplace les [CROCHETS], colle dans ChatGPT.

Prompt 1 · Rédiger une fiche produit optimisée

€ À COPIER-COLLER

« Tu es un expert Amazon FBA et SEO e-commerce. Rédige une fiche produit complète et optimisée pour Amazon.fr pour : [DÉCRIS TON PRODUIT]. Inclus : 1 titre SEO (150–200 car., commence par la marque), 5 bullet points (courte accroche en capitales suivie d'une explication en écriture normale, jamais la phrase entière en majuscules), 1 description de 2 000 car. qui raconte une histoire. Mots-clés à intégrer : [TES MOTS-CLÉS]. Cible client : [PROFIL]. Ton : professionnel mais accessible. Reste conforme aux règles Amazon (pas de « meilleur », pas de promesse santé non prouvée). »

! TOUJOURS RELIRE

L'IA rédige vite, mais elle peut inventer ou exagérer. **Relis et vérifie chaque texte avant de le publier** : caractéristiques exactes, promesses tenables, conformité aux règles Amazon.

Prompt 2 · Analyser les avis concurrents

€ À COPIER-COLLER

« Voici les avis 1–2 étoiles de [PRODUIT] sur Amazon.fr : [COLLE LES AVIS]. Analyse et donne-moi : 1) les 5 problèmes récurrents, 2) les améliorations produit à apporter, 3) les arguments marketing à utiliser dans ma fiche, 4) les phrases clés que les clients emploient (pour le SEO). »

★ L'OR SE CACHE DANS LES AVIS 1–3 ÉTOILES

Les plaintes récurrentes (« le bouchon fuit », « notice incompréhensible ») sont autant d'opportunités. Corrige ces défauts dans ton produit et mets-le en avant : tu réponds à un besoin déjà exprimé par le marché.

Prompt 3 • Trouver un nom de marque

€ À COPIER-COLLER

« Génère 20 noms de marque pour une boutique Amazon qui vend [PRODUITS]. La marque doit être : courte (1-2 mots), mémorisable, pas déjà déposée (évite les mots trop communs), prononçable en français/anglais/allemand, inspirant [VALEURS : confiance/nature/performance/luxe]. Pour chaque nom : explication + disponibilité probable. »

! TOUJOURS VÉRIFIER

Avant d'adopter un nom : vérifie sa disponibilité sur inpi.fr et euipo.europa.eu (marque), en nom de domaine, et sur Amazon. L'IA ne connaît pas les marques déjà déposées.

Prompt 4 • Email fournisseur Alibaba (anglais)

€ À COPIER-COLLER

« Write a professional email in English to an Alibaba supplier for [first contact / sample order / price negotiation / bulk order]. Product : [DESCRIPTION]. Desired quantity : [X units]. Requirements : custom logo + custom packaging. Ask for : unit price at 50/100/500 units, MOQ, production lead time, shipping options and costs to France, sample availability. Keep it concise and professional. »

Prompt 5 • Répondre à un avis négatif

€ À COPIER-COLLER

« Tu es le service client d'une petite marque e-commerce. Rédige une réponse publique à cet avis négatif Amazon : [COLLE L'AVIS]. Ton : calme, professionnel, empathique. Structure : remerciement, excuse sans te justifier, solution concrète proposée, invitation à nous contacter. Maximum 4 phrases. Ne promets jamais de remboursement contre modification de l'avis. »

Prompt 6 • Optimiser une fiche existante

€ À COPIER-COLLER

« Voici ma fiche produit Amazon actuelle : [COLLE TITRE + BULLETS + DESCRIPTION]. Analyse-la comme un expert SEO Amazon : liste ses faiblesses (mots-clés manquants, bénéfices flous, longueurs), puis propose une version améliorée de chaque élément, en respectant les règles Amazon. »

Prompt 7 • Extraire les mots-clés d'un concurrent

€ À COPIER-COLLER

« Voici le titre et les bullets d'une fiche concurrente qui se vend bien : [COLLE LE TEXTE]. Extrais tous les mots-clés et expressions de recherche qu'elle cible, classe-les par intention (générique, spécifique, longue traîne) et propose 10 mots-clés supplémentaires qu'elle n'exploite pas. »

Prompt 8 • Rédiger la FAQ d'un produit

€ À COPIER-COLLER

« Pour ce produit : [DESCRIPTION], rédige les 8 questions que les clients se posent le plus souvent avant d'acheter, avec des réponses courtes, honnêtes et rassurantes. Inclus au moins une question sur la taille/compatibilité, une sur l'entretien et une sur la garantie. »

Prompt 9 • Construire un plan de lancement

€ À COPIER-COLLER

« Je lance ce produit sur Amazon.fr : [PRODUIT, PRIX, BUDGET PUB]. Construis un plan de lancement sur 8 semaines, semaine par semaine : prix, publicité (budgets progressifs), collecte d'avis, et les indicateurs à surveiller chaque semaine. Reste réaliste, sans promesse de résultat. »

Prompt 10 • Générer une checklist personnalisée

€ À COPIER-COLLER

« Je suis à cette étape de mon projet Amazon : [DÉCRIS OÙ TU EN ES]. Génère une checklist ordonnée des 15 prochaines actions concrètes, de la plus urgente à la moins urgente, avec pour chacune le temps estimé et l'outil nécessaire. »

Prompt 11 • Préparer une campagne PPC

€ À COPIER-COLLER

« Pour ce produit : [PRODUIT + MOTS-CLÉS PRINCIPAUX], propose une structure de campagnes Amazon Ads : campagne auto, campagne exacte, campagne expression et ciblage produit. Pour chacune : objectif, budget quotidien de départ raisonnable et 5 mots-clés ou cibles. »

Prompt 12 • Comparer 2 produits candidats

€ À COPIER-COLLER

« Aide-moi à départager deux idées de produits : Produit A : [DONNÉES : prix, coût rendu, BSR, concurrence]. Produit B : [DONNÉES]. Compare-les sur la rentabilité (taux de marge, ROI), la concurrence, la saisonnalité et les risques. Termine par une recommandation argumentée. »

Prompt 13 • Traduire une fiche pour l'Europe

€ À COPIER-COLLER

« Traduis cette fiche produit Amazon en [ALLEMAND/ITALIEN/ESPAGNOL] pour Amazon.[de/it/es] : [COLLE LA FICHE]. Adapte les mots-clés aux recherches locales (ne traduis pas mot à mot), garde le format titre + 5 bullets + description, et signale les termes dont tu n'es pas sûr pour relecture par un natif. »

Prompt 14 • Relecture avant publication

€ À COPIER-COLLER

« Relis ce texte destiné à Amazon : [COLLE LE TEXTE]. Corrige l'orthographe et la grammaire, signale toute affirmation risquée (promesse de résultat, allégation santé, superlatif interdit type « le meilleur »), et vérifie que le ton reste professionnel et clair. »

Le gain de temps concret

Tâche	Sans IA	Avec IA
Fiche produit complète	3-4 h	15-30 min
Analyse 100 avis concurrents	2-3 h	10 min
Nom de marque	1-2 jours	5 min
Email fournisseur EN	30-60 min	2 min
Recherche mots-clés SEO	1-2 h	20 min
Réponse à un avis négatif	20-30 min	3 min

I LA RÈGLE D'OR DE L'IA

L'IA produit un excellent **brouillon**, jamais une version finale à publier les yeux fermés. Vérifie toujours : les chiffres, les promesses interdites (santé, « n°1 », « garanti »), la conformité aux règles Amazon, et le ton de ta marque.

● PLAN D'ACTION · MODULE 10

Intègre l'IA à ton quotidien

- Crée un compte ChatGPT, Claude ou Gemini si tu n'en as pas
- Garde cette bibliothèque de 14 prompts sous la main, réutilise-la à chaque produit
- Génère ta prochaine fiche avec le Prompt 1, puis relis et ajuste
- Teste le Prompt 2 sur les avis d'un concurrent avant de lancer ton produit

PHASE 3 • MODULE 11

Développer ses ventes et faire évoluer son activité

Combien tu peux vraiment gagner, comment lancer ta première publicité, et une roadmap réaliste sur 24 mois.

Développer ses ventes et faire évoluer son activité

Gagner en visibilité et vendre plus, en gardant le contrôle de ta rentabilité

Prérequis : Modules 1 à 10 terminés, produit en ligne. **À la fin :** tu sais lancer et lire tes premières campagnes Amazon Ads, et développer tes ventes sans perdre le contrôle de tes dépenses.

Mettre un produit en ligne, c'est important, mais ce n'est que le début. Une fois publié, ton objectif devient de le faire connaître, d'améliorer sa visibilité et d'augmenter tes ventes progressivement. Pour ça, Amazon met à ta disposition plusieurs leviers, dont la publicité Amazon Ads (PPC) : bien utilisée, elle présente ton produit à des clients déjà intéressés par ce que tu vends.

Mais développer ses ventes ne repose pas que sur la publicité. Il faut aussi analyser les performances de ton produit, repérer ce qui marche, corriger ce qui peut l'être, et décider à partir de données concrètes. Dans ce module, tu découvres les principaux leviers pour faire évoluer ton activité, progressivement et durablement. L'objectif n'est pas de dépenser plus, mais d'investir intelligemment.

Objectif du module

Comprendre les principaux leviers pour augmenter la visibilité de tes produits, développer tes ventes et faire évoluer ton activité, sans perdre de vue ta rentabilité.

Ce que tu vas apprendre

- Le fonctionnement de la publicité Amazon (PPC)
- Les indicateurs clés : CPC, CTR, ACOS, ROAS, impressions, conversions
- Comment lire les performances d'une campagne
- Comment optimiser ta fiche produit pour mieux convertir
- Ce qu'est le développement (scaling), et comment l'aborder

Les erreurs que tu vas éviter

- Lancer des campagnes sans objectif précis
- Augmenter ton budget sans analyser les résultats
- Arrêter une campagne trop rapidement
- Négliger l'optimisation de ta fiche produit
- Croire que la publicité suffit à elle seule pour réussir

Ce que tu sauras faire

- Lancer tes premières campagnes Amazon Ads
- Comprendre les principaux indicateurs publicitaires
- Analyser les performances de tes produits
- Identifier tes axes d'amélioration
- Développer tes ventes progressivement, budget maîtrisé

Les ressources du module

- Captures d'écran annotées d'Amazon Ads
- Un tableau des indicateurs publicitaires expliqués simplement
- Exemples de campagnes et simulations de résultats
- Checklists d'optimisation

★ LE CONSEIL DE L'ACADEMY

Ne cherche pas à vendre des milliers de produits dès les premières semaines. « *Dois-je lancer de la publicité dès la mise en ligne ?* » Souvent oui : une campagne dès le lancement donne de la visibilité et commence à collecter des données. Mais pas besoin de grosses sommes : commence avec un budget raisonnable, observe, puis ajuste. Chaque campagne est une source d'informations, et c'est en analysant ce qui marche que tu prendras de meilleures décisions.

→ TA MISSION

Comprendre comment développer tes ventes progressivement, tout en gardant le contrôle de tes dépenses et de ta rentabilité. Ensuite, place à l'étape suivante : affronter les difficultés dans la durée (Module 12).

Parlons chiffres, sans promesses irréalistes. Voici à quoi ressemblent les revenus à chaque étape, une simulation détaillée euro par euro, ton premier lancement publicitaire, et la trajectoire type sur 2 ans.

EN CLAIR · Le premier mois, on ne gagne presque rien : on apprend. La rentabilité réelle arrive entre le 3^e et le 6^e mois. Ceux qui réussissent sont ceux qui **réinvestissent** leurs premiers profits.

Les revenus par niveau

Niveau	Profil	CA mensuel	Taux de marge	Revenu net/mois
Débutant	1 produit, 3-6 mois	1 000 – 5 000 €	25-35 %	250 – 1 750 €
Intermédiaire	2-5 produits, 6-18 mois	5 000 – 20 000 €	25-35 %	1 250 – 7 000 €
Avancé	5-15 produits, 18 mois+	20 000 – 50 000 €	20-30 %	4 000 – 15 000 €
Expert / Marque	Marque PL établie	50 000 €+	20-30 %	10 000 €+

! SOIS RÉALISTE

Ces fourchettes ne sont **pas** des garanties. Beaucoup de vendeurs ne dépassent jamais le niveau débutant, souvent parce qu'ils abandonnent trop tôt ou choisissent un mauvais produit. Le taux de marge baisse un peu quand le CA monte (plus de PPC, plus de concurrence) : c'est normal, le volume compense.

Simulation détaillée · un produit à 29,99 €

Décortiquons une vente, euro par euro, pour un produit Private Label vendu 29,99 € en FBA (200 unités commandées).

! UN CAS FAVORABLE, PAS LA NORME

Cet exemple est volontairement confortable : un produit acheté 5,50 € et vendu 29,99 €, ça existe, mais ce n'est pas le cas courant. Son taux de marge réel (44 %) dépasse d'ailleurs la fourchette de 25 à 35 % du tableau ci-dessus. Lis-le pour comprendre **la mécanique** du calcul, pas pour en attendre les mêmes chiffres. Les deux études de cas qui suivent, à 19,99 € et 24,99 €, sont plus représentatives de ce que tu rencontreras.

Élément	Montant	Détail
Prix de vente Amazon	+29,99 €	Prix TTC client

Élément	Montant	Détail
Coût fournisseur (Alibaba)	-5,50 €	Produit + packaging, 200 unités
Frais FBA (traitement)	-3,20 €	Selon poids/taille
Commission Amazon (15 %)	-4,50 €	Sur le prix de vente total (29,99 × 15 %)
Expédition vers entrepôt (répartie)	-0,30 €	Tes cartons vers Amazon
Marge produit par vente	+16,49 €	Taux de marge ≈ 55 % , c'est elle qui décide du GO
Abonnement pro (réparti)	-0,67 €	39,99 € ÷ ~60 ventes
Publicité PPC estimée	-2,50 €	Budget ÷ ventes
Marge réelle par vente	+13,32 €	Taux de marge ≈ 44 % , publicité et abonnement déduits

€ ET SUR LE MOIS ?

Avec **60 ventes/mois** : CA = 60 × 29,99 = **1 799 €**. Bénéfice net = 60 × 13,32 = **799 €**. Avec un 2^e produit similaire, tu doubles : ~1 600 € net/mois. C'est ainsi qu'on grimpe : produit par produit.

2 études de cas • de l'achat à la vente

Deux exemples chiffrés complets, de l'achat fournisseur jusqu'au bénéfice, avec la timeline réelle mois par mois. Ce sont des **cas types représentatifs** (chiffres indicatifs 2026) : remplace-les par tes propres chiffres au fur et à mesure.

Cas n°1 • Petit produit, gros ROI (arbitrage → Private Label léger)

Étape	Chiffre	Détail
Prix d'achat fournisseur	4,00 €	Accessoire cuisine, MOQ 300 unités (Alibaba, FOB)
Transport + douane (réparti)	0,80 €	Maritime groupé via transitaire
Packaging à ta marque	0,40 €	Sachet kraft + sticker logo
Prix de vente Amazon	19,99 €	Positionné 10 % sous le leader
Commission Amazon (15 %)	3,00 €	Sur le prix de vente
Frais FBA (traitement)	2,90 €	Petit format < 300 g
Frais FBA (stockage)	0,15 €	Petit volume, hors période Q4
Marge produit / unité	8,74 €	Taux de marge ≈ 44 % • ROI ≈ 168 % (8,74 ÷ 5,20) → GO
PPC réparti + abonnement	2,20 €	Marge <i>réelle</i> ≈ 6,54 € (taux de marge ≈ 33 %) pendant la pub

€ TIMELINE RÉELLE DU CAS N°1

M1, recherche produit + échantillon commandé (-40 €). **M2**, commande de 300 unités (-1 560 € tout compris), fiche créée. **M3**, réception FBA, lancement PPC : 18 ventes, on apprend, marge quasi nulle (PPC élevé). **M4**, 55 ventes, ~360 € net. **M5**, 90 ventes, l'organique décolle, ACOS baisse : ~590 € net. **M6**, réassort de 600 unités, ~120 ventes/mois, ~785 € net et stable.

