

FAQ Centric Shoppingfeed

Comprendre Centric Shoppingfeed et préparer son projet

Centric Shoppingfeed peut-il simplifier mes ventes multicanales ?

Oui. Préparez et diffusez votre catalogue sur plusieurs marketplaces et canaux marketing depuis une même plateforme. Centric Shoppingfeed adapte vos données et centralise stocks et commandes selon les connexions utilisées. Nos équipes vous aident à configurer ce fonctionnement pour alléger votre quotidien.

Centric Shoppingfeed est-il une marketplace sur laquelle vendre directement ?

Non. Centric Shoppingfeed connecte votre catalogue aux canaux de vente ; les achats se font sur vos marketplaces ou votre boutique. Vous conservez vos comptes vendeurs et leurs conditions commerciales.

Puis-je faire étudier un lancement avec un petit catalogue ?

Oui. Présentez vos produits, votre statut professionnel et les canaux visés : notre équipe étudie avec vous un démarrage adapté à vos ambitions et à votre budget. Ensemble, nous clarifions les prérequis et éventuels minimums ; chaque marketplace reste décisionnaire de votre admission.

Faut-il déjà avoir un site e-commerce ?

Non, pas nécessairement. Un système de gestion ou un flux produit peut constituer votre source de données. Nos équipes étudient avec vous le parcours sans boutique et les échanges nécessaires pour fiabiliser vos stocks et vos commandes.

Centric Shoppingfeed remplace-t-il mon site, mon ERP ou mon PIM ?

Non. Centric Shoppingfeed complète votre environnement pour diffuser vos données vers les canaux de vente. Nous vous aidons à définir le rôle de chaque outil pour les contenus, prix, stocks, commandes et factures, en lien avec vos interlocuteurs techniques.

Ai-je besoin d'un PIM pour vendre sur les marketplaces avec Centric Shoppingfeed ?

Non. Votre boutique e-commerce ou un flux produit adapté peut alimenter Centric Shoppingfeed sans PIM externe. Nos équipes vous aident à préparer les données et attributs attendus par vos marketplaces. Si vous utilisez déjà un PIM, nous étudions son intégration à votre organisation.

Faut-il vérifier l'admissibilité des produits d'occasion, reconditionnés ou réglementés ?

Oui. Les règles varient selon le produit, le pays et la marketplace. Nos équipes vous aident à identifier les données et justificatifs attendus avant diffusion : la connexion technique ne vaut pas autorisation de vente.

Un projet B2B, de services ou de produits numériques nécessite-t-il une étude spécifique ?

Oui. Tarifs par client, devis, abonnements et livraison numérique demandent un cadrage dédié. Partagez votre parcours de vente : nos équipes en étudient avec vous la faisabilité et les connexions nécessaires, en tenant compte de vos canaux et de vos outils.

Choisir ses marketplaces et ouvrir ses comptes

Centric Shoppingfeed permet-il de vendre sur les grandes marketplaces ?

Oui. Notre réseau comprend notamment Amazon, Cdiscount, Fnac/Darty, eBay et Rakuten. Nos équipes vous guident dans le choix des destinations et vérifient avec vous les pays et les opérations couverts : catalogue, prix, stocks, commandes et expéditions.

Puis-je commencer par une seule marketplace et en ajouter ensuite ?

Oui, sous réserve de l'offre retenue. Nous vous aidons à réussir un premier lancement, puis à préparer votre expansion. Votre interlocuteur précise dans le devis les conditions d'ajout de marketplaces, de pays et de comptes.

L'ouverture de mes comptes vendeurs est-elle distincte de leur connexion ?

Oui. La marketplace décide de votre admission ; Centric Shoppingfeed intervient sur la connexion technique. Dès le départ, notre équipe vous aide à distinguer les démarches auprès du canal et les étapes de connexion, avec un accompagnement défini pour votre projet.

Centric Shoppingfeed peut-il garantir l'acceptation ou réactiver un compte refusé ?

Non. L'acceptation, la suspension et la réactivation relèvent de la marketplace. Notre support vous aide à comprendre les retours techniques et les corrections possibles. La procédure du canal reste indispensable pour tout refus ou blocage de compte.

Dois-je vérifier mon éligibilité avant de vendre à l'international ?

Oui. Nos équipes étudient avec vous votre pays d'établissement, vos destinations, langues, devises et besoins logistiques. Une connexion disponible ne suffit pas à garantir votre admission : vérifiez les conditions vendeurs et les obligations de chaque marché.

Mon projet multicomptes, multimarques ou multiboutiques doit-il être validé ?

Oui. Nous construisons avec vous l'organisation adaptée à vos comptes, sites, marques, pays et stocks. Votre interlocuteur clarifie les limites techniques, les droits d'accès et la facturation, ainsi que les autorisations de multicompte à vérifier auprès des canaux.

