



Report 2020 sui Nostri Partner di Vendita Europei



Publicato a luglio 2021

Sommario

Introduzione	3
Investimenti e crescita in Europa	4
Supporto alle piccole imprese	6
Vendere su Amazon	9

Introduzione

Siamo fieri di aiutare i nostri partner di vendita europei ad avere successo, rendendo semplice per loro vendere online ed espandere le loro attività dalla loro città di origine verso tutto il mondo.

Il nostro successo dipende dal successo dei nostri partner di vendita: più della metà di tutti gli articoli acquistati su Amazon sono venduti da venditori terzi, molti dei quali sono piccole e medie imprese (PMI).

Nel 2020, 185.000 PMI europee hanno venduto più di 1,8 miliardi di prodotti nei nostri negozi (in aumento dagli 1,3 miliardi del 2019). Inoltre, grazie alla possibilità di accedere a milioni di clienti Amazon in tutto il mondo, le PMI europee hanno registrato vendite all'estero per oltre 12,5 miliardi di euro, con una media di più di 3.400 prodotti venduti al minuto. Ad oggi, le PMI europee hanno creato più di mezzo milione di posti lavoro nelle loro comunità locali.

Questo report presenta degli approfondimenti sulle nostre relazioni con i partner di vendita europei: come abbiamo investito nella loro crescita e come li supportiamo nelle loro vendite su Amazon.

In Amazon, la cultura incentrata sul cliente si estende ai partner di vendita. A intervalli regolari chiediamo il loro feedback sulle nostre politiche, le nostre procedure e i nostri strumenti, per assicurarci che Amazon sia un luogo dove i partner di vendita prosperano e in cui i clienti godono di una vasta selezione di prodotti.

Nel 2020 abbiamo investito circa 2,8 miliardi di euro in logistica, strumenti, servizi, programmi e formazione per aiutare i partner di vendita europei, e abbiamo un team globale dedicato di oltre 10.000 persone focalizzato nell'aiutare i partner di vendita a condurre le loro attività quotidiane.

Lavoriamo costantemente per migliorare, e vogliamo essere sicuri che i nostri partner di vendita possano usare i nostri servizi senza alcuna interruzione. Il nostro obiettivo è rendere l'esperienza di vendita su Amazon quanto più possibile piacevole e senza problemi, in modo che i nostri partner di vendita possano continuare a crescere con Amazon in Europa e in tutto il mondo.



Grazie,

Xavier Flamand

Direttore, Servizi ai venditori UE, Amazon

Sezione 1:

Investimenti e crescita in Europa



Investimenti e crescita in Europa

Abbiamo lavorato con i nostri partner di vendita per quasi 20 anni, e supportare i loro successi è fondamentale per la nostra azienda. Nel 2020, abbiamo continuato a fornire strumenti e funzionalità nuovi e innovativi, a investire nella logistica locale e a espandere i nostri negozi in Europa.

Abbiamo più di 60 sedi logistiche in Europa, inclusi centri di distribuzione, centri di smistamento e stazioni di consegna. Nel 2020 abbiamo aumentato del 50% le dimensioni delle nostre reti di distribuzione logistica e continuiamo ad aprire nuovi centri di distribuzione in tutta Europa.

Nel 2020, più di 80.000 PMI europee hanno scelto i servizi della Logistica di Amazon (FBA, Fulfilment by Amazon). Con la Logistica di Amazon, i partner di vendita possono immagazzinare i loro prodotti nei nostri centri di distribuzione: noi li preleviamo, imballiamo, spediamo e forniamo il servizio clienti per loro.

Abbiamo anche lanciato Amazon.nl e Amazon.se, rendendo più semplice per i clienti olandesi e svedesi acquistare milioni di prodotti e permettendo ai partner di vendita europei di raggiungere nuovi clienti in questi Paesi.

Il punto di vista degli esperti

Ecco le parole di rilevanti esperti di piccole imprese circa il successo delle PMI europee che vendono online:



“Il digitale può essere una vera risorsa per le imprese locali. L’esperienza del lockdown ha accelerato la trasformazione degli usi e ha dimostrato l’utilità economica e sociale della tecnologia digitale. I nostri studi dimostrano che i negozi fisici che hanno sviluppato un servizio di vendite online stanno avendo un impatto positivo sulla loro attività.”

- Marc Lolivier, Delegato generale della Federazione dell’e-commerce e delle vendite online (Francia)

“La pandemia di COVID-19 ha dimostrato l’urgenza della digitalizzazione dei canali di vendita delle PMI perché rimangano competitive. Pertanto, l’aumento delle vendite internazionali tramite i canali digitali è il “motore” della ripresa economica.”

