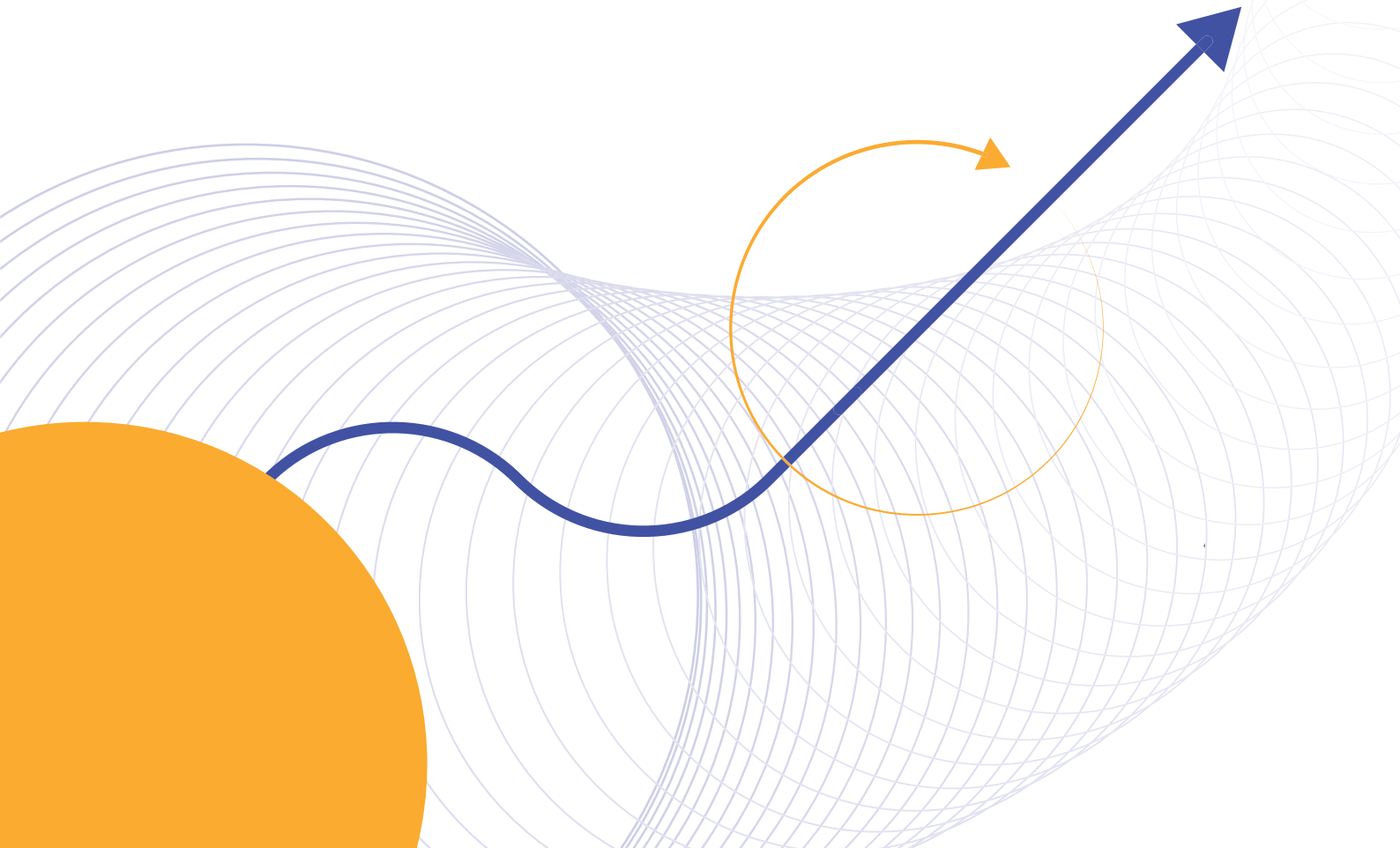
nethansa

eBook

Sprzedaż na Amazon:

wiedza na start

Dane, które musisz znać, aby stworzyć skuteczną strategię sprzedaży wielokanałowej 2022-2025.



Nethansie

Nethansa oferuje kompletne rozwiązania do zwiększania zysków na Amazonie i Kaufland.de. Nasza autorska platforma i strategiczne wsparcie ekspertów to połączenie, które pomoże Ci wycisnąć maksimum możliwości ze sprzedaży za pośrednictwem marketplace'ów. Naszą misją jest zwiększanie zysków firm na najbardziej znaczących platformach handlowych w Europie. W ciągu ostatnich miesięcy, wygenerowaliśmy ponad 500 mln złotych obrotów dla naszych klientów.

nethansa

Współpracują z nami ambitne firmy, chcące osiągnąć sukces nie tylko w Polsce, ale również w Europie. Obsługujemy przede wszystkim duże spółki, w tym giełdowe, m.in. SFD i Wojas. Nie zapominamy również o małych i średnich firmach. Specjalnie dla nich rozwijamy naszą ofertę o dedykowane usługi do zwiększania marżowości na Amazon i Kaufland.de.

Poznaj nasze usługi

eBooku

Raport powstał w celu pokazania potencjału platformy Amazon w kontekście budowania strategii sprzedaży wielokanałowej na lata 2022-2025. W opracowaniu znajdują się dane ze źródeł takich jak Statista, Marketplace Pulse, Jungle Scout, BigCommerce i opracowania własne.

