



# Raport 2021: Europejscy partnerzy handlowi



Opublikowano w lipcu 2022 r.

# Wprowadzenie

Amazon z dumą pomaga naszym europejskim partnerom handlowym rozwijać się, ułatwiając im prowadzenie sprzedaży online i rozszerzanie działalności na cały świat.

Nasz sukces zależy od sukcesu naszych partnerów handlowych. Ponad połowa wszystkich produktów, które można kupić na Amazon jest sprzedawana przez zewnętrznych dostawców, z których wielu to małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP).

Niniejszy raport prezentuje nasze relacje z europejskimi partnerami handlowymi – pokazujemy, w jaki sposób inwestujemy w ich rozwój i wspieramy w sprzedaży na Amazon.

Nieustannie staramy się być jeszcze lepsi, sprawiając, aby korzystanie z naszych usług było dla naszych partnerów handlowych jak najbardziej bezproblemowe. Naszym celem jest uczynić sprzedaż na Amazon tak komfortową i bezproblemową, jak to tylko możliwe, aby nasi partnerzy handlowi mogli w dalszym ciągu rozwijać się wraz z Amazon w Europie i na całym świecie.

## Inwestycje i rozwój Amazon w Europie

Pierwsza inwestycja Amazon w Europie miała miejsce ponad 20 lat temu. Na przestrzeni lat znacznie zainwestowaliśmy w rozwój naszej działalności w 20 państwach członkowskich UE i w Wielkiej Brytanii - tylko w ciągu ostatniej dekady (2010–2020) przeznaczaliśmy na to ponad 100 mld euro. Jeśli wziąć pod uwagę wszystkie nasze inwestycje w Europie łącznie oraz nasz całkowity wkład w Produkt Krajowy Brutto (PKB), szacujemy, że od 2010 roku łączne inwestycje w całą Europie sięgnęły ponad 200 mld euro.

Dzięki tym inwestycjom Amazon stał się również jednym z największych europejskich pracodawców. Obecnie zatrudniamy na stałe ponad 200 tys. osób w całej Europie, a liczba ta jest jeszcze większa, jeśli uwzględnimy pracowników sezonowych. Jesteśmy niezwykle dumni z tego, że udało nam się stworzyć dobre miejsca pracy dla tak wielu osób, a tylko w 2021 roku było to 65 tys. nowych stałych stanowisk w naszych firmach w całej Europie.

Mamy 70 centrów logistycznych w całej Europie, a nasze możliwości obsługi zamówień zwiększyliśmy w 2021 roku ponad dwukrotnie. Ponad 240 tys. europejskich małych i średnich przedsiębiorstw sprzedaje na Amazon, a ponad 110 tys. skorzystało z naszego programu Fulfilment by Amazon (FBA). W ramach FBA partnerzy handlowi mogą przechowywać produkty w naszych centrach logistycznych, a my je kompletujemy, pakujemy, wysyłamy i zapewniamy obsługę klienta.

W 2021 roku Amazon zainwestował również ponad 900 mln dolarów i zaangażował ponad 12 tys. osób, w tym naukowców zajmujących się uczeniem maszynowym, programistów i ekspertów śledczych, w ochronę klientów, marek, naszych partnerów i serwisu przed podrobionymi towarami, oszustwami i innego rodzaju nadużyciami.

Z satysfakcją kontynuujemy inwestycje w Europie, współpracując z małymi firmami w Europie i sprawiając radość europejskim klientom.

## Część 1:

### Wspieranie małych firm



# Wspieranie małych firm

Wielu partnerów handlowych to przedsiębiorcy, którzy eksperymentują i budują swój biznes we współpracy z Amazon. Nadążanie za trendami w e-commerce, zmianami w prawie oraz nowymi narzędziami Amazon może być wyzwaniem, dlatego udostępniamy wiele różnorodnych zasobów, które podpowiadają, co zrobić, aby osiągnąć sukces.

## Narzędzia biznesowe i edukacyjne

W 2021 roku udostępniliśmy nowe narzędzia i usługi, aby pomóc partnerom handlowym wprowadzać na rynek nowe produkty, optymalizować okazje oraz rozwijać działalność w Europie i na świecie.

2021 to również kolejny rok, kiedy mogliśmy przekazywać naszym partnerom handlowym ważne informacje, podpowiadając, w jaki sposób optymalizować proces sprzedaży na Amazon. Informowaliśmy ich również o zmianach w przepisach i procedurach za pośrednictwem Panelu Sprzedawcy (Seller Central), forów dla sprzedawców, biuletynów informacyjnych i naszej aplikacji.

Nasz Uniwersytet Sprzedawcy (Seller University) pomógł europejskim partnerom handlowym opanować obsługę narzędzi Amazon i rozwijać działalność dzięki oferowanym kursom poświęconym setkom zagadnień, między innymi rozpoczynaniu sprzedaży na Amazon, działaniu FBA i poradom dla właścicieli marek dotyczących skutecznej reklamy.