- Joan Romero, CEO di ACCIÓ - Agència per la Competitivitat de l’Empresa (Spagna)



“Mentre guardiamo al futuro, dotare le piccole imprese delle competenze e delle risorse necessarie per approfittare del commercio digitale sarà una componente essenziale di una buona ripresa economica.”

- Tej Parikh, Chief Economist, Institute of Directors (UK)

Sezione 2:

Supporto alle piccole imprese



Supporto alle piccole imprese

Molti partner di vendita sono imprenditori che stanno sperimentando e costruendo le loro imprese con Amazon. Restare aggiornati con le tendenze dell'e-commerce, i cambiamenti delle normative e le nuove funzionalità di Amazon può essere complesso. Per questo motivo offriamo un'ampia gamma di risorse per guidarli verso il successo.

Strumenti per le aziende

Nel 2020 abbiamo realizzato più di 250 nuovi strumenti e servizi per aiutare i partner di vendita a lanciare nuovi prodotti, ottimizzare le offerte ed espandersi in Europa e nel mondo. Tali innovazioni includono miglioramenti al calcolo dell'IVA di Amazon e strumenti di fatturazione che hanno permesso ai partner di vendita di automatizzare la creazione di oltre 1,4 miliardi di documenti di fatturazione, oltre ai consigli personalizzati della Logistica di Amazon, che usa il machine learning per fornire ai venditori consigli su misura su quali prodotti registrare nella Logistica di Amazon per accelerare la loro crescita su Amazon.

Nel 2020 è stato inoltre lanciato l'Amazon Brand Analytics, che aiuta i titolari dei marchi a prendere decisioni strategiche sul proprio portafoglio prodotti e sulle attività di marketing tramite cinque report chiave che includono i termini di ricerca, la comparazione prodotti e il comportamento degli acquisti ripetuti. Inoltre, la nostra nuova soluzione di misurazione della pubblicità e delle analisi Amazon Attribution offre ai partner di vendita informazioni su come le loro campagne di marketing al di fuori di Amazon, tra ricerche, social, visualizzazioni, video ed e-mail, influiscono sulle attività di acquisto e sulle prestazioni delle vendite su Amazon.

Strumenti di formazione

Nel 2020, abbiamo fornito ai nostri partner di vendita consigli su come ottimizzare la loro esperienza di vendita su Amazon, e aggiornamenti sui nuovi obblighi di normative e politiche (incluse la Brexit e le modifiche all'IVA), tramite comunicazioni periodiche di notizie tramite Seller Central, i forum dei venditori, le newsletter e la nostra app per i venditori.

La nostra Seller University ha aiutato i partner di vendita europei a padroneggiare gli strumenti di Amazon e a far crescere le loro attività offrendo corsi su più di 1.800 argomenti, tra cui come iniziare a vendere su Amazon, come funziona il servizio di Logistica di Amazon e consigli pubblicitari per i titolari dei marchi. Nel 2020, tali contenuti hanno totalizzato più di 800.000 visualizzazioni da parte dei partner di vendita.