Cas n°2 • Produit à ticket moyen (Private Label) : la bouteille LUNA du cas pratique

Étape	Chiffre	Détail
Prix de vente Amazon	24,99 €	Le produit du cas pratique
Coût d'achat rendu	7,20 €	Fournisseur 5,40 + transport 1,30 + emballage 0,50
Commission Amazon (15 %)	3,75 €	Sur le prix de vente total
Frais FBA (≈)	3,45 €	Format moyen
Marge produit / unité	10,59 €	Taux de marge 42 % • ROI 147 % (10,59 ÷ 7,20)
PPC réparti (lancement) + abonnement	2,70 €	Marge <i>réelle</i> ≈ 7,89 € (taux de marge ≈ 32 %) pendant la pub

€ TIMELINE RÉELLE DU CAS N°2

M1-M2, sourcing + dépôt de marque INPI lancé (-190 €) + échantillons (-60 €). **M3**, commande 200 unités (-1 340 € transport compris), Brand Registry en cours. **M4**, lancement : 25 ventes. **M5-M6**, 60 ventes/mois, A+ Content activé. **M7+**, extension Allemagne (.de) : un même produit peut y trouver un second marché sans nouveau sourcing. Tout le détail de ce lancement est dans le **cas pratique** en fin de guide.

! À PERSONNALISER

Ces deux cas sont des **exemples types**, pas une promesse : tes chiffres dépendront de ton produit, de ta concurrence et de ton exécution. Utilise le tableau de rentabilité du Module 13 pour bâtir ton propre cas avant de commander.

Lancer ta première campagne PPC

Le **PPC** (Pay Per Click) est la publicité Amazon : tu paies quand un client clique sur ton annonce. C'est le principal levier pour lancer un produit qui n'a encore ni ventes ni avis : il le rend visible en haut des résultats.

EN CLAIR • Sans PPC, un nouveau produit est invisible : personne ne le trouve, donc personne ne l'achète, donc il reste invisible. Le PPC brise ce cercle. Commence simple, avec un petit budget, puis optimise.

Les 3 types de campagnes

Type	Ce que c'est	Pour qui
Sponsored Products	Ton produit apparaît dans les résultats de recherche et sur les fiches	Tous, commence ici
Sponsored Brands	Bannière avec ton logo + plusieurs produits en haut des résultats	Marques (Brand Registry)
Sponsored Display	Reciblage des visiteurs sur et hors Amazon	Niveau avancé

Démarrer en 5 étapes

- 1 Crée une campagne Sponsored Products**
 Publicité → Gérer les campagnes → Créer. Choisis le produit à promouvoir.
- 2 Commence en ciblage automatique**
 Amazon choisit les mots-clés pour toi. Budget de départ : ~10 €/jour. Laisse tourner 1-2 semaines pour collecter des données.
- 3 Analyse le rapport de termes de recherche**
 Repère les mots-clés qui convertissent (ventes) et ceux qui ne font que dépenser.
- 4 Crée une campagne manuelle**
 Reprends les mots-clés gagnants en ciblage exact ; mets les mauvais en « mots-clés négatifs » pour stopper les dépenses inutiles.
- 5 Surveille ton ACOS**
 L'ACOS = dépense pub ÷ CA généré par la pub. Vise un ACOS inférieur à ta marge : au-dessus, tu perds de l'argent sur chaque vente publicitaire.

★ REPÈRE CLÉ

Au lancement, un ACOS élevé (30-50 %) est **normal et acceptable** : tu « achètes » tes premières ventes et tes premiers avis, qui feront ensuite grimper ton référencement organique (gratuit). Une fois le produit installé, réduis progressivement l'ACOS en coupant les mots-clés non rentables.

Simulation Amazon Ads · 7 jours au prix normal (24,99 €)

Métrique	Valeur	Comment lire
Budget	10 €/jour ≈ 70 €/semaine	Le carburant de la campagne
Impressions	8 000	Ta visibilité de départ
Clics	180	CTR = $180 \div 8\,000 = 2,25\%$
CPC moyen	≈ 0,39 €	$70 \text{ €} \div 180 \text{ clics}$
Ventes	14	Conversion = $14 \div 180 \approx 7,8\%$
CA généré	350 €	$14 \times 24,99 \text{ €}$ (le produit du cas pratique)

Métrique	Valeur	Comment lire
ACOS	20 %	$70 \div 350$: tu dépenses 20 € de pub pour 100 € de ventes
ROAS	5	$350 \div 70$, l'inverse de l'ACOS : quand l'un monte, l'autre baisse

Chiffres illustratifs : tout se recalcule ($180 \times 0,39 \approx 70 \text{ €} \cdot 14 \times 24,99 = 350 \text{ €} \cdot 70 \div 350 = 20 \%$). Un CTR de 2,25 % est plutôt optimiste selon les catégories.

Stratégie publicitaire avancée • pas à pas pour être visible

Tu connais maintenant les bases. Voici la méthode complète, clic par clic et euro par euro : où créer ta campagne, combien mettre par jour à chaque phase, combien de temps laisser tourner, et comment viser le haut des résultats de recherche.

EN CLAIR • Être « sponsorisé », c'est simplement avoir une campagne active avec une enchère suffisante : ton produit s'affiche alors en haut des résultats avec la mention « Sponsorisé ». Plus ton enchère et ton budget sont adaptés, plus tu apparais souvent et haut. Les ventes générées font ensuite monter ton classement *organique* (gratuit) : c'est le cercle vertueux qu'on va enclencher.

Étape 1 • Où créer ta campagne (le chemin exact)

- Ouvre le gestionnaire de campagnes**
 Seller Central → menu ☰ → Publicité → Gestionnaire de campagnes. Clique sur le bouton jaune « **Créer une campagne** ».
- Choisis « Sponsored Products »**
 C'est le format qui affiche ton produit dans les résultats de recherche et sur les fiches concurrentes. Ignore Sponsored Brands/Display pour l'instant.
- Remplis les paramètres de base**
 Nom de campagne clair (ex : Bouteille, AUTO, Lancement), date de début aujourd'hui, **pas de date de fin**, budget quotidien (voir tableau ci-dessous).
- Sélectionne ton produit et le ciblage**
 Choisis ton ASIN, puis « Ciblage automatique » pour ta toute première campagne. Amazon choisira les mots-clés pour toi et te fournira des données précieuses.
- Fixe l'enchère et lance**
 Amazon propose une « enchère suggérée » (ex : 0,45 €). Mets **l'enchère suggérée +10 à 20 %** pour être compétitif au lancement. Clique « Lancer la campagne », elle démarre en quelques heures.

Sponsored Products · Nouvelle campagne

Nom de la campagne	Bouteille, AUTO, Lancement
Début / Fin	Aujourd'hui · Aucune date de fin
Budget quotidien	15,00 €/jour
Ciblage	Automatique (1 ^{re} campagne)
Stratégie d'enchères	Enchères dynamiques, à la baisse uniquement
Enchère par défaut	Suggérée +10–20 % (ex : 0,45 → 0,52 €)
Produit	Ton ASIN

Étape 2 · Combien mettre par jour (le tableau des budgets)

Le budget dépend de ta phase et du CPC (coût par clic) de ta niche, en général entre 0,30 € et 1,20 €. La règle : ton budget quotidien doit permettre **au moins 15–25 clics par jour**, sinon la campagne n'apprend rien.

Phase	Durée	Budget/jour conseillé	ACOS accepté	Objectif
1. Découverte (auto)	Semaines 1–2	10 – 15 €	30–50 % (élevé = normal)	Collecter les données : quels mots-clés convertissent
2. Lancement agressif	Semaines 3–6	20 – 35 €	25–40 %	Générer des ventes en volume pour monter au classement
3. Consolidation	Semaines 7–12	15 – 25 €	15–25 %	Rentabiliser : l'organique prend le relais
4. Croisière	En continu	10 – 20 €	< à ta marge	Défendre ta position, profits maximum

€ BUDGET TOTAL À PRÉVOIR · EXEMPLE CONCRET

Semaines 1–2 : 12 € × 14 j = 168 € · Semaines 3–6 : 25 € × 28 j = 700 € · Semaines 7–12 : 20 € × 42 j = 840 €. Soit ≈ **1 700 € sur 3 mois**, dont une grande partie revient en ventes : avec un ACOS moyen de 30 %, ces 1 700 € génèrent ≈ 5 600 € de CA publicitaire, *sans compter* les ventes organiques qu'ils déclenchent. Si ton budget est plus serré, garde les mêmes phases en divisant les montants par 2 : ce sera plus lent, mais la mécanique reste la même.

Étape 3 · La structure à 4 campagnes (à mettre en place dès la semaine 3)

Une seule campagne auto ne suffit pas pour dominer. Les vendeurs qui montent utilisent cette structure, chaque campagne a un rôle précis :

Campagne	Ciblage	Budget/jour	Rôle
1. AUTO, Découverte	Automatique	5–10 €	Trouver en continu de nouveaux mots-clés qui convertissent
2. EXACT, Gagnants	Manuel · exact	10–20 € (le cœur)	Tes 5–15 mots-clés qui vendent, enchères précises
3. PHRASE, Extension	Manuel · expression	5–8 €	Variante autour des gagnants (« bouteille isotherme sport »)
4. ASIN, Concurrents	Ciblage de produits	5–8 €	Apparaître SUR les fiches des concurrents plus chers ou moins bien notés

1 Semaine 3, récolte les gagnants

Gestionnaire de campagnes → ta campagne AUTO → Rapports → Termes de recherche client. Repère les mots-clés avec **au moins 1–2 ventes** et un ACOS raisonnable.

2 Crée la campagne EXACT avec ces gagnants

Nouvelle campagne Sponsored Products → ciblage manuel → type « exact » → colle tes mots-clés gagnants → enchère = enchère suggérée +15 %.

3 Mets les perdants en mots-clés négatifs

Dans la campagne AUTO : tout terme avec 15+ clics et 0 vente → Ajouter aux mots-clés négatifs (correspondance exacte). Ça stoppe l'hémorragie de budget.

4 Ajoute PHRASE et ASIN

PHRASE : tes gagnants en correspondance « expression ». ASIN : cible 5–10 fiches concurrentes *moins bien notées ou plus chères* que toi, c'est là que tu « voles » des ventes.

Étape 4 · Viser le haut des résultats (la stratégie de ranking)

Objectif : faire monter ton produit dans les résultats *organiques* sur 1 à 3 mots-clés principaux. L'algorithme d'Amazon récompense les produits qui **vendent bien sur un mot-clé donné**, la pub sert d'amorce.

1 Choisis 1 à 3 mots-clés cibles

Les plus gros volumes de ta niche où tu peux réalitement rivaliser (ex : « bouteille isotherme », « gourde inox 1l »). Vérifie qu'ils sont dans ton titre et tes bullets.

2 Active l'ajustement « Haut de recherche »

Dans les paramètres de ta campagne EXACT : Enchères → Ajuster les enchères par emplacement → Haut de la recherche (première page) : +50 à +100 %. Ton annonce vise les toutes premières positions, là où se concentre l'essentiel des clics.

3 Combine avec un prix de lancement attractif

Pub agressive + prix ~10 % sous les leaders + fiche impeccable = taux de conversion élevé. C'est la *conversion* qui fait monter ton classement, pas les clics seuls.

4 Maintiens la pression 4 à 8 semaines

C'est la durée typique pour qu'un produit s'installe durablement dans les premières pages organiques sur ses mots-clés cibles (si la fiche convertit bien). Ne juge jamais une campagne avant **7-14 jours** : les rapports Amazon ont ce délai d'attribution.

5 Puis réduis progressivement

Quand tes ventes organiques dépassent tes ventes publicitaires (visible dans Rapports → Ventes et trafic), baisse les enchères de 10-15 % par semaine jusqu'à ton ACOS de croisière. Ne coupe **jamais** la pub d'un coup : le classement peut redescendre.

! HONNÊTÉTÉ OBLIGE

Aucune méthode ne **garantit** la place n°1 : elle dépend aussi de la concurrence, de ton prix, de tes avis et de ta fiche. En revanche, cette stratégie est celle qui maximise tes chances d'atteindre les premières positions, et elle suffit très largement à construire des ventes régulières et rentables.

Étape 5 • Augmenter ton budget sans te brûler

Grande tentation du débutant : « si je mets un gros budget, je vendrai plus ». C'est vrai *seulement* si ta fiche convertit et si ton stock suit. Sinon, un gros budget accélère juste tes pertes. Voici la méthode sûre.

LA RÈGLE D'OR · Augmente ton budget de **+20 à 30 % par semaine**, jamais plus, et seulement si **2 conditions** sont réunies : ① ton ACOS reste inférieur à ta marge (tu gagnes de l'argent sur les ventes pub) et ② il te reste plus de **4 semaines de stock**. Si une des deux casse → tu plafonnes le budget, tu n'augmentes plus.

1 Chaque lundi, regarde 2 chiffres

Ton **ACOS des 7 derniers jours** (Gestionnaire de campagnes, filtre « 7 derniers jours ») et tes **semaines de stock restantes** (stock ÷ ventes par semaine).

2 Les 2 voyants sont verts ? Augmente de 20-30 %

Exemple : budget 15 €/jour → passe à 19 €/jour. Modifie-le dans les paramètres de la campagne. C'est tout pour cette semaine.

3 Un voyant est rouge ? Tu n'augmentes pas

ACOS trop haut → optimise d'abord (négatifs, enchères, fiche). Stock < 4 semaines → commande ton réassort **AVANT** de remonter le budget. Le budget n'est jamais la solution à un problème de conversion ou de stock.

4 Autre signal d'augmentation : le budget épuisé trop tôt

Si ta campagne affiche « Budget quotidien épuisé » avant 17-18 h plusieurs jours de suite alors que l'ACOS est bon, tu rates des ventes chaque soir : augmente de 20 % sans attendre le lundi.

€ EXEMPLE · LA MONTÉE EN PUISSANCE SUR 8 SEMAINES

Semaine	Budget/jour	Voyants	Décision
S1-S2	12 €	Phase d'apprentissage	On ne touche à rien
S3	12 → 16 €	ACOS 32 % ✓ · stock 9 sem. ✓	+30 %
S4	16 → 20 €	ACOS 28 % ✓ · stock 7 sem. ✓	+25 %
S5	20 € (plafonné)	ACOS 26 % ✓ · stock 3,5 sem. ✗	On n'augmente pas, réassort commandé
S6-S7	20 €	Stock en route	On tient la position
S8	20 → 26 €	Réassort reçu ✓ · ACOS 24 % ✓	+30 %, la montée reprend

En 2 mois, le budget a doublé (12 → 26 €/jour) sans jamais perdre d'argent ni risquer la rupture. C'est ça, scaler proprement.

« Et si je mets 100 € par jour ? »

La question que tout débutant se pose. Réponse : **pas au lancement**, et voici pourquoi, avec les chiffres.

