



Rapport: Europeiska säljpartners 2021



Publicerad juli 2022

Introduktion

På Amazon är vi stolta över att kunna hjälpa våra europeiska säljpartners att blomstra och göra det enkelt för dem att sälja online och expandera sin verksamhet från sin hemstad och vidare ut i världen.

Våra framgångar bygger på våra säljpartners framgångar; tredjepartssäljare står för mer än hälften av allt som säljs på Amazon och många av dem är små och medelstora företag (SMB).

Den här rapporten ger insikt i vår relation med europeiska säljpartners: hur vi har investerat i deras tillväxt och hur vi stödjer dem i försäljningen på Amazon.

Vi har ett ständigt pågående förbättringsarbete och vill säkerställa att våra säljpartners har möjlighet att dra nytta av våra tjänster sömlöst och smidigt. Vårt mål att upplevelsen av att sälja på Amazon ska bli så bra och så friktionsfri som möjligt så att våra säljpartners kan fortsätta att växa med Amazon, både i Europa och i resten av världen.

Amazons investeringar och tillväxt i Europa

Första gången Amazon investerade i Europa var för mer än 20 år sedan. Under åren har vi gjort stora investeringar för att bygga upp våra verksamheter i 20 EU-medlemsstater samt i Storbritannien.

Bara under det senaste decenniet (2010 till 2020) har vi satsat mer än 100 miljarder euro för att utveckla Amazon i hela EU och Storbritannien. Om man tar våra kumulativa investeringar i Europa i beräkning, plus vårt totala bidrag till bruttonationalprodukten (BNP), beräknas den totala summan för hela Europa uppgå till mer än 200 miljarder euro sedan 2010.

I och med de stora investeringarna i regionen har Amazon etablerat sig som en stor europeisk arbetsgivare. Vi sysselsätter idag fler än 200 000 personer i fasta tjänster över hela Europa och medräknat säsongsarbetare blir den siffran ännu högre. Vi är otroligt stolta över hur vi bidragit till att skapa goda arbetstillfällen för så många människor. Enbart under 2021 skapade vi 65 000 nya fasta tjänster i våra olika europeiska verksamheter.

Vi har totalt 70 logistikcentraler över hela Europa och under 2021 mer än fördubblade vi vår kapacitet. Fler än 240 000 europeiska små och medelstora företag säljer på Amazon och av dem drar drygt 110 000 nytta av Fulfillment by Amazon (FBA). Med FBA kan våra säljpartners lagra produkter i våra logistikcentraler och låta oss ansvara för att plocka, packa, skicka och tillhandahålla kundtjänst åt dem.

Under 2021 investerade Amazon världen över mer än 900 miljoner dollar och sysselsatte fler än 12 000 personer – bland annat maskininlärningsexperter, mjukvaruutvecklare och utredare med särskild expertis – med syfte att skydda varumärken, säljpartners och vår butik från förfalskningar, bedrägerier och andra typer av överträdelser.

Vi är glada över att fortsätta investera i Europa, samarbeta med europeiska småföretag och glädja europeiska kunder.

Avsnitt 1:

Att främja småföretagande



Att stärka små företag

Många säljpartners är entreprenörer som experimenterar och bygger sin verksamhet tillsammans med Amazon. Det kan vara utmanande att samtidigt hänga med i e-handelstrender, förändringar av lagar och regelverk samt nya Amazon-funktioner, därför erbjuder vi ett brett utbud av resurser för att lotsa dem längs vägen mot framgång.

Företags- och utbildningsverktyg

Under 2021 tillhandahöll vi nya verktyg och tjänster för att hjälpa säljpartners lansera nya produkter, optimera sina produktsidor och expandera i Europa och globalt.

Vi har fortsatt att dela med oss av viktig information till våra säljpartners under 2021, bland annat med tips och råd för hur de kan optimera sin upplevelse av att sälja på Amazon, samt hålla dem uppdaterade om nya lagar, regelverk och policyer som påverkar dem och deras verksamhet. Detta sker genom regelbundna nyhetsmeddelanden via Seller Central, våra säljarforum, nyhetsbrev och vår app för säljare.