A supporto delle piccole e medie imprese

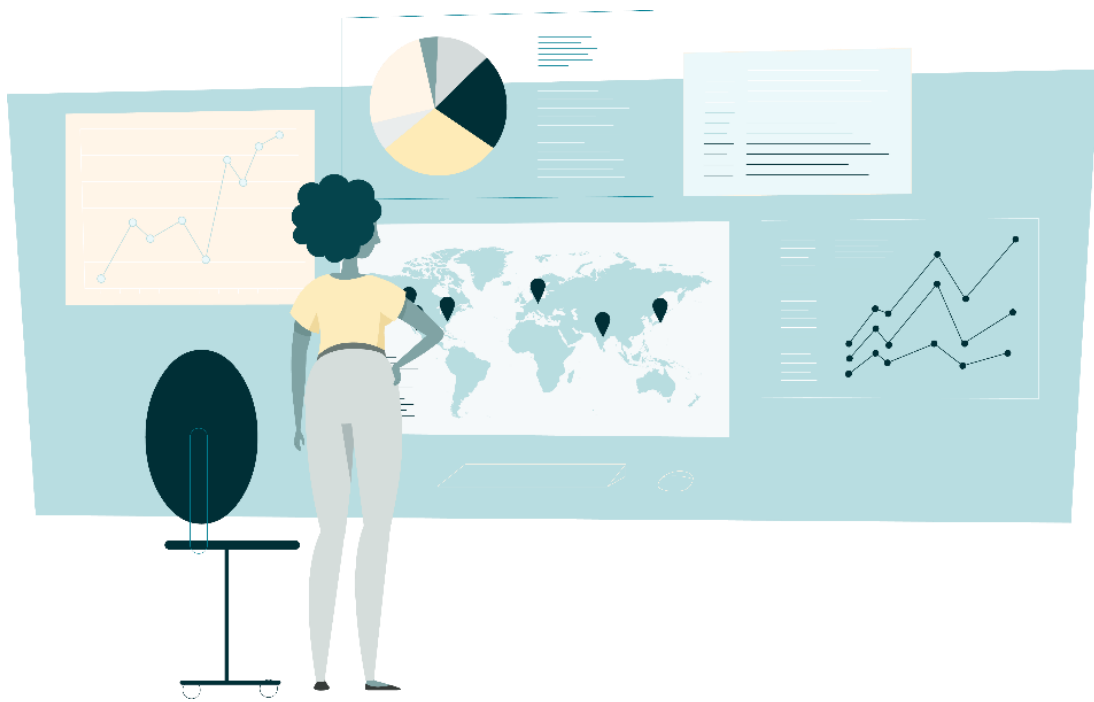
Siamo grati che Amazon abbia potuto continuare ad essere utile ai nostri partner di vendita e clienti durante la pandemia di COVID-19. I clienti sono stati in grado di ordinare e ricevere ciò di cui avevano bisogno durante la crisi, e in molti casi i nostri partner di vendita hanno potuto far crescere la propria attività online. Per supportare le PMI europee durante la pandemia, abbiamo avviato una promozione per il Prime Day 2020 rivolta ai clienti e denominata "Spendi 10 €, riprendi 10 €", che ha aiutato le PMI a chiudere oltre 750 milioni di euro di vendite nelle due settimane precedenti l'evento. Abbiamo inoltre supportato migliaia di imprese in tutta Europa con l'esenzione dalle spese di stoccaggio e rimozione dal servizio Logistica di Amazon, mentre Amazon Launchpad, un programma che mette in risalto prodotti all'avanguardia dalle più recenti start-up, ha proposto continui tagli delle commissioni e formazioni online su raccolte fondi, marketing e altri argomenti.

Avviato nel 2020, il nostro programma Climate Pledge Friendly rende semplice per i clienti trovare e acquistare prodotti con certificazioni di sostenibilità. I partner di vendita possono dimostrare il proprio impegno nella protezione dell'ambiente contrassegnando i prodotti con le certificazioni di sostenibilità idonee, come Fairtrade International o Carbon Neutral di Carbon Trust, per ottenere il nostro badge Climate Pledge Friendly.

Abbiamo poi investito più di 600 milioni di euro in tutto il mondo per proteggere i nostri negozi da frodi e abusi. In questo modo abbiamo potuto proteggere i marchi dei partner di vendita, garantendo ai nostri clienti di trovare solo prodotti autentici nei nostri negozi. Abbiamo anche lanciato il nostro Intellectual Property Accelerator (IP Accelerator) in Francia, Germania, Italia, Spagna, Olanda e Regno Unito, per rendere più semplice per i partner di vendita europei ottenere marchi registrati, proteggere i loro marchi e innovare mentre fanno crescere la loro impresa.

Sezione 3:

Vendere su Amazon



Vendere su Amazon

Vendendo su Amazon, i partner di vendita possono intercettare enormi volumi di traffico di clienti, sfruttare le efficienze di scala e costi di Amazon e accedere a una gran quantità di dati e analisi. Abbiamo un team globale dedicato di oltre 10.000 persone focalizzato nel migliorare l'esperienza dei partner di vendita su Amazon e aiutarli a condurre le loro attività quotidiane.

Quando innoviamo per migliorare l'esperienza di vendita su Amazon, iniziamo ascoltando i nostri partner di vendita. I nostri programmi di analisi del punto di vista dei partner di vendita chiedono il feedback sulle nostre funzionalità e i nostri processi, proponendo dei sondaggi ai nostri partner di vendita quando effettuano l'accesso al loro account, condividendo sondaggi ad hoc e ospitando workshops interattivi con i nostri team. Analizziamo inoltre i contatti dei partner di vendita per rilevare e risolvere errori e migliorare i nostri contenuti e processi di aiuto.

Abbiamo creato nuovi strumenti in risposta alle esigenze dei nostri partner di vendita, come ad esempio l'Account Health Rating, che aiuta i partner di vendita ad affrontare in modo proattivo le violazioni alle politiche, per evitare interruzioni dell'attività. Anch'essa avviata nel 2020, la Listing Quality Dashboard offre ai venditori l'accesso a flussi di lavoro guidati per la risoluzione dei problemi, per aiutarli a migliorare le offerte dei loro prodotti e ottimizzare la visibilità degli stessi.

