



# Raport 2020: europejscy partnerzy handlowi



Opublikowany w lipcu 2021 r.

## Spis treści

Wstęp	3
Inwestycje i wzrost gospodarczy w Europie	4
Wzmocnienie pozycji małych przedsiębiorstw	6
Sprzedaż na Amazon	9

# Wstęp

Jesteśmy dumni, że pomagamy naszym europejskim partnerom handlowym w rozwoju biznesu, ułatwiając im sprzedaż online i rozszerzając ją praktycznie na cały świat.

Nasz sukces zależy od sukcesu naszych partnerów handlowych; ponad połowa wszystkich zakupów na Amazon jest sprzedawana przez sprzedawców zewnętrznych, z których wielu to małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP).

W 2020 roku 185 000 europejskich MŚP sprzedało w naszych sklepach ponad 1,8 miliarda produktów (wzrost z 1,3 miliarda w 2019 roku), a dzięki dostępowi do milionów klientów Amazon na całym świecie, europejskie MŚP odnotowały ponad 12,5 miliarda euro sprzedaży eksportowej, sprzedając średnio ponad 3400 produktów co minutę. Do tej pory europejskie małe i średnie przedsiębiorstwa stworzyły ponad pół miliona miejsc pracy w swoich lokalnych społecznościach.

Ten raport oferuje wgląd w nasze relacje z europejskimi partnerami handlowymi: pokazuje jak zainwestowaliśmy w ich rozwój i jak wspieramy ich w sprzedaży w serwisie Amazon.

W Amazon kultura zorientowana na klienta rozciąga się na naszych partnerów handlowych. Regularnie zbieramy opinie na temat naszych zasad, procedur i narzędzi, aby Amazon był miejscem, w którym partnerzy handlowi odnoszą sukcesy, a klienci mogą cieszyć się szerokim wyborem produktów.

W 2020 r. zainwestowaliśmy około 2,8 mld euro w logistykę, narzędzia, usługi, programy i szkolenia, aby pomóc europejskim partnerom handlowym. Ponadto na wspieraniu partnerów handlowych w prowadzeniu ich codziennej działalności koncentruje się zespół, liczący ponad 10 000 osób na całym świecie.

Stale rozwijamy się i doskonalimy, by nasi partnerzy handlowi mogli bez przeszkód korzystać z naszych usług. Naszym celem jest, aby doświadczenie sprzedaży w serwisie Amazon było tak przyjemne i bezproblemowe, jak to możliwe, oraz aby nasi partnerzy handlowi mogli rozwijać się z Amazon w Europie i na całym świecie.



Dziękuję,

Xavier Flamand

Dyrektor ds. usług dla sprzedawców w UE, Amazon

## Część 1:

# Inwestycje i wzrost gospodarczy w Europie



# Inwestycje i wzrost gospodarczy w Europie

Współpracujemy z europejskimi partnerami handlowymi od prawie 20 lat, a wspieranie ich sukcesu ma fundamentalne znaczenie dla naszej działalności. W 2020 roku kontynuowaliśmy dostarczanie nowych, innowacyjnych narzędzi i funkcji, inwestowaliśmy w lokalną logistykę i rozbudowywaliśmy nasze sklepy w Europie.

Posiadamy ponad 60 lokalizacji logistycznych w Europie, w tym centra realizacji zamówień, centra sortowania i punkty dostaw. W 2020 roku zwiększyliśmy powierzchnię naszej sieci logistycznej o 50% i nadal otwieramy nowe centra logistyki w całej Europie.

W 2020 roku ponad 80 000 europejskich małych i średnich przedsiębiorstw zdecydowało się na skorzystanie z usługi Fulfilment by Amazon (FBA). Dzięki FBA partnerzy handlowi mogą przechowywać produkty w naszych centrach logistyki, a my zajmujemy się ich kompletowaniem, pakowaniem, wysyłką i obsługą klienta.

Uruchomiliśmy również domeny Amazon.nl i Amazon.se, ułatwiając holenderskim i szwedzkim klientom dokonywanie zakupów spośród milionów produktów oraz umożliwiając europejskim partnerom handlowym dotarcie do nowych klientów w tych krajach.

