

Come creare una scheda prodotto su Amazon, o aggiungerti a una esistente

Prima di creare una scheda prodotto su Amazon si cerca nel catalogo: se il prodotto c'è, ti aggiungi all'ASIN esistente. Una pagina nuova serve solo per un articolo nuovo, una nuova versione o un marchio diverso.



Team Punto Zero

AGGIORNATA IL 23 SETTEMBRE 2026 • 6 MIN DI LETTURA

IN QUESTA GUIDA

1. [Distingui la pagina prodotto dall'offerta](#)
2. [Cerca il prodotto nel catalogo prima di tutto](#)
3. [Aggiungi la tua offerta a un ASIN esistente](#)
4. [Crea un prodotto nuovo quando non esiste](#)
5. [Rispetta la regola di una pagina per prodotto](#)
6. [Usa le varianti per taglie, colori e formati](#)
7. [Gli errori che vediamo più spesso](#)
8. [Domande frequenti](#)

Per creare una scheda prodotto su Amazon devi prima capire se il tuo prodotto esiste già nel catalogo. Se esiste, non crei niente: aggiungi la tua offerta all'ASIN che c'è già ¹. Se non esiste, crei un nuovo ASIN, e la pagina che nasce non sarà tua in esclusiva: potranno usarla anche gli altri venditori dello stesso prodotto ².

Distingui la pagina prodotto dall'offerta

Su Amazon ci sono due oggetti diversi che nel linguaggio di tutti i giorni chiamiamo entrambi "scheda". La pagina prodotto descrive l'articolo: titolo, immagini, punti elenco, dati tecnici. È identificata da un codice,

l'ASIN. L'offerta è la tua proposta di vendita su quella pagina: prezzo, condizione, quantità, chi spedisce. La riconosci dallo SKU, che scegli tu.

Chi arriva da un e-commerce proprio sottovaluta quasi sempre la conseguenza: le pagine prodotto non appartengono a un singolo venditore⁻³⁻. Titolo, immagini e dettagli descrivono il prodotto, non chi lo vende, mentre prezzi, promozioni e costi di spedizione si impostano nell'offerta⁻³⁻.

Cerca il prodotto nel catalogo prima di tutto

Il primo passo è sempre una ricerca. Lo strumento Aggiungi prodotti permette di cercare per parole chiave oppure per codice: UPC, EAN, ISBN o ASIN, fino a 1.000 prodotti alla volta⁻⁴⁻. Nella nostra esperienza conviene partire dal codice: le parole chiave restituiscono prodotti simili, il codice restituisce quel prodotto.

Se lo trovi, scegli la condizione (nuovo, usato, da collezione o ricondizionato) e compili solo i dati dell'offerta⁻⁴⁻. Nessun titolo da scrivere, nessuna immagine da caricare.

Controlla però che sia davvero lo stesso prodotto: stesso marchio, stesso modello, stessa confezione, stesso numero di pezzi. Per le confezioni multiple non create dal produttore, Amazon chiede di associarti a una pagina che descriva esattamente quella confezione e, se non esiste, di crearne una nuova con il suo codice univoco⁻¹⁻.

Aggiungi la tua offerta a un ASIN esistente

Quando il prodotto c'è, aggiungerti è l'unica strada consentita. Creare una pagina per un articolo già presente nel catalogo è vietato, anche quando quella pagina esiste solo su un altro negozio Amazon, come amazon.co.uk o amazon.ca⁻²⁻.

Su una pagina condivisa i contenuti non li decidi da solo. Si possono proporre aggiornamenti solo per descrivere meglio l'articolo, e titolo, marchio e produttore si toccano solo per aggiungere dettagli, correggere errori o togliere contenuti che violano le regole⁻²⁻. Se hai più offerte per lo stesso prodotto, i dettagli, compreso il prezzo di listino, devono essere coerenti tra tutte⁻⁴⁻.

Quale venditore finisce nel pulsante di acquisto quando la pagina è condivisa è un altro discorso, che trattiamo nella guida sull'offerta in evidenza.