Une marketplace utilisant Mirakl est-elle automatiquement compatible ?

Non. Chaque marketplace Mirakl possède ses propres attributs et processus. Communiquez-nous son nom, son pays et les opérations attendues : nos équipes vérifient la connexion exacte avec vous avant votre engagement.

Les besoins propres à chaque canal

Faut-il valider tout le parcours Shopify–Fnac/Darty avant une migration ?

Oui. Notre équipe migration vous accompagne sur l'ensemble du parcours : catalogue, prix, stocks, commandes et suivi d'expédition. À partir de votre configuration actuelle, nous préparons avec vous les tests de reprise des offres pour sécuriser votre transition.

Faut-il distinguer Amazon Seller, Vendor, FBA et FBM ?

Oui. Chaque programme et mode d'expédition implique des échanges différents. Nos équipes vous aident à préciser votre parcours et à vérifier les usages couverts : création ou rattachement des fiches, commandes et stocks.

Puis-je créer une fiche Amazon pour un produit qui n'existe pas encore dans son catalogue ?

Oui. Centric Shoppingfeed permet d'envoyer les données nécessaires à la création d'une nouvelle fiche Amazon. Nos équipes vous accompagnent sur la catégorie, les attributs, les variantes et les identifiants requis, ou l'exemption applicable. Amazon valide la création selon ses règles et vos autorisations.

Dois-je adapter mon catalogue aux exigences de Decathlon ?

Oui. Sport, catégorie, marque, tailles, couleurs, état et images doivent correspondre aux attributs attendus. Nous vous guidons dans la préparation du catalogue et des tests sur quelques références et une commande, pour vérifier les montants et les données utiles à votre gestion.

Puis-je préciser les véhicules compatibles avec mes pièces automobiles sur eBay ?

Oui. Centric Shoppingfeed permet de transmettre l'attribut Ktype, qui identifie les véhicules compatibles avec vos pièces automobiles sur eBay. Nos équipes vous accompagnent pour associer cette donnée au bon champ et contrôler votre publication. Vous présentez ainsi une offre plus précise aux acheteurs.

La connexion Zalando doit-elle être validée pour mon programme exact ?

Oui. Connected Retail et les autres parcours partenaires doivent être examinés séparément. Nos équipes étudient votre pays et votre organisation logistique avec vous pour confirmer la connexion avant de planifier votre lancement ou votre migration.

Mon offre leboncoin doit-elle être vérifiée avant de diffuser des annonces ?

Oui. Nos équipes examinent avec vous votre offre professionnelle, vos catégories, vos établissements et les actions souhaitées : création, modification, retrait ou renouvellement. La diffusion d'annonces et la récupération des commandes doivent être validées séparément.

TikTok Shop, TikTok Ads et les catalogues Meta correspondent-ils à la même connexion ?

Non. Une boutique intégrée et un catalogue publicitaire répondent à des besoins différents. Nous vous aidons à choisir le parcours adapté à votre pays et à votre compte : la compatibilité publicitaire ne confirme pas celle de TikTok Shop ni de Facebook Marketplace pour particuliers.

La connexion à TikTok Shop inclut-elle automatiquement la création de vidéos et la gestion des influenceurs ?

Non. Centric Shoppingfeed vous accompagne dans la préparation et la connexion de vos flux produits à TikTok Shop. La création de vidéos, les partenariats avec des créateurs et l'animation commerciale demandent une organisation marketing distincte. Nos équipes vous aident à définir le périmètre technique pour avancer sereinement avec votre équipe ou votre agence.

Puis-je soumettre une marketplace spécialisée à l'étude ?

Oui. Transmettez son nom, son pays, votre interlocuteur et sa documentation technique. Pour bol, Kaufland, Galaxus, Veepee, Showroomprivé, Vinted, Selency, AbeBooks ou Naturabuy, nos équipes étudient avec vous la disponibilité, le programme vendeur et les éventuels travaux nécessaires.

Connecter sa boutique, son ERP et ses données

Centric Shoppingfeed propose-t-il des connexions aux principaux CMS e-commerce ?

Oui. Des modules sont présentés pour Shopify, PrestaShop, Magento, WooCommerce, BigCommerce et VTEX. Nos équipes vous aident à valider la connexion selon votre version, vos extensions et vos personnalisations, en lien avec votre agence ou vos développeurs.

Toutes les versions de PrestaShop, Magento ou WooCommerce sont-elles automatiquement compatibles ?

Non. La compatibilité dépend de vos versions et des modules qui modifient produits, stocks ou commandes. Notre équipe vous aide à vérifier les prérequis du connecteur et à définir les échanges essentiels à tester après chaque évolution du site.

Faut-il étudier la connexion de mon ERP, comme Odoo, Sage, EBP ou SAP ?