## Opinie ekspertów

Oto co wiodący eksperci w dziedzinie małych i średnich firm mają do powiedzenia na temat sukcesu europejskich przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż online:

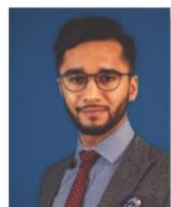


**„Możliwość sprzedaży online może być prawdziwym atutem dla lokalnych firm. Doświadczenie lockdownu w czasie pandemii przyspieszyło transformację i udowodniło gospodarczą i społeczną użyteczność technologii cyfrowej. Nasze badania pokazują, że sklepy fizyczne, które rozwinęły sprzedaż online, odnotowują pozytywne wyniki.”**

- Marc Lolivier, przedstawiciel generalny Federacji handlu elektronicznego i sprzedaży online (Francja)

**„Pandemia COVID-19 wyraźnie pokazała, że istnieje pilna potrzeba cyfryzacji kanałów sprzedaży w małych i średnich przedsiębiorstwach, aby mogły zachować konkurencyjność. Dlatego wzrost sprzedaży międzynarodowej poprzez kanały cyfrowe jest motorem ożywienia gospodarczego.”**

- Joan Romero, dyrektor generalny ACCIÓ - Agència per la Competitivitat de l'Empresa (Hiszpania)



**„Gdy patrzymy w przyszłość, wyposażenie małych firm w umiejętności i zasoby niezbędne do prowadzenia handlu cyfrowego będzie istotnym elementem ożywienia gospodarczego.”**

- Tej Parikh, główny ekonomista, Institute of Directors (UK)

## Część 2:

### Wzmocnienie pozycji małych przedsiębiorstw



# Wzmocnienie pozycji małych przedsiębiorstw

Wielu partnerów sprzedaży to przedsiębiorcy, którzy testują i budują swój biznes z Amazon. Nadążanie za trendami w e-commerce, zmianami w przepisach i nowymi funkcjami Amazon może być wyzwaniem, dlatego oferujemy szeroki zakres zasobów, aby ich wspierać.

## Narzędzia biznesowe

W 2020 roku dostarczyliśmy ponad 250 nowych narzędzi i usług, aby pomóc partnerom handlowym we wprowadzaniu nowych produktów, optymalizacji ofert oraz ekspansji w Europie i na świecie. Innowacje te obejmują ulepszenia w narzędziach Amazon do obliczania podatku VAT i fakturowania, które umożliwiły europejskim partnerom handlowym zautomatyzowanie tworzenia ponad 1,4 miliarda faktur. Ulepszyliśmy także, działające w oparciu o uczenie maszynowe, spersonalizowane rekomendacje dotyczące produktów, które warto zarejestrować w FBA, by przyspieszyć ich wzrost na Amazon.

Amazon Brand Analytics, wprowadzony również w 2020 roku, pomaga właścicielom marek podejmować strategiczne decyzje dotyczące ich portfolio produktów i działań marketingowych za pomocą pięciu kluczowych raportów, w tym wyszukiwanych haseł, porównania produktów i zachowań związanych z ponownym zakupem. Nasze nowe rozwiązanie do pomiaru reklamy i analityki Amazon Attribution daje partnerom handlowym wgląd w to, w jaki sposób ich kampanie marketingowe poza serwisem Amazon, obejmujące wyszukiwanie, serwisy społecznościowe, wyświetlanie, wideo i e-mail, wpływają na aktywność zakupową i wyniki sprzedaży w serwisie Amazon.

## Narzędzia edukacyjne

W 2020 roku informowaliśmy partnerów handlowych o tym, jak zoptymalizować ich doświadczenia w zakresie sprzedaży w serwisie Amazon, a także o nowych wymogach prawnych i politycznych (w tym o Brexicie i zmianach w VAT), w regularnych komunikatach za pośrednictwem Panelu Sprzedawcy, forów sprzedawców, biuletynów i naszej aplikacji dla sprzedawców.