Crea un prodotto nuovo quando non esiste

Se la ricerca non trova nulla, crei un nuovo ASIN⁻¹⁻. Lo strumento Aggiungi prodotti offre due strade per farlo: gli strumenti di precompilazione oppure un modulo vuoto⁻⁴⁻. La precompilazione parte da un'immagine del prodotto, dall'indirizzo del sito del tuo marchio o dalla copia di un'offerta esistente: Amazon usa l'intelligenza artificiale generativa per riempire nome, descrizione e punti elenco, ed evidenzia in giallo i campi generati perché tu li controlli⁻⁴⁻. Rileggili tutti. Una misura sbagliata scritta con sicurezza da un sistema automatico resta una misura sbagliata, e sulla pagina la firmi tu.

Con il modulo vuoto si parte dal nome dell'articolo, da cui Amazon suggerisce un tipo di prodotto; confermato il tipo, si compilano le sezioni Identità prodotto, Descrizione, Dettagli prodotto, Offerta e Sicurezza e conformità ⁻⁴⁻. Se hai più taglie o colori, è qui che attivi le varianti ⁻⁴⁻.

Serve poi il codice del prodotto. Amazon accetta solo codici GTIN tuoi o che sei autorizzato a usare, acquistati da GS1 o con l'autorizzazione esplicita del titolare del prefisso, e blocca le offerte con GTIN non autorizzati ⁻²⁻. Se il prodotto non ha un codice, per esempio perché è artigianale o a marchio proprio senza codici a barre, puoi chiedere un'esenzione, che però non è ammessa se il prodotto è già nel catalogo ⁻⁵⁻. Tra i requisiti c'è anche l'autorizzazione per la categoria, quando richiesta ⁻⁵⁻. Ne parliamo nelle guide sui codici EAN e GTIN e sulle categorie con approvazione.

Quando carichi l'immagine principale, Amazon la controlla subito: se trova problemi di conformità, non puoi inviare l'offerta finché non li risolvi ⁻⁴⁻. Il titolo, per mettere in vendita un prodotto per la prima volta, non deve superare i 75 caratteri, spazi inclusi ⁻⁶⁻. Le altre regole su titolo, punti elenco e immagini sono nella guida sulle regole della scheda prodotto.

Rispetta la regola di una pagina per prodotto

Il principio è: un articolo, una pagina. Niente doppioni di un articolo che ha già la sua pagina, e pagine nuove solo per articoli nuovi o nuove versioni ⁻²⁻.

Il punto è capire cosa conta come nuova versione. Per Amazon non serve un nuovo ASIN se cambiano solo colore, design o materiale della confezione. Serve invece se il prodotto è sostanzialmente diverso o è venduto con un altro marchio, comprese le versioni con modifiche a colore, dimensioni, materiale, funzioni o nome ⁻²⁻. L'esempio di Amazon è un lettore multimediale il cui telecomando passa da due a quattro pulsanti: è un prodotto diverso e va su un nuovo ASIN ⁻²⁻.

Stesso ragionamento per il marchio. Se vendi con un marchio diverso da quello di un ASIN esistente, o se l'ASIN esistente è generico, non lo modifichi: ne crei uno nuovo ⁻²⁻. E un prodotto generico non si pubblica su un ASIN che riporta un marchio, anche se è identico ⁻²⁻.

Usa le varianti per taglie, colori e formati

Se hai lo stesso prodotto in più taglie, colori o gusti, la soluzione è una famiglia di varianti. C'è un ASIN parent, che non si compra e serve solo a raggruppare, e ci sono gli ASIN child, acquistabili, che differiscono per il tema della variante ⁻⁷⁻. Attributi come marchio, nome del modello e stile devono essere uguali per tutti i child ⁻⁷⁻.

Le varianti non servono a mettere insieme prodotti diversi: una borsa e uno zaino per laptop non stanno nella stessa famiglia, anche se trasportano entrambi un computer ⁻⁷⁻. Aggiungere come variante un modello più recente, o una confezione multipla non creata dal produttore, è una pratica vietata che può costare la sospensione dei privilegi di vendita o di creazione degli ASIN ⁻¹⁻.

Gli errori che vediamo più spesso

Creare una pagina nuova per avere il controllo dei contenuti. Succede a chi rivende un prodotto di marca e trova la pagina esistente scritta male. La pagina nuova è un doppione, e i doppioni sono vietati ⁻²⁻. Se sull'ASIN esistente il marchio o il codice sono sbagliati, la strada indicata da Amazon è il Supporto ai partner di vendita, con le prove ⁻²⁻.