Co znajdziesz **w środku?**

1 **Amazon na tle globalnych marketplace'ów**

- Wartość brutto Marketplace (GMV = Gross Marketplace Value)
- Liczba wizyt

2 **Amazon w liczbach**

3 **Popularność platformy Amazon w USA i Europie**

- Liczba wizyt
- TOP 3 kraje - sprzedaż netto

4 **Sprzedawcy na Amazon**

- Podział ogólny
- Aktywni sprzedawcy w Europie
- Metody realizacji zamówień
- TOP kategorie na Amazon

5 **Dobre praktyki w prowadzeniu sprzedaży na Amazon**

6 **Jak zacząć i skalować sprzedaż na Amazon**

Amazon na tle innych globalnych marketplace'ów

Wartość brutto Marketplace (GMV = Gross Marketplace Value)

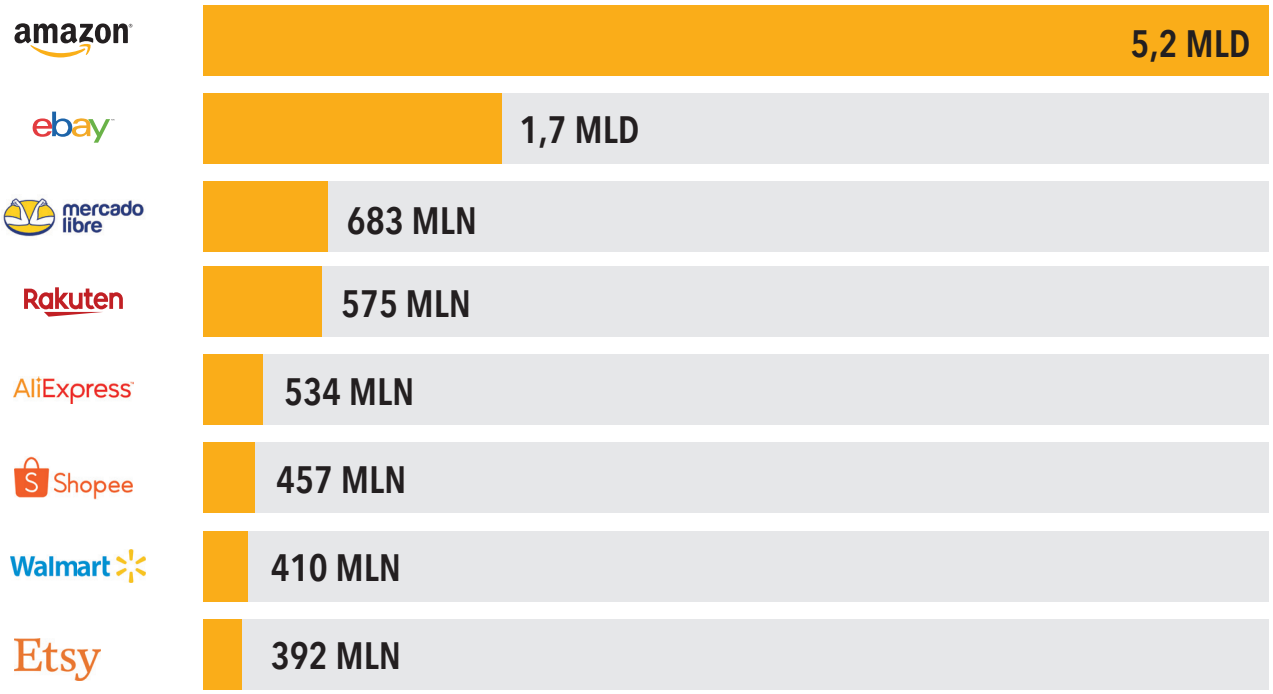
Wyniki badań Marketplace Pulse pokazują, że Amazon jest największą i najbardziej perspektywiczną platformą marketplace na świecie. Ma krytyczną pozycję w tej branży i stale rozwija biznes o nowe rynki, takie jak chociażby Szwecja czy Niderlandy. Wśród globalnych graczy, na przegranych pozycjach znajdują się eBay oraz Wish. Pierwszy z nich, choć jest drugim największym marketplace'm, według ekspertów od dawna się nie rozwija. Natomiast w Wish zarejestrowani są w większości handlowcy z Chin, którzy notują niewielkie obroty.

Wśród platform, które warto wziąć pod uwagę przy planowaniu przyszłej strategii jest Walmart. Platforma ta zanotowała dynamiczny wzrost i ma spore szanse na dalszy sukces z uwagi na ciągle rozwijane możliwości reklamowe. Co ciekawe, Google Shopping, który jeszcze rok temu uznawany był za platformę z przyszłościowym potencjałem, w obecnym zestawieniu nie został uwzględniony jako platforma godna uwagi sprzedających.

Gross Merchandise Value to termin używany w handlu detalicznym online do określenia całkowitej wartości sprzedaży w dolarach amerykańskich, dla towarów sprzedawanych na danym rynku, w określonych ramach czasowych.

Popularność wybranych marketplace'ów

Amazon, eBay oraz Mercado libre to trzy najpopularniejsze, światowe marketplace'y pod względem liczby wizyt. Pierwsza z wymienionych platform wyraźnie wyprzedza swoich konkurentów. W stosunku do kolejnego gracza - eBaya, Amazon ma o bagatela 3,5 miliarda wizyt więcej.



Źródło: Webretailer. Dane z kwietnia 2021. Analiza zawiera dane w ujęciu łącznym ze wszystkich rynków, na których operują wybrane marketplace'y.

Amazon.com ma ponad
300 milionów
aktywnych użytkowników.

To 8x więcej niż cała populacja Polski!

Amazon w liczbach

1.5 BLN $

Kapitalizacja rynkowa Amazon.com (styczeń 2022).
Spółka Jeffa Bezosa zwiększyła swoją kapitalizację rynkową o prawie 2 miliardy dolarów.

110 MLD $

Przychody Amazon (01.07.2021 - 30.09.2021).
W III kwartale 2021 roku przychody giganta sprzedażowego wzrosły o ponad 44% rok do roku.

12 MLD $

Sprzedaż podczas Prime Day 2021.
Podczas Prime Day Amazon sprzedał towary o wartości 12 mld $, co stanowi wzrost o około 15% w porównaniu do 10,4 mld $ w roku 2020.

353 MLN

Szacunkowa liczba produktów na Amazon.

200 MLN

Liczba członków Amazon Prime.

Źródła: Ycharts, Statista.

6,4 miliona

liczba sprzedawców na Amazon

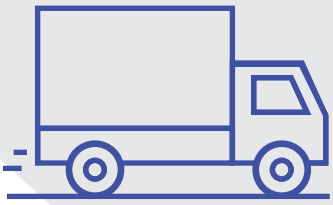
W pierwszym kwartale 2021 roku do amazon dołączyło 295 000 nowych sprzedawców.