Amazon wprowadził również dwa nowe programy FBA – FBA Liquidations i FBA Grade and Resell. Ich celem jest ułatwienie odsprzedaży firmom sprzedającym produkty na Amazon produktów zwróconych przez klientów lub stanowiących nadwyżki magazynowe, dając przy tym większej liczbie produktów drugie życie.

W 2021 roku w ramach usługi ["Transparency"](#) uruchomiliśmy usługę serializacji produktów, która umożliwia markom monitorowanie produktów w kanałach dystrybucji, a także zapewnia więcej informacji na temat zwrotów dokonywanych przez klientów. Usługa pomaga markom analizowanie trendów dotyczących wad produktów na poziomie fabryki lub partii produkcyjnej oraz usunięcie przyczyny ich powstawania.

W dalszym ciągu udostępnialiśmy również specjalne narzędzia odpowiadające na potrzeby naszych partnerów handlowych, na przykład funkcję Monitorowania Kondycji Konta (Account Health Rating), która pomaga im podejmować działania z wyprzedzeniem i rozwiązywać problemy dotyczące naruszeń zasad serwisu w celu uniknięcia zakłóceń w prowadzonej działalności. Kolejnym rozwiązaniem jest Panel Jakości Ofert (Listing Quality Dashboard), który zapewnia sprzedawcom dostęp do funkcji rozwiązywania problemów, pomagających udoskonalić publikowane oferty i zoptymalizować proces odkrywania produktów przez klientów.

## Wspieranie małych i średnich firm

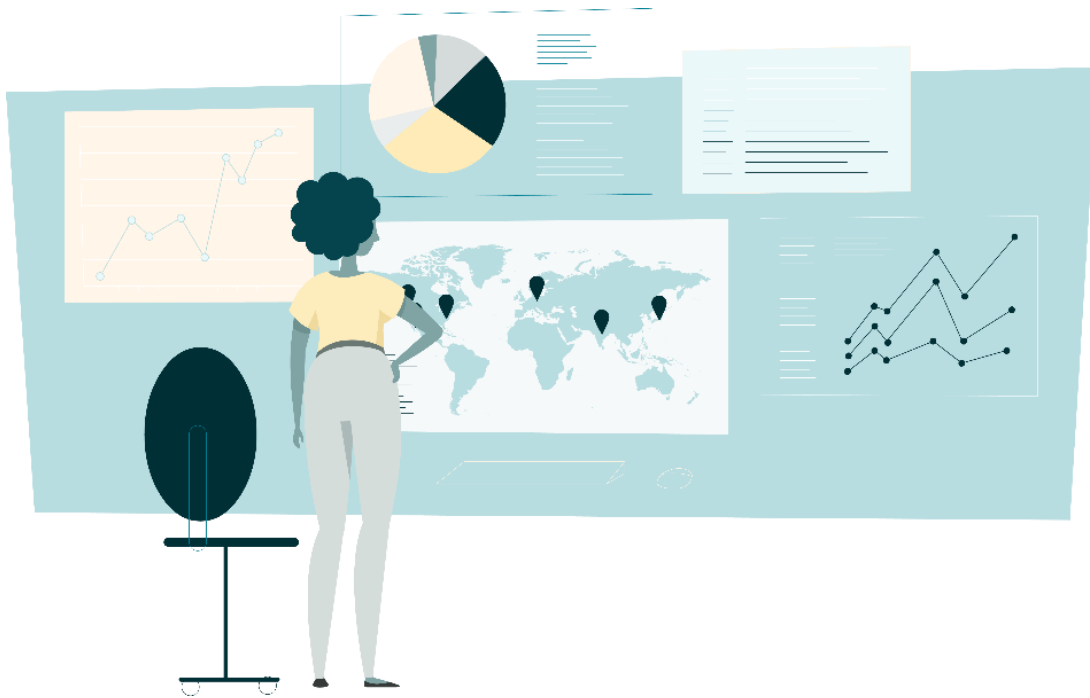
Po wybuchu pandemii COVID-19 wiele europejskich firm po raz pierwszy zdecydowało się sprzedawać swoje produkty przez internet. Zainwestowaliśmy ponad 7 mln euro w programy cyfryzacyjne, aby we współpracy z około 30 lokalnymi partnerami wspierać europejskich przedsiębiorców w Wielkiej Brytanii, Niemczech, Francji, Włoszech i Hiszpanii. Nasza inwestycja pomogła ponad 350 tys. europejskich przedsiębiorców rozpocząć sprzedaż online, zarówno na Amazon, jak i poza naszym serwisem.