Tenere la vecchia pagina per un prodotto rifatto. Il vecchio modello ha le recensioni, il nuovo no, e la tentazione di cambiare foto e testi è forte. Ma se il prodotto è sostanzialmente diverso serve un nuovo ASIN ⁻²⁻, e rendere una pagina sostanzialmente diversa dal prodotto pubblicato all'inizio è vietato ⁻¹⁻.

Comprare codici EAN da chi non può venderli. I GTIN devono arrivare da GS1 o dal titolare del prefisso ⁻²⁻. Un codice a basso costo di provenienza incerta può portare a un'offerta bloccata, e quel lavoro va rifatto.

Caricare tutto il catalogo nella prima settimana. Amazon limita il numero di nuovi ASIN creabili in una settimana finché l'account non raggiunge un certo volume di vendite, e può restringere la creazione se il catalogo contiene molte offerte che non vendono ⁻¹⁻. La pagina di aiuto cita un limite settimanale di 2.000 ASIN, ma dal testo non si capisce se valga per tutti gli account: se pensi di avvicinarti, chiedi al Supporto ai partner di vendita.

Domande frequenti

Posso vendere su Amazon un prodotto che ha già una scheda?

Sì, aggiungendo la tua offerta all'ASIN esistente ⁻¹⁻. Non puoi creare una seconda pagina ⁻²⁻. Sulla stessa pagina troverai gli altri venditori di quel prodotto.

Posso modificare una scheda prodotto Amazon che non ho creato io?

Puoi proporre aggiornamenti che la rendono più precisa, ma titolo, marchio e produttore si cambiano solo per aggiungere dettagli, correggere errori o togliere contenuti non conformi ⁻²⁻.

Se cambio la confezione devo creare un nuovo ASIN?

No, se cambiano solo colore, design o materiale della confezione. Sì, se cambia in modo sostanziale il prodotto o se cambia il marchio ⁻²⁻.

La scheda creata su Amazon.it vale anche negli altri paesi?

Durante la pubblicazione puoi rendere l'offerta disponibile in altri negozi Amazon; se lì non c'è una pagina, Amazon prova a tradurre automaticamente i tuoi contenuti ⁻⁴⁻. Quella traduzione va riletta, perché le informazioni della pagina devono essere nella lingua del negozio ⁻²⁻.

Fonti

1. [Amazon Seller Central, "Regole per la creazione degli ASIN"](https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G201844590?locale=it-IT) (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G201844590?locale=it-IT>) Consultata il 23 settembre 2026.
2. [Amazon Seller Central, "Regole per le pagine prodotto"](https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G200390640?locale=it-IT) (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G200390640?locale=it-IT>) Consultata il 23 settembre 2026.
3. [Amazon Seller Central, "Vendita su Amazon"](https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G200421970?locale=it-IT) (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G200421970?locale=it-IT>) Consultata il 23 settembre 2026.
4. [Amazon Seller Central, "Aggiungere un prodotto alla volta"](https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G1471?locale=it-IT) (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G1471?locale=it-IT>) Consultata il 23 settembre 2026.
5. [Amazon Seller Central, "Pubblicare prodotti privi di ID prodotto \(UPC, EAN, JAN o ISBN\)"](https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G200426310?locale=it-IT) (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G200426310?locale=it-IT>) Consultata il 23 settembre 2026.
6. [Amazon Seller Central, "Requisiti e linee guida per il titolo del prodotto"](https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/GYTR6SYGFA5E3EQC?locale=it-IT) (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/GYTR6SYGFA5E3EQC?locale=it-IT>) Consultata il 23 settembre 2026.
7. [Amazon Seller Central, "Introduzione alle varianti dei prodotti"](https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/GH3RMVV3ZDYRRQ5S?locale=it-IT) (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/GH3RMVV3ZDYRRQ5S?locale=it-IT>) Consultata il 23 settembre 2026.

Punto Zero Consulting non è affiliata ad Amazon. Le guide seguono l'ordine degli argomenti di Amazon Seller University per aiutarti a orientarti, ma i testi sono nostri: per le regole ufficiali fanno fede le pagine di aiuto di Seller Central citate nelle fonti.