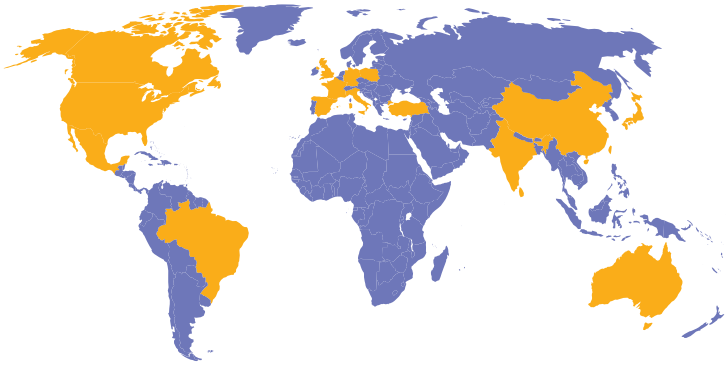
295 tys nowych sprzedawców to w przybliżeniu:

nowych sprzedawców w pierwszym kwartale 2021

88%

konsumentów wskazało, że darmowa dostawa jest głównym czynnikiem decydującym o zakupie za pośrednictwem Amazon.





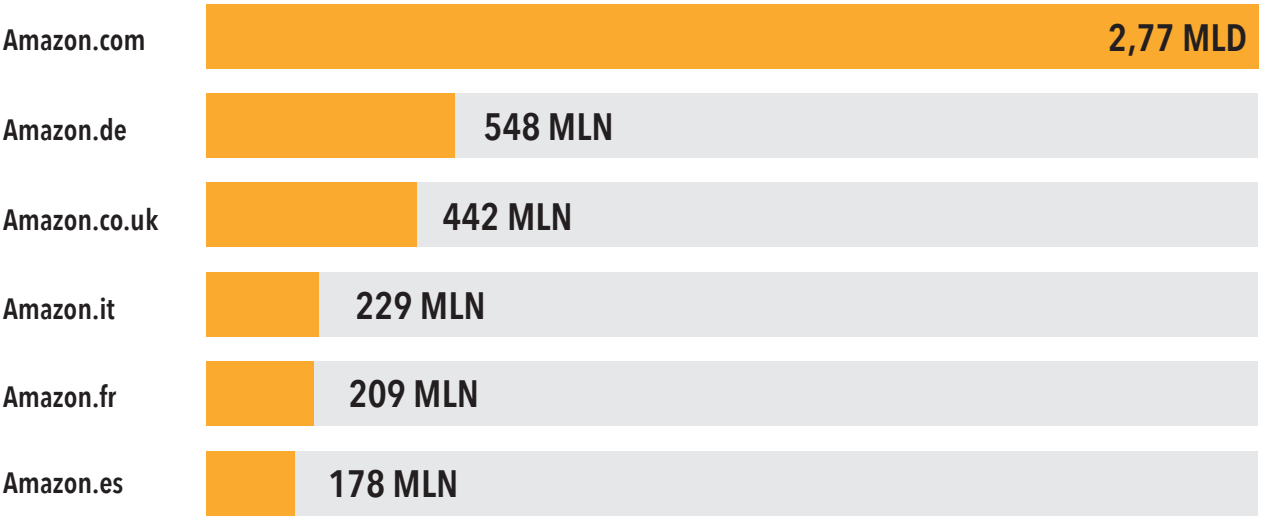
Amazon posiada **175** **centrów logistycznych** w Europie i USA (stan na listopad 2020).

Źródła: Źródła: Jungle Scout, Hello Tax, Statista, BigCommerce

Liczba wizyt miesięcznie

Największym rynkiem Amazon są Stany Zjednoczone. Wynika to m.in. z faktu, że jest to rodzimy rynek tej platformy i potrzeby zakupowe Amerykanów są o wiele większe, aniżeli Europejczyków. Wielkość rynku kształtuje się następująco:

Liczba wizyt w Q4 2021



Similarweb. Wizyty w Q4 20021. Analiza zawiera dane dla rynku amerykańskiego i wybranych rynków europejskich.