Nasz Uniwersytet Sprzedawcy pomógł europejskim partnerom handlowym poznać narzędzia Amazon i rozwijać firmy, oferując kursy na ponad 1800 tematów, w tym jak rozpocząć sprzedaż na Amazon, jak działa FBA i porady reklamowe dla właścicieli marek. Partnerzy handlowi obejrzyli te treści ponad 800 000 razy w 2020 roku.

## Wspieranie małych i średnich przedsiębiorstw

Jesteśmy wdzięczni, że Amazon może nadal służyć naszym partnerom handlowym i klientom w obliczu COVID-19. W tym czasie klienci byli w stanie zamówić i otrzymać to, czego potrzebowali w czasie kryzysu, a nasi partnerzy handlowi w wielu przypadkach rozwinęli swoją działalność w Internecie. Aby wesprzeć europejskie MŚP podczas pandemii, sfinansowaliśmy promocję dla klientów „Wydaj 10 euro, zyskaj 10 euro” w ramach Prime Day 2020, która pomogła małym i średnim przedsiębiorstwom uzyskać ponad 750 milionów euro ze sprzedaży w ciągu dwóch tygodni poprzedzających wydarzenie. Wsparliśmy również tysiące firm w całej UE, znosząc opłaty za magazynowanie i przeprowadzki w ramach FBA, a Amazon Launchpad, program prezentujący nowatorskie produkty od najnowszych startupów, oferował ulgi w opłatach i szkolenia online w zakresie finansowania, marketingu i innych tematów.

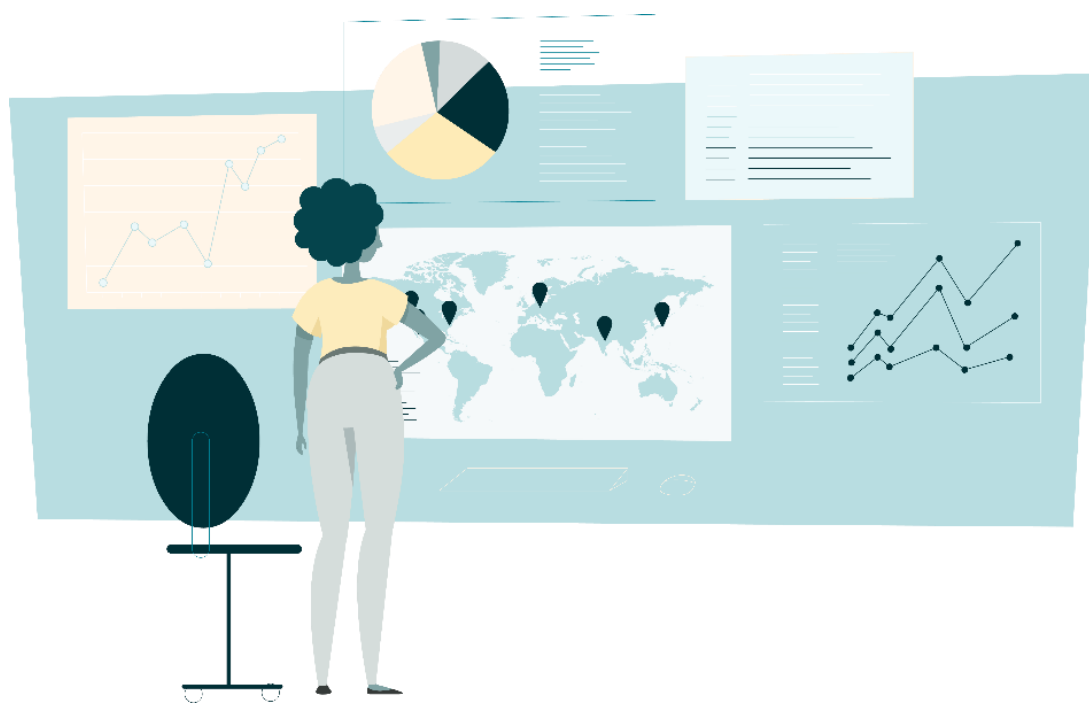
Uruchomiony w październiku 2020 roku program Climate Pledge Friendly ułatwia klientom odkrywanie i kupowanie produktów z certyfikatami zrównoważonego rozwoju. Partnerzy handlowi mogą wykazać swoje zaangażowanie w ochronę środowiska, identyfikując produkty z takimi certyfikatami zrównoważonego rozwoju jak Fairtrade International lub Carbon Neutral by Carbon Trust, aby zdobyć naszą odznakę Climate Pledge Friendly.