Oui. Éditeur, version, hébergement et données à échanger déterminent la solution : module partenaire, API ou développement. Nos équipes vous orientent vers le parcours adapté et clarifient maintenance, support et coûts. Pour Odoo, la connexion présentée fait notamment intervenir un partenaire.

Un site sur mesure, headless, Wix, Shopware ou Sylius nécessite-t-il une validation technique ?

Oui. Partagez votre documentation et un exemple de données : nos équipes échangent avec vos interlocuteurs techniques pour étudier catalogue, prix, stocks et commandes. Vous identifiez ensemble les automatisations possibles, leur faisabilité et leur coût.

Puis-je connecter mon PIM tout en conservant les stocks et commandes dans mon ERP ?

Oui, sous réserve de valider votre combinaison d'outils. Centric Shoppingfeed présente des intégrations PIM. Nous vous aidons à répartir les contenus, stocks et commandes entre vos outils, puis à définir les identifiants communs et la priorité des mises à jour.

Faut-il valider mon fichier CSV, XML, Excel ou flux personnalisé avant connexion ?

Oui. Fournissez un exemple avec produits, variantes et images : nos équipes vous aident à valider format, livraison, authentification, taille et fréquence pour votre intégration : tous les fichiers et transports ne sont pas interchangeables.

La fusion de plusieurs sources ou fournisseurs nécessite-t-elle des règles précises ?

Oui. Nous vous aidons à définir une clé commune, les priorités de données, le stock retenu et le traitement des doublons. Des tests représentatifs permettent ensuite de valider les possibilités de consolidation et les limites de volume.

Centric Shoppingfeed dispose-t-il d'une API ?

Oui. Une documentation développeur décrit notamment les échanges de commandes, stocks et prix. Notre équipe accompagne vos développeurs dans la compréhension des échanges à prévoir, des droits, des quotas et des notifications pour cadrer votre intégration.

Dois-je confirmer l'accès à un environnement de test avant de développer ?

Oui. Compte de démonstration, sandbox et clés API doivent être validés en amont. Notre équipe vous aide à préparer un petit catalogue et des scénarios utiles, puis à préciser les comptes, données fictives et actions autorisées pendant le test.

La connexion à HubSpot, Salesforce, Klaviyo ou mon service client doit-elle être étudiée ?

Oui. Nos équipes étudient avec vous les données et leur destination pour distinguer connexion directe et transfert via un autre outil. Les champs disponibles dépendent aussi du canal ; une adresse e-mail masquée ne devient pas automatiquement accessible.

Préparer, enrichir et diffuser son catalogue

Dois-je envoyer tout mon catalogue à chaque canal ?

Non. Les fonctions de sélection et les règles produits permettent de préparer un assortiment par canal. Nos équipes vous aident à choisir vos critères : marque, catégorie, fournisseur, prix, disponibilité ou rentabilité. L'effet du filtrage sur la facturation reste à confirmer.

Mes nouveaux produits et mes modifications sont-ils automatiquement transmis aux marketplaces ?

Oui, selon les réglages de chaque canal. Les nouveaux produits éligibles sont récupérés lors de l'actualisation du flux source ; leur diffusion automatique se paramètre par marketplace. Nos équipes vous aident à choisir les produits diffusés et les champs mis à jour, selon vos droits sur les fiches existantes.

Puis-je adapter titres, descriptions et attributs sans modifier mon site ?

Oui. Les règles de transformation permettent d'adapter titres et descriptions à chaque canal sans modifier votre site. Nos équipes vous aident à différencier vos contenus plutôt qu'à recopier systématiquement les mêmes textes. Vous conservez une source cohérente ; cette personnalisation ne garantit pas un classement dans les moteurs de recherche.

Centric Shoppingfeed aide-t-il à gérer catégories, tailles, couleurs et déclinaisons ?

Oui. La plateforme présente des fonctions de gestion des attributs et variantes. Nos équipes vous aident à préparer les correspondances et les tests sur vos produits simples et complexes, pour valider catégories, regroupements et champs obligatoires.

Un SKU interne suffit-il toujours à vendre sur une marketplace ?

Non. Selon le produit et le canal, un EAN, un ISBN ou un ASIN peut être requis. Nos équipes vous aident à identifier les exigences du canal et les éventuelles exemptions à demander avant de préparer votre catalogue.

L’intelligence artificielle peut-elle m’aider à améliorer mes fiches produits ?

Oui. Ailice aide à catégoriser, enrichir et corriger vos données produits pour réduire le travail répétitif. Nos équipes vous guident dans sa prise en main et le contrôle des résultats. Les fonctions accessibles dépendent de l’offre ; certaines restent en bêta.

Les possibilités d’images par canal doivent-elles être vérifiées ?

Oui. Nombre, ordre, fond et variantes dépendent de la destination. Nos équipes vous aident à vérifier les possibilités de sélection, de transformation et d’ajout d’éléments graphiques, puis les tests d’accessibilité et de rendu de vos visuels, canal par canal.

