



Europeisk säljpartnerrapport 2020



Publicerad juli 2021

Innehållsförteckning

Introduktion	3
Investeringar och tillväxt i Europa	4
Möjligheter för mindre företag	6
Försäljning på Amazon	9

Introduktion

Vi är stolta över att hjälpa våra europeiska säljpartners att blomstra, och göra det enkelt för dem att sälja online och utvidga sina företag från sin hemstad vidare över världen.

Vår framgång är beroende av våra säljpartners framgångar; mer än hälften av allt som köps på Amazon säljs av tredjepartssäljare, varav många är små och medelstora företag (SMB).

Under 2020 sålde 185 000 SMB:er fler än 1,8 miljarder produkter i våra butiker (en ökning från 1,3 miljarder år 2019). Med tillgång till miljontals Amazon-kunder runt om i världen noterade företag i SMB-kategorin en exportförsäljning på drygt 12,5 miljarder euro och sålde i genomsnitt fler än 3 400 produkter i minuten. Hittills har europeiska SMB:er skapat över än en halv miljon jobb i sina lokala samhällen.

Denna rapport ger en inblick i vår relation till våra europeiska försäljningspartners: hur vi har investerat i deras tillväxt och hur vi stöttar dem i försäljningen på Amazon.

Vi har en kultur där kunden står i centrum, och det sträcker sig hela vägen till våra försäljningspartners. Vi efterfrågar regelbundet feedback om våra riktlinjer, våra metoder och våra verktyg för att säkerställa att Amazon är en plats där försäljningspartners lyckas och där våra kunder får tillgång till ett brett urval av produkter.

Under 2020 investerade vi omkring 2,8 miljarder euro inom logistik, verktyg, tjänster, program och utbildning för att hjälpa våra europeiska försäljningspartners. Vi har ett dedikerat globalt team med fler än 10 000 personer som fokuserar på att hjälpa dem nå framgång i sin dagliga verksamhet.

Vi arbetar ständigt för att bli bättre och vi vill se till att våra försäljningspartners kan dra nytta av våra tjänster på ett effektivt och enkelt sätt. Vårt mål är att göra säljupplevelsen på Amazon så bra och friktionsfri som möjligt så att våra försäljningspartners kan fortsätta växa med oss på Amazon, i Europa och runt om i världen.



Tack,

Xavier Flamand

Director, EU Seller Services på Amazon

Sektion 1:

Investeringar och tillväxt i Europa



Investeringar och tillväxt i Europa

Vi har arbetat med försäljningspartners i Europa i snart 20 år och att stötta dem i deras arbete och hjälpa dem nå framgång är en central del av vår verksamhet. Under 2020 fortsatte vi att tillhandahålla innovativa nya verktyg och funktioner, investera i lokal logistik och utöka våra butiker i Europa.

Vår europeiska logistikkedja finns på fler än 60 platser, inklusive logistikcenter, sorteringscentraler och leveransstationer. Vi utökade vårt logistiknätverk med 50 procent under 2020 och vi fortsätter att öppna nya logistikcenter över hela Europa.

Under 2020 valde över 80 000 europeiska SMB:er att dra nytta av Fulfilment by Amazon (FBA). Med FBA kan försäljningspartners dra nytta av våra lagerlokaler och låta oss hantera arbetet med att plocka, packa och frakta – samt tillhandahålla kundtjänst å deras vägnar.

Under året har vi även lanserat Amazon.nl och Amazon.se, vilket gör det lättare för holländska och svenska kunder att välja bland miljontals produkter, samtligt som vi hjälper våra europeiska försäljningspartners att nå ut till nya kunder i dessa länder.

Insikter från branschen

Det här är vad ledande experter inom småföretagande har att säga om framgången för europeiska SMB:er som säljer online:



"Det digitala kan vara en verklig tillgång även för lokala företag. Pandemin har påskyndat utvecklingen och visat såväl den ekonomiska som den sociala nyttan av digital teknik. Våra studier visar att fysiska butiker som har utvecklat sina möjligheter för online-handel sett en positiv inverkan på deras verksamhet."

- Marc Lolivier, generaldirektör för La Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Frankrike)

"COVID 19-pandemin har påvisat att det är högst angeläget att digitalisering av försäljningskanaler för SMB:er som vill bibehålla sin konkurrenskraft. Därför ser vi ökningen av internationell försäljning genom digitala kanalerna som en viktig "motor" för den ekonomiska återhämtningen."

