

Termini di ricerca Amazon: limite di 250 byte e cosa non inserire

I termini di ricerca sono parole nascoste che aiutano Amazon a trovare il prodotto. Devono restare sotto i 250 byte, altrimenti nessuno viene indicizzato, e non possono contenere marchi, ASIN o parole offensive.



Team Punto Zero

AGGIORNATA IL 24 SETTEMBRE 2026 · 7 MIN DI LETTURA

IN QUESTA GUIDA

1. [Capisci a cosa servono i termini nascosti](#)
2. [Resta sotto i 250 byte](#)
3. [Scegli le parole che mancano alla pagina](#)
4. [Evita i termini vietati](#)
5. [Inserisci e aggiorna i termini](#)
6. [Gli errori che vediamo più spesso](#)
7. [Domande frequenti](#)

I termini di ricerca di Amazon sono parole che inserisci nell'offerta e che il cliente non vede, ma che aiutano la ricerca di Amazon ad abbinare il tuo prodotto a quello che le persone scrivono ⁻²⁻. Il campo deve restare sotto i 250 byte: se lo superi, nessuno dei termini viene indicizzato ⁻¹⁻. Non può contenere marchi, tuoi o altrui, codici ASIN, parole volgari o offensive, né affermazioni come "nuovo" o "migliore" ⁻¹⁻.

Sono l'ultimo tassello della pagina prodotto, dopo titolo e punti elenco. Se non hai ancora sistemato quelli, parti dalla guida sulle regole della scheda prodotto: i termini nascosti non compensano un titolo scritto male.

Capisci a cosa servono i termini nascosti

Amazon trova i prodotti confrontando le parole cercate dal cliente con le informazioni dell'offerta, come titolo e descrizione ². I termini di ricerca servono a coprire quello che nella pagina visibile non c'è: i sinonimi, i nomi alternativi, le varianti di scrittura. L'esempio della pagina di aiuto è semplice: se vendi cuffie, tra i termini puoi inserire "auricolari" ².

Due precisazioni che conviene avere chiare fin dall'inizio. Amazon può decidere di non usare tutte le parole fornite, per esempio se non sono pertinenti o se sembrano un tentativo di manipolare i risultati ¹. E la pertinenza la stabilisce un modello di apprendimento automatico che cambia nel tempo, quindi un termine accettato oggi potrebbe non esserlo tra qualche mese ¹. Essere indicizzati significa essere idonei a comparire nei risultati, non avere la garanzia di comparire ¹.

Resta sotto i 250 byte

Il limite si misura in byte, non in caratteri, e riguarda sia i nuovi ASIN sia quelli già esistenti ¹. Per le lettere senza accento e le cifre un carattere vale un byte; caratteri come la ä tedesca valgono 2 byte, quelli giapponesi o cinesi 3 o 4 ¹.

La pagina di aiuto non cita le lettere accentate dell'italiano. La à e la è appartengono alla stessa famiglia di caratteri della ä, e con ogni probabilità contano allo stesso modo: se scrivi molte parole accentate, tieniti un margine.

Spazi e punteggiatura non entrano nel conteggio ¹. Le parole vanno comunque separate da spazi, mentre la punteggiatura è ammessa ma sconsigliata ¹.

La conseguenza del superamento è la parte che molti ignorano: non vengono tagliate solo le parole in eccesso, viene ignorato l'intero campo ¹. Il campo di Seller Central ha un contatore che blocca l'inserimento oltre il limite ¹, ma chi carica i dati da file o da un gestionale non ha questa protezione.

Scegli le parole che mancano alla pagina

Le indicazioni di Amazon per compilare il campo sono queste ¹:

- includi sinonimi, abbreviazioni e nomi alternativi;
- includi varianti ortografiche, ma senza errori di ortografia;
- scrivi tutto in minuscolo, separando le parole con uno spazio;
- non ripetere parole;
- usa il singolare o il plurale, non entrambi;
- togli articoli, preposizioni e congiunzioni come "il", "un", "di", "per", "con", "e".

Nel nostro metodo si parte da una domanda: come chiamerebbe questo prodotto qualcuno che non ha mai visto la confezione? Una "borraccia termica" per qualcuno è una "bottiglia termica", per altri un "thermos".

Poi si aggiungono gli usi ("palestra", "scuola", "trekking") e i materiali, se non sono già nel titolo.

Le pagine di Amazon non dicono in modo esplicito se una parola già presente nel titolo vada ripetuta qui. Vietano di ripetere parole dentro il campo ⁻¹⁻, e con uno spazio così ridotto noi preferiamo usarlo per parole nuove.