Situation	Ce qui se passe avec 100 €/jour
Fiche neuve, 0-5 avis	≈ 200 clics/jour mais conversion faible (2-5 %) → ACOS à 60-100 % : tu perds de l'argent en masse
Fiche qui convertit, stock 200 u.	~20 ventes/jour → rupture en 10 jours , chute du classement, tout l'investissement ranking perdu
Produit validé : 15-20+ avis, conversion ≥ 10 %, stock 800+ u., marge qui absorbe 25-30 % d'ACOS	Là, oui : ~3 000 €/mois de pub ≈ 10 000 €/mois de CA publicitaire + l'organique. C'est la phase scaling (mois 4-6+), pas le jour 1

★ À RETENIR

Le budget n'est pas le levier n°1 : l'ordre, c'est **fiche qui convertit (photos + avis) → puis budget qui scale**. Un gros budget sur une fiche à 3 % de conversion, c'est remplir un seau percé plus vite. On atteint 50 puis 100 €/jour *par paliers de +20-30 %/semaine*, jamais d'un coup.

Étape 6 · Ta routine d'optimisation hebdomadaire (20 min)

Chaque semaine	Où	Action
Lire le rapport de termes de recherche	Rapports → Termes de recherche	Nouveaux gagnants → campagne EXACT · perdants → négatifs
Vérifier l'ACOS par mot-clé	Campagne EXACT → Ciblage	ACOS > ta marge depuis 2 semaines → enchère -20 % ou pause
Vérifier le budget	Gestionnaire de campagnes	Budget épuisé avant 18 h chaque jour → augmente de 20 % (tu rates des ventes)

Chaque semaine	Où	Action
Surveiller les enchères gagnantes	Colonne « Enchère suggérée »	Ajuste ±10 % pour rester compétitif sans surpayer
Vérifier le stock	Inventaire	Moins de 3 semaines de stock → réduis la pub (une rupture ruine ton classement)

Les 6 erreurs PPC qui vident un budget

Erreur	Conséquence	À faire
Juger une campagne après 2–3 jours	Décisions fausses (délai d'attribution)	Attendre 7–14 jours de données
Ne jamais ajouter de mots-clés négatifs	Budget brûlé sur des clics sans vente	Revue hebdo systématique
Budget trop faible (3–5 €/jour)	Trop peu de clics : la campagne n'apprend rien	Minimum ~10 €/jour au lancement
Lancer la pub avec une fiche moyenne	Clics payés, zéro conversion	7 à 9 photos + bullets + avis d'abord
Couper la pub dès la rentabilité	Chute du classement organique	Réduire progressivement, jamais couper
Faire de la pub en rupture imminente	Payer pour accélérer sa propre rupture	Réduire la pub sous 3 semaines de stock

La roadmap sur 24 mois

Un parcours réaliste, étape par étape. Les délais varient selon ton temps, ton budget et ton produit : vois-le comme une trajectoire, pas un calendrier strict.

Période	Étape	Objectif CA/mois	Revenu net
M1–M2	Inscription + recherche produit + échantillon	0 €	0 €
M3	1 ^{re} commande + création du listing	0 €	0 €
M4–M5	Lancement + premières ventes	500 – 1 500 €	100 – 400 €
M6–M8	Optimisation + montée en puissance	1 500 – 4 000 €	400 – 1 200 €
M9–M12	2 ^e produit	4 000 – 10 000 €	1 200 – 3 500 €
M13–M18	Europe + Private Label	10 000 – 30 000 €	3 000 – 10 000 €
M19–M24	Marque établie, 5+ produits	30 000 – 80 000 €	10 000 – 30 000 €

Sois réaliste : ces fourchettes décrivent des trajectoires possibles, pas une promesse. La plupart des vendeurs progressent moins vite, certains plus. Ta courbe dépendra de ton produit, de ton exécution et de ta régularité.

I MARGE PRODUIT VS MARGE RÉELLE · NE LES CONFONDS PAS

La **marge produit** (avant publicité), c'est ton *critère d'achat* : c'est elle que calculent le Module 5 et le calculateur du Bonus 4, avec le seuil taux de marge $\geq 30\%$ et ROI $\geq 100\%$. La **marge réelle** (après PPC et abonnement), c'est ton *résultat* : c'est elle qu'affichent les simulations de ce module et le tableau du Module 13. Il est normal qu'elle soit plus basse, surtout au lancement quand la pub tourne fort.

Les 3 règles du scaling

1. Réinvestis tes profits

Les 6–12 premiers mois, réinjecte presque tout dans le stock et de nouveaux produits. C'est le carburant de ta croissance. Ne « consomme » tes bénéfices qu'une fois la machine stable.

2. Multiplie les produits

Un seul produit = un risque. Vise un portefeuille de 3 à 5 produits rentables. Si l'un décline, les autres compensent : la diversification, c'est la stabilité.

3. Étends-toi en Europe

Un même produit qui marche en France peut significativement augmenter son CA en l'activant sur .de, .it, .es (selon la demande locale). Le travail est déjà fait : il ne reste qu'à traduire.

● PLAN D'ACTION · MODULE 11

Construis ta trajectoire

- Refais la simulation chiffrée avec TON produit et tes vrais coûts fournisseur
- Prépare ta première campagne Sponsored Products (budget 10 €/jour)
- Fixe-toi un objectif de CA réaliste à 2 mois, basé sur la roadmap
- Engage-toi à réinvestir au moins 70 % de tes profits la 1^{re} année
- Reviens consulter cette roadmap tous les 3 mois pour suivre ta progression

PHASE 3 • MODULE 12

Affronter les difficultés dans la durée

Les 7 « Que faire si... » du vendeur, et le mental pour tenir dans la durée : réagir sans paniquer, une chose à la fois.

Affronter les difficultés dans la durée

Analyser les difficultés, s'adapter, et durer, au lieu de paniquer ou d'abandonner

Prérequis : Modules 1 à 11 terminés. **À la fin :** tu sais analyser une difficulté avec recul et mettre en place les bonnes actions pour continuer à progresser.

Créer une activité est une première étape. La faire durer en est une autre. Tôt ou tard, tout vendeur Amazon rencontre des difficultés : une baisse de ventes, une concurrence qui monte, un fournisseur qui augmente ses prix, un produit qui marche moins bien, ou une règle d'Amazon qui change. Ces situations font partie de la vie d'une entreprise. Elles ne veulent pas dire que ton projet est un échec : elles veulent dire qu'il faut apprendre à t'adapter.

Dans ce module, tu découvres comment réagir face aux principaux défis, comment prendre du recul quand les résultats déçoivent, et comment continuer à faire progresser ton activité avec méthode. L'objectif n'est pas de tout prévoir, mais d'acquérir les bons réflexes pour mieux décider quand une nouvelle situation se présente.

Objectif du module

Savoir faire évoluer ton activité dans la durée : anticiper certaines difficultés et adopter les bons réflexes pour continuer à progresser.

Ce que tu vas apprendre

- Les difficultés courantes d'un vendeur (baisse de ventes, concurrence, règles qui changent)
- Comment analyser un problème avant de prendre une décision
- Comment adapter ta stratégie quand le marché évolue
- Pourquoi ne changer qu'une chose à la fois
- Pourquoi continuer à te former ne s'arrête jamais

Les erreurs que tu vas éviter

- Abandonner ton projet après une difficulté
- Modifier plusieurs éléments à la fois sans savoir lequel agit
- Prendre des décisions dans la précipitation
- Ignorer les indicateurs de ton activité
- Cesser d'apprendre une fois les premières ventes réalisées

Ce que tu sauras faire

- Identifier la cause probable d'une baisse de performance
- Analyser une situation posément avant d'agir
- Mettre en place des actions d'amélioration ciblées
- Réagir à un avis négatif, un fournisseur qui augmente, une demande d'Amazon
- Garder une vision de long terme

Les ressources du module

- La rubrique « Que faire si... » (7 cas concrets, réactions pas à pas)
- Études de cas et exemples concrets
- Plans d'action et checklists d'amélioration

★ LE CONSEIL DE L'ACADEMY

Ne mesure pas ta progression qu'au nombre de ventes. « *Que faire si mon premier produit ne fonctionne pas comme prévu ?* » Avant de conclure qu'il ne marche pas, prends le temps d'analyser : ta fiche est-elle assez attractive, tes photos donnent-elles envie, ton prix est-il cohérent, ta campagne est-elle bien réglée, as-tu laissé assez de temps au produit ? Très souvent, quelques ajustements suffisent à améliorer les résultats sans repartir de zéro. Chaque compétence acquise et chaque erreur comprise sont aussi une progression.

→ TA MISSION

Savoir analyser les difficultés de ton activité et mettre en place des solutions adaptées pour durer. Ensuite, place à la pratique : suivre un lancement complet, de A à Z (le cas pratique).

Tout vendeur traverse des crises. La différence entre ceux qui réussissent et ceux qui abandonnent ? Savoir réagir calmement et méthodiquement. Voici les 7 situations les plus fréquentes et leur solution, puis le volet mental, le plus décisif.

EN CLAIR · Un problème n'est jamais la fin. Chaque crise a une procédure claire : respire, diagnostique, applique la solution. C'est ce sang-froid qui fait les vendeurs durables.

Que faire si... • les 7 situations que tu rencontreras

Un jour ou l'autre, tu te retrouveras dans l'une de ces situations. La règle d'or : **ne panique pas, et ne change qu'une chose à la fois**, sinon tu ne sauras jamais ce qui a marché.

1. Mon produit ne se vend pas (ou ne se vend plus)

Avant de conclure que le produit est mauvais, vérifie dans l'ordre : (1) ton **prix**, face à la concurrence directe ; (2) ta **fiche** (titre, photos, bullets) : donne-t-elle vraiment envie ? (3) ta **visibilité** : as-tu une campagne active, depuis assez longtemps ? (4) tes **avis** : en as-tu assez, et que disent-ils ? (5) le **temps** laissé au produit pour se faire connaître. Le plus souvent, deux ou trois ajustements suffisent, sans repartir de zéro.

2. J'ai reçu un avis négatif

D'abord, distingue les deux types : l'**évaluation vendeur** (sur ton service et ta livraison) et l'**avis produit** (sur le produit lui-même). Ensuite : (1) lis calmement la remarque et identifie le vrai problème ; (2) corrige la cause si elle est réelle (produit, fiche, emballage) ; (3) tu peux contacter l'acheteur via la messagerie Amazon pour résoudre son souci, mais tu ne dois **jamais faire pression** sur un acheteur pour qu'il retire son commentaire, ni le lui « acheter » contre un remboursement, sous peine de suspension ; (4) si l'avis enfreint les règles d'Amazon (insultes, données personnelles, contenu promotionnel), ou si une évaluation vendeur porte en réalité sur le produit ou sur une livraison en FBA, signale-le via « Signaler un abus ». Retiens l'essentiel : tu ne peux pas supprimer l'avis négatif d'un client honnête, mais un client dont le problème a été résolu peut, de lui-même, choisir de le modifier.

3. Mes ventes baissent

(1) Compare avec les semaines précédentes : vraie baisse ou variation normale (saison, jour) ? (2) vérifie ton **stock**, car une rupture, même courte, casse ton référencement ; (3) vérifie tes **campagnes** (budget épuisé, enchères trop basses, mot-clé coupé) ; (4) observe la **concurrence** (nouvel entrant, baisse de prix, promo) ; (5) contrôle ta **Buy Box** et ton prix. Puis agis sur un seul levier à la fois.

4. Je suis en rupture de stock

La rupture est la perte la plus coûteuse : tu perds tes ventes, ton classement et ta visibilité. (1) Bascule sur ton **offre FBM de secours** pour maintenir les ventes (Module 4) ; (2) relance ton fournisseur et envisage l'aérien si la marge le permet ; (3) une fois réapprovisionné, relance progressivement tes campagnes ; (4) surtout, prévois la prochaine : planifie tes réassorts en fonction de tes ventes et de tes délais.

5. Mon fournisseur augmente ses prix

(1) **Recalcule ta rentabilité réelle** avec le nouveau prix (taux de marge et ROI) avant toute décision ; (2) **renégocie** : engage-toi sur un volume, demande un geste ; (3) **mets en concurrence** en demandant des devis à d'autres fournisseurs ; (4) décide, chiffres en main : absorber la hausse, ajuster ton prix de vente, ou changer de source. Ne répercute jamais une hausse à l'aveugle.

6. Amazon me demande un document

(1) Lis attentivement la demande et repère le **délai** de réponse ; (2) fournis **exactement** ce qui est demandé, ni plus ni moins ; (3) utilise des documents **lisibles et récents**, au **même nom et à la même adresse** que ton compte ; (4) **réponds dans les délais** : un silence peut entraîner un blocage ; (5) garde toujours une copie de tes factures et justificatifs. Le bon réflexe se prend en amont : conserve tes factures d'achat au nom de ton entreprise dès le départ.

7. Mon compte est suspendu ou bloqué

C'est la situation la plus stressante, mais rarement définitive : la majorité des suspensions peuvent être levées, car Amazon ne cherche pas à éliminer les vendeurs mais à s'assurer que tu respecteras ses règles à l'avenir. Garde ton calme et procède avec méthode.

1 Lis la notification

Amazon indique le motif précis (performance, authenticité, propriété intellectuelle, document manquant). Tout part de là.

2 Va au bon endroit

Seller Central → Performance → État du compte (Account Health) → « Réactiver votre compte ».

3 Rédige un plan d'action en 3 parties

La cause racine, les actions correctives déjà prises, les mesures préventives. Méthode détaillée au **Module 9**, modèles prêts à l'emploi au **Bonus 3**.

4 Joins des preuves, le plus important

Un bon dossier, c'est 20 % d'explication et 80 % de preuves : factures des 12 derniers mois, autorisations de marque, suivis de commandes.

5 Sois concis, ne relance pas en boucle

Un plan vague, qui accuse Amazon ou recopie un modèle générique, est souvent rejeté. Multiplier les messages ralentit le traitement.

! DEUX RÉFLEXES QUI SAUVENT

N'ouvre **jamais un second compte** pour contourner une suspension (Amazon détecte les « comptes liés » et suspend aussi le nouveau), et surveille ton **État du compte chaque semaine**. Réponds dans le délai indiqué par Amazon, le plus vite possible : une suspension de performance avec un bon premier plan d'action peut se régler en 24-48 h, les cas complexes prennent de une à plusieurs semaines. Pendant la suspension, tes ventes sont stoppées et tes fonds peuvent être retenus temporairement.

Les erreurs fatales qui tuent un compte

Certaines erreurs ne se rattrapent pas comme une simple crise : elles peuvent faire fermer ton compte **définitivement**, avec tes fonds gelés. Voici les 5 plus dangereuses, et comment les éviter absolument.

EN CLAIR · Amazon peut suspendre un compte très vite et sans prévenir. La prévention vaut mille fois mieux que le rétablissement : connais ces pièges par cœur avant même ta première vente.

1. La suspension de compte (« Section 3 »)

La **Section 3** de l'accord Amazon (Business Solutions Agreement) autorise Amazon à suspendre ou fermer un compte à sa discrétion. C'est la clause invoquée dans les suspensions les plus dures.

Déclencheur fréquent	Prévention
Chute des indicateurs (ODR > 1 %)	Surveiller Performance chaque semaine
Produit inauthentique signalé	Factures fournisseurs conformes conservées
Pic de ventes anormal (suspicion fraude)	Croissance progressive, stock cohérent
Plaintes de sécurité produit	Conformité CE/REACH vérifiée en amont

! SI TU TOMBES SOUS SECTION 3

Ne multiplie pas les messages paniqués. Rédige **un** POA solide (Module 9), factuel, en 3 parties. Si le premier est rejeté, améliore-le avec des preuves (factures, photos, n° de suivi) plutôt que de le renvoyer à l'identique.