Amazon Seller University erbjuder kurser fördelat på hundratals ämnen som hjälper våra europeiska säljpartners att bemästra Amazons verktyg och utveckla sin verksamhet, bland annat om hur man börjar sälja på Amazon, hur FBA fungerar och olika råd kring annonsering för varumärkesägare.

Amazon introducerade också två nya FBA-program, FBA Liquidations och FBA Grade and Resell, som utformats för att göra det enklare för företag som säljer på Amazon att sälja returnerade produkter eller varor som blivit överflödiga, samtidigt som de ger många produkter en andra chans.

Under året lanserade vi också en spårningstjänst inom ramarna för vårt [Transparency-program](#) som gör det möjligt för varumärken att spåra produkter i sina distributionskanaler och få tillgång till djupare analys av kundreturer. Tjänsten hjälper varumärken att visualisera trender i produktdefekter ner på fabriks- eller batch-nivå och komma till rätta med de bakomliggande orsakerna.

Dessutom fortsatte vi tillhandahålla dedikerade verktyg som direkta svar på uttalade behov hos våra säljpartners: till exempel Account Health Rating, som hjälper säljpartners att proaktivt ta itu med policyöverträdelser för att undvika verksamhetsstörningar; och Listing Quality Dashboard, som ger säljare tillgång till skraddarsydda arbetsflöden för felsökning, vilket hjälper dem att förbättra sina produktsidor och optimera dem så att kunder enklare hittar fram till deras produkter.

Främjandet av små och medelstora företag

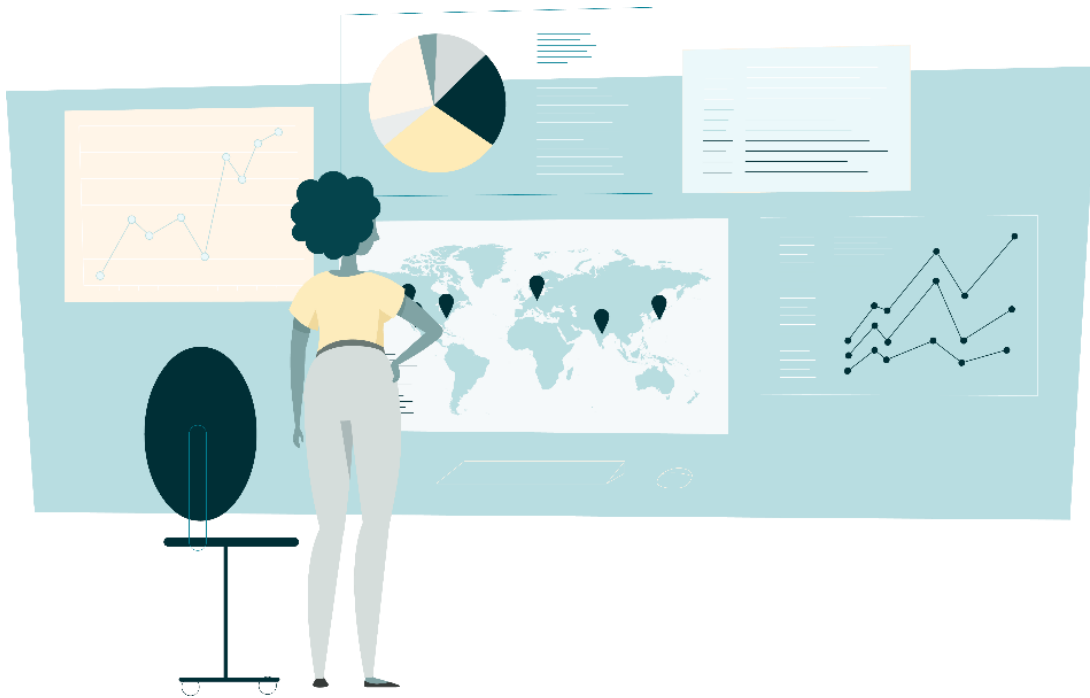
I samband med COVID-19-pandemin tog många europeiska företag för första gången steget att sälja online. I samarbete med ett 30-tal lokala partners satsade vi över 7 miljoner euro i digitaliseringsprogram i syfte att stötta entreprenörer i Storbritannien, Tyskland, Frankrike, Italien och Spanien. Denna investering hjälpte fler än 350 000 entreprenörer i Europa att gå över till att sälja online, oavsett om det är på Amazon eller någon annanstans.