Evita i termini vietati

La pagina di aiuto elenca i termini che non si possono inserire, e avverte che violare queste regole può portare alla sospensione dell'ASIN e a provvedimenti sull'account ⁻¹⁻, che poi si ritrovano nello stato dell'account:

COSA È VIETATO	ESEMPI INDICATI DA AMAZON
Marchi, compreso il tuo	Apple, Nike, Amazon
Codici ASIN	la pagina non fa esempi
Parole volgari, offensive o ingiuriose	la pagina non fa esempi
Riferimenti temporanei	nuovo, ora in saldo, ultima possibilità, offerta, oggi
Affermazioni soggettive	migliore, più economico, incredibile, il più veloce, di tendenza

Il divieto sul proprio marchio sorprende sempre qualcuno, ma è scritto chiaramente ⁻¹⁻. Il marchio ha già il suo campo nella pagina prodotto.

Attenzione anche a un'incoerenza tra le pagine di Amazon. L'esempio di termini di ricerca "efficaci" che Amazon propone contiene parole come "bambù", "antimicrobica" ed "ecosostenibile" ⁻¹⁻. Nei punti elenco, invece, dichiarazioni come "antimicrobico", "eco-compatibile" e "realizzato in bambù" sono vietate in modo esplicito ⁻⁴⁻. La pagina sui termini di ricerca non dice se quei divieti valgano anche nel campo nascosto. Finché Amazon non lo chiarisce, noi le usiamo solo quando il prodotto ha la documentazione per sostenerle.

Inserisci e aggiorna i termini

Per un singolo prodotto il campo si trova tra le parole chiave dell'offerta, nella pagina Gestisci prodotti; a seconda del modulo si chiama Termini di ricerca, Parole chiave generiche o Chiavi di ricerca ⁻¹⁻²⁻.

Per molti prodotti insieme si scarica il report delle offerte per categoria e si ricarica il file con la funzione di aggiornamento parziale ⁻¹⁻. Se nel tuo account quel report non è attivo, Amazon indica di chiederlo al

Supporto ai partner di vendita ⁻¹⁻.

Qui c'è un'altra incoerenza da segnalare. La pagina sui termini di ricerca spiega che i campi sono stati ridotti da cinque a uno, dopo che in passato si potevano inserire fino a 5.000 byte con molto spam ⁻¹⁻. La pagina sul file inventario dice invece che la maggior parte dei tipi di prodotto supporta fino a cinque campi per i termini di ricerca ⁻³⁻. Le pagine non chiariscono se il limite di 250 byte valga per ciascun campo del file o per il totale. Nel dubbio trattiamo i 250 byte come limite complessivo, che rispetta entrambe le letture.

Gli errori che vediamo più spesso

Il campo pieno di marchi concorrenti. È ancora frequente, soprattutto su cataloghi ereditati da altri. È vietato ⁻¹⁻ e mette a rischio l'ASIN.

Superare il limite con i caricamenti da file. Senza il contatore di Seller Central si sfora senza accorgersene, e un campo troppo lungo non viene indicizzato per niente ⁻¹⁻.

Ripetere il titolo. Copiare nel campo nascosto le parole già visibili occupa spazio senza aggiungere ricerche nuove. Meglio sinonimi e usi.

Le parole con la virgola. Separare i termini con virgole o punti e virgola va contro le indicazioni di Amazon, che chiede spazi ⁻¹⁻.

Domande frequenti

Quanti caratteri possono avere i termini di ricerca su Amazon?

Il limite è in byte, non in caratteri: il campo deve restare sotto i 250 byte ⁻¹⁻. Per lettere senza accento e cifre un carattere vale un byte ⁻¹⁻.

Posso mettere il nome del mio marchio nei termini di ricerca?

No. Il tuo marchio e quelli di altri sono tra i termini vietati ⁻¹⁻.

Cosa succede se supero il limite dei termini di ricerca?

Nessuno dei termini inseriti viene indicizzato ⁻¹⁻.

I clienti vedono i termini di ricerca?

No, restano nascosti e servono solo alla ricerca di Amazon ⁻²⁻.

Fonti

1. Amazon Seller Central, "Usare i termini di ricerca in modo efficace" (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G23501?locale=it-IT>) Consultata il 24 settembre 2026.
2. Amazon Seller Central, "Ottimizzare la visibilità del prodotto" (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G10471?locale=it-IT>) Consultata il 24 settembre 2026.
3. Amazon Seller Central, "Compilare il file inventario" (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G581?locale=it-IT>) Consultata il 24 settembre 2026.
4. Amazon Seller Central, "Requisiti dei punti elenco dei prodotti" (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/GX5L8BF8GLMML6CX?locale=it-IT>) Consultata il 24 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.