- Joan Romero, VD för ACCIÓ - Agència per la Competitivitat de l'Empresa (Spanien)



"När vi blickar mot framtiden kommer det vara en viktig del för den ekonomiska återhämtningens framgång att rusta småföretag med de färdigheter och resurser de behöver för att dra nytta av digital handel."

- Tej Parikh, chefsekonom, Institute of Directors (UK)

Sektion 2:

Möjligheter för mindre företag



Möjligheter för mindre företag

Många försäljningspartners är entreprenörer som experimenterar och bygger sin verksamhet tillsammans med Amazon. Att hålla koll på trender inom e-handeln, förändringar i lagstiftningen och nya Amazon-funktioner kan vara utmanande, så vi erbjuder ett brett utbud av tjänster, verktyg och material för att vägleda dem på vägen mot framgång.

Företagsverktyg

Under 2020 lanserade vi fler än 250 nya verktyg och tjänster för att hjälpa försäljningspartners att släppa nya produkter, optimera sina produktsidor och expandera i Europa och globalt. Dessa innovationer inkluderade förbättringar av Amazons verktyg för momsberäkning och fakturering som hjälpt för europeiska försäljningspartners att automatiskt skapa fler än 1,4 miljarder faktureringsdokument; samt personanpassade FBA-rekommendationer som använder maskininlärning för att ge försäljare anpassade rekommendationer om vilka produkter som ska registreras i FBA, för att påskynda deras tillväxt hos Amazon.

Amazon Brand Analytics lanserades också under 2020 för att hjälpa varumärkesägare att fatta strategiska beslut om sin produktportfölj och sina marknadsföringsaktiviteter med hjälp av fem nyckelrapporter, bland annat söktermer, artikeljämförelser och upprepat köpbeteende. Vår nya annonserings- och analysmätningsslösning Amazon Attribution ger försäljningspartners en inblick i hur deras marknadsföringskampanjer utanför Amazon, inom sök, socialt, display, video och e-post, påverkar shoppingbeteenden och säljningsresultat på Amazon.

Utbildningsverktyg

Under 2020 fortsatte vi arbetet med att hålla våra försäljningspartners informerade med tips om hur man optimerar sin Amazon-försäljningsupplevelse, samt uppdateringar om nya lagar, regelverk och riktlinjer (inklusive Brexit och momsändringar), i regelbundna nyhetsmeddelanden via Seller Central, försäljarforum, nyhetsbrev och vår app för försäljningspartners.

Vårt Seller University hjälpte europeiska försäljningspartners att bemästra Amazons verktyg och utöka sina företag, genom att erbjuda kurser i fler än 1 800 ämnen; bland annat i hur man börjar sälja på Amazon, hur FBA fungerar och annonseringstips för varumärkesägare. Under 2020 tog försäljningspartners del av innehållet fler än 800 000 gånger.