2. La plainte pour propriété intellectuelle (IP Complaint)

Un détenteur de marque ou de brevet signale que tu vends un produit qui enfreint ses droits. Quelques IP complaints suffisent à suspendre un compte.

- **Contrefaçon**, vendre une copie d'un produit de marque : risque maximal, évite absolument.
- **Marque déposée**, utiliser un nom/logo protégé sans autorisation.
- **Brevet/design**, copier un produit breveté (fréquent sur les gadgets Alibaba « tendance »).
- **Prévention**, vérifie chaque produit avec l'outil **IP Alert** (SellerAmp) ; en Private Label, dépose ta propre marque.
- **Si tu en reçois une**, contacte le plaignant pour un retrait (retractation), ou fournis à Amazon la preuve de ton autorisation/facture.

3. Les factures invalides

Lors d'un contrôle d'authenticité, Amazon exige des factures. Une facture non conforme = produit retiré, parfois compte suspendu.

Facture VALIDE	Facture REJETÉE
Fournisseur/distributeur officiel	Ticket de caisse, capture d'écran
Ton nom + adresse d'entreprise	Nom d'un particulier
Datée de moins de 90 jours	Trop ancienne

Facture VALIDE	Facture REJETÉE
Quantité ≥ celle vendue	Quantité insuffisante
Produit + ASIN identifiables	Description vague

! JAMAIS DE FAUSSE FACTURE

Modifier ou fabriquer une facture est la **faute la plus grave** : Amazon vérifie auprès du fournisseur et prononce une fermeture **définitive**, fonds gelés. Ne prends jamais ce risque.

4. Le multi-compte (comptes liés)

Amazon interdit d'avoir plusieurs comptes vendeurs sans autorisation. Ses algorithmes détectent les **liens** entre comptes et peuvent tous les suspendre d'un coup.

- **Ce qui crée un lien**, même adresse IP, même RIB, même carte, même adresse, même appareil, même EORI.
- **Risque**, si un compte est suspendu, tous les comptes liés le sont aussi.
- **Cas légitime**, un 2^e compte est possible avec une **justification commerciale** approuvée par Amazon (marques distinctes, entités séparées).
- **Prévention**, un seul compte par personne. Ne « récupère » pas le compte suspendu d'un proche : le lien te fera suspendre aussi.

5. Le dropshipping interdit & le retard chronique

- **Dropshipping non conforme**, expédier depuis un autre détaillant (colis Amazon/AliExpress au nom d'un tiers) est **interdit**. Le dropshipping n'est autorisé que si tu es le vendeur officiel sur tous les documents.
- **Retards d'expédition FBM chroniques**, un taux d'expéditions tardives élevé et répété entraîne d'abord une restriction, puis une suspension.

★ LE RÉFLEXE QUI PROTÈGE TON COMPTE

Avant chaque décision, pose-toi la question : « Est-ce que je pourrais le justifier avec une preuve écrite à Amazon ? » Si la réponse est non, ne le fais pas. Un compte sain vaut plus que n'importe quelle vente rapide.

La psychologie de l'entrepreneur Amazon

Le plus grand obstacle n'est pas technique, il est **mental**. Voici ce que personne ne te dit.

★ LES MOIS 3 ET 4 SONT LES PLUS DURS

C'est la « vallée du découragement » : tu as investi, travaillé, et les résultats tardent. **C'est exactement le moment où la majorité abandonne**, et juste avant que ça décolle pour ceux qui tiennent. Si tu traverses cette phase, c'est que tu es sur le chemin. Continue.

Les bons réflexes mentaux

- Fixe des objectifs hebdo concrets (1 fournisseur, 1 produit analysé)
- Célèbre les petites victoires (1^{re} vente, 1^{er} avis 5★, 1^{er} profit)
- Rejoins une communauté (groupes Facebook « Amazon FBA France », Reddit)
- Compare-toi à toi-même il y a 3 mois, pas aux « gourous »

Les pièges à éviter

- Le « syndrome du produit parfait » qui empêche de se lancer
- Croire les promesses de revenus rapides et faciles
- Tout miser sur un seul produit
- Abandonner juste avant le point de bascule (mois 3-6)

I LE BON ÉTAT D'ESPRIT

Amazon est un marathon : la **patience** ET la **rigueur** sont tes meilleurs investissements. Vois chaque erreur comme une leçon payée, pas comme un échec.

● PLAN D'ACTION · MODULE 12

Prépare-toi aux crises

- Configure une alerte de stock dans Seller Central pour anticiper les ruptures
- Prépare un modèle de réponse type pour les avis négatifs
- Garde le modèle POA (Module 9) à portée de main
- Rejoins une communauté de vendeurs pour rompre l'isolement des débuts
- Fixe-toi un objectif simple cette semaine : 1 action concrète, pas plus



CAS PRATIQUE · PASSAGE À L'ACTION

Lancer ton premier produit **sur Amazon, de A à Z**

On suit un seul produit, du tout premier jour jusqu'aux ventes et au scaling : tous les modules réunis dans une seule histoire, chiffres à l'appui.

Jusqu'ici tu as vu chaque brique séparément. Maintenant, assemblons tout : voici le lancement complet d'un produit fictif mais réaliste, « **LUNA, Bouteille isotherme 750 ml** », du premier jour à la première vente, puis au scaling. Chaque étape renvoie au module correspondant : c'est ton fil rouge.

! CE CAS PRATIQUE EST UN EXEMPLE

La bouteille LUNA est un produit **simulé**, choisi pour te montrer la méthode. Ce n'est ni un produit recommandé ni un produit à copier. Les prix, coûts et délais sont des **ordres de grandeur réalistes (2026)**, pas une promesse de résultats : tes chiffres dépendront de ton produit et de ton exécution. Dans ton projet, refais chaque calcul avec tes propres chiffres (le calculateur du **Bonus 4** est là pour ça). La méthode, elle, s'applique à n'importe quel produit que tu choisiras.

Vue d'ensemble • les 6 phases

Phase	Période	Objectif	Module
1. Idée & validation	Semaines 1–2	Trouver un produit qui passe les critères	M5
2. Sourcing & échantillon	Semaines 3–5	Fournisseur fiable + échantillon validé	M6, M7, Bonus 1–2
3. Marque & fiche	Semaines 5–7	EAN, listing, photos, marque déposée	M6, M7
4. Réception chez toi & mise en vente	Semaines 10–12	Maritime ≈ 30 j : stock reçu, contrôlé, puis actif (FBM ou FBA)	M4, M6
5. Lancement	Semaines 10–14	Premières ventes + premiers avis	M4, M11
6. Optimisation & scaling	Mois 4+	Rentabilité stable, Europe, 2 ^e produit	M3, M11

Phase 1 • L'idée et sa validation

Le déclic : en parcourant les Meilleures ventes « Cuisine & Maison » (Module 5), on repère les bouteilles isothermes, forte demande constante, mais beaucoup de fiches aux photos médiocres et aux avis qui se plaignent des fuites du bouchon. *Opportunité : une meilleure version.*

1 Demande prouvée

BSR du leader ≈ 18 000 dans la catégorie → se vend bien et régulièrement. Plusieurs concurrents sous BSR 40 000.

2 Concurrence analysée (Keepa + avis)

6 vendeurs FBA sérieux, Amazon ne vend pas lui-même. Avis 1–3★ récurrents : « le bouchon fuit », « peinture qui s'écaille ». Deux angles de différenciation clairs.

3 Marge vérifiée (Bonus 4)

Prix de vente cible 24,99 €, coût d'achat rendu estimé 7,20 € (fournisseur + transport + emballage) → taux de marge ≈ 42 %, ROI ≈ 147 %. **Décision : GO.**

€ FICHE DE VALIDATION DU PRODUIT

Prix de vente : 24,99 € · BSR leader : ~18 000 · Vendeurs FBA : 6 · Poids : 320 g · Restrictions : aucune · Angle : bouchon 100 % anti-fuite + revêtement anti-rayures. **4 critères sur 4 validés.**

→ À TOI DE JOUER

Reprends l'Étape 1 avec TON idée : BSR, demande, concurrence, prix cible. Si les voyants sont verts, passe à la phase suivante, sinon, cherche une meilleure idée. C'est exactement pour ça que ce filtre existe.

Phase 2 • Sourcing & échantillon

1 5 fournisseurs contactés (Bonus 2)

Message « premier contact » envoyé à 5 usines Alibaba « Verified » + Trade Assurance. 4 réponses sous 48 h.

2 Comparaison & présélection

Prix entre 5,20 € et 7,10 €/unité selon quantité. On retient 2 usines qui acceptent un MOQ de 200 et le logo custom.

3 Échantillons commandés (-70 €)

2 échantillons reçus en 6 jours (DHL). On teste l'étanchéité 48 h : l'un fuit, l'autre non. Le gagnant est clair.

4 Négociation (Bonus 2)

Message « négociation prix » : prix ramené de 5,80 € à 5,40 €/unité pour 200 pièces, contre promesse de réassorts mensuels.

5 Commande passée (-1 080 € produit)

200 unités, logo gravé + bouchon renforcé, en FOB, livrées à ton adresse. Acompte 30 %, solde de 70 % après inspection.

★ LE BON RÉFLEXE • TOUJOURS COMMANDER UN ÉCHANTILLON

Sans l'échantillon (70 €), on commandait 200 bouteilles chez le fournisseur... dont le bouchon fuyait, exactement le défaut qu'on voulait corriger. **L'échantillon a sauvé le lancement.**

→ À TOI DE JOUER

Contacte 5 fournisseurs avec les templates du **Bonus 2**, compare-les avec la grille du **Bonus 1**, et commande TOUJOURS un échantillon avant la commande principale.

Phase 3 • Marque & fiche produit

1 Marque & logo (M7)

Nom « LUNA » vérifié disponible sur inpi.fr et euipo.eu, logo créé sur Canva. Dépôt INPI lancé (-190 €). Le Brand Registry viendra une fois la marque enregistrée, ou plus tôt via Amazon IP Accelerator.

2 Code EAN (M6)

Lot de codes acheté sur gs1.fr (-130 €), un EAN attribué à la bouteille, transmis au fournisseur pour le packaging.

3 Fiche rédigée (M6 + M10)

Titre SEO, 5 bullets orientés bénéfiques (« 100 % ANTI-FUITE »), description A+, brouillon généré par IA (Prompt 1) puis relu et ajusté.

4 Photos pro (-120 €)

7 visuels : fond blanc, mise en situation (rando, bureau), infographie « 24 h froid », zoom sur le bouchon anti-fuite, dimensions.

À TOI DE JOUER

Choisis ton nom, vérifie-le (inpi.fr), prépare ta fiche dans un document texte et tes visuels conformes (Module 6). Ne publie rien tant que tout n'est pas prêt.

Phase 4 • Réception chez toi et mise en vente

1 Réception chez toi

Tu réceptions les 200 unités à ton adresse et tu contrôles la qualité. Si tu pars en FBA, tu colles les **FNSKU** sur chaque unité (Commingling désactivé, M4). Tu peux aussi confier cette étape à un PrepCenter.

2 Plan d'expédition

Créé dans Seller Central, cartons étiquetés, envoyés à l'entrepôt Amazon assigné.

3 Stock actif (J+4)

Les 200 bouteilles passent « En stock ». Une offre **FBM de secours** est configurée en backup (M4).

À TOI DE JOUER

À la réception : contrôle 20-30 unités au hasard avant de libérer le solde fournisseur. Puis choisis ta route : FBM pour apprendre, ou FBA direct si tu ne peux pas expédier toi-même.

Phase 5 • Le lancement

1 Prix de lancement

Fixé à **21,99 €** (sous le marché pour amorcer les ventes et les premiers avis) ; il remontera à 24,99 € une fois 15+ avis obtenus. Notre marge laisse la place à la publicité sans brader le produit.

2 Création de la campagne (jour 1)

Seller Central → Publicité → Gestionnaire de campagnes → Créer une campagne → Sponsored Products. Nom « Bouteille, AUTO, Lancement », ciblage **automatique**, budget **10 €/jour**, aucune date de fin, enchère suggérée +15 % (0,45 → 0,52 €), stratégie « dynamique à la baisse ».

3 Semaine 1, les premiers chiffres

On ne touche à rien pendant 7 à 14 jours (délai d'attribution). Bilan après 7 jours : **70 € dépensés** · 8 000 impressions · 180 clics (CTR 2,25 %) · **14 ventes** · ≈ 308 € de CA → **ACOS ≈ 23 %**. Bouton « Demander un avis » activé après chaque commande : 5 premiers avis (4,7★).

4 Semaine 3, récolte et structure

Rapports → Termes de recherche : 3 mots-clés convertissent. On crée la campagne **EXACT** (18 €/jour) avec ces gagnants + ajustement « Haut de recherche +75 % », et on passe 6 termes dépensiers en **négatifs** dans l'AUTO (réduite à 6 €/jour).

5 Semaines 4–6, pression maximale

Budget total ~28 €/jour (AUTO 6 + EXACT 18 + ASIN concurrents 4). Le produit s'installe en 1^{re} page organique sur son mot-clé cible. L'ACOS global se maintient autour de 20–25 %.

6 Semaines 7+, décrue progressive

Les ventes organiques dépassent les ventes pub : enchères réduites de 10 %/semaine jusqu'à ~15 €/jour de croisière (ACOS ~18 %). La pub n'est **jamais coupée**, juste réduite. Toute la méthode détaillée est au Module 11.

€ DÉCOMPOSITION D'UNE VENTE À 24,99 € (PRIX NORMAL)

Prix 24,99 € – coût produit 5,40 € – transport/assurance 1,30 € – emballage 0,50 € – FBA 3,45 € – commission 15 % (3,75 €) = **marge produit 10,59 € (taux de marge 42 %)**. En retirant la publicité (PPC réparti 2,20 €) et l'abonnement réparti (0,50 €), il te reste ta **marge réelle : ≈ 7,89 € (taux de marge ≈ 32 %)**. C'est normal qu'elle soit plus basse que celle du calculateur (Bonus 4) : le calculateur mesure la marge *produit*, avant publicité.

→ À TOI DE JOUER

Crée ta campagne automatique le jour de la mise en ligne, avec un budget que tu peux tenir 4 semaines. Ne juge rien avant 7–14 jours : laisse les données arriver.

Phase 6 • Optimisation & scaling

1 Remontée du prix

Une fois 15+ avis obtenus, le prix remonte à 24,99 € (le prix marché). Les ventes tiennent grâce au référencement organique acquis.

2 Réassort anticipé

À ~3 semaines de stock restant (suivi Bonus 4), commande de 500 unités, meilleur prix unitaire au volume.

3 Extension Europe (M3)

Fiche traduite en allemand, activation d'Amazon.de. un second marché pour le même produit, sans nouveau développement.

4 2^e produit

On lance une variante « 500 ml » et un accessoire complémentaire (goupillon de nettoyage) chez le même fournisseur : la marque prend forme.

→ À TOI DE JOUER

Chaque lundi : ACOS, stock, avis. Applique la règle des +20–30 %/semaine du Module 11 pour monter ton budget sans te brûler.