2021 lanserade Amazon tävlingen Amazon Launchpad Innovation Awards, en tävling där innovativa europeiska startups får en chans att vinna 100 000 euro och titeln "Startup of the Year". Tävlingen är ett exempel på Amazons engagemang för att stötta nya företag samt hur vi drivs av att introducera nya och innovativa produkter till våra kunder.

Du hittar mer information om hur vi stöttar små och medelstora företag [här](#). För information om hur vi arbetar för att skydda varumärken, vänligen läs vår rapport [2021 Brand Protection Report](#).

Avsnitt 2:

Att sälja på Amazon



Att sälja på Amazon

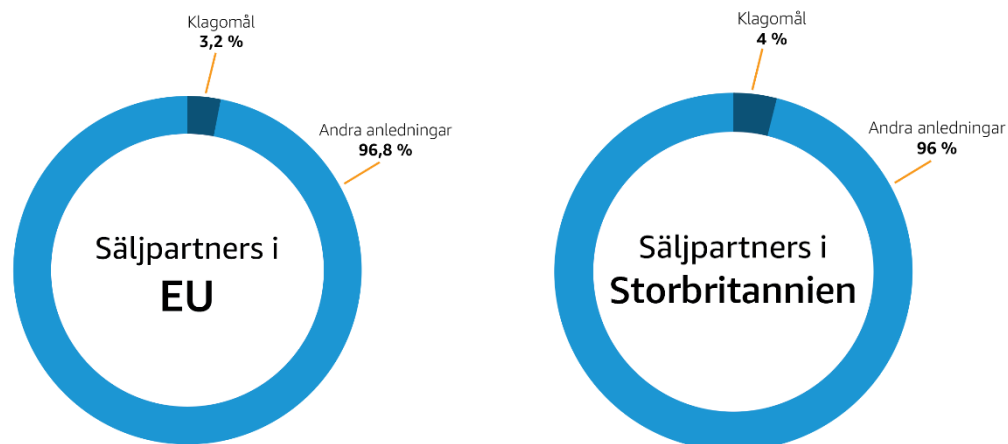
Genom att sälja på Amazon kan säljpartners dra nytta av Amazons skalbarhet och kostnadseffektivitet samt få tillgång till en mängd data och analyser. Vi har ett dedikerat globalt team med tusentals människor som fokuserar på att förbättra upplevelsen för säljpartners på Amazon och stötta dem i sin dagliga verksamhet.

Vårt arbete med att förbättra säljupplevelsen på Amazon utgår alltid från att vi lyssnar till våra säljpartners. Vårt utvärderingsprogram efterfrågar feedback från säljpartners gällande våra funktioner och processer när de loggar in på sitt konto. Vi genomför löpande undersökningar för att samla in deras tankar och åsikter samt håller interaktiva workshops med våra team. Vi analyserar också kontakter med säljpartners för att upptäcka fel och brister och förbättra vårt stöd och våra processer.