Une correction du flux suffit-elle à garantir l’acceptation d’un produit ?

Non. Notre support vous aide à comprendre l’erreur, à identifier les corrections de données et à contrôler le retour du canal après un nouvel envoi. Vous avancez avec un interlocuteur pour le diagnostic ; la marketplace reste décisionnaire de l’acceptation.

La connexion à Amazon ou Rakuten permet-elle automatiquement de recréer mon catalogue sur mon site ?

Non. La reprise inverse est un projet distinct. Nos équipes vous aident à étudier les données récupérables, les droits sur les contenus, les variantes et les images, notamment pour distinguer téléchargement dans la médiathèque et simple lien vers une image.

Les produits personnalisables, lots et bundles demandent-ils une validation spécifique ?

Oui. Nos équipes étudient avec vous composants, identifiants, options, règles de stock et informations saisies par l’acheteur. La compatibilité catalogue ne garantit pas la reprise automatique des données de personnalisation dans les commandes.

Puis-je envoyer un flux à un revendeur ou à un partenaire spécifique ?

Oui. Centric Shoppingfeed présente des flux personnalisés pour les partenaires. Nous vous aidons à définir assortiment, champs et transformations, puis à valider avec votre partenaire le format, la livraison et la fréquence de mise à jour.

Piloter les prix et les stocks

Puis-je appliquer des prix différents selon la marketplace ou le pays ?

Oui. Vous pouvez adapter vos prix à chaque canal avec des règles de majoration, de promotion et de marge, ou utiliser des champs de prix distincts dans votre flux source. Nos équipes vous aident à associer chaque champ au bon canal et à contrôler frais, devises et montants diffusés.

Faut-il paramétrer séparément les prix HT, TTC et les taux de TVA ?

Oui. Nos équipes vous accompagnent dans le paramétrage technique et les tests des montants : produits, remises, port et total de commande. Votre conseiller fiscal valide les règles applicables ; un taux uniforme ne convient pas à tous les produits.

Puis-je ajuster mes prix en fonction de mes concurrents ?

Oui, selon le canal et les données disponibles. Centric Shoppingfeed présente le suivi des prix et le repricing ; Benchmark Pricing est proposé sur devis. Nous vous aidons à définir vos limites de prix et de marge, puis à choisir les options et la fréquence d’ajustement adaptées.

Puis-je conserver Shopify, mon ERP ou mon logiciel de caisse comme référence pour mes stocks ?

Oui, selon votre configuration. Centric Shoppingfeed s'appuie sur la source de stock connectée pour alimenter vos canaux. Nos équipes vérifient avec vous le circuit entre caisse, boutique, ERP et marketplaces, notamment la déduction des ventes, pour préserver une référence cohérente et éviter les mises à jour contradictoires.

Les stocks, prix, contenus et commandes sont-ils tous synchronisés à la même fréquence ?

Non. L'actualisation du flux source, les envois de stocks, prix et contenus, et l'import des commandes suivent des cycles distincts. Le flux source s'actualise par défaut toutes les 6 h, jusqu'à 15 minutes selon l'offre ; certaines connexions API accélèrent les stocks. Nos équipes précisent les délais et réglages de votre configuration.

Puis-je réduire le risque de vendre un produit déjà épuisé ?

Oui. Un stock tampon et une synchronisation bien cadrée aident à limiter la survente. Nos équipes vous aident à cadrer les délais et les tests de commandes simultanées ou de passage à zéro, surtout pour les pièces uniques. Le risque ne disparaît pas totalement.

Un projet avec plusieurs entrepôts, magasins ou stocks externalisés doit-il être cadré ?

Oui. Nos équipes vous aident à distinguer stocks partagés, réservés et séparés, puis à valider les mouvements et l'affectation des commandes. Nous cadrons les échanges avec vos interlocuteurs logistiques, notamment pour une logistique marketplace ou un 3PL.

Mettre le stock à zéro revient-il toujours à supprimer une offre ?

Non. Stock nul, désactivation, suppression et exclusion du flux produisent des effets différents selon le canal. Notre support vous aide à choisir l'action adaptée et à vérifier le retrait puis la remise en vente pour limiter les doublons.

Centraliser les commandes, les livraisons et les retours

Puis-je récupérer les commandes des marketplaces dans ma boutique ou mon ERP ?

Oui, selon votre connecteur et votre système de destination. La centralisation des commandes facilite leur traitement. Avant le lancement, nos équipes vous guident dans les tests d'une commande représentative : références, quantités, remises, taxes, frais de port et statuts.

Puis-je identifier la marketplace d'origine de chaque commande dans mon ERP ou chez mon logisticien ?

Oui, sous réserve que votre intégration transmette cette information. Nos équipes vous aident à relier le canal d'origine et la référence marketplace aux champs de votre ERP ou de votre outil logistique. Une commande test permet de vérifier leur présence et leur exploitation avant le lancement.