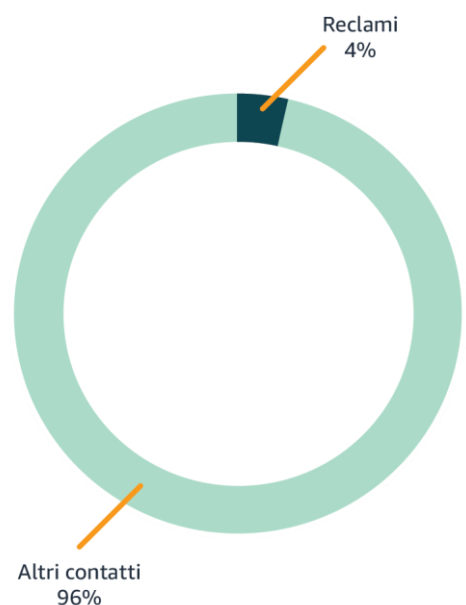
Supporto ai partner di vendita e contatti

Quando i partner di vendita necessitano di aiuto o di maggiori informazioni sui nostri strumenti e servizi, possono accedere al supporto e alla gestione dell'account in 10 lingue diverse. Abbiamo creato diversi strumenti self-service per rendere i nostri servizi i più semplici possibile da usare e per permettere ai partner di vendita di risolvere i problemi rapidamente e con efficienza.

Il nostro team è disponibile a supportare i partner di vendita nella gestione quotidiana delle loro attività, incluso aiutarli a districarsi tra argomenti quali il COVID-19, la Brexit, il regolamento Pacchetto merci (Goods Package) e la tassa sui servizi digitali (DST) in UK.

I partner di vendita possono contattarci in molti modi diversi, inclusi e-mail, telefono e chat. Nel 2020 abbiamo avuto più di sette milioni di richieste e contatti con i nostri partner di vendita europei. Molte richieste riguardavano consigli, formazione e supporto sui nostri strumenti, processi e programmi. Tra queste, domande sulla creazione delle offerte di vendita dei prodotti, l'iscrizione a programmi come il Brand Registry e i requisiti di peso e dimensioni per il servizio Logistica di Amazon.

I partner di vendita ci hanno inoltre contattato quando non erano soddisfatti dei nostri servizi o non erano d'accordo con le nostre politiche o le nostre decisioni. Nel 2020, queste motivazioni hanno riguardato meno del 4% di tutte le richieste dei nostri partner di vendita europei (284.577 contatti).



I cinque argomenti principali sui cui vertevano i reclami dei partner di vendita sono stati: Pagine prodotto e offerte di vendita (65%); Logistica di Amazon, ordini e rimborsi (23%); registrazione, accesso all'account e impostazioni (6%); e infine pubblicità e servizi aggiuntivi (5%).

Nel 2020, abbiamo valutato e preso una decisione finale per il 68% di tali reclami in meno di 24 ore. Il nostro tempo medio per trattarli è stato di 3,7 giorni. Nel 90% dei casi, i partner di vendita sono rimasti soddisfatti della risoluzione del reclamo.

Se i partner di vendita non sono ancora soddisfatti della decisione di Amazon dopo aver contattato i nostri team di assistenza, possono cercare di risolvere la disputa tramite un processo di mediazione indipendente, con l'aiuto del Centro per l'efficace risoluzione delle dispute (Centre for Effective Dispute Resolution, maggiori informazioni [qui](#)). Amazon prende in esame tutti i casi di mediazione e cerca di risolverli prima che inizi il processo di mediazione formale, facendo risparmiare tempo e denaro ai propri partner di vendita.

Nel 2020, i partner di vendita europei hanno inviato 74 richieste di mediazione. Amazon ne ha risolte 58 con la piena soddisfazione del partner di vendita prima del proseguo della mediazione, mentre in 13 casi i partner di vendita hanno ricevuto informazioni su come avviare la mediazione, ma hanno preferito non procedere. In due casi su tre tra quelli che hanno proseguito con la mediazione, il mediatore ha confermato la decisione di Amazon. Infine, delle 74 richieste di mediazione, si è verificato solo in un caso che, con il proseguo della mediazione, il mediatore ha consigliato che cambiassimo la nostra decisione, cosa che abbiamo fatto.

Lectture ulteriori

Nel 2021 e negli anni a venire continueremo a supportare e a investire nei nostri partner di vendita europei, fornendo loro gli strumenti di cui hanno bisogno per creare imprese di successo per vendere in Europa e nel mondo.

Per maggiori informazioni su come supportiamo le piccole e medie imprese e su come proteggiamo i marchi, leggi il [Report sull'Impatto delle Piccole e Medie Imprese](#) e il [Report sulla Protezione dei Marchi di Amazon](#).