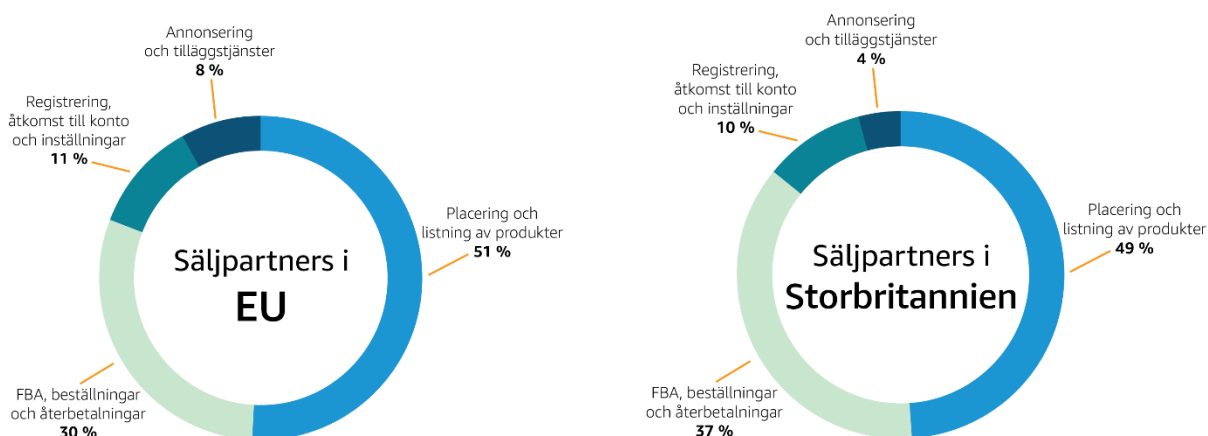
Kontakt och stöd för säljpartners

Säljpartners kan kontakta oss på en mängd olika sätt, inklusive via e-post, telefon och chatt. Under 2021 hade vi kontakt med våra säljpartners i EU-länder vid fler än fyra miljoner tillfällen, och drygt en miljon tillfällen med våra brittiska säljpartners. Många gånger handlade det om råd och tips, utbildning och stöd kring våra verktyg, och processer och program.

Säljpartners kontakter oss också när de är missnöjda med våra tjänster, policys eller beslut. Under 2021 stod dessa för 3,2 % av samtliga kontakttillfällen för våra säljpartners inom EU (152 730 tillfällen), och 4 % av samtliga kontakttillfällen för våra brittiska säljpartners (43 484 kontakter). De allra flesta klagomål löstes och resulterade i en nöjd säljpartner (se nästa sida).



De fem huvudsakliga klagomålen från våra säljpartners var: Placering och listning av produkter (51 % i EU, 49 % i Storbritannien); FBA, beställningar och återbetalningar (30% i EU, 37 % i Storbritannien); Registrering, åtkomst till konto och inställningar (11 % i EU, 10 % i Storbritannien); och Annonsering och tilläggstjänster (8 % i EU, 4 % i Storbritannien).



I EU var vår genomsnittliga handläggningstid 5,5 dagar och i Storbritannien 7,5 dagar, exklusive tiden det tog för säljpartners att svara. I 87 % av fallen i EU och 84 % i Storbritannien löstes klagomålet och resulterade i en nöjd säljpartner. Det är stor variation av olika typer av klagomål och vissa kräver en längre handläggningstid på grund av klagomålets komplexitet.

Om en säljpartner fortfarande är missnöjd med ett beslut från Amazon efter att ha kontaktat vår support finns det en möjlighet att lösa tvisten genom en oberoende medlingsprocess. Det sker genom det så kallade Center for Effective Dispute Resolution (mer information finns [här](#)).

Under 2021 skickade säljpartners i EU in totalt 237 kvalificerade förfrågningar om medling. Amazon granskar alla medlingsärenden och försöker lösa dem innan den formella medlingsprocessen börjar, vilket sparar både tid och pengar för våra säljpartners. Amazon löste 122 av det totala antalet medlingsförfrågningar i EU till våra säljpartners belåtenhet, vilket innebär att en medlingsprocess inte var nödvändig. Av de återstående 115 fallen i EU valde endast fem säljpartners att gå vidare med en formell medling, och i fyra av dessa fall gav medlaren en rekommendation till Amazons fördel.

Under 2021 skickades det in totalt 197 kvalificerade förfrågningar om medling av våra brittiska säljpartners. Amazon löste 120 av dessa ärenden till våra säljpartners belåtenhet, vilket innebär att en medlingsprocess inte var nödvändig. Av de återstående 77 fallen i Storbritannien valde endast åtta brittiska säljpartners att inleda en formell medlingsprocess, och i fem av dessa fall gav medlaren en rekommendation till Amazons fördel.