Ponadto, zainwestowaliśmy ponad 600 milionów euro na całym świecie, aby chronić nasze sklepy przed oszustwami i nadużyciami. Dzięki temu byliśmy w stanie chronić marki naszych partnerów handlowych i zapewnić, że klienci znajdą w naszym sklepie tylko autentyczne produkty. Uruchomiliśmy również program Intellectual Property Accelerator (IP Accelerator) we Francji, Niemczech, Włoszech, Hiszpanii, Holandii i Wielkiej Brytanii, aby ułatwić europejskim partnerom handlowym uzyskanie znaków towarowych, ochronę ich marek i wprowadzanie innowacji w miarę rozwoju ich działalności.



## **Część 3:**

# Sprzedaż na Amazon



# Sprzedaż na Amazon

Sprzedając w serwisie Amazon, partnerzy handlowi mogą korzystać z ogromnego ruchu klientów, wykorzystać skalę Amazon i efektywność kosztową, a także uzyskać dostęp do bogatej bazy danych i analiz. Posiadamy zespół ponad 10 000 osób na całym świecie, który koncentruje się na poprawie doświadczenia partnerów sprzedających na Amazon oraz wspieraniu ich w prowadzeniu codziennej działalności.

Kiedy wprowadzamy innowacje, które poprawią doświadczenia związane ze sprzedażą w serwisie Amazon, zaczynamy od wysłuchania partnerów handlowych. W ramach programów badawczych poszukujemy informacji zwrotnych na temat naszych funkcji i procesów poprzez ankietowanie partnerów sprzedaży po zalogowaniu się na ich konta sprzedażowe, udostępnianie ankiet ad-hoc oraz organizowanie interaktywnych warsztatów z udziałem naszych zespołów. Analizujemy również kontakty ze sprzedawcami, aby wykrywać i naprawiać błędy oraz ulepszać nasze treści pomocy i procesy.

W odpowiedzi na potrzeby partnerów handlowych stworzyliśmy nowe narzędzia, takie jak Account Health Rating, który pomaga im proaktywnie reagować na naruszenia zasad, mogących zakłócić działalność biznesową. Wprowadzony w 2020 roku Panel Zarządzania Jakością Ofert daje sprzedawcom dostęp do procesów rozwiązywania problemów, które pomagają im ulepszyć oferty produktów i zoptymalizować ich wykrywalność.

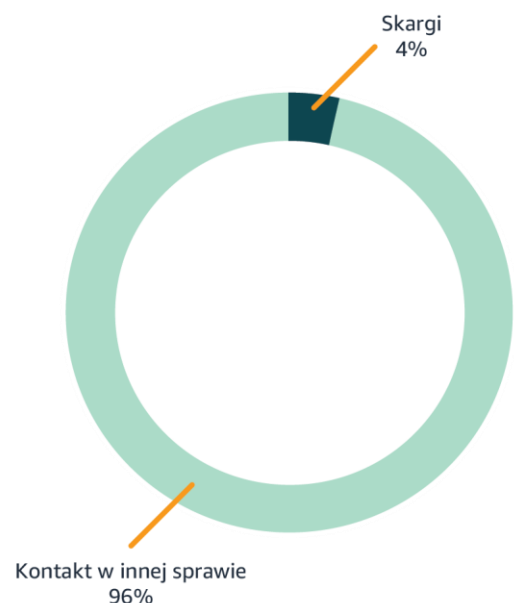
## Wsparcie partnera handlowego i kontakty

Gdy europejscy partnerzy handlowi potrzebują pomocy lub dodatkowych informacji na temat naszych narzędzi i usług, mają dostęp do wsparcia i zarządzania kontem w 10 różnych językach. Stworzyliśmy wiele samoobsługowych narzędzi pomocy, aby nasze usługi były jak najłatwiejsze w użyciu i aby umożliwić partnerom handlowym szybkie i skuteczne rozwiązywanie problemów.

