

Amazon vuole gestire anche le tue vendite su eBay e Shopify

Seller Central ora collega eBay, Shopify, TikTok e Walmart in un'unica schermata, senza costi aggiuntivi. Funziona solo negli Stati Uniti. Vale la pena capirlo adesso, perché cambia il senso dei contratti che stai firmando con gli integratori.



Dr. Brenno Zuccarello, CEO Punto Zero
29 SETTEMBRE 2026 · 6 MIN DI LETTURA

PUNTO ZERO CONSULTING

Il multicanale dentro Seller Central

95%

dei venditori indipendenti di Amazon vende su più canali

1

il Paese dove la funzione esiste: gli Stati Uniti

Dati dichiarati da Amazon nell'annuncio pubblicato sul proprio sito aziendale, consultato il 30 settembre 2026.



Il multicanale dentro Seller Central – Dati dichiarati da Amazon nell'annuncio pubblicato sul proprio sito aziendale, consultato il 30 settembre 2026.

Amazon ha annunciato che dentro Seller Central si possono collegare gli account di eBay, Shopify, TikTok e Walmart, importare le inserzioni che stanno su quelle piattaforme, vedere tutti gli ordini in un unico elenco

e spedirli da lì, con pochi clic. Senza costi aggiuntivi, e con altri canali annunciati come "in arrivo" ⁻¹⁻. È disponibile soltanto nel negozio statunitense, con una distribuzione graduale nei prossimi mesi ⁻¹⁻.

Quindi oggi, se vendi dall'Italia, non puoi usarlo. Ne scriviamo comunque, e non per curiosità: è una di quelle notizie che cambia le decisioni che prendi adesso, mesi prima di poter toccare la funzione.

Che cosa ha annunciato Amazon

Al lancio il venditore può collegare i propri account sulle quattro piattaforme, importare e collegare le inserzioni che ha fuori da Amazon, vedere vendite e ordini di tutti i canali in un posto solo, e gestire le spedizioni per tutti ⁻¹⁻. La lista è breve e vale la pena leggerla per quello che dice e per quello che non dice: si parla di ordini, inserzioni e spedizioni, non di prezzi sincronizzati né di regole di riassortimento tra canali.

Il numero che Amazon usa per spiegare la mossa è che oltre il 95% dei venditori indipendenti del suo negozio vende anche su altri canali ⁻¹⁻. È una cifra che dice due cose. La prima è che il multicanale non è più un'eccezione da spiegare in consulenza, è la normalità. La seconda è che Amazon lo sa, e ha smesso di far finta che il resto del mondo non esista.

Amazon non sta aprendo una finestra sui concorrenti. Sta provando a diventare il posto da cui si guarda tutto il resto.

Nello stesso periodo Amazon ha portato in Seller Central due strumenti di intelligenza artificiale, Seller Assistant e la cosiddetta esperienza Canvas, che risponde a una domanda scritta in linguaggio naturale costruendo un pannello con grafici e confronti. Anche questi sono partiti altrove: sono disponibili per chi vende negli Stati Uniti e nel Regno Unito, senza costi aggiuntivi, e l'estensione ad altri Paesi e ad altre lingue è annunciata per il corso dell'anno ⁻²⁻.

Perché ce ne occupiamo se non è ancora qui

Perché la maggior parte dei nostri clienti che vende su più canali paga oggi un integratore, cioè un servizio che tiene insieme cataloghi, ordini e magazzino tra Amazon e il resto. Quei contratti si firmano per dodici o ventiquattro mesi, a volte con un costo che cresce in proporzione agli ordini gestiti.

Se una parte di quel lavoro finisce dentro Seller Central e non costa niente, il valore di quei contratti cambia. Non si azzera, e su questo conviene essere precisi invece che entusiasti: quattro canali sono pochi, in Italia i canali che contano includono nomi che nell'elenco non ci sono, e la gestione di listini e stock resta un problema che l'annuncio non dichiara di risolvere. Ma chi sta per impegnarsi a lungo termine dovrebbe almeno sapere che il terreno si sta muovendo.

La nostra lettura

C'è una contropartita in questa comodità, e non è nascosta: per collegare gli altri canali gli devi dare accesso a quei canali. Amazon vedrebbe quanto vendi su eBay, su Shopify, su TikTok, a che prezzo, con che stagionalità. Nessuno di noi ha letto una clausola che dica come quei dati vengono usati sul lato Amazon, e finché non c'è quella clausola la domanda resta aperta.

Diciamo come la pensiamo, dichiarando che è un'opinione e non un fatto documentato. Per un venditore piccolo, con poche referenze e un solo magazzino, avere tutto in una schermata gratis è un guadagno netto di tempo e vale il fastidio. Per chi ha costruito una parte del proprio valore sul canale diretto, cioè su un e-commerce di marca con margini migliori di quelli del marketplace, consegnare ad Amazon la fotografia completa di quel canale è una decisione da prendere con il tempo di pensarci, non spuntando una casella perché la funzione è comoda.

C'è anche un vantaggio strutturale che vediamo, e non riguarda il software. Se la spedizione di ordini di altri canali passa dalla logistica Amazon, il costo unitario della tua logistica scende perché aumenta il volume che ci fai passare. Chi sta valutando se tenere il magazzino in casa o darlo ad Amazon, quel conto lo dovrà rifare. Se non l'hai mai fatto seriamente, si parte da FBA o spedizione in proprio: come scegliere, e i numeri si mettono insieme come nella guida su come calcolare quanto ti resta su ogni vendita.

Cosa faremmo adesso

1. Tira fuori il contratto del tuo integratore e guarda due righe: la durata residua e il preavviso di disdetta. Se scade tra poco, non rinnovare per due anni senza una clausola di uscita.
2. Fai l'elenco dei canali su cui vendi davvero. Se i tuoi volumi stanno su canali che non sono nei quattro annunciati, questa novità per te conta molto meno di quanto sembri.
3. Metti per iscritto, prima che la funzione arrivi, quali dati sei disposto a far vedere ad Amazon. Deciderlo a freddo è diverso da deciderlo davanti a una procedura di collegamento già aperta.
4. Rifai il conto della logistica ipotizzando di far passare da Amazon anche gli ordini degli altri canali, con le tariffe di oggi. Serve a capire se la convenienza esiste per te o solo in teoria.
5. Non aspettare questo strumento per sistemare i dati di catalogo. Qualunque strumento multicanale, di Amazon o di altri, riesce a collegare le inserzioni solo se i codici prodotto sono puliti e uguali su tutti i canali.

Quando arriverà in Europa lo proveremo e ne scriveremo con i numeri veri. Per adesso l'unica cosa che ci sentiamo di dire con certezza è che chi firma oggi un impegno lungo sul multicanale sta scommettendo su un mercato che Amazon ha appena deciso di entrare a occupare.

ARGOMENTI CORRELATI

SELLER CENTRAL

LOGISTICA

Fonti

1. About Amazon, "[Amazon Seller Central now supports multichannel selling across Amazon, eBay, Shopify, TikTok, and Walmart](https://www.aboutamazon.com/news/small-business/amazon-seller-central-multichannel-selling-tools)" (https://www.aboutamazon.com/news/small-business/amazon-seller-central-multichannel-selling-tools) Consultata il 30 settembre 2026.
2. About Amazon, "[Amazon launches Canvas Experience for sellers in U.S. and U.K.](https://www.aboutamazon.com/news/innovation-at-amazon/amazon-sellers-canvas-artificial-intelligence)" (https://www.aboutamazon.com/news/innovation-at-amazon/amazon-sellers-canvas-artificial-intelligence) Consultata il 30 settembre 2026.