USA

Niemcy

Wielka Brytania

Francja

Włochy

Hiszpania

Holandia

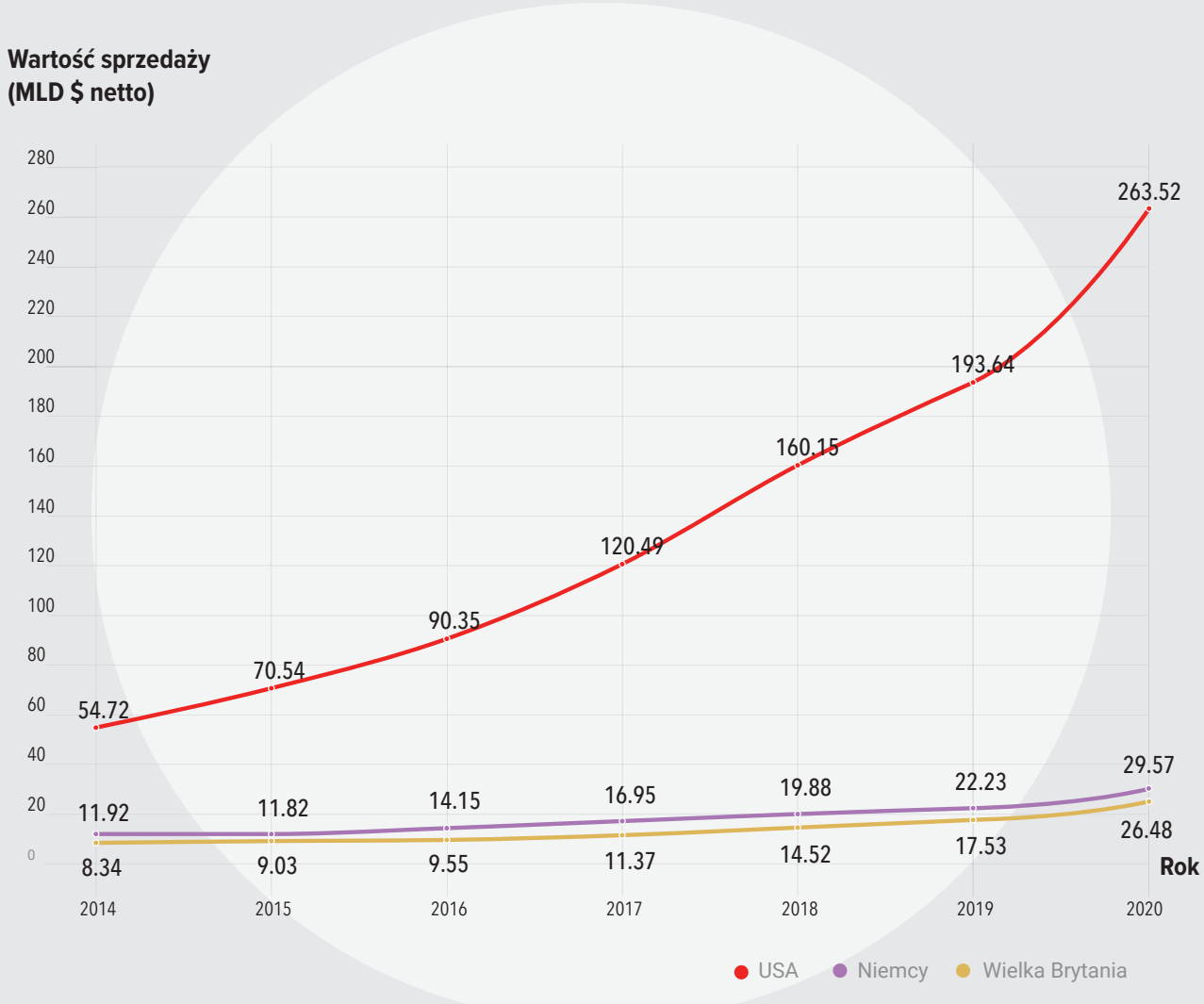
Polska

Szwecja

TOP 3 kraje pod względem sprzedaży netto

Na wykresie widać wyniki sprzedaży netto trzech najbardziej perspektywicznych rynków na Amazon. W 2020 roku obroty na Amazon.com była najwyższe, wynosiły bowiem 263,52 miliarda dolarów. Na drugim miejscu z łączną sprzedażą na poziomie 29,57 miliardów dolarów znajduje się Amazon.de. Trzecim najatrakcyjniejszym rynkiem dla biznesu jest Wielka Brytania, z wynikiem 26,48 miliardów dolarów. W Niemczech, Wielkiej Brytanii i innych europejskich rynkach drzemie duży potencjał sprzedażowy, po który wystarczy sięgnąć zakładając konto sprzedażowe i udostępniając swoje produkty.

TOP 3 rynki Amazon pod kątem sprzedaży netto w latach 2014-2020. Dane w miliardach dolarów.



Sprzedawcy na Amazon

Podział ogólny

Na całym świecie jest ponad 9.7 milionów sprzedawców na Amazon, którzy operują na najbardziej perspektywicznych światowych rynkach. Dekadę temu, liczba sprzedawców nie przekraczała nawet wartości miliona. Obecnie, w samym 2021 roku, przybyło ponad milion nowych sprzedawców. To pokazuje ponadprzeciętny wzrost i siłę rynkową tego giganta, nawet w kryzysowych czasach.

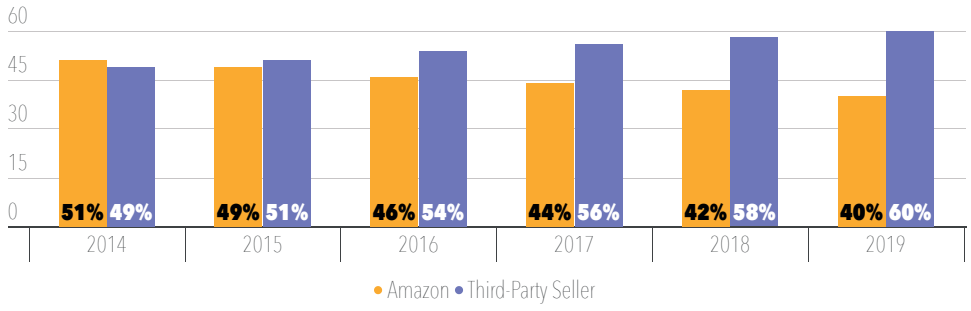
9,7 mln
sprzedawców na Amazon

1,9 mln
aktywnych sprzedawców na Amazon

1 mln
nowych sprzedawców na Amazon w 2020 roku

Liczba sprzedawców w ostatnich 10 latach na Amazon wzrosła 8-krotnie!

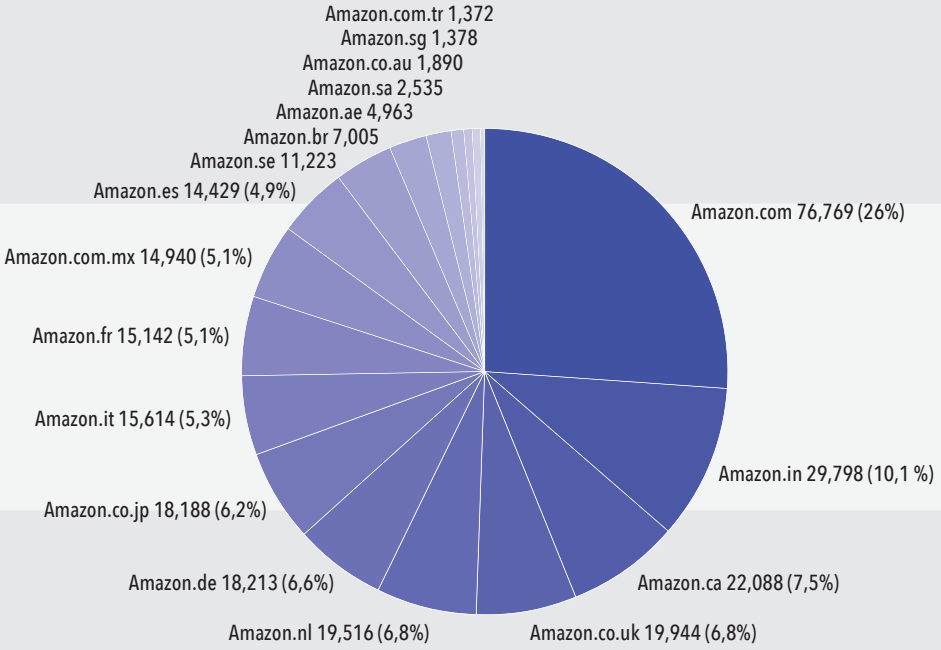
W najprostszym ujęciu, sprzedawców na Amazon dzielimy na Vendor Central (first party seller = wewnętrzny sprzedawca) oraz Seller Central (third party seller=zewnętrzny sprzedawca) lub Mixed (first + third party seller = model mieszany). W ramach pierwszego podejścia, sprzedawca sprzedaje swoje produkty w ilościach i cenach hurtowych Amazonowi. Platforma ta wówczas uzyskuje prawa do otrzymanych produktów i kontroluje ich ceny. Natomiast w przypadku sprzedaży w Seller Central, Amazon działa jak kanał sprzedaży dla produktów danego klienta. To oznacza, że klient odpowiada za politykę cenową, wysyłki, sprzedaż oraz zapasy. W 2019 roku, liczba sprzedawców zewnętrznych przekroczyła 53% i systematycznie rośnie. W trzecim kwartale 2020 roku, obroty wygenerowane przez sprzedawców zewnętrznych przekroczyły 20,44 miliardy dolarów, w ujęciu rocznym wartość sprzedaży wzrosła aż o 55%..