W 2021 roku Amazon ogłosił start Amazon Launchpad Innovation Awards – bezpłatnego konkursu, którego celem jest wspieranie rozwijających się, innowacyjnych europejskich startupów poprzez umożliwienie im zdobycia tytułu „Start-upu roku” i wygranie nagrody w wysokości 100 tys. euro. Konkurs jest dowodem zarówno na zaangażowanie Amazon we wspieranie wschodzących marek, jak również tego, że uwielbiamy zachwycać naszych klientów nowymi i innowacyjnymi produktami.

Aby uzyskać więcej informacji na temat naszego wsparcia dla małych i średnich firm oraz na temat ochrony marek, zapraszamy do odwiedzin na naszej [stronie dla małych firm na About Amazon](#) i przeczytania naszego [Raportu o ochronie marek Amazon 2021](#).

## **Część 2:**

# Sprzedaż na Amazon



# Sprzedaż na Amazon

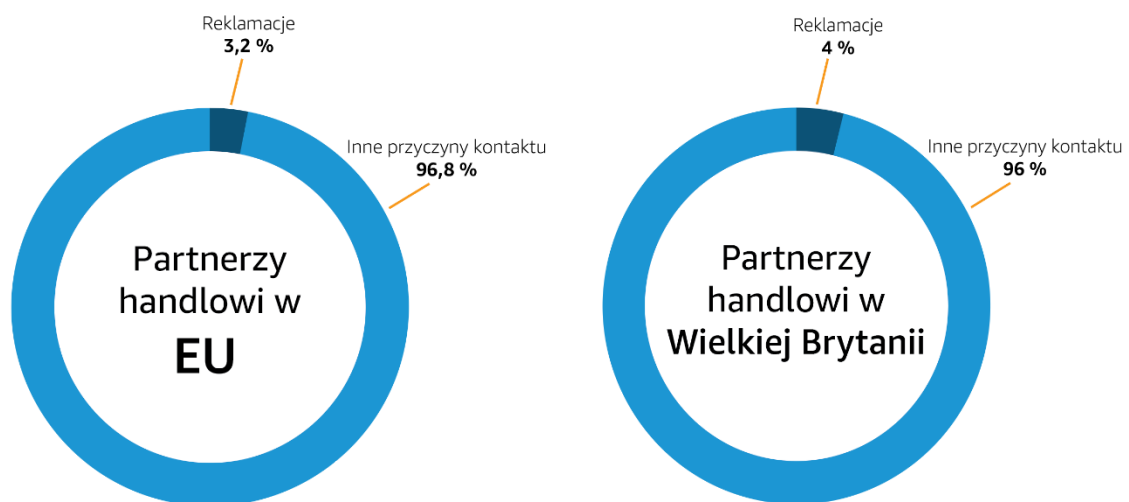
Sprzedający na Amazon partnerzy handlowi mogą odnieść korzyści ze skali działalności Amazon i wiążących się z nią niższych kosztów, a także zyskać dostęp do wielu danych i wyczerpujących analiz. Dysponujemy wyspecjalizowanym międzynarodowym zespołem tysięcy osób, które skupiają się na poprawie doświadczenia partnerów handlowych w serwisie Amazon i pomagają im prowadzić działalność na co dzień.

Opracowując innowacyjne rozwiązania mające na celu poprawienie doświadczenia związanego ze sprzedażą na Amazon, wstuchujemy się w opinie naszych partnerów handlowych. W ramach programów zbierania informacji od naszych partnerów handlowych gromadzimy opinie na temat udostępnianych funkcji i procesów za pośrednictwem ankiet przeprowadzanych po zalogowaniu się na konto sprzedawcy, udostępniając naszym partnerom ankiety na bieżąco i organizując interaktywne warsztaty z udziałem naszych zespołów. Analizujemy również kontakty z partnerami handlowymi, aby wykrywać i eliminować przyczyny powstawania problemów oraz udoskonalać treści i procesy zapewniające pomoc.