Stöd för små och medelstora företag

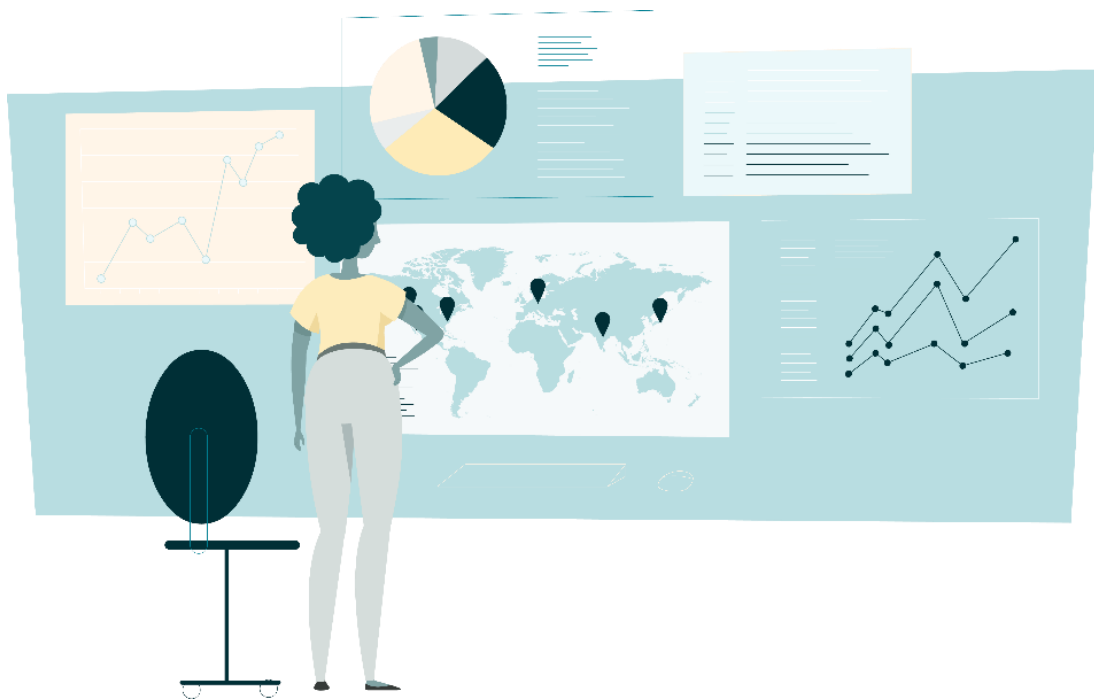
Vi är tacksamma över att Amazon kunnat fortsätta stötta våra försäljningspartners och kunder under COVID-19-pandemin. Kunderna kunde fortsätta beställa och ta emot allt de behövde under krisen och våra försäljningspartners växte i många fall sina företag. För att stödja europeiska SMB:er under pandemin lanserade och finansierade vi kampanjen "Spendera €10, få €10" under Prime Day 2020, vilket hjälpte SMB:er att nå en försäljning på över 750 miljoner euro under de två veckorna innan evenemanget. Vi stöttade även tusentals företag över hela EU genom att tillfälligt avstå från avgifter för lagring och FBA. Amazon Launchpad, som lyfter fram banbrytande produkter från nystartade företag, erbjöd avgiftslättnader och online-utbildningar i bland annat finansiering och marknadsföring.

Programmet Climate Pledge Friendly, som lanserades i oktober 2020, gör det enkelt för kunder att hitta och köpa hållbarhetscertifierade produkter. Försäljningspartners kan visa sitt miljöengagemang genom att märka produkter med kvalificerade hållbarhetscertifieringar - som "Fairtrade International" eller "Carbon Neutral by Carbon Trust" – för att på så vis erhålla vår märkning Climate Pledge Friendly.

Vi investerade dessutom mer än 600 miljoner euro över hela världen för att skydda våra butiker från bedrägerier och missbruk. Detta resulterade i att vi kunde skydda våra försäljningspartners varumärken och säkerställa att kunderna bara hittar autentiska produkter i vår butik. Vi lanserade även vår Intellectual Property Accelerator (IP Accelerator) i Frankrike, Tyskland, Italien, Spanien, Nederländerna och Storbritannien, för att göra det lättare för europeiska försäljningspartners att skydda sina varumärken när de utvecklar och växer sin verksamhet.

Sektion 3:

Försäljning på Amazon



Försäljning på Amazon

Genom att sälja på Amazon kan försäljningspartners dra nytta av stora mängder kundtrafik samt Amazons skala och kostnadseffektivitet. Dessutom får de tillgång till en mängd data och analyser. Vi har ett dedikerat globalt team med fler än 10 000 personer, som fokuserar på att förbättra upplevelsen för försäljningspartners på Amazon och hjälpa dem att nå framgång i våra butiker.

Vårt arbete med att förbättra upplevelsen av att sälja på Amazon börjar med att vi helt enkelt lyssnar på våra försäljare. Genom insiktsprogram för försäljningspartners söker vi feedback på våra funktioner och processer, genomföra

Undersökningar och återkommande hålla interaktiva workshops med våra team. Vi analyserar också kontakter med försäljningspartners för att upptäcka och åtgärda buggar samt förbättra såväl hjälpinnehåll som processer kring support.

Vi har tagit fram flera nya verktyg som direkta svar på de behov som kommit fram genom arbetet. Ett exempel är Account Health Rating, som hjälper försäljningspartners att proaktivt hantera policyöverträdelser för att undvika onödiga störningar i försäljningen. Ett annat exempel är Listing Quality Dashboard som även det lanserades under 2020 och ger försäljare tillgång till anpassade flöden för felsökning som hjälper dem att förbättra sina produktsidor och optimera produktens synlighet.