Źródło: Marketplace Pulse. Udział w GMV przez sprzedawców zewnętrznych w latach 2014-2019.

Aktywni sprzedawcy

Blisko 1.9 miliona sprzedawców prowadzi aktywną sprzedaż na Amazon. Sprzedawca jest aktywny, jeśli posiada produkty wystawione na sprzedaż na platformie Amazon. Największe marketplace'y Amazon pod względem aktywnych sprzedawców to USA z 467 000 aktywnych sprzedawców, Francja z 261 000 aktywnych sprzedawców i Hiszpania z 257 000 aktywnych sprzedawców. Rynkiem, który rośnie najszybciej w stosunku do jego wielkości są Niderlandy (9,5% wzrost).



Źródło: Marketplace Pulse. Procent nowych sprzedawców na 10 największych rynkach Amazon. Sprzedawcy mogą sprzedawać na wielu różnych rynkach jednocześnie, dlatego też zmienne nie sumują się do 100%.

Średni obrót samodzielnych sprzedawców na Amazon Marketplace vs obrót wygenerowany wspólnie z Nethansą

67 045 €
Samodzielny sprzedawca

382 365 €
Klient Nethansy

Źródło: Statista, dane własne.

Dynamika wzrostu na głównych rynkach Amazon

	Marketplace	Aktywni Sprzedawcy	Wzrost od 2018
	Wielka Brytania	281,252	43,727 (18,4%)
	Niemcy	244,425	36,425 (+17,5%)
	Włochy	216,610	51,110 (+30,9%)
	Francja	211,859	47,859 (+29,2%)
	Hiszpania	203,413	52,063 (+34,4%)

Źródło: Marketplace Pulse. Dynamika wzrostu na 10 największych rynkach Amazon pod kątem aktywnych sprzedawców.

Największą dynamikę wzrostu sprzedawców widać na rynkach:

meksykańskim
+51,5%

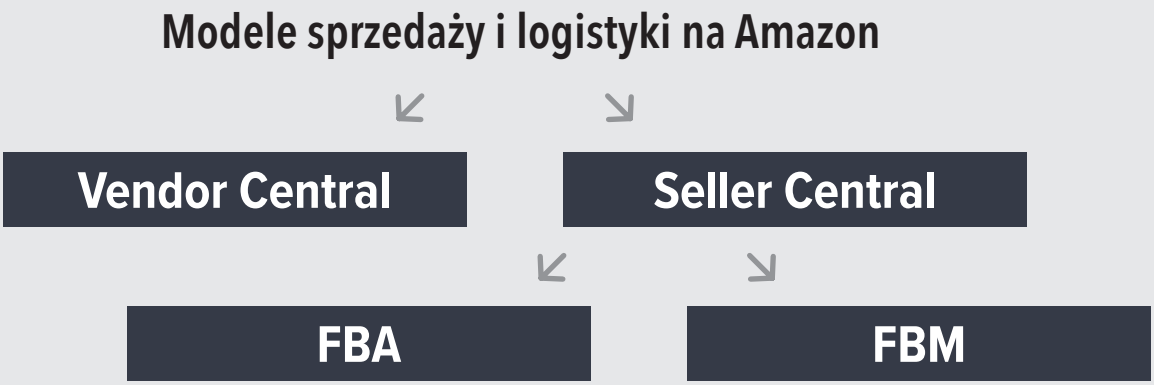
hiszpańskim
+34,4%

włoskim
+30,09%

Czy wiesz, że Amazon jest obecnie dostępny na 19 światowych rynkach: USA, Kanada, Wielka Brytania, Niemcy, Francja, Włochy, Hiszpania, Indie, Japonia, Australia, Chiny, Brazylia, Meksyk, Turcja, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Holandia, Szwecja, Polska i Singapur.

Modele realizacji zamówień
na Amazon

Amazon oferuje swoje usługi zarówno dla właścicieli sieci hurtowych (Vendor Central), jak i dla dystrubutorów i resellerów (Seller Central).



Fulfillment by Amazon (FBA)

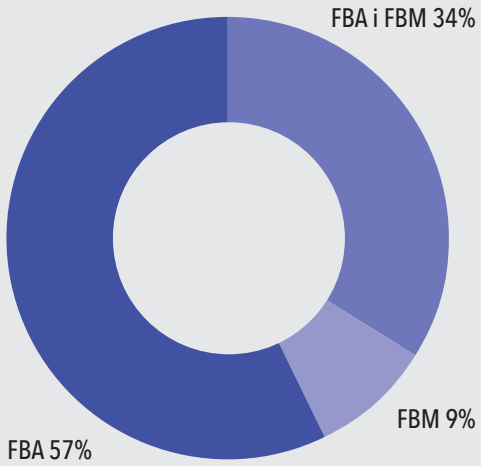
Metoda sprzedaży, w której sprzedawca wysyła swoje produkty bezpośrednio do magazynów Amazon, jednak nadal należą one do sprzedawcy. Następnie są one wysyłane pod wskazany adres przez Amazon, który odpowiada również za zarządzanie obsługą klienta. Program FBA jest dodatkowo płatny.