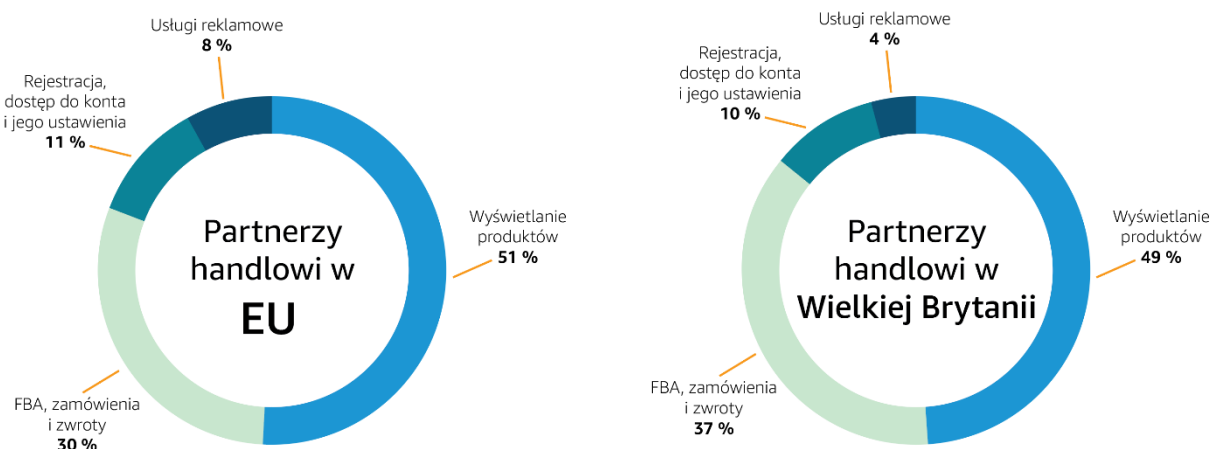
## Wsparcie i kontakt z partnerami handlowymi

Partnerzy handlowi mogą kontaktować się z nami na różne sposoby, w tym przez e-mail, telefon i czat. W 2021 roku odnotowaliśmy ponad cztery miliony interakcji i kontaktów w UE oraz ponad milion interakcji i kontaktów w Wielkiej Brytanii. Wiele kontaktów dotyczyło porad, edukacji i wsparcia w zakresie naszych narzędzi, procesów i programów.

Partnerzy handlowi kontaktują się z nami także wtedy, gdy są niezadowoleni z naszych usług lub nie zgadzają się z naszymi zasadami czy decyzjami. W 2021 roku 3,2% tych kwestii dotyczyło wszystkich kontaktów z partnerami handlowymi w UE (152.730 kontaktów) i 4% wszystkich kontaktów z partnerami handlowymi w Wielkiej Brytanii (43.484 kontaktów). Zdecydowana większość reklamacji została rozwiązana w sposób zadowalający dla naszych partnerów (patrz następna strona).



Pięć głównych tematów, których dotyczyły reklamacje partnerów handlowych, to: wyświetlanie produktów i oferty (51% w UE, 49% w Wielkiej Brytanii); FBA, zamówienia i zwroty pieniędzy (30% w UE, 37% w Wielkiej Brytanii); rejestracja, dostęp do konta i jego ustawienia (11% w UE, 10% w Wielkiej Brytanii) oraz usługi reklamowe i dodatkowe (8% w UE, 4% w Wielkiej Brytanii).



W UE nasz średni czas przetwarzania zgłoszenia wyniósł 5,5 dnia, a w Wielkiej Brytanii 7,5 dnia, co nie obejmuje czasu oczekiwania na reakcję partnerów handlowych. W 87% przypadków w UE i 84% w Wielkiej Brytanii rozpatrzyliśmy reklamacje w sposób zadowalający dla partnerów handlowych. Są one bardzo zróżnicowane, a ze względu na różny stopień skomplikowania niektóre wymagają dłuższej analizy, aby zaproponowane rozwiązanie było racjonalne.

Jeśli partnerzy handlowi są w dalszym ciągu niezadowoleni z decyzji podjętej przez Amazon po skontaktowaniu się z naszymi zespołami wsparcia, mogą szukać rozwiązania większości sporów w ramach zewnętrznego procesu mediacji, prowadzonego przez Centrum Skutecznego Rozwiązywania Sporów (więcej informacji [tutaj](#)).

W 2021 roku partnerzy handlowi w UE złożyli 237 kwalifikujących się do rozpatrzenia wniosków o mediację. Amazon analizuje wszystkie te sprawy i próbuje je rozwiązać przed rozpoczęciem formalnego procesu mediacji, oszczędzając w ten sposób czas i pieniądze partnerów handlowych. 122 z tych wniosków w UE Amazon rozwiązał w sposób zadowalający dla partnerów handlowych, co oznacza, że mediacja nie była konieczna. Spośród pozostałych 115 wniosków w UE tylko pięciu partnerów handlowych z UE zdecydowało się na formalną mediację, przy czym mediator wydał rekomendację na korzyść Amazon w czterech z tych spraw.

W 2021 roku partnerzy handlowi w Wielkiej Brytanii złożyli 197 kwalifikujących się do rozpatrzenia wniosków o mediację. 120 z tych spraw Amazon rozwiązał w sposób zadowalający dla partnerów handlowych, co oznacza, że mediacja nie była już konieczna. Spośród pozostałych 77 wniosków w Wielkiej Brytanii tylko ośmiu partnerów handlowych z Wielkiej Brytanii zdecydowało się na formalną mediację, przy czym mediator wydał rekomendację na korzyść Amazon w pięciu z tych spraw.



