

Votre description du produit

Pour que vos calendriers deviennent des produits commercialisables à succès, il vous faut une description du produit convaincante.

La description du produit comprend outre le titre, **la brève description, le texte publicitaire** et **les mots clés**. Ce sont les informations les plus importantes que nous communiquons à tous les revendeurs en sus des fichiers graphiques et des grilles calendaires. Elles sont le fondement même de la traçabilité et de la visibilité de vos projets.

Accordez par conséquent suffisamment de temps à cette partie.

Elle vous permet d'attirer l'attention d'acheteurs potentiels sur les spécificités et le côté unique de votre œuvre et de susciter leur intérêt.

1. Brève description

Veillez compléter votre description de produit par une phrase courte, claire mais complète (il ne suffit pas de répéter la phrase de titre !). Renoncez aux mots tels que « calendrier », « calendrier mensuel » ou à des données portant sur sa longueur ; ces informations sont fournies automatiquement.

2. Texte publicitaire

La qualité du texte publicitaire de votre produit est tout aussi essentielle au succès commercial que la qualité-même du produit ! Veillez par conséquent le réécrire en un maximum de trois à quatre phrases pertinentes, claires et concises. Décrivez par exemple le contenu de votre projet, son origine et ses particularités. Il s'agit de convaincre vos acheteurs potentiels !

Prenez votre temps pour la formulation de votre texte publicitaire et veillez aux points suivants :

- **Les phrases courtes** : de trop longues phrases ne sont pas idéales, notamment pour la présentation du produit dans les magasins en ligne, car

elles rendent la lecture des acheteurs potentiels plus difficile.

- **L'orthographe et la ponctuation** : assurez-vous que vos textes sont sans erreur. Dans le cas contraire, vous donnez une mauvaise impression aux acheteurs potentiels.
- **Les arguments commerciaux** : convainquez vos acheteurs potentiels avec de bons arguments et rendez-les curieux. Sélectionnez des adjectifs appropriés, positifs. (Par exemple le cadeau idéal pour les amateurs de xxx ; fantastique, formidable, avec amour ; merveilleux ; élégant etc.)

Notez à cet égard que seuls 400 caractères du texte publicitaire peuvent être affichés sur la page PDF de catalogue.

Exemples de textes publicitaires réussis :

- “La vraie beauté des canards colverts se révèle lorsqu'ils sont en vol ou en train de barboter sur un plan d'eau. Dans ce calendrier, je les ai photographiés sur un lac au fil des quatre saisons. La lumière douce permet de mettre en valeur leurs magnifiques couleurs. Ce calendrier est pour tous ceux qui veulent un peu d'élégance et de couleurs sur les murs de la chambre des enfants, dans la cuisine, dans la salle de jeux ou au club-photo.” (Philippe Henry: [Colverts](#))
- „Début des années 1900, les phares des autos fonctionnaient au gaz acétylène. Le klaxon était à air en forme de trompette voir même de serpent comme sur la Léon Bollée. Voici un aperçu en images de ces accessoires d'un autre temps.” (Thierry Planche: [Phares et Klaxon - Les années 1900](#))
- “Avec ses ailes diaphanes, la libellule est une créature du vent. Ses principaux symbolismes sont le renouvellement, la force positive et la puissance de la vie en général. Dans ce calendrier vous trouverez de belles photos de libellules, caloptéryx et agrions, surnommées aussi les demoiselles. Il a fallu beaucoup de patience et d'observation à la

photographe, Beatrice Biewer, pour capturer ces images.” (Beatrice Biewer: [Les Demoiselles](#))

3. Mots-clés

Lorsque vous choisissez des mots-clés, adoptez la démarche suivante :

- Mettez-vous à la place d’une personne intéressée, qu’elle soit vendeuse ou acheteuse : quels mots-clés utiliserait-elle pour chercher un produit comme le vôtre ? Quels sont les mots-clés les plus pertinents pour le décrire ?
- Saisissez **au minimum cinq et au maximum douze mots-clés** et placez les mots-clés principaux en début de liste. Nos catalogues ne peuvent pas afficher plus de douze mots-clés.
- N’utilisez pas de mots-clés généraux, mais choisissez tout de même des mots englobant le plus grand nombre de vos motifs. Ne saisissez pas de mots-clés qui ne décrivent qu’une seule image de votre calendrier. Exemple : pour un calendrier avec des photos de chevaux Lipizzan, parmi lesquelles seul un cheval de haras est visible, les mots-clés « Lipizzan », « chevaux », « sport équestre » ou « école d’équitation espagnole » sont pertinents, tandis que les mots « animaux », « Espagne » et « haras » seraient inappropriés ou trop généraux.
- Évitez toujours le mot « calendrier ». Les détaillants reçoivent automatiquement cette information de notre part.
- Séparez vos mots-clés les uns des autres par une virgule sans espace. D’autres combinaisons sont également possibles : si vous ne séparez pas par une virgule « Le Cap » et « Montagne de la Table » et utilisez le mot-clé « Le Cap Montagne de la table », ceci est considéré comme un seul mot clé.