Fulfillment by Merchant (FBM)

Metoda sprzedaży na Amazon, w której sprzedawca wystawia swoje produkty na Amazon, ale posiada swój magazyn, zarządza wysyłką i obsługą klienta we własnym zakresie (lub za pośrednictwem innego operatora logistycznego).

Vendor

Metoda sprzedaży, w której klient dostarcza hurtową ilość towaru Amazonowi, a sprzedażą zajmuje się sam Amazon.



Źródło: Jungle Scout. Udział sprzedawców w wybranych modelach realizacji zamówień na Amazon.

Co zyskuje sprzedawca, który wybierze model FBM?

- Bardzo szybki start i niskie koszty rozpoczęcia projektu, dzięki wykorzystaniu własnej infrastruktury
- Małe ryzyko, przez to, że traktuje Amazon jako dodatkowy kanał sprzedaży
- Większą kontrolę nad stanami magazynowymi
- Mniej formalności, szczególnie w przypadku stanów niepodlegających opodatkowaniu
- Brak konieczności rejestracji VAT w kraju, w którym towary będą magazynowane
- Swobodę prowadzenia firmy i kanałów sprzedaży
- Brak niespodziewanych kosztów

Model FBM polecany jest najczęściej:

- Sprzedawcom mającym dużo różnych kanałów sprzedaży
- Sprzedawcom oferującym produkty ekskluzywne lub unikatowe
- Sprzedawcom mającym dużo różnych ofert (np. kilka tysięcy lub kilkanaście tysięcy różnych towarów)
- Sprzedawcom, którzy chcą rozpocząć sprzedaż na Amazon

Jakie profity niesie za sobą FBA?

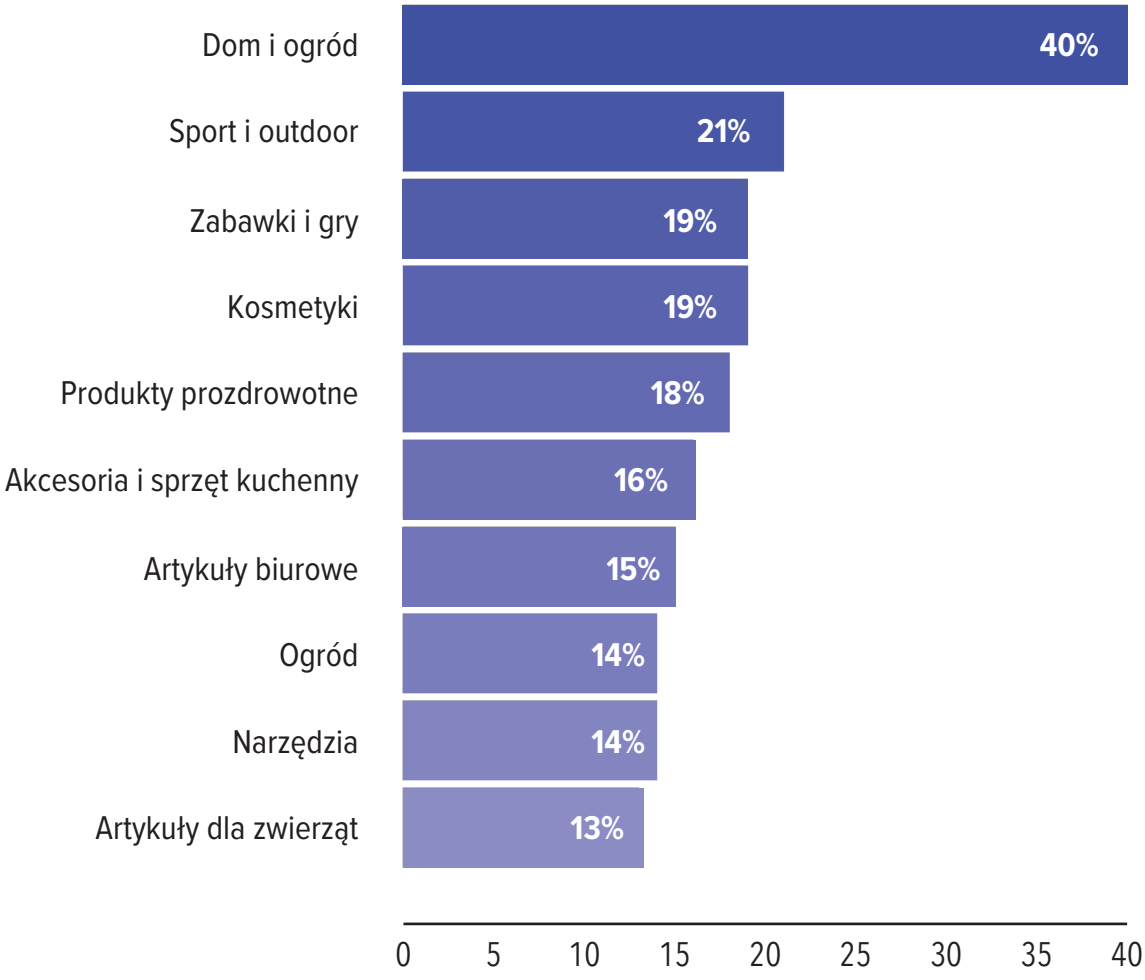
- Bezpłatną wysyłkę do subskrybentów Prime
- Większą szansę na wygranie Buy Box – sprzedawcy FBA wygrywają Buy Box, gdy ceny konkurencji nie korzystającej z FBA są takie same
- Wyższe konwersje, z racji tego, że klienci co do zasady ufają Amazon oraz polegają na jego rzetelności np. w kwestii terminowości dostaw
- Uproszczony proces zwrotów

FBA jest polecany najczęściej:

- Sprzedawcom, którzy mają już doświadczenie w sprzedaży na Amazon w modelu FBM i chcą skalować swój biznes
- Doświadczonym i świadomym sprzedawcom, którzy mają już zarejestrowany VAT w krajach magazynowania swoich towarów. W samej Europie Amazon posiada 7 centrów logistycznych.
- Firmom, które nie mają własnej logistyki i obsługi zamówień
- Firmom, które oferują “Next Day Delivery” na cały świat, ze względu na to, że każdy towar magazynowany w FBA, automatycznie jest dostępny w Prime.