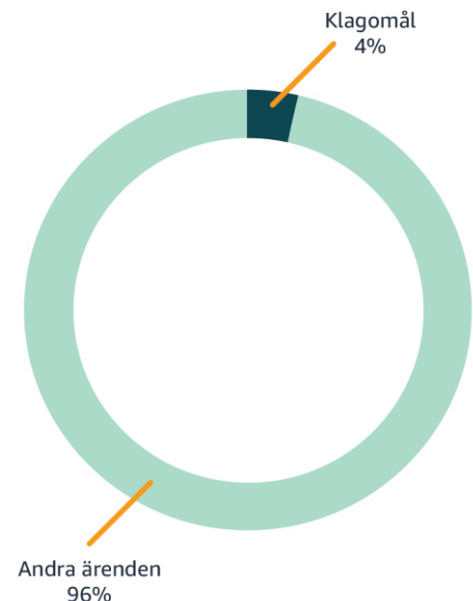
Support och kontaktvägar för försäljningspartners

När europeiska försäljningspartners behöver hjälp eller mer information om våra verktyg och tjänster har de tillgång till support och kontohantering på 10 olika språk. Vi har tagit fram flertalet självhjälpsverktyg för att göra våra tjänster så enkla att använda som möjligt och hjälpa våra försäljningspartners att lösa problem snabbt och effektivt.

Vårt team är redo att stötta försäljningspartners i deras dagliga verksamhet, inte minst för att hjälpa dem navigera genom förändringar som COVID-19, Brexit, Goods Package-lagstiftningen och nya brittiska beskattningsregler för digitala tjänster.

Försäljningspartners kan kontakta oss på flera olika sätt: via e-post, telefon och chatt. Under 2020 hade vi fler än sju miljoner kontakter med våra europeiska försäljningspartners. Många av dem handlade om utbildning, råd och support för våra verktyg, processer och program, till exempel frågor om hur man listar produkter, hur man går med i program som Brand Registry och frågor kring vikt och mått för FBA.

Försäljningspartners kontakter oss även när de är missnöjda med våra tjänster eller inte håller med om vår policy eller våra beslut. Under 2020 handlade det om färre än 4 procent av alla kontakter med europeiska försäljningspartners (284 577 stycken).



Bakom klagomålen från försäljningspartners finns fem huvudsakliga ämnen: Produktsidor och listningar (65%); FBA: beställningar och återbetalningar (23%); Konton: registrering, åtkomst och inställningar (6%); Annonsering och tilläggstjänster (5%).

Under 2020 granskade och fattade vi ett slutgiltigt beslut på under 24 timmar i 68 procent av ärendena. Den genomsnittliga behandlingstiden var 3,7 dagar. I 90% av fallen hanterade vi klagomålen på ett sätt som gjorde försäljningspartnern tillfredsställd.

Om en försäljningspartner förblir missnöjd med ett beslut från Amazon efter att ha kontaktat vårt supportteam kan de gå vidare genom att söka söka medling via Center for Effective Dispute Resolution (mer information finns [här](#)). Amazon granskar alla medlingsärenden och försöker lösa dem innan den formella medlingsprocessen börjar, vilket sparar såväl tid som pengar för försäljningspartnern.

Under 2020 tog europeiska försäljningspartners vidare 74 ärenden till medling. Amazon löste 58 av dem så att försäljningspartnern blev nöjd innan själva medlingen påbörjats. I 13 fall fick försäljningspartnern information om hur de initierar medlingsprocessen, men valde att inte fortsätta med den. I två av tre ärenden som gick hela vägen till medling, accepterade medlaren Amazons beslut. Av de 74 ärendena landade bara ett fall i att medlaren rekommenderade att vi ändrade vårt beslut, vilket vi också gjorde.

Fortsatt läsning

Under 2021 och framåt, kommer vi fortsätta hjälpa våra europeiska försäljningspartners och investera i de lösningar och verktyg de behöver för att bygga framgångsrika företag som säljer i Europa och världen över.

För mer information om hur vi stöttar små och medelstora företag, samt skyddar varumärken, läs [2021 European SMB Impact Report](#) och [2020 Brand Protection Report](#).