Le budget de lancement • récapitulatif

Poste	Montant
Échantillons (2)	70 €
Commande 200 unités (produit 1 080 € + transport 260 €)	1 340 €
Dépôt de marque INPI	190 €
Codes EAN (GS1)	130 €
Photos professionnelles	120 €
Fournitures d'expédition (scotch, film bulle, étiquettes)	40 €
Budget PPC (1er mois)	300 €
Abonnement Pro (2 mois)	80 €
Investissement total de départ	≈ 2 270 €

I RÈGLE DE LA RÉSERVE

On a gardé ~30 % de réserve en plus (≈ 680 €) pour le réassort et les imprévus (M1). On ne lance **jamais** avec 100 % du budget sur le stock.

Les résultats • mois par mois

Mois	Ce qui se passe	Ventes/mois	Résultat net
M1–M2	Sourcing, échantillon, commande, fiche	0	Investissement
M3	Réception FBA, lancement à 21,99 €	~30	≈ 0 (on réinvestit en PPC)
M4	Avis obtenus, prix remonté, ACOS baisse	~70	≈ 500 €
M5	Organique installé, PPC optimisé	~110	≈ 850 €
M6	Réassort 500 u. + activation Amazon.de	~150	≈ 1 200 €

Mois	Ce qui se passe	Ventes/mois	Résultat net
M7+	2 ^e produit lancé, marque en croissance	200+	≈ 1 600 € et +

★ POINT CLÉ · SOIS PATIENT LES 3 PREMIERS MOIS

Les mois 1 à 3 ne rapportent (presque) rien : c'est **normal**. La rentabilité arrive quand les avis et le référencement organique s'installent (mois 4–6). La majorité de ceux qui échouent abandonnent **juste avant** ce point de bascule. Le vendeur qui réussit, lui, a **réinvesti** ses premiers profits dans le stock et un 2^e produit.

Ce qu'il faut retenir de ce lancement

Les 5 décisions gagnantes

- Choisir un produit avec un **défaut concurrent à corriger** (le bouchon)
- Commander un **échantillon** avant tout
- Investir dans des **photos pro** et une vraie marque
- Accepter un **ACOS élevé au lancement** pour amorcer
- **Réinvestir** plutôt que consommer les premiers profits

Les pièges évités

- Ne pas tester l'échantillon (bouchon qui fuit)
- Lancer au prix fort sans avis
- Couper le PPC trop tôt
- Tomber en rupture au pire moment
- Rester sur un seul produit / un seul pays

● PLAN D'ACTION · TON LANCEMENT

Reproduis cette trame

- Reprends les 6 phases comme ta feuille de route personnelle
- Choisis un produit avec un défaut concurrent clair à corriger
- Bloque un budget réaliste (~2 000–2 500 €) + 30 % de réserve
- Fixe-toi le cap mental : rentabilité visée au mois 4–6, pas avant
- Engage-toi à réinvestir tes premiers profits dans le stock et un 2^e produit

★ FÉLICITATIONS

Tu viens de suivre un lancement complet, de l'idée aux premières ventes. Tu connais maintenant le déroulé, les décisions à prendre et leur ordre. La prochaine fois que tu liras ces phases, ce sera avec **ton** produit : garde ce chapitre sous la main, il est fait pour être rejoué.

Lance ton premier produit sur Amazon, de A à Z

De la théorie à la pratique

Bienvenue dans ton premier lancement

Jusqu'ici, tu as découvert chaque étape séparément pour créer ton activité sur Amazon. Il est temps de **passer à l'action**.

Dans ce cas pratique, on suit **l'intégralité d'un lancement**, exactement comme le ferait un vendeur, du premier jour aux premières ventes. Tu vas voir comment tous les modules s'enchaînent dans un vrai projet.



- Froid 24 h
- Chaud 12 h
- Inox 304
- Sans BPA
- 500 / 750 / 1000 ml

! CE CAS PRATIQUE EST UN EXEMPLE

La bouteille **LUNA** est un produit **simulé**, choisi pour te montrer la méthode. Ce n'est ni un produit recommandé ni un produit à copier. La méthode, elle, s'applique à **n'importe quel produit** que tu choisiras.

i OBJECTIF DU CAS PRATIQUE

Comprendre le déroulé complet d'un lancement, de l'idée aux premières ventes. Tu verras les décisions à prendre et **dans quel ordre**, pour pouvoir refaire la même chose avec ton produit.

☰ Les 7 étapes que tu vas suivre



Rechercher & analyser



Trouver un fournisseur



Devis, négo & rentabilité



Commander & produire



Recevoir & préparer le stock



Créer la fiche



Lancer & développer

i BON À SAVOIR

Les prix, coûts et délais de ce cas pratique sont **fictifs mais réalistes**, créés pour te montrer comment faire tes propres calculs. Dans ton projet, ces chiffres varieront selon ton fournisseur et ton marché.

★ CONSEIL DE L'ACADEMY

Fais ce cas pratique comme si tu lançais vraiment ton produit. À chaque étape, demande-toi :

« Si c'était mon projet, que ferais-je ? »

➔ C'EST PARTI

On démarre par l'Étape 1 : rechercher un produit et vérifier s'il mérite d'être lancé. Toutes les idées ne sont pas rentables : avant d'investir le moindre euro, on analyse le marché. **Commençons.**

Avant de contacter un fournisseur ou de commander, une seule question compte : ce produit a-t-il un **vrai potentiel** sur Amazon ? On le vérifie avec des données, pas au feeling.

NOTRE PRODUIT (EXEMPLE)



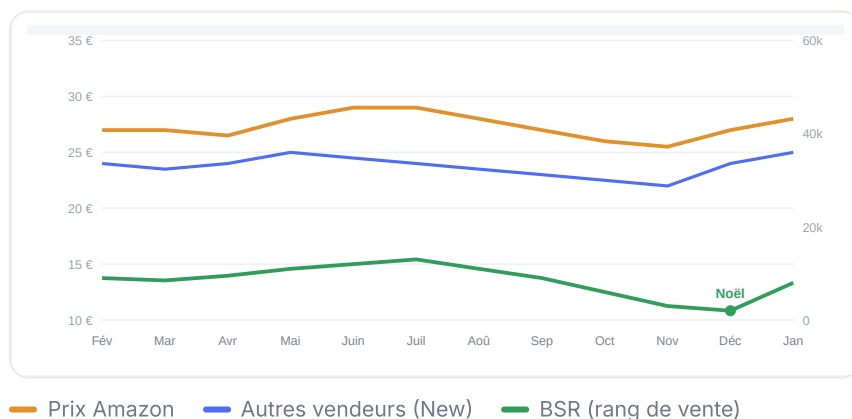
Bouteille isotherme inox 750 ml

- Double paroi sous vide
- Chaud 12 h / froid 24 h
- Inox 304, sans BPA
- Sport, bureau, voyage

LES CRITÈRES QU'ON RECHERCHE

- ✓ Demande stable toute l'année
- ✓ Volume de ventes intéressant
- ✓ Concurrence raisonnable
- ✓ Prix de vente entre 20 € et 30 €
- ✓ Poids et taille adaptés à l'expédition
- ✓ Bonne marge après tous les frais

Analyse du marché avec Keepa



COMMENT LIRE

La courbe **verte** = le BSR : plus elle est **basse**, plus le produit se vend. Elle plonge en novembre-décembre → pic de Noël. Les courbes **orange** (prix Amazon) et **bleue** (autres vendeurs) restent stables entre 22 et 29 €.

✓ CONCLUSION

Demande **stable et régulière** toute l'année, sans chute brutale, avec un pic saisonnier. C'est un bon indicateur.

Analyse rapide avec SellerAmp

SellerAmp · aperçu du marché (fiche leader)			Cuisine & Maison
BSR 18 000	VENTES ESTIMÉES ≈ 1 250/mois	PRIX MOYEN 24,99 €	NOTE PRODUIT 4,6 / 5
VENDEURS FBA 6	AMAZON VEND ? Non	POIDS ≈ 320 g	RESTRICTIONS Aucune

La **rentabilité exacte** (marge, ROI) se calcule à l'Étape 3, une fois le prix négocié avec le fournisseur. Ici, on valide d'abord que la **demande est là** et que la concurrence est gérable.

★ À RETENIR

- Analyse toujours le marché avant d'investir
- Un bon produit se vend régulièrement toute l'année
- Base tes décisions sur des données réelles (Keepa, SellerAmp)

! ERREURS À ÉVITER

- Choisir un produit juste parce qu'il est « tendance »
- Ne pas vérifier l'historique des prix et des ventes
- Oublier d'analyser la concurrence

➔ PROCHAINE ÉTAPE

On a un produit prometteur. On part maintenant chercher un **fournisseur fiable** et apprendre à négocier.

Rendez-vous à l'Étape 2 →

On a un produit prometteur. Il faut maintenant un **fournisseur fiable**, obtenir un devis, **négocier**, et surtout vérifier que le produit est **rentable** avant de commander.

Trouver et comparer un fournisseur

LA MÉTHODE

- 5 fournisseurs contactés sur Alibaba (usines « Verified »)
- Comparaison : prix, MOQ, délais, certifications, communication
- Échantillon commandé et **testé 48 h** avant toute commande

LE RÉFLEXE QUI SAUVE

Sans l'échantillon (70 €), tu commandais 200 bouteilles... dont le bouchon **fuyait**, le défaut que tu voulais justement corriger. **L'échantillon a sauvé le lancement.**

La négociation (simulation)

TOI (ACHETEUR)

Bonjour, je suis intéressé par votre bouteille 750 ml. Possible d'avoir un meilleur prix pour une commande de 200 pièces avec des réassorts réguliers ?

FOURNISSEUR

Bonjour ! Pour une coopération de long terme, je peux descendre de 5,80 à 5,40 USD l'unité.

TOI

Parfait. Pouvez-vous aussi inclure la gravure de mon logo sans surcoût ?

FOURNISSEUR

Oui, logo offert pour cette première commande. Je réduis aussi le transport de 260 à 235 USD.

TOI

Excellent. Envoyez-moi des photos + une vidéo du produit fini avant expédition, puis on lance.

RÉSULTATS DE LA NÉGOCIATION

- ✓ Prix unitaire : 5,80 → **5,40 €**
- ✓ Logo laser **offert** (économie ~30 \$)
- ✓ Transport réduit (260 → 235 \$)
- ✓ Échantillon validé avant production
- ✓ Paiement **30 % / 70 %** (acompte / solde)

Calcul de rentabilité (par unité)

Prix de vente sur Amazon	24,99 €
Coût fournisseur (négocié)	5,40 €
Transport + assurance	1,30 €
Emballage / préparation	0,50 €
= Coût d'achat rendu	7,20 €
Frais Amazon · commission 15 %	3,75 €
Frais Amazon · FBA (≈)	3,45 €
= COÛT TOTAL	14,40 €
MARGE NETTE	10,59 €
TAUX DE MARGE	42 %
ROI (marge ÷ coût d'achat rendu)	147 %

DÉCISION

GO

Marge ≥ 30 % ✓ ROI ≥ 100 % ✓

À COMPRENDRE

Marge nette = ce qu'il te reste en € (10,59 €). **Taux de marge** = part du prix de vente (42 %). **ROI** = ce que rapporte ton argent investi (147 %). Chiffres illustratifs, à recalculer pour ton produit.



BONNES PRATIQUES

- Négocie tout : prix, transport, emballage, paiement
- Demande toujours un échantillon avant de commander
- Compare au moins 3 fournisseurs
- Reste ferme sur ton objectif de marge



ERREURS À ÉVITER

- Accepter la première offre sans négocier
- Te focaliser uniquement sur le prix
- Oublier les frais cachés (retours, taxes)
- Commander sans échantillon validé

La négociation est bouclée. On **finalise la commande**, on suit la **production**, puis on organise le **transport** jusqu'à ta réception.

RÉCAPITULATIF DE LA COMMANDE

Produit	LUNA 750 ml (noir mat)
Quantité (1re commande)	200 unités
Prix unitaire négocié	5,40 €
Coût des produits	1 080 €
Transport + assurance	≈ 260 €
Paieement	30 % acompte / 70 % solde
Total commande	≈ 1 340 €

INFOS DE PRODUCTION

Délai de production	15 à 20 jours
Personnalisation	Logo laser (offert)
Contrôle qualité	Photos + vidéos avant envoi
Mode d'expédition	Maritime, groupage (LCL)
Départ → arrivée	Ningbo → France
Incoterm	FOB
Réception	À ton adresse (chez toi)

Les étapes du transport



1. Usine

Production & emballage



2. Port départ

Chargement, Chine



3. Douane export

Dédouanement



4. Maritime

15 à 20 jours



5. Douane import

France



6. Chez toi

Livraison à ton adresse

LES 3 MODES (ORDRES DE GRANDEUR)

DÉLAI

COÛT

POUR QUOI

Express (DHL, FedEx, UPS)

3 à 7 jours

≈ 6-10 €/kg

Échantillons, urgences

Aérien (fret aérien)

7 à 15 jours

≈ 4-7 €/kg

Réassort urgent, produits légers

Maritime (notre choix)

≈ 30 jours

le moins cher au volume

Commandes de stock

SUIVI DE PRODUCTION

- JOUR 1**
Acompte 30 % → lancement de la production
- JOUR 5**
Début de production (matières premières)
- JOUR 10**
Fabrication et gravure du logo
- JOUR 15**
Contrôle qualité + photos/vidéos → solde 70 %
- JOUR 16-20**
Expédition et envoi des documents

Recevoir et préparer ton stock

Tu reçois tes 200 bouteilles **chez toi**. Tu vérifies la qualité à réception. Puis, deux options s'offrent à toi :

IDÉAL POUR DÉBUTER

Option 1 · Tu expédies toi-même (FBM)

- Tu prépares et envoies chaque commande depuis chez toi
- Tu découvres la logistique, tu limites les risques
- Zéro frais de stockage Amazon

QUAND TU ES PRÊT

Option 2 · Tu envoies à Amazon (FBA)

- Tu colles les étiquettes **FNSKU** sur chaque unité
- Tu crées un plan d'expédition dans Seller Central
- Amazon stocke, emballe et livre à ta place

★ À RETENIR

- Paie toujours en 2 fois (acompte + solde après contrôle)
- Exige photos et vidéos avant l'expédition
- Pour 200 unités, le groupage maritime suffit (pas de conteneur entier)

! ERREURS À ÉVITER

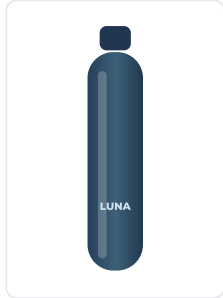
- Payer 100 % à l'avance
- Oublier ou mal coller les étiquettes FNSKU (FBA)
- Sous-estimer les délais de douane

Le produit est en route. Pendant ce temps, on crée une **fiche claire et conforme** pour convertir les visiteurs en acheteurs dès son arrivée.

LES ÉLÉMENTS D'UNE FICHE RÉUSSIE

-  **Titre optimisé**
Mot-clé principal + bénéfices + caractéristiques clés ✓
-  **Bullet points clairs**
Les avantages, en phrases courtes et concrètes ✓
-  **Images de qualité**
Photo principale fond blanc + usage, dimensions, packaging ✓
-  **Description engageante**
Persuasive, axée sur les bénéfices client ✓
-  **Mots-clés backend**
Cachés, pour le référencement (250 octets max) ✓
-  **Catégorie & attributs**
La bonne catégorie, tous les champs obligatoires ✓

EXEMPLE DE FICHE OPTIMISÉE (APERÇU AMAZON)

Passer la souris pour zoomer

Bouteille isotherme LUNA 750 ml en acier inoxydable, double paroi, garde chaud 12 h et froid 24 h, sans BPA, sport, bureau, voyage, noir mat

Marque : LUNA

★★★★½ (première fiche)

24,99 €

✓prime · Retours GRATUITS

- ✓ **Capacité 750 ml** : l'appoint idéal pour rester hydraté toute la journée.
- ✓ **Isotherme double paroi** : froid 24 h, chaud 12 h.
- ✓ **Acier inoxydable 304** : robuste, durable et sans BPA.
- ✓ **Bouchon anti-fuite** : hermétique, pour un transport sans souci.
- ✓ **Idéale pour** : sport, bureau, voyage, randonnée.