Kategorie na Amazon

Wykres przedstawia najpopularniejsze kategorie na Amazon w 2021 roku wraz z procentową ilością sprzedawców, którzy posiadają produkty z tych kategorii w swojej ofercie. Najczęstsze kategorie to: Dom i ogród (40%), Sporty i Outdoor (21%), Zabawki i gry (19%), Kosmetyki (19%), Produkty prozdrowotne (18%).

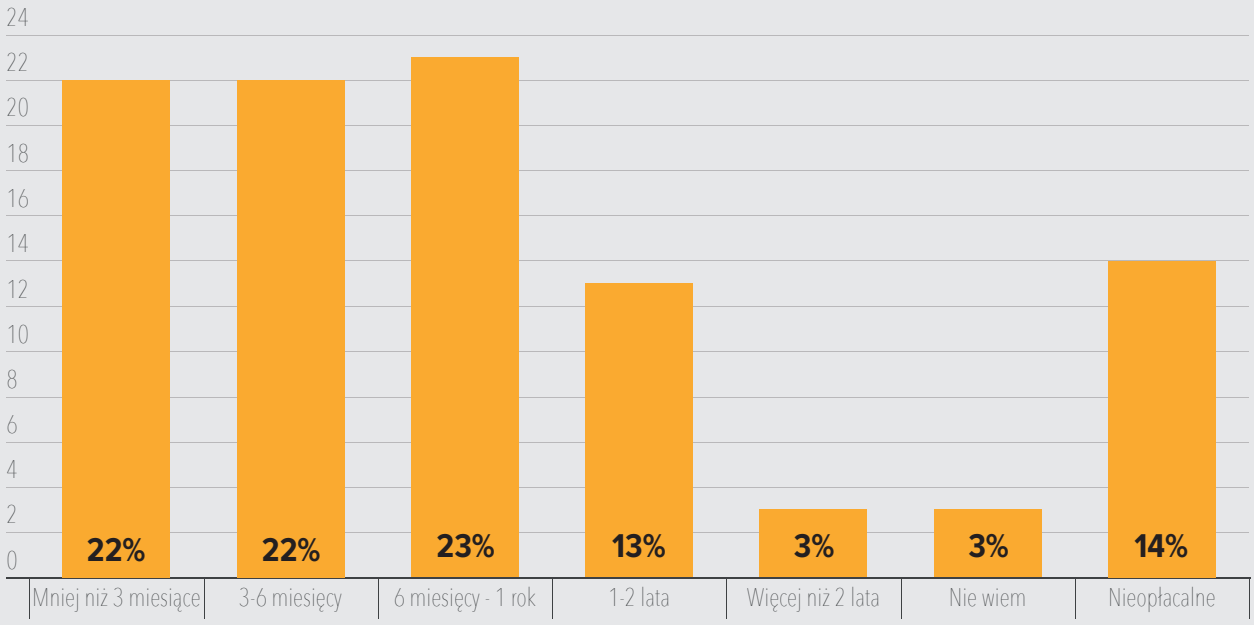


Źródło: Jungle Scout.

Dobre praktyki w sprzedaży na Amazon

Sprzedaż na Amazon nie należy do najłatwiejszych. Jest to działanie wymagające długofalowego planu i strategii. Trzeba wykazać się determinacją, aby generować wysokie zyski. Rzadko zdarzają się produkty „quick wins", czyli takie, które gwarantują wysokie obroty w chwili publikacji. 64% sprzedawców na Amazon jest rentowna w ciągu pierwszego roku od rozpoczęcia sprzedaży na Amazon. 44% sprzedawców deklaruje zaś, że ich sprzedaż na Amazon w 2020 roku poszła lepiej niż zakładali, głównie ze względu na pandemię COVID-19.

Ilość czasu potrzebna sprzedawcom, aby osiągnąć zysk ze sprzedaży na Amazon.



85% sprzedających na Amazon twierdzi, że prowadzenie biznesu na tej platformie jest wymagające i trzeba mieć strategię, aby sprzedawać efektywnie.

Źródło: Jungle Scout.

11 sprawdzonych taktyk
na skuteczną sprzedaż na Amazon

1. Automatyzuj czasochłonne czynności i zyskaj czas na rozwój biznesu.
Wystawianie listu przewozowego, zamawianie kuriera, matching produktowy, obsługa zamówień i zwrotów, aktualizacja stanów magazynowych, zarządzanie contentem - to aktywności, które wymagają sporych nakładów czasowych. Istnieją narzędzia w Amazon Appstore, które automatyzują tego typu czynności. Platforma Nethansy to autorski system Nethansy, który przy pomocy zaawansowanych algorytmów automatyzuje sprzedaż.

2. Twórz listingi produktowe zgodne z zasadami SEO. Dbaj o najwyższą jakość udostępnianego contentu.

Aby skutecznie sprzedawać, należy dokładnie przyjrzeć się listingom i słowom kluczowym używanym przez innych sprzedawców. To, na co należy zwrócić szczególną uwagę to tytuły, kluczowe cechy produktu (bullet points) oraz ich opisy i zdjęcia.

Dobrą strategią jest wpisywanie słów kluczowych w wyszukiwarce Amazon i sprawdzanie, jakie dodatkowe słowa klucze nam ona podpowie.

3. Świadomie dostosuj i połącz dostępne modele sprzedażowe (FBA, FBM, Vendor).