Le retour des suivis et statuts d'expédition doit-il être validé par connexion ?

Oui. Nos équipes vous aident à vérifier la source du suivi, le code transporteur et le déclenchement de l'envoi. Ensemble, nous cadrons les tests, y compris les colis multiples, pour contrôler les informations reçues par la marketplace.

Puis-je définir des frais, délais et zones de livraison différents selon mes produits et mes canaux ?

Oui, selon les possibilités de chaque marketplace. Nos équipes vous accompagnent dans le paramétrage des grilles, transporteurs et délais, ainsi que des zones desservies ou exclues. Certaines règles se définissent dans votre compte vendeur, puis s'associent aux produits depuis Centric Shoppingfeed.

La connexion de mon logisticien, WMS ou outil d'expédition nécessite-t-elle une étude ?

Oui. Nous étudions avec vous les échanges attendus : commandes, stocks, expéditions et retours. Avec Shippingbo, Octopia ou un autre prestataire, interfaces, responsabilités et édition des étiquettes doivent être confirmées.

Puis-je faire expédier mes commandes Shopify par Amazon ?

Oui, avec un dispositif dédié comme Amazon Multi-Channel Fulfillment (MCF), selon votre éligibilité. La connexion à Amazon pour vendre sur sa marketplace ne suffit pas à activer ce service. Nos équipes vous aident à cadrer les échanges nécessaires avec Shopify et votre solution logistique.

Faut-il tester le routage automatique entre fournisseurs ou entrepôts ?

Oui. Nos équipes vous aident à définir les critères de stock, pays, poids ou fournisseur et leurs priorités. La disponibilité du routage doit être confirmée et ses règles testées sur les paniers mixtes, ruptures et expéditions partielles.

Une connexion catalogue suffit-elle pour valider un projet de dropshipping ou d'impression à la demande ?

Non. Vérifiez aussi disponibilité fournisseur, délais, commandes, statuts et retours, ainsi que l'acceptation du modèle par les canaux. Centric Shoppingfeed ne remplace pas votre fournisseur et ne garantit pas ses délais.

L'import des commandes garantit-il la synchronisation des retours et remboursements ?

Non. Annulations, remboursements et retours doivent être validés séparément par connexion. Notre équipe vous aide à préciser le point de départ de chaque action et les tests des cas partiels, pour vérifier le résultat dans vos outils.

La transmission des commandes automatise-t-elle forcément mes factures et avoirs ?

Non. Génération, dépôt et export sont des fonctions distinctes à confirmer. Précisez logiciel émetteur et destinataire, puis vérifiez numérotation, taxes et avoirs : un bon de commande ou un PDF ne vaut pas automatiquement facture conforme.

Le transfert vers Sage, EBP ou ma comptabilité nécessite-t-il un cadrage spécifique ?

Oui. Nos équipes cadrent avec vos interlocuteurs techniques et comptables les données, formats et échanges nécessaires. Vous validez ensemble le connecteur ou l'export, le traitement des frais, taxes, remises et remboursements, ainsi que le rapprochement des commandes, encaissements et commissions.

Ai-je automatiquement accès à toutes les coordonnées et adresses e-mail des clients ?

Non. Chaque canal fixe les données accessibles. Vérifiez les champs utiles à la livraison et au service client ; les adresses masquées et les usages marketing nécessitent un examen distinct.

Gérer le service client et mesurer les résultats

Puis-je centraliser les messages reçus sur les marketplaces ?

Oui. Dialog hub rassemble les conversations marketplace pour faciliter leur organisation et leur suivi. Nos équipes vous aident à vérifier les canaux, pièces jointes, données de commande et historiques accessibles, ainsi que les actions restant dans l'interface du canal.

Puis-je utiliser Dialog hub sans changer mon gestionnaire de flux ?

Oui. Dialog hub est présenté comme utilisable indépendamment. Notre équipe vous aide à valider les canaux, accès, prérequis et conditions commerciales pour centraliser votre messagerie tout en conservant votre organisation des flux.

Dois-je confirmer les fonctions de traduction, d'automatisation et de connexion helpdesk ?

Oui. Nos équipes examinent vos usages : modèles, traduction, affectation, notifications ou transfert. Nous clarifions avec vous disponibilité, langues et droits ; conservez un contrôle adapté pour les réponses sensibles et les exceptions.

Le chiffre d'affaires suffit-il à mesurer ma rentabilité par canal ou produit ?

Non. Ajoutez coûts produits, commissions, acquisition, livraison et remboursements. Notre équipe vous présente les rapports et exports adaptés à vos besoins : les indicateurs disponibles et les données importables doivent être confirmés.

La prévision des ruptures et le réapprovisionnement automatique sont-ils acquis dans mon offre ?