INFOS PRODUIT À RENSEIGNER

Marque	LUNA ✓
EAN / GTIN	3770037434567 ✓
FNSKU (si FBA)	X001LUNA750 ✓
Catégorie	Cuisine > Gourdes iso. ✓
État	Neuf ✓
Pays d'expédition	France ✓
Poids / dimensions	0,32 kg · 8×8×26 cm

EAN / GTIN : code-barres unique du produit (obligatoire). **FNSKU** : étiquette générée par Amazon pour suivre ton stock en FBA.

MOTS-CLÉS BACKEND (EXEMPLE)

bouteille isotherme, gourde inox, bouteille thermos, gourde 750ml, sans bpa, acier inoxydable, double paroi, chaude froide, sport, fitness, randonnée, bureau, voyage, étanche, anti fuite, noir mat, thermos inox, hydratation, réutilisable, écologique

250 octets maximum : mots-clés pertinents, séparés par des espaces, sans répéter ceux déjà dans le titre. Une lettre accentuée compte pour 2 octets.

IMAGES À INTÉGRER



Photo principale : fond 100 % blanc, produit ≥ 85 % du cadre, ≥ 1000 px (idéal 2000 px). Aucune photo 100 % générée par IA.

Checklist avant lancement

- ✓ Titre optimisé avec le mot-clé principal
- ✓ Caractéristiques complètes et exactes
- ✓ Images professionnelles (au moins 6)
- ✓ Description convaincante
- ✓ Mots-clés backend remplis (250 octets)
- ✓ Catégorie et attributs corrects
- ✓ EAN / GTIN valide et scannable
- ✓ FNSKU généré (si FBA)
- ✓ Prix compétitif
- ✓ Stock prêt (chez toi ou en route vers Amazon)

! ERREURS À ÉVITER

- ✗ Titre trop long ou non pertinent
- ✗ Images de mauvaise qualité ou non conformes
- ✗ Description trop courte ou copiée
- ✗ Mots-clés backend oubliés
- ✗ Catégorie incorrecte
- ✗ EAN / GTIN invalide ou dupliqué

Le listing est en ligne. Place à la **visibilité** et aux **ventes** : on lance une campagne publicitaire et on met en place les bons réflexes pour performer.

CAMPAGNE PPC AUTOMATIQUE

BUDGET CONSEILLÉ
10 – 20 € / jour
à ajuster selon les performances

Type de campagne	Automatique
Ciblage	Amazon choisit les mots-clés
Stratégie d'enchères	Dynamiques, à la baisse
Enchère par défaut	0,40 – 0,80 € / clic
Durée	Illimitée (à surveiller)

COMPRENDRE LES MÉTRIQUES CLÉS

ACOS

Coût pub ÷
ventes × 100
Est-ce
rentable ?
Objectif < 30
%

CPC

Coût par clic
Ce que tu
paies
par clic

CTR

Taux de clic
Ta pub
donne
envie ? > 0,5
%

Impress.

Nb
d'affichages
Ta visibilité

TABLEAU DE BORD · EXEMPLE APRÈS 7 JOURS

MÉTRIQUE	VALEUR	COMMENT LIRE
Impressions	8 000	Bonne visibilité de départ
Clics	180	CTR 2,25 % · bon
CPC moyen	0,39 €	Coût par clic maîtrisé
Dépenses pub	70 €	7 jours × 10 €
Ventes	14	Taux de conversion 7,8 %
CA généré	≈ 308 €	14 × 21,99 € (prix de lancement)
ACOS	≈ 23 %	70 € ÷ 308 € · tu dépenses 23 € de pub pour 100 € de ventes

★ RÈGLE D'OR

Teste, analyse et optimise chaque jour pour baisser ton ACOS et augmenter tes ventes.

« La pub te fait découvrir, la qualité te fait rester. »

CHIFFRES ILLUSTRATIFS

Tout se recalcule : $180 \times 0,39 \text{ €} = 70 \text{ €}$ · $14 \times 21,99 \text{ €} \approx 308 \text{ €}$ · $70 \div 308 \approx 23 \text{ %}$. Un CTR de 2,25 % est plutôt optimiste selon les catégories.

Tes actions chaque jour (30 premiers jours)

1

Vérifier les perfs
Impressions, clics,
ACOS

2

Ajuster budget & enchères
Si ACOS < 25 % et
ventes stables

3

Analyser les mots-clés
Garder ceux qui
vendent

4

Améliorer le listing
Titre, images, puces

5

Répondre aux avis
Positifs et négatifs

6

Gérer le stock
Jamais de rupture

7

Suivre la concurrence
Prix, avis, pubs



ERREURS À ÉVITER APRÈS LE LANCEMENT

- × Couper la pub trop tôt (laisse 7 à 14 jours)
- × Réduire le budget trop vite
- × Ignorer les avis négatifs
- × Tomber en rupture de stock
- × Ne pas analyser tes données
- × Copier la concurrence au lieu de te différencier

TON PARCOURS



7. Premières ventes

PHASE 3 • MODULE 13

Checklist **finale**

Tout récapituler, ne rien oublier : ta checklist 25 points, tes modèles prêts à l'emploi et les 10 erreurs à éviter.

Checklist finale

Ton tableau de bord pour vérifier que tout est prêt, et lancer sans oublier l'essentiel

Prérequis : l'ensemble des modules terminés. **À la fin :** tu as vérifié, point par point, que ton projet est prêt à être lancé.

Tu as maintenant parcouru tout ce guide. Ce dernier module n'apporte pas de nouvelle notion : c'est ton **poste de contrôle avant décollage**. Le succès sur Amazon ne dépend pas seulement du produit choisi, mais surtout de ta préparation, de ta rigueur et de ta capacité à appliquer une méthode étape par étape. Une activité bien préparée aura toujours plus de chances de réussir qu'un lancement fait dans la précipitation.

Prends quelques minutes pour dérouler la checklist qui suit et t'assurer que chaque étape a bien été réalisée. Et surtout, garde cette page sous la main : tu la rouvriras à chaque nouveau produit.

Objectif du module

Vérifier que toutes les étapes essentielles de ton projet sont réalisées avant le lancement, pour éviter les oublis, sécuriser ton activité et démarrer sur des bases solides.

Ce que tu vas vérifier

- Que ton entreprise est créée et en règle
- Que ton compte Amazon Seller est entièrement configuré
- Que ton produit est rentable et ton fournisseur validé
- Que ta fiche produit est complète et conforme
- Que ta stratégie publicitaire est prête

Ce que tu sauras faire

- Contrôler que ton projet est prêt à être lancé
- Repérer les derniers points à corriger
- Éviter les erreurs de dernière minute
- Suivre une méthode de lancement professionnelle, reproductible à chaque produit

Les erreurs que tu vas éviter

- Lancer en oubliant une étape administrative ou technique
- Publier une fiche incomplète ou non conforme
- Démarrer la publicité sans budget défini
- Te lancer dans la précipitation, sans vérification finale

Les ressources du module

- La checklist de lancement (le tableau de bord à cocher)
- Un tableau de suivi et un tableau des objectifs
- Un planning des 30 premiers jours

★ LE CONSEIL DE L'ACADEMY

Ne vois pas cette checklist comme une simple formalité de fin. C'est un **outil de travail** : imprime-la ou recopie-la, et coche chaque case à chaque lancement. Ce réflexe tout simple t'évitera la majorité des oublis qui coûtent du temps et de l'argent aux débutants.

→ TA MISSION

Vérifier que tout est prêt, cocher chaque case, puis passer à l'action. Ton premier lancement commence maintenant.

Ce dernier module rassemble tout : ta checklist de lancement complète, tes templates prêts à copier, ton tableau de rentabilité, et les pièges à éviter. Garde-le sous la main : c'est ton tableau de bord.

La checklist de lancement • 25 points

Administratif

- ☐ Auto-entreprise créée (urssaf.fr)
- ☐ Compte bancaire dédié ouvert
- ☐ Numéro EORI demandé (douane.gouv.fr)
- ☐ Carte business pour la trésorerie (cashback ou paiement différé)
- ☐ Obligations TVA vérifiées selon mon statut
- ☐ Inscription REP/éco-organisme selon ma catégorie

Produit

- ☐ Demande vérifiée (Best Sellers, Keepa, Helium 10)
- ☐ Concurrence analysée (avis, BSR, prix, vendeurs)
- ☐ Taux de marge calculé (calculateur FBA, min. 30 %)
- ☐ Aucune restriction de marque ou catégorie

Fournisseur

- ☐ Au moins 3 fournisseurs comparés sur Alibaba
- ☐ Trade Assurance activé pour le paiement
- ☐ Échantillon commandé, reçu et validé

Amazon & fiche

- ☐ Compte Seller Central Pro créé et vérifié
- ☐ Codes EAN obtenus sur gs1.fr
- ☐ FNSKU activé (Commingling désactivé)
- ☐ Fiche créée (titre + 7 à 9 photos + bullets + description + mots-clés)
- ☐ Infos TVA et REP configurées dans Seller Central

FBA / Expédition

- ☐ Plan d'expédition créé, cartons étiquetés et envoyés
- ☐ Stock réceptionné par Amazon
- ☐ Offre FBM backup configurée

Lancement • Marque • Outils

- ☐ Prix de lancement légèrement sous la concurrence
- ☐ Campagne PPC lancée (budget ~10 €/jour)
- ☐ Bouton « Demander un avis » activé après chaque vente
- ☐ Démarches INPI/EUIPO commencées • SellerAmp + Sellerboard + Keepa configurés

I TES MESSAGES FOURNISSEURS SONT AU BONUS 2

Le premier contact, la négociation du prix, la demande d'échantillon, le MOQ, le DDP et le branding : les **6 messages complets, prêts à copier-coller**, sont réunis dans le **Bonus 2** •

Templates messages Alibaba. Le prompt n°4 du Module 10 te permet aussi de les personnaliser avec l'IA.

Template • Tableau de rentabilité produit

Deux outils, deux mesures : le calculateur du Bonus 4 mesure ta **marge produit** (avant pub) : c'est ton critère d'achat. Ce tableau-ci intègre la pub et l'abonnement : c'est ta **marge réelle**, tes chiffres seront

plus bas que ceux du calculateur, c'est normal. Remplis ce tableau pour chaque produit **avant** de commander. Attention : le feu vert se décide sur ta **marge produit** (calculateur Bonus 4), pas sur ce tableau. Lui te sert à voir ce qu'il te restera vraiment une fois la pub payée.

Élément	À remplir	Formule / repère
Prix de vente cible	_____ €	Analyse de la concurrence
- Coût fournisseur / unité	_____ €	Prix Alibaba / quantité
- Frais FBA (traitement + expédition)	_____ €	Calculateur FBA officiel
- Frais FBA (stockage mensuel estimé)	_____ €	Grille m³/mois × volume
- Commission Amazon (15 %)	_____ €	Prix de vente total × 15 %
- Abonnement pro réparti	_____ €	39,99 € ÷ ventes/mois
- Budget PPC estimé / unité	_____ €	Budget quotidien ÷ ventes
- Coût packaging / étiquetage	_____ €	Si Private Label
= Marge nette par unité	_____ €	Somme des lignes
Taux de marge	_____ %	Marge ÷ prix vente × 100
ROI	_____ %	Marge ÷ coût d'achat rendu × 100
Décision	Le GO se décide sur ta marge produit (Bonus 4) : taux de marge ≥ 30 % et ROI ≥ 100 %. Ce tableau, lui, te donne deux repères : ta marge réelle doit rester positive dès le lancement , et remonter à mesure que l'organique prend le relais et que tu réduis la pub (Module 11).	

Template • Tableau de suivi produits (tracking sheet)

Ton tableau de bord perso, à tenir dans un tableur. Une ligne par produit : tu vois d'un coup d'œil ta trésorerie, ton stock et ce qu'il faut réassortir.

Colonne	À y mettre
Produit / ASIN	Nom court + ASIN Amazon
Coût de revient / unité	Achat + transport + packaging

Colonne	À y mettre
Prix de vente	Prix actuel sur Amazon
Marge nette / unité	Depuis ton tableau de rentabilité
Stock restant	Unités disponibles en FBA
Ventes / jour (moy.)	Moyenne des 30 derniers jours
Jours avant rupture	Stock ÷ ventes par jour
Date de réassort	Rupture – délai fournisseur (6–8 sem.)
ACOS PPC	% dépense pub / CA pub
Statut	● OK · ● à réassortir · ● rupture imminente

★ AUTOMATISE-LE

Mets une formule « Jours avant rupture = Stock ÷ Ventes/jour » et un code couleur conditionnel : sous 21 jours, la ligne passe en orange. Tu ne tomberas plus jamais en rupture par surprise. *(Un tableur prêt à l'emploi accompagne ce guide.)*

Les 10 erreurs à éviter absolument

#	Erreur	Conséquence	La bonne pratique
1	Ne pas commander d'échantillon	500 unités défectueuses = des centaines d'€ perdus	Toujours tester d'abord
2	Ignorer le Commingling	Tes produits mélangés à des contrefaçons	Active les FNSKU
3	Oublier le numéro EORI	Marchandise bloquée en douane	Demande-le avant d'importer
4	Ignorer les frais Amazon	Vendre à perte	Calcule tout avant de commander
5	Négliger les photos	Faible conversion	7 à 9 photos pro, fond blanc
6	Tomber en rupture de stock	Déclassement immédiat du BSR	Planifie 6–8 semaines à l'avance
7	Vendre sans autorisation de marque	Suspension en quelques heures	Vérifie toujours avant
8	Ignorer la REP et la conformité	Retrait des offres, voire suspension	Enregistre tout en amont
9	Se lancer sur Amazon.com dès le départ	Marché ultra-compétitif	Commence sur .fr puis l'Europe

#	Erreur	Conséquence	La bonne pratique
10	Abandonner avant le mois 6	Échec juste avant le décollage	Tiens, ajuste, persévère

Tes prochaines 72 heures

1 Aujourd'hui

Crée ton auto-entreprise sur autoentrepreneur.urssaf.fr et ouvre un compte bancaire pro. Demande ton numéro EORI.

2 Demain

Installe SellerAmp + Keepa. Analyse 20 produits. Sors 3 candidats sérieux.

3 Après-demain

Contacte 5 fournisseurs sur Alibaba avec le template d'email. Demande des échantillons.

● PLAN D'ACTION · MODULE 13

Passe à l'action

- Imprime la checklist 25 points et coche au fur et à mesure
- Copie les 2 templates (rentabilité, suivi produits) dans tes documents, et les messages fournisseurs du Bonus 2
- Relis les 10 erreurs avant chaque décision importante
- Exécute tes prochaines 72 heures, une action à la fois



RESSOURCES

Glossaire & FAQ du débutant

Tous les sigles décodés et les questions les plus fréquentes, pour ne jamais rester bloqué sur un mot.