Każdy model sprzedażowy ma swoje wady i zalety. FBM jest doskonały dla sprzedawców mających produkty ekskluzywne lub unikatowe. Natomiast FBA, dla tych, którzy mają już doświadczenie i chcą skalować swoją sprzedaż. Sprzedawcy operujący w modelu FBA mają większe szanse na wygranie Buy Box! Odpowiednia strategia może nam zapewnić połączenie dostępnych modeli sprzedażowych. Dzięki czemu możliwe będzie skorzystanie z dobrodziejstw każdego z nich.

4. Stosuj komunikację z kupującymi na światowym poziomie.

Sprzedając międzynarodowo musisz dysponować odpowiednim zespołem, który będzie prowadził komunikację z kupującymi w języku danego kraju. Ważny jest również szybki czas odpowiedzi i dostępność 365/24/7. Dodatkowo, musisz być przygotowany na bieżący kontakt z zespołem Amazon.

5. Dbaj o opinie swoich produktów.

Zachęcaj kupujących do wystawiania ocen Twoich produktów! Możesz to robić chociażby poprzez dołączanie insertów z podziękowaniem do paczek wysyłanych swoim klientom.

6. Stosuj racjonalną politykę zaopatrzeniową.

Dbaj o to, aby mieć wystarczającą ilość towaru “na stanie”. Jeśli sprzedajesz produkty sezonowe, zapotrzebowanie może być nawet 2, 3-krotnie wyższe niż poza sezonem.

7. Skupiaj się na wygraniu Buy Box.

Odpowiednia polityka zamówień, optymalny czas dostawy i pozytywne opinie klientów są ważnymi czynnikami decydującymi o wygranej Buy Boxa.

Czym jest Buy Box? Jest to "box" na stronie szczegółów produktu, gdzie klienci rozpoczynają proces zakupu. Zazwyczaj pojedynczy produkt jest oferowany przez wielu sprzedawców, którzy rywalizują o miejsce w Buy Boxie.

8. Jesteś producentem? Wypróbuj kampanię PPC na Amazon.

Na Amazon są dostępne formaty reklamowe: rozliczane w modelu cpc, mające na celu wzrost liczby konwersji, oraz wizerunkowe. Aby zwiększyć widoczność swoich produktów warto zainwestować w reklamy Sponsored Products.

9. Jesteś resellerem? Skaluj swoją sprzedaż, dzięki Platformie Nethansy.

Znajomość cen konkurencji jest kluczowa w budowaniu przewagi w sprzedaży znanych marek. Można to robić ręcznie, jednak jest to czasochłonne zajęcie. Można również zaufać technologii, która w ekspresowym tempie wyliczy potencjał sprzedażowy wybranych produktów i wskaże ceny, które będą najbardziej atrakcyjne dla klienta w porównaniu z konkurencją.

10. Nie stosuj jednej uniwersalnej strategii na wszystkich rynkach, na których operujesz!

Sprzedając na zagraniczne rynki, należy każdorazowo zapoznać się ze specyfiką działalności w danym kraju. Przykładowo, w przypadku wybranych produktów, na rynku francuskim sprzedawca powinien dysponować pisemną zgodą producenta na handel na Amazon. Jeśli nie spełnisz tych wymagań, Twoje konto sprzedawcy może zostać zablokowane.

11. Skorzystaj z Big Data i prognoz sprzedażowych przy wyborze towaru do sprzedaży na Amazon.

Na rynku są dostępne narzędzia, które umożliwiają wykonywanie analiz potencjału sprzedażowego. Wyliczają one popyt, identyfikują liczbę towarów i ceny konkurencji.

89%

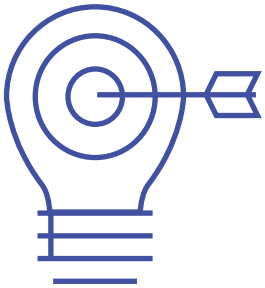
Korzystając z Platformy Nethansy, Twoje dodatkowe zyski mogą wzrosnąć nawet o 89%. To oznacza, że jesteś w stanie zarobić średnio o 20 000 euro miesięcznie WIĘCEJ, niż w chwili gdy nie korzystasz z Platformy Nethansy.

Jak zacząć sprzedaż na Amazon?

Zanim zaczniesz sprzedaż na Amazon należy:

- Wybrać rodzaj konta: Basic, Pro.
- Przygotować dokumenty potwierdzające tożsamość np. kserokopię dowodu osobistego czy sądowy odpis z KRS.
- Dokładnie zapoznać się z opłatami i prowizjami, jakie będziemy musieli ponieść.

1



2

Model biznesowy:

- Jeśli sprzedajesz własne produkty, musisz być przygotowany na stworzenie listingów z wysokiej jakości zdjęciami produktowymi.
- Jeśli masz własny sklep online z produktami znanych marek, możesz podczepić się pod istniejące karty produktowe.

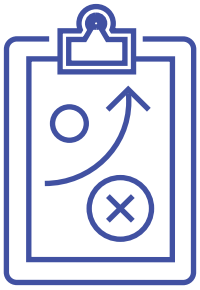
Przy zakładaniu konta, wybierz odpowiedni model logistyczny:

- Fulfillment by Merchant, czyli

samodzielna realizacja wysyłek lub pomoc zewnętrznego operatora.

- Fulfillment by Amazon, czyli magazynowanie i wysyłka przez Amazon.
- Model mieszany.

3



Jak skalować
swoją sprzedaż na Amazon?

1. Ciągle rozwijaj swoje portfolio produktowe, aby zwiększać wolumen sprzedaży.
2. Automatyzuj czasochłonne czynności za pomocą najnowszych technologii.
3. Optymalizuj czas dostawy swoich produktów.
4. Oferuj darmową wysyłkę.
5. Skorzystaj z wiedzy ekspertów sprzedaży na Amazon, którzy dostosują strategię rozwoju do obecnej sprzedaży.

Dziękujemy!

Mamy nadzieję, że ta lektura była dla Ciebie interesująca i dostarczyła wielu ciekawych danych o Amazon i sprzedaży za pośrednictwem tej platformy.

Chcesz zacząć skuteczną sprzedaż na Amazon?
Napisz do nas!

content@nethansa.com

Chcesz być na bieżąco z nowinkami ze świata Amazon?
Obserwuj nas:

nethansa

nethansa.com