Non, pas sans validation. La prévision de stocks est présentée en bêta. Distinguez alerte, recommandation et commande fournisseur automatique, puis vérifiez disponibilité, historiques requis, délais fournisseurs et règles de stock.

Diffuser ses produits sur les canaux marketing

Puis-je utiliser Centric Shoppingfeed uniquement pour mes flux publicitaires ?

Oui, sous réserve de l'offre retenue. Centric Shoppingfeed présente la préparation et la diffusion de catalogues vers les canaux marketing. Nos équipes vous aident à cadrer les destinations, les volumes et l'accompagnement adaptés à votre projet publicitaire.

Un flux publicitaire inclut-il automatiquement la gestion de mes campagnes ?

Non. Le flux alimente la plateforme en données produits. Ciblage, enchères, créations et budget relèvent de la gestion des campagnes ; nous clarifions avec vous les services inclus et le rôle de votre équipe ou agence.

Centric Shoppingfeed peut-il corriger les refus dans Google Merchant Center ?

Oui, pour les refus liés à des données de flux corrigibles. Notre support vous accompagne dans le diagnostic et les corrections : prix, image ou information manquante. Les problèmes de site ou de compte demandent un traitement distinct ; Google décide de la levée du refus ou de la suspension.

Faut-il préparer un flux cohérent pour chaque langue, devise et marché ?

Oui. Produits, prix, devises et URL doivent correspondre à ce que l'acheteur voit sur votre site. Avec Shopify Markets ou votre CMS, nos équipes vous aident à valider la reprise des données localisées et l'organisation des flux.

Puis-je alimenter des comparateurs, l'affiliation ou un moteur de recherche interne ?

Oui, via les canaux couverts ou un flux personnalisé adapté. Nos équipes vous aident à valider destinataire, format et fréquence. Idealo, Kelkoo, affiliation ou Doofinder doivent être vérifiés individuellement : un flux personnalisé ne signifie pas connexion native.

La promotion des stocks de mes magasins demande-t-elle un paramétrage spécifique ?

Oui. Nos équipes vous aident à relier produits, magasins, stocks et localisations, puis à valider le parcours local visé, notamment Google LIA, ainsi que la qualité et la fréquence des données.

Puis-je mesurer l'effet des optimisations du flux sur mes campagnes ?

Oui. Comparez une situation de départ et un groupe de produits pertinent en suivant vos indicateurs. Tenez compte du budget, des enchères, de la saisonnalité et des stocks ; cette méthode ne suppose pas une fonction native de test A/B.

Migrer et lancer son projet

Puis-je préparer une migration depuis Lengow, Channable, BeezUP ou un autre prestataire ?

Oui. Notre équipe dédiée à la migration examine avec vous canaux, comptes, données, règles et interfaces logistiques, puis les rapproche du périmètre Centric Shoppingfeed. Nous préparons ensemble les tests et la bascule, avec un périmètre d'accompagnement et des frais clarifiés dès le départ.

Puis-je connecter mes annonces Amazon et eBay existantes sans les recréer ?

Oui, lorsque vos produits et identifiants permettent le rattachement. Nos équipes vous accompagnent pour vérifier les SKU, les ASIN Amazon ou les identifiants d'annonces eBay et les variantes. Nous préparons cette reprise avant les nouveaux envois pour limiter les doublons et conserver les annonces compatibles.

La migration garantit-elle la conservation de toutes mes fiches, identifiants et historiques ?

Non. Notre équipe migration distingue avec vous les données détenues par la marketplace et par l'ancien outil. Nous vous aidons à vérifier les correspondances de SKU, offres existantes, avis, historiques et paramètres réellement récupérables.

Puis-je limiter les doublons et interruptions pendant la migration ?

Oui. Notre équipe migration vous guide dans les tests des offres, commandes et stocks et dans la répartition des mises à jour entre outils. Des contrôles et un retour en arrière préparé réduisent les risques, sans garantir une bascule sans incident.

Puis-je changer de CMS en même temps que de gestionnaire de flux ?

Oui. Nos équipes coordonnent avec vos interlocuteurs le volet flux et ses tests : nouveau site, identifiants produits, modules et commandes. Le contrat doit distinguer la migration du CMS de celle des connexions aux canaux.

Puis-je migrer rapidement depuis un concurrent vers Centric Shoppingfeed ?

Oui. Les migrations vers Centric Shoppingfeed se font en 48 h en moyenne. Notre équipe dédiée aux migrations depuis les solutions concurrentes vous accompagne dans cette transition. C'est un savoir-faire au cœur de notre activité : 80 % de nos clients viennent de la concurrence.

Puis-je lancer une nouvelle marketplace avec l'aide de vos équipes et un calendrier défini ?

Oui. Nous construisons avec vous les étapes du lancement : prérequis vendeur, préparation du catalogue, paramétrage et tests. Le calendrier dépend de la qualité des données et des validations du canal. Les 48 h moyennes de migration ne constituent pas un délai garanti d'ouverture d'une nouvelle marketplace.