Glossaire • tous les termes du vendeur Amazon

Terme	Signification
A+ Content	Description enrichie (images, mise en page) réservée aux marques inscrites au Brand Registry.
ACOS	Advertising Cost of Sales, dépense pub ÷ CA généré par la pub. Doit rester sous ta marge.
ACRE	Aide à la Création/Reprise d'Entreprise, réduction de cotisations la 1 ^{re} année.
AQL	Acceptable Quality Limit, norme d'inspection qualité (AQL 2.5 = standard e-commerce).
ASIN	Amazon Standard Identification Number, l'identifiant unique d'un produit sur Amazon.
BSR	Best Sellers Rank, le classement des ventes d'un produit dans sa catégorie. Plus bas = mieux.
Buy Box	La case « Ajouter au panier ». La remporter = capter la majorité des ventes d'une fiche.
Commingling	Stock mélangé : Amazon regroupe les unités identiques de plusieurs vendeurs. À désactiver.
CPC	Coût Par Clic, ce que tu paies chaque fois qu'un client clique sur ta publicité.
CTR	Click-Through Rate, clics ÷ impressions. Mesure si ta pub donne envie de cliquer.
DDP	Delivered Duty Paid, le fournisseur livre tout compris : transport, douane, TVA d'import réglés.
DEEE / D3E	Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques, filière de recyclage obligatoire (REP).
EAN / GTIN	Code-barres international du produit (EAN-13 en Europe).
EFN	European Fulfilment Network, ton stock reste en France, Amazon livre toute l'Europe depuis la France.
EORI	Identifiant douanier européen, obligatoire pour importer hors UE.
EUIPO	Office européen des marques, dépôt valable dans les 27 pays de l'UE (850–900 €).
EXW	Ex Works, prix « départ usine » : tout le transport et la douane sont à ta charge.
FBA	Fulfilled By Amazon, Amazon stocke et expédie pour toi.
FBM	Fulfilled By Merchant, tu stockes et expédies toi-même.
FNSKU	Fulfillment Network SKU, code Amazon unique à TON stock, collé sur chaque unité.
FOB	Free On Board, le fournisseur amène la marchandise au port ; le transport maritime est à ta charge.
GPSR / RSGP	Règlement européen sur la Sécurité Générale des Produits, impose notamment une Personne Responsable dans l'UE.
GS1	Organisme officiel qui délivre les codes-barres EAN au nom de ton entreprise (abonnement annuel).

Terme	Signification
Hazmat	Hazardous Materials, produits classés dangereux (batteries, aérosols...) : circuit FBA spécifique.
Hijacker	Vendeur qui s'accroche à ta fiche pour vendre une copie/contrefaçon.
HT / TTC	Hors Taxes / Toutes Taxes Comprises, le prix sans ou avec la TVA.
Incoterm	Règle définissant qui paie transport et douane (FOB, DDP, EXW, CIF).
INPI	Institut national de la propriété industrielle, dépôt de marque valable en France (190 €).
IPI	Inventory Performance Index, note (0–1000) de ta gestion des stocks.
KYC	Know Your Customer, la vérification d'identité d'Amazon à l'inscription.
MOQ	Minimum Order Quantity, quantité minimum imposée par un fournisseur.
NAF	Code d'activité attribué par l'INSEE à ton entreprise (4791A = vente à distance, le plus courant).
ODR	Order Defect Rate, taux de défauts de commande. Doit rester < 1 %.
OEM	Original Equipment Manufacturer, fournisseur qui fabrique à ta marque (logo/packaging).
OSS	One Stop Shop, guichet unique de TVA pour tes ventes UE.
Pan-EU	Programme FBA qui répartit ton stock dans plusieurs pays de l'UE (TVA locale obligatoire dans chacun).
P&L	Profit & Loss, le compte de résultat : tout ce qui rentre, tout ce qui sort, ce qui reste.
POA	Plan of Action, le plan d'action à soumettre pour lever une suspension.
PPC	Pay Per Click, la publicité Amazon, payée au clic.
Private Label	Marque privée : ton produit à ta marque, sur un produit existant.
Prompt	La consigne que tu donnes à une IA. Plus elle est précise, meilleur est le résultat.
REP	Responsabilité Élargie du Producteur, éco-contribution obligatoire (emballages, DEEE...).
ROAS	Return On Ad Spend, l'inverse de l'ACOS : CA généré ÷ dépense pub.
ROI	Return On Investment, profit ÷ coût d'achat × 100.
SFP	Seller Fulfilled Prime, badge Prime sur des offres FBM (exigences strictes).
SIRET / SIREN	Identifiants officiels de ton entreprise (SIREN = 9 chiffres ; SIRET = SIREN + établissement).
SKU	Stock Keeping Unit, ta référence interne libre pour identifier chaque produit.
TVA	Taxe sur la Valeur Ajoutée, collectée sur tes ventes et reversée à l'État (sauf franchise).
UPC	Le code-barres à 12 chiffres utilisé en Amérique du Nord (équivalent de l'EAN européen).
3PL	Third-Party Logistics, prestataire logistique tiers (stockage, préparation, expédition).

FAQ du débutant

Faut-il beaucoup d'argent pour commencer ?

Non. On peut débuter en retail arbitrage avec 300–500 €. Pour un Private Label sérieux, prévois 2 000–5 000 €. Garde toujours 30 % de réserve.

Combien de temps avant les premières ventes ?

Compte 2 à 3 mois entre l'inscription et les premières ventes (recherche produit, commande, réception, listing). La rentabilité stable arrive plutôt vers le 3^e–6^e mois.

Faut-il déclarer la TVA en franchise ?

Non : sous le seuil de franchise, tu ne factures pas la TVA et tu ne la récupères pas. Tu la declares seulement en tant qu'assujetti (SASU/EURL) ou via l'OSS pour tes ventes UE au-delà de 10 000 € hors France.

FBA ou FBM pour débuter ?

Il n'y a pas de règle unique, et surtout : le FBA n'est **pas obligatoire** pour te lancer. Beaucoup de débutants commencent en **FBM** avec un petit stock, pour tester leur produit, comprendre la logistique et limiter les risques. Le **FBA** apporte Prime automatiquement et moins de manutention : bascule dessus une fois ton produit validé, ou tout de suite si tu ne peux pas expédier toi-même. Dans tous les cas, garde une offre FBM en **backup** (Module 4).

Ai-je besoin d'un code-barres ?

Seulement si tu crées une nouvelle fiche (Private Label) : achète alors un EAN sur gs1.fr. Si tu rejoins une fiche existante, non.

Puis-je vendre depuis la France dans toute l'Europe ?

Oui, avec un seul compte Seller Central : active les marketplaces, traduit tes fiches, et gère la TVA via l'OSS. Le Royaume-Uni fait exception (compte + TVA séparés).

Combien puis-je espérer gagner ?

Réalistement : 250–1 750 € net/mois en première phase (1 produit), davantage en multipliant produits et marchés. Aucune garantie : tout dépend du produit, de l'exécution et de la persévérance.

PACK BONUS PREMIUM

LES 5 BONUS.

Les bonus qui transforment ce guide en système complet : sourcing, templates de messages fournisseurs, modèles anti-suspension, calculateur et idées de produits.

Bonus 1, Kit sourcing fournisseurs · Bonus 2, Templates messages Alibaba · Bonus 3, Modèles POA anti-suspension · Bonus 4, Calculateur & suivi (modèle à recopier) · Bonus 5, 50 idées de produits à valider

BONUS 01

Kit sourcing fournisseurs

Où trouver des fournisseurs fiables (Chine, Europe, USA), comment les vérifier, et un tableau pour bâtir TON carnet d'adresses privé.

COMMENT UTILISER CE BONUS · Plutôt qu'une liste toute faite de « fournisseurs validés » (un contact partagé avec des milliers d'acheteurs perd toute valeur, et chacun doit vérifier son propre fournisseur selon son produit), tu reçois **mieux** : **les bonnes plateformes, la méthode de vérification** qu'utilisent les pros, et un **tableau à remplir** pour construire ton propre réseau, un actif qui t'appartient.

Où chercher · l'annuaire des plateformes fiables

Chine & Asie (le meilleur rapport prix/volume)

Plateforme	Pour quoi	À savoir
Alibaba.com	Fournisseurs & usines OEM, Private Label	Filtre « Verified Supplier » + « Trade Assurance »
Global Sources	Fabricants vérifiés, électronique	Fournisseurs souvent plus « pro » qu'Alibaba
Made-in-China	Usines industrielles	Bon pour les produits techniques
1688.com	Marché intérieur chinois (prix bas)	En chinois, passe par un agent/sourcing
AliExpress	Micro-quantités, tests	Pour tester un produit sans MOQ

Europe (délais courts, moins de douane)

Plateforme	Pour quoi
Europages	Annuaire B2B de fabricants et grossistes européens
Ankorstore	Grossistes de marques (maison, déco, food) en gros
Bigbuy / VidaXL B2B	Grossistes multi-catégories, dropshipping UE
Salons pros (Maison & Objet, Ambiente...)	Rencontrer des fournisseurs en direct

USA (qualité, made in USA, marché anglophone)

Plateforme	Pour quoi
ThomasNet	Annuaire de fabricants industriels américains
Faire.com	Grossistes de marques indépendantes
Handshake (Shopify)	Grossistes made in USA

La grille de vérification d'un fournisseur

Avant de commander, fais passer chaque fournisseur par cette grille. Un « non » sur un point critique = tu passes au suivant.

Vérifications critiques

- ☐ Statut « Verified » / « Gold » depuis 2 ans et +
- ☐ Trade Assurance actif (protection paiement)
- ☐ Note & avis vérifiables (transactions réelles)
- ☐ Répond vite et précisément (48 h max)
- ☐ Accepte un échantillon avant grosse commande
- ☐ Fournit certificats (CE, RoHS, FDA selon produit)

Signaux d'alerte (fuis)

- ☐ Prix trop bas vs le marché (arnaque probable)
- ☐ Refuse Trade Assurance, veut un virement direct
- ☐ Coordonnées incohérentes avec l'entreprise annoncée
- ☐ Photos volées (fais un reverse image search)
- ☐ Pressions pour payer vite « stock limité »
- ☐ Aucun historique de commandes sur la plateforme

★ LES 3 RÈGLES D'OR DU PAIEMENT

1. Toujours passer par **Trade Assurance** (Alibaba) ou une protection équivalente. **2.** Ne jamais payer 100 % d'avance : le standard est **30 % d'acompte / 70 % après inspection**. **3.** Ne libère le solde qu'après le **rapport d'inspection** (voir Bonus 2 + Module 7).

Ton carnet d'adresses fournisseurs (à remplir)

Reproduis ce tableau dans un tableur : c'est TON actif. Un bon fournisseur trouvé et testé vaut de l'or, garde tout au même endroit.

Colonne	À y noter
Nom du fournisseur	Raison sociale + contact (nom du commercial)
Plateforme / lien	Alibaba, Europages... + URL de la boutique
Produit(s)	Ce qu'il fabrique bien
Prix unitaire (par paliers)	50 / 100 / 500 / 1000 unités
MOQ négocié	Quantité minimale obtenue
Délai de production	En jours
Échantillon	Reçu ? Qualité /10
Note fiabilité	● / ● / ● (ta propre évaluation)
Statut	À contacter · En test · Validé · Écarté

I ASTUCE

Contacte toujours **au moins 5 fournisseurs** pour le même produit. Tu compares les prix, les délais et le sérieux, et tu as un plan B si l'un te lâche. Le meilleur devient ton partenaire, les autres ta réserve.

02

BONUS 02

Templates messages Alibaba

6 messages prêts à copier-coller (en anglais) pour chaque étape : premier contact, négociation, échantillon, MOQ, DDP, branding.

MODE D'EMPLOI · Copie-colle, remplace les [CROCHETS] par tes infos, envoie. L'anglais simple et direct est la norme sur Alibaba : pas besoin d'un anglais parfait, sois clair et poli. Envoie le même message à 5 fournisseurs pour comparer.

1. Premier contact

À COPIER-COLLER

Subject: Inquiry for [PRODUCT], Amazon seller in Europe

Hello,

My name is [NAME] from [COMPANY], an e-commerce business selling on Amazon Europe (FR, DE, IT, ES). We are looking for a long-term manufacturing partner for [PRODUCT].

Could you please share:

1. Unit price for 100 / 500 / 1000 pcs
2. MOQ (minimum order quantity)
3. Production lead time
4. Whether OEM/custom logo & packaging is possible
5. Available certifications (CE, RoHS, FDA if relevant)

We plan to place regular monthly orders once we find the right partner. Looking forward to your reply.

Best regards,
[NAME], [COMPANY]

2. Négociation du prix

À COPIER-COLLER

Hello [SUPPLIER],

Thank you for your quotation. Your product looks great and we are seriously considering you as our main supplier.

However, another verified supplier quoted us [X] € per unit for a similar product. We would prefer to work with you, could you match or improve this price ?

To make it easier, we can:

- Commit to regular monthly reorders
- Increase the first order quantity to [QTY] if the price works

What is your best possible price for [QTY] units ? Thank you for your flexibility.

Best regards,
[NAME]

★ ASTUCE

Ne mens pas sur un prix concurrent (ils se connaissent entre eux). Reste crédible : demande 5-10 % de baisse, pas 50 %. Propose toujours une contrepartie (volume, régularité).

3. Demande d'échantillon

✉ À COPIER-COLLER

Hello [SUPPLIER],

Before placing a bulk order, we would like to order 1-2 samples to check the quality.

- Please confirm the sample price and shipping cost to [FRANCE / YOUR ADDRESS].
- Can the sample include our logo, or is that only for bulk orders ?
- What is the fastest shipping option (DHL/FedEx) and the delivery time ?

If the sample meets our expectations, we will move forward quickly with a full order. Can the sample cost be deducted from the bulk order ?

Thank you,
[NAME]

4. Négocier le MOQ

✉ À COPIER-COLLER

Hello [SUPPLIER],

We are very interested, but your MOQ of [MOQ] units is a bit high for a first order, as we want to test the market first.

Would you accept a first trial order of [SMALLER QTY] units ? We understand the unit price may be slightly higher for a smaller quantity, that is fine for this first order.

If sales go well (which we expect), our reorders will be much larger and regular. We see this as the start of a long-term partnership.

Thank you for your understanding,
[NAME]

5. Demander un prix DDP (tout inclus)

✉ À COPIER-COLLER

Hello [SUPPLIER],

For this order, we would like a **DDP quotation** (Delivered Duty Paid) to [DELIVERY ADDRESS / PREP CENTER], France.

Please include in the total:

- Product cost for [QTY] units
- Packaging
- Shipping (please specify air and sea options)
- Customs duties and taxes
- Delivery to the final address

We prefer DDP so there are no surprises at customs. Please also confirm the total lead time (production + shipping).

Best regards,
[NAME]

! RAPPEL

En DDP, le fournisseur gère tout jusqu'à ta porte : c'est le plus simple pour une première commande. En FOB, tu paies le transport à part via un transitaire, mais tu connais son coût exact (voir Module 7). Garde quand même ton numéro **EORI** prêt (voir Module 1 de ce guide).

6. Demander logo & packaging (branding OEM)

✉ À COPIER-COLLER

Hello [SUPPLIER],

We would like to customize this product with our own brand. Could you please confirm:

1. Can you print our logo on the product ? (We will send an AI/vector file.)
2. Can you produce custom packaging (box / bag) with our design ?
3. What is the MOQ and extra cost for custom logo and packaging ?
4. Can you send a photo/mockup for approval before mass production ?
5. Can you insert our barcode (EAN) on the packaging ? We will provide it.