Nasz zespół jest dostępny, aby wspierać partnerów handlowych w codziennym prowadzeniu działalności, w tym pomagać im w poruszaniu się na rynku, na który wpływają takie czynniki jak COVID-19, Brexit, przepisy dotyczące VAT i brytyjski podatek od usług cyfrowych.

Partnerzy handlowi mogą kontaktować się z nami na różne sposoby, w tym za pośrednictwem poczty elektronicznej, telefonu i czatu. W 2020 roku odnotowaliśmy ponad siedem milionów zgłoszeń i kontaktów z naszymi europejskimi sprzedawcami. Wiele kontaktów dotyczyło doradztwa, edukacji i wsparcia w zakresie naszych narzędzi, procesów i programów. Wśród nich znalazły się pytania o tworzenie list produktów, zapisywanie się do programów takich jak Brand Registry oraz wymagania dotyczące wagi i wymiarów dla FBA.

Partnerzy handlowi kontaktują się z nami również wtedy, gdy są niezadowoleni z naszych usług lub nie zgadzają się z naszą polityką lub decyzjami. W 2020 roku stanowiło to mniej niż 4% wszystkich kontaktów z partnerami handlowymi w Europie (284 577 kontaktów).



Pięć głównych tematów, które spowodowały skargi partnerów handlowych to: Ekspozycja i karty produktów (65%); FBA, Zamówienia i zwroty (23%); Rejestracja, dostęp do konta i ustawienia (6%); oraz Reklama i usługi dodatkowe (5%).

W 2020 roku rozpatrzyliśmy i podjęliśmy ostateczną decyzję w sprawie 68% tych skarg w czasie krótszym niż 24 godziny. Nasz średni czas rozpatrywania wniosków wynosił 3,7 dnia. W 90% przypadków udało nam się rozwiązać reklamację w sposób satysfakcjonujący dla partnera handlowego.

Jeśli po skontaktowaniu się z naszym działem obsługi klienta partnerzy nadal nie są zadowoleni z decyzji Amazon, mogą starać się rozwiązać większość sporów w drodze niezależnej mediacji, prowadzonej przez Centrum Skutecznego Rozwiązywania Sporów (więcej informacji [tutaj](#)). Amazon analizuje wszystkie przypadki mediacji i stara się je rozwiązać przed rozpoczęciem formalnego procesu mediacji, co pozwala partnerom handlowym zaoszczędzić czas i pieniądze.

W 2020 roku europejscy partnerzy handlowi złożyli 74 wnioski o mediację. Amazon rozwiązał 58 spraw w sposób zadowalający dla partnera handlowego przed rozpoczęciem mediacji, a w 13 przypadkach partnerzy handlowi otrzymali informacje na temat rozpoczęcia mediacji, ale nie zdecydowali się na nią. W dwóch z trzech spraw, które trafiły do mediacji, mediator zgodził się z decyzją firmy Amazon. Spośród 74 wniosków o mediację, tylko jedna sprawa została poddana mediacji, w której mediator zalecił zmianę naszej decyzji, co też uczyniliśmy.

## Informacje uzupełniające

W 2021 roku i w kolejnych latach będziemy nadal wspierać i inwestować w naszych europejskich partnerów handlowych, zapewniając im narzędzia niezbędne do budowania skutecznych firm sprzedających w całej Europie i na świecie.

Więcej informacji o tym, jak wspieramy małe i średnie przedsiębiorstwa oraz chronimy marki, można znaleźć w naszym raporcie [2021 European SMB Impact Report](#) oraz w naszym raporcie [2020 Brand Protection Report](#).