Dois-je préparer des informations avant une démonstration ou un devis ?

Oui. Indiquez source du catalogue, produits et variantes, canaux, pays, commandes, outils, priorités et échéance. Notre équipe s'appuie sur quelques références et un exemple de flux pour vous proposer un échange concret, centré sur vos besoins. Réservez les accès sensibles au canal sécurisé convenu.

Puis-je bénéficier d'un accompagnement au lancement et au suivi ?

Oui. Dès les premiers échanges et dans votre utilisation quotidienne, nos équipes vous apportent un accompagnement technique et stratégique. Paramétrage, prise en main, résolution des erreurs et évolution de vos canaux : vous savez vers qui vous tourner. Nous précisons ensemble les prestations et engagements de service de votre offre.

Puis-je démarrer sans développeur et être accompagné dans la prise en main ?

Oui, pour les configurations standard couvertes par nos connecteurs. Nos équipes vous guident dans le paramétrage et la prise en main, selon l'accompagnement prévu dans votre offre. Pour un ERP personnalisé ou un besoin spécifique, nous identifions dès le départ les interventions de votre agence ou de vos développeurs.

Comprendre les tarifs et le contrat

Dois-je demander un devis adapté pour connaître le coût de mon projet ?

Oui. Votre interlocuteur construit avec vous une proposition précisant abonnement, installation, options et accompagnement. Demandez le détail de l'abonnement et le comptage des produits, canaux, pays et comptes vendeurs. Si un tarif affiché diffère du montant demandé à l'activation, notre équipe vous explique l'offre et les options concernées avant validation.

Dois-je vérifier si les produits importés ou diffusés servent au calcul du tarif ?

Oui. Notre équipe vous explique le comptage des produits, variantes, références ou offres. Si vous ne diffusez qu'une partie du catalogue, nous clarifions le calcul avec un exemple chiffré : le filtrage ne permet pas de déduire la règle de facturation.

Dois-je vérifier les commissions et les éventuels frais par commande ?

Oui. Votre interlocuteur vous aide à distinguer coûts fixes, coûts variables, seuils et traitement des annulations ou remboursements. Séparez les frais Centric Shoppingfeed de ceux des marketplaces et prestataires ; aucune absence de commission ne doit être présumée.

Dois-je distinguer abonnement Centric Shoppingfeed, frais marketplace et budget publicitaire ?

Oui. Nous vous aidons à distinguer logiciel, comptes et commissions, publicité, logistique et agence. Le devis doit préciser les inclusions et qui facture chaque poste, pour comparer votre budget à périmètre équivalent.

Une démonstration signifie-t-elle un essai gratuit ou une offre sans engagement ?

Non. Notre équipe vous explique les modalités d'évaluation ainsi que la durée, le paiement mensuel éventuel, le renouvellement et la résiliation. Les conditions applicables figurent dans votre proposition et votre contrat.

Puis-je demander un premier échange par e-mail pour estimer mon projet ?

Oui. Envoyez un descriptif précis et indiquez votre préférence pour l'écrit. Notre équipe reprend avec vous les points utiles à l'estimation et vous explique les prochaines étapes du devis. N'incluez ni mot de passe ni clé API.

Dois-je comparer Centric Shoppingfeed et mon outil actuel à périmètre équivalent ?

Oui. Nos équipes vous aident à comparer canaux, pays, volumes, opérations, support, migration et options. Testez vos usages indispensables et incluez le temps de gestion restant à votre équipe : le coût total compte autant que l'abonnement.

Agences, accompagnement et sécurité

Mon agence peut-elle gérer plusieurs clients avec Centric Shoppingfeed ?

Oui. Le programme agences présente une gestion multicomptes, de la formation et un accompagnement dédié. Notre équipe vous accompagne pour organiser les accès de vos collaborateurs et clients, clarifier les responsabilités et préciser la facturation et le support.

Un partenariat agence inclut-il automatiquement apport d'affaires, revente ou marque blanche ?

Non. Ces modèles ont des conditions distinctes. Notre équipe partenariats étudie avec vous votre activité, la rémunération, les responsabilités et l'usage de la marque ; le programme agences ne suffit pas à garantir chaque formule.

Une marketplace ou un éditeur peut-il proposer un projet d'intégration ?

Oui. Présentez votre service, vos pays, les marchands concernés et vos interfaces. Notre équipe partenariats étudie avec vous les données, les contraintes, la faisabilité, la maintenance et le partenariat avant d'annoncer une disponibilité.

Centric Shoppingfeed présente-t-il des dispositifs de sécurité pour les entreprises ?

Oui. Le site mentionne le SSO et des serveurs hébergés chez AWS à Paris. Nos équipes vous orientent vers les documents utiles à votre évaluation et échangent avec vos interlocuteurs sur les habilitations, les données et les garanties incluses dans votre offre.