Please share your packaging templates (dielines) so our designer can prepare the artwork.

Thank you,
[NAME]

! TOUJOURS VALIDER UN MOCKUP

Ne lance **jamais** la production sans avoir validé une photo/maquette du produit avec ton logo. Une erreur de couleur ou de placement sur 500 unités, c'est 500 unités invendables.

03

BONUS 03

Modèles POA **anti-suspension**

4 plans d'action prêts à adapter pour récupérer ton compte : factures, multi-compte, produit inauthentique, retard d'expédition.

COMMENT S'EN SERVIR · Un POA (Plan of Action) se structure toujours en 3 parties : **cause réelle, corrections immédiates, mesures préventives**. Reste **factuel, honnête et bref** (1 page max). Adapte chaque modèle à TA situation réelle : Amazon vérifie, et un POA basé sur des faits faux aggrave la sanction. Soumets dans le délai indiqué par Amazon.

! RÈGLE ABSOLUE

Ces modèles sont des **structures à remplir avec la vérité**, pas des excuses toutes faites. Amazon veut voir que tu as compris le problème et que tu as un **système** pour qu'il ne se reproduise pas. N'invente jamais de faits ni de documents.

POA n°1 • Suspension pour factures / authenticité

§ MODÈLE

Objet : Plan d'action, réactivation de l'ASIN [ASIN] / compte [ID]

1. Cause principale. Notre offre a été suspendue car les factures initialement fournies ne répondaient pas aux exigences d'Amazon (fournisseur non autorisé / informations incomplètes). Nous comprenons que cela empêche Amazon de vérifier l'authenticité et la traçabilité de nos produits.

2. Actions correctives immédiates. Nous avons : (a) obtenu des factures conformes auprès de [DISTRIBUTEUR OFFICIEL], mentionnant notre raison sociale, l'adresse, la date, les quantités et les ASIN concernés ; (b) joint ces factures à cette demande ; (c) retiré les offres pour lesquelles nous ne disposons pas de justificatif d'approvisionnement.

3. Mesures préventives. Désormais : nous ne nous approvisionnons qu'auprès de distributeurs/fabricants officiels avec facture conforme ; nous conservons chaque facture au minimum 3 ans ; nous vérifions l'autorisation de vente avant tout ajout de produit ; un contrôle mensuel de notre catalogue est mis en place.

Nous nous engageons à respecter pleinement les politiques d'Amazon. Merci de réexaminer notre compte.

POA n°2 • Comptes multiples / comptes liés

§ MODÈLE

1. Cause principale. Notre compte a été signalé pour un lien potentiel avec un autre compte vendeur. [Choisir la vérité ; Il s'agit d'un compte que nous avons ouvert par le passé et laissé inactif. /, Le lien provient du partage d'une même connexion internet / d'un même appareil avec un proche vendeur, sans intention de contourner les règles.]

2. Actions correctives immédiates. Nous avons : (a) identifié la source exacte du lien ; (b) [fermé définitivement le compte inactif / cessé tout partage de connexion et d'appareil] ; (c) nous n'exploitons désormais qu'un seul et unique compte vendeur.

3. Mesures préventives. Nous utilisons une connexion, un appareil et des coordonnées bancaires strictement dédiés à ce compte ; nous n'ouvrons aucun second compte sans autorisation écrite préalable d'Amazon accompagnée d'une justification commerciale valable.

POA n°3 • Produit « inauthentique » signalé

§ MODÈLE

1. Cause principale. Un acheteur / titulaire de droits a signalé l'ASIN [ASIN] comme inauthentique. Après examen, nous comprenons que [la traçabilité de notre approvisionnement n'était pas suffisamment documentée / notre fiche ne correspondait pas exactement au produit expédié].

2. Actions correctives immédiates. (a) Nous avons retiré l'offre concernée ; (b) rassemblé les factures d'origine prouvant un approvisionnement authentique auprès de [FOURNISSEUR] ; (c) vérifié que la fiche produit décrit exactement l'article livré (marque, modèle, quantité).

3. Mesures préventives. Contrôle qualité systématique à réception ; approvisionnement uniquement auprès de sources vérifiées avec facture ; correspondance stricte fiche → produit ; suivi des retours clients pour détecter tout écart de qualité au plus tôt.

POA n°4 • Retard d'expédition (FBM)

§ MODÈLE

1. Cause principale. Notre taux d'expéditions en retard a dépassé le seuil autorisé, en raison de [rupture de stock temporaire / sous-estimation du volume de commandes / problème avec notre transporteur].

2. Actions correctives immédiates. (a) Toutes les commandes en attente ont été expédiées avec numéro de suivi ; (b) nous avons ajusté nos stocks disponibles pour refléter la réalité ; (c) [changé de transporteur / réduit les délais annoncés pour les tenir avec marge].

3. Mesures préventives. Délais de traitement volontairement allongés pour être toujours tenus ; alerte de stock automatique ; expédition sous 24 h avec suivi systématique ; bascule d'une partie des ventes en FBA pour sécuriser la logistique.

★ LES RÉFLEXES QUI FONT ACCEPTER UN POA

Phrases courtes et factuelles · aucune émotion, aucune accusation d'Amazon · tu réponds **exactement** à ce qui t'est reproché · tu montres un **système** (pas juste « ça n'arrivera plus ») · tu joins les preuves demandées. Une page suffit.

04

BONUS 04

Calculateur & suivi produits

Un modèle prêt à recopier dans Excel ou Google Sheets : prix d'achat, frais Amazon, transport, marge produit, taux de marge, ROI, décision GO/NON, et le suivi de tes stocks.

UN MODÈLE À RECOPIER · Le tableau ci-dessous est prêt à être reproduit dans Excel, Google Sheets ou LibreOffice. Recopie les lignes, saisis tes propres chiffres dans la colonne « Valeur », et les formules indiquées feront le reste.

Ce que fait ce calculateur

Ce calculateur mesure ta **marge produit (avant publicité)** : c'est ton critère d'achat (la marge *réelle*, après pub, se suit avec le tableau du Module 13). Deux tableaux : « **Calculateur de marge** », tu saisis prix, coûts d'achat et frais FBA, il calcule commission, coût total, marge produit, taux de marge, ROI et la **décision GO / NON** (3 colonnes pour comparer 3 produits), et « **Suivi produits** », jours avant rupture, date de réassort, **statut couleur** ●●● et profit dormant du stock.

Aperçu · un exemple chiffré

Voici le calculateur rempli sur un produit vendu **19,99 €**. Les lignes « Saisie » sont ce que tu entres ; les « Calcul auto » se remplissent seules.

Élément (par unité)	Valeur	Type
Prix de vente Amazon	19,99 €	Saisie
Coût fournisseur / unité	4,00 €	Saisie
Transport + douane / unité	0,80 €	Saisie
Packaging / unité	0,40 €	Saisie
Frais FBA · traitement	2,90 €	Saisie
Frais FBA · stockage / unité	0,15 €	Saisie
Commission Amazon (15 %)	3,00 €	Calcul auto, $19,99 \times 15 \%$
Coût total / unité	11,25 €	Calcul auto, somme des coûts
Marge produit / unité	8,74 €	Calcul auto, $19,99 - 11,25$
Taux de marge	43,7 %	Calcul auto, $8,74 \div 19,99$
ROI	168 %	Calcul auto, $8,74 \div 5,20$
Décision	✓ GO	taux de marge $\geq 30 \%$ ET ROI $\geq 100 \%$

Le ROI se calcule sur le **coût d'achat rendu** (fournisseur + transport + packaging = $4,00 + 0,80 + 0,40 = 5,20 \text{ €}$) : $8,74 \div 5,20 = 168 \%$. Taux de marge (43,7 %) et ROI (168 %) dépassent les seuils → **feu vert**. Une fois lancé, retire la publicité et l'abonnement pour connaître ta **marge réelle** (tableau du Module 13) : ici $8,74 - 1,80 - 0,40 = 6,54 \text{ €}$, soit un taux de marge de 33 %.

Aperçu · l'onglet suivi produits

Le second onglet suit tes produits en vente. Tu saisis la marge produit (issue du calculateur), le stock et les ventes/jour ; le reste se calcule.

Produit	Marge produit /u	Stock	Ventes /jour	Jours avant rupture	Profit dormant	Statut
Bouteille inox	8,74 €	180	6	30	1 573 €	● OK
Set spatules	4,60 €	60	4	15	276 €	À réassortir

Jours avant rupture = stock ÷ ventes/jour (180 ÷ 6 = 30). Statut : ● > 21 j · ● < 21 j · ● < 10 j. Profit dormant = marge × stock (l'argent « immobilisé » dans tes unités).

★ COMMENT L'UTILISER

Avant **chaque** commande fournisseur : remplis le calculateur avec **tes** vrais chiffres (ceux ci-dessus ne sont qu'un exemple). Si la décision affiche « NON », ne commande pas. Chaque semaine : mets à jour le suivi (stock + ventes/jour) pour ne jamais tomber en rupture.

BONUS 05

50 idées de produits à valider en 2026

Des pistes de recherche par catégorie, avec le « pourquoi » : à passer au crible de la méthode de ce guide avant de te lancer.

! À LIRE AVANT TOUT

Ce ne sont **pas** des « produits gagnants garantis ». Personne ne peut promettre ça, et un produit que des milliers d'acheteurs lanceraient en même temps serait vite saturé. Ce sont des **pistes à valider TOI-MÊME** avec la méthode du Module 5 (BSR, concurrence, marge, Keepa). Considère cette liste comme un point de départ pour ta recherche, jamais comme une décision.

Comment valider chaque idée (rappel express)

1 Demande prouvée

BSR < 50 000 dans la catégorie sur Amazon.fr.

2 Concurrence saine

2 à 10 vendeurs FBA ; Amazon ne vend pas lui-même ; possibilité de se différencier.

3 Marge & logistique

Taux de marge $\geq 30\%$, ROI $\geq 100\%$, < 1 kg, format standard, pas de restriction ni Hazmat.

! CONFORMITÉ • VÉRIFIE AVANT DE CHOISIR

Certaines catégories imposent des **obligations légales** avant la mise en vente : jouets et articles bébé (marquage CE, norme EN 71), produits électriques (CE, DEEE), cosmétiques (règlement CE 1223/2009, notification CPNP), bougies (étiquetage CLP). Et depuis le **GPSR/RSGP**, tout produit vendu dans l'UE doit avoir une **Personne Responsable établie dans l'UE** mentionnée sur le produit ou l'emballage. Si une idée t'attire dans ces catégories, chiffre la conformité *avant* de commander : c'est un coût et un délai à intégrer.

Maison & rangement

Idée	Pourquoi c'est intéressant
Organisateurs de tiroirs modulables	Achat répété, léger, fort potentiel de bundle
Boîtes de rangement sous vide	Problème concret (place), bonne marge
Crochets muraux adhésifs sans perçage	Petit prix d'achat, achat impulsif
Range-câbles / gestion des fils	Tendance télétravail, très léger
Supports à plantes d'intérieur	Déco tendance, différenciation design
Paniers de rangement pliables en tissu	Léger, empilable, cadeau facile

Cuisine

Idée	Pourquoi c'est intéressant
Moules en silicone (pâtisserie)	Consommable, achat répété, léger
Ustensiles spécialisés (dénoyauteur, spiraliseur...)	Niche, peu de gros concurrents
Bouteilles & gourdes isothermes	Fort volume, Private Label facile
Contenants de conservation hermétiques	Achat par lot, bundle possible
Accessoires café (mousseur, tampers)	Communauté passionnée, bonne marge
Planches à découper design	Différenciation par matériau/gravure

Sport & fitness

Idée	Pourquoi c'est intéressant
Bandes de résistance (sets)	Léger, marge élevée, marché large
Accessoires de yoga (sangles, blocs)	Bundle facile, branding porteur
Rouleaux de massage / balles	Récup musculaire, tendance bien-être
Corde à sauter lestée	Petit, viral sur les réseaux
Accessoires de natation	Niche saisonnière, peu saturée
Gants & sangles de musculation	Consommable, achat répété

Beauté & soin

Idée	Pourquoi c'est intéressant
Accessoires cheveux (pinces, bonnets satin)	Petit prix, achat impulsif, répété
Rouleaux de jade / gua sha	Tendance skincare, marge forte
Organisateurs de maquillage	Croisement beauté + rangement
Pinceaux & éponges (sets)	Consommable, bundle naturel
Accessoires manucure à domicile	Marché en croissance

Bébé & enfant

Idée	Pourquoi c'est intéressant
Jouets d'éveil Montessori (bois)	Parents prêts à payer la qualité
Sécurité maison (cache-prises, coins)	Achat par lot, besoin non négociable

Idée	Pourquoi c'est intéressant
Accessoires repas bébé (bavoirs, sets)	Consommable, achat répété
Veilleuses design	Cadeau naissance, différenciation
Jeux éducatifs de voyage	Niche, léger, bonne marge

Animaux

Idée	Pourquoi c'est intéressant
Jouets d'occupation chien/chat	Marché en forte croissance, achat répété
Brosses anti-pois / toilettage	Problème récurrent, bonne marge
Gamelles anti-glouton	Bénéfice santé clair, différenciant
Accessoires promenade (laissez, sacs)	Consommable, bundle possible
Tapis de léchage / enrichissement	Tendance, viral réseaux

Bureau, jardin & voyage

Idée	Pourquoi c'est intéressant
Supports ergonomiques (ordi, dos)	Boom télétravail, bonne marge
Organiseurs de bureau	Bundle, branding facile
Accessoires de jardinage (gants, outils)	Saisonnier, achat par lot
Étiquettes & supports pour plantes	Niche jardinage, léger
Organiseurs de valise (packing cubes)	Voyage, très léger, bundle naturel
Accessoires voyage (trousses, adaptateurs)	Marché large, achat récurrent
Trousses de rangement électronique	Croisement tech + voyage

Bien-être & divers

Idée	Pourquoi c'est intéressant
Diffuseurs d'huiles essentielles	Tendance durable, branding porteur
Accessoires de sommeil (masques, bouchons)	Petit, consommable, bonne marge
Carnets & agendas de productivité	Fort branding, marge élevée
Bougies & accessoires (mèches, éteignoirs)	Consommable, cadeau facile

Idée	Pourquoi c'est intéressant
Accessoires de méditation	Niche fidèle, différenciation

● TA MÉTHODE

Que faire de cette liste

- Choisis 5 idées qui te parlent dans des catégories différentes
- Passe chacune au crible du Module 5 (BSR, concurrence, marge, Keepa)
- Garde les 2–3 qui valident tous les critères
- Contacte les fournisseurs avec les templates du Bonus 2
- Vérifie la rentabilité avec le calculateur du Bonus 4 avant de commander



Ton aventure commence maintenant

Tu as désormais entre les mains le guide Amazon FBA & FBM le plus complet : le cadre administratif, la TVA, le sourcing, la logistique, la marque, les outils, la publicité, la gestion des crises et la vision long terme.

Les connaissances ne manquent plus, seule l'**action** fait la différence. Des milliers de personnes ordinaires vendent sur Amazon et en ont fait une vraie activité, avec des revenus concrets. Elles n'avaient pas plus de talent : elles ont **commencé**.



*« Le meilleur moment pour commencer, c'était hier.
Le deuxième meilleur moment, c'est maintenant. »*

Dans 12 mois, tu pourras regarder en arrière et être fier d'avoir commencé. Bonne réussite !