Puis-je obtenir de l'aide si je suis déjà client ?

Oui. Nos experts vous accompagnent via un système de tickets accessible 24 h/24, 7 j/7, avec un traitement annoncé sous 6 heures ouvrées maximum. Ce délai ne garantit pas la résolution de tout incident. Votre interlocuteur précise les modalités de votre offre ; notre centre d'aide complète cet accompagnement.

Dois-je vérifier une offre ou un message suspect auprès de Centric Shoppingfeed ?

Oui. Reprenez contact via les coordonnées du site officiel, sans utiliser celles du message suspect. Ne transmettez mot de passe, clé API ou paiement pour une prétendue mission avant d'en avoir vérifié l'origine.

L’intelligence artificielle au service de votre croissance

Moins de temps à préparer vos flux, plus de temps pour développer vos ventes. Avec Ailice et les connexions aux assistants IA, Centric Shoppingfeed ouvre de nouvelles possibilités pour exploiter votre catalogue et simplifier le quotidien de votre équipe.

Ailice peut-elle simplifier mon quotidien e-commerce ?

Oui. L’IA de Centric Shoppingfeed aide à catégoriser vos produits, enrichir vos données et traiter les erreurs de flux. Nos équipes vous aident à repérer les usages utiles à votre activité et à prendre en main ces fonctions : moins de tâches répétitives, plus de temps pour développer vos ventes.

Puis-je gagner du temps lors du lancement d’un nouveau canal grâce à l’IA ?

Oui. La catégorisation automatique d’Ailice vise à alléger le classement manuel des produits. Nous vous aidons à évaluer le gain sur votre catalogue : temps de préparation, corrections nécessaires et délai de mise en ligne.

L’IA peut-elle m’aider à débloquer des produits refusés ?

Oui. Ailice aide à repérer les écarts de données et propose des corrections pour lever certains freins à la diffusion. Notre support vous aide à comprendre les retours et à évaluer les corrections. L’acceptation reste du ressort du canal ; les refus liés au compte vendeur ou au produit demandent un traitement distinct.

L’IA peut-elle améliorer les données de mes campagnes Google, Instagram ou TikTok ?

Oui. Ailice propose d’enrichir les données destinées aux canaux publicitaires. Nos équipes vous guident pour comparer vos fiches avant et après et contrôler leur exactitude. De meilleures données soutiennent vos campagnes ; leur rentabilité reste à piloter.

Mon équipe garde-t-elle la main ?

Oui. Vous gardez la main grâce à notre interface « Quality Check », une approche rare dans notre industrie. Nos équipes vous accompagnent dans sa prise en main pour vérifier la qualité des informations produits et profiter de l’automatisation tout en conservant le contrôle humain.

Ailice s’appuie-t-elle sur les informations publiques de mon catalogue ?

Oui. C’est ce qu’indique sa présentation pour l’entraînement. Nos équipes vous aident à clarifier les données traitées, leur conservation et les prestataires sollicités. Pour un assistant externe, examinez séparément ses conditions et les autorisations que vous lui accordez.

Puis-je interroger mes données Centric Shoppingfeed depuis ChatGPT ou Claude ?

Oui, sous réserve de l’activation et des accès disponibles sur votre compte. Centric Shoppingfeed a annoncé une connexion via MCP pour interroger des données autorisées en langage courant : diagnostic de commandes, suivi d’expédition ou comparaison des canaux. Notre équipe vous aide à vérifier les accès et les actions disponibles pour votre usage.

Centric Shoppingfeed peut-il préparer mes produits pour la découverte par les IA ?

Oui. Centric Shoppingfeed présente des flux structurés pour les moteurs de réponse, notamment ChatGPT : une approche appelée GEO. Nos équipes vous aident à préparer votre catalogue et à vérifier son éligibilité et sa diffusion. Cela ne garantit ni recommandation ni positionnement.

Toutes les fonctions IA sont-elles disponibles et incluses dans l'offre ?

Non, pas systématiquement. Votre interlocuteur clarifie avec vous les fonctions, canaux, volumes et tarifs de votre proposition. L'optimisation SEO marketplace et la prévision de stocks sont présentées en bêta : demandez une démonstration des usages réellement accessibles à votre équipe.

Puis-je évaluer concrètement l'apport de l'IA sur mon catalogue ?

Oui. Demandez une démonstration avec quelques produits et une difficulté réelle : catégories, données incomplètes ou erreurs récurrentes. Notre équipe vous guide jusqu'au résultat et vous aide à mesurer le temps de traitement, les corrections manuelles et l'acceptation par le canal.

Découvrez ce que l'IA peut changer dans votre quotidien e-commerce. Demandez une démonstration centrée sur vos produits, vos canaux et vos priorités.