



Europees Verslag Verkooppartners 2020



Gepubliceerd juli 2021

Inhoudsopgave

Inleiding	3
Investerings en groei in Europa	4
Kleine ondernemingen stimuleren	6
Verkopen op Amazon	9

Inleiding

Wij zijn er trots op dat wij onze Europese verkooppartners helpen zich te ontwikkelen. We maken het gemakkelijk voor hen om online te verkopen en hun onderneming uit te breiden van hun eigen stad naar de rest van de wereld.

Ons succes hangt af van het succes van onze verkooppartners. Meer dan de helft van alles wat op Amazon wordt gekocht, wordt verkocht door externe verkopers, waarvan vele midden-en kleinbedrijven (MKB's) zijn.

In 2020 verkochten 185.000 Europese MKB's meer dan 1,8 miljard producten in onze winkels (tegenover 1,3 miljard in 2019). Europese MKB's hadden daarbij toegang tot miljoenen Amazon-kanten over de hele wereld en boekten meer dan 12,5 miljard euro aan exportverkoop, waarbij ze gemiddeld meer dan 3400 producten per minuut verkochten. Tot nu toe hebben Europese MKB's lokaal meer dan een half miljoen banen gecreëerd.

Dit rapport biedt inzicht in onze relatie met Europese verkooppartners: hoe we in hun groei hebben geïnvesteerd en hoe we hen ondersteunen bij verkopen op Amazon.

De klantgerichte cultuur van Amazon strekt zich uit tot onze verkooppartners. Wij vragen regelmatig om feedback over ons beleid, onze procedures en onze hulpmiddelen. Zo verzekeren we dat Amazon een plek is waar verkooppartners succes hebben en waar klanten de keuze hebben uit een brede selectie van producten.

In 2020 hebben we circa 2,8 miljard euro geïnvesteerd in logistiek, hulpmiddelen, diensten, programma's en training om de Europese verkooppartners te helpen. Daarnaast hebben we een toegewijd team van meer dan 10.000 mensen wereldwijd, dat zich richt op het bijstaan van verkooppartners bij hun dagelijkse werkzaamheden.

We werken voortdurend aan verbetering, zodat onze verkooppartners onze diensten probleemloos kunnen gebruiken. Ons doel is om de verkoopervaring op Amazon zo aangenaam en eenvoudig mogelijk te maken, zodat onze verkooppartners kunnen blijven groeien met Amazon in Europa en de rest van de wereld.



Hartelijk dank,

Xavier Flamand

Directeur, EU Seller Services, Amazon

Hoofdstuk 1:

Investeringsen en groei in Europa



Investerings en groei in Europa

Wij werken al bijna 20 jaar samen met Europese verkooppartners en het is van essentieel belang voor onze onderneming dat we hen ondersteunen in hun succes. In 2020 hebben wij verder innovatieve nieuwe hulpmiddelen en functies aangeboden en wij blijven investeren in lokale logistiek en hebben onze winkels in Europa uitgebreid.

We hebben meer dan 60 logistieke vestigingen in Europa, waaronder fulfilment centra, sorteercentra en afleveringsstations. In 2020 is ons logistieke en fulfilment netwerk met 50% vergroot en we blijven nieuwe fulfilment centra openen in heel Europa.

In 2020 kozen meer dan 80.000 Europese MKB'ers ervoor om gebruik te maken van Fulfilment door Amazon (FBA). Met FBA kunnen verkooppartners producten in onze fulfilment centra opslaan, en wij zorgen voor het orderpicken, verpakken, verzenden en voor de klantenservice.

We hebben ook Amazon.nl en Amazon.se gelanceerd, waardoor Nederlandse en Zweedse klanten gemakkelijker kunnen kiezen uit miljoenen producten, en waardoor Europese verkooppartners nieuwe klanten in deze landen kunnen bereiken.

Inzichten van deskundigen

Dit is wat vooraanstaande deskundigen op het gebied van kleine ondernemingen zeggen over het succes van Europese MKB's die online verkopen:



"Digitalisering kan voor lokale ondernemingen echt van voordeel zijn. Door de lockdown-ervaring zijn er meer en meer digitale toepassingen gekomen en is het economische en sociale nut van digitale technologie overduidelijk geworden. Uit onze studies blijkt dat fysieke winkels die een online verkoopservice hebben ontwikkeld, hier hun voordeel mee hebben gedaan."

- Marc Lolivier, algemeen afgevaardigde van de e-commerce en verkoopfederatie op afstand (FEVAD, Frankrijk)

"De COVID-19 pandemie heeft duidelijk gemaakt dat de digitalisering van de verkoopkanalen van kleine en middelgrote ondernemingen dringend noodzakelijk is om concurrerend te blijven. Derhalve is de stimulans van de internationale verkoop via de digitale kanalen de 'motor' voor economisch herstel".

- Joan Romero, CEO van ACCIÓ - Agència per la Competitivitat de l'Empresa (Spanje)



"Met het oog op de toekomst is het voor een succesvol economisch herstel van vitaal belang dat kleine ondernemingen de nodige vaardigheden en middelen krijgen om te kunnen profiteren van de digitale handel."

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

Hoofdstuk 2:

Stimulering van kleine ondernemingen



Stimulering van kleine ondernemingen

Veel verkooppartners zijn ondernemers die experimenteren en met Amazon hun onderneming willen uitbreiden. Het bijhouden van e-commerce trends, wijzigingen in de regelgeving en nieuwe Amazon-functies kan een uitdaging zijn. Daarom bieden wij een breed scala aan middelen om hen naar succes te begeleiden.

Zakelijke hulpmiddelen

In 2020 hebben we meer dan 250 nieuwe hulpmiddelen en diensten aangeboden om verkooppartners te helpen nieuwe producten op de markt te brengen, hun vermeldingen in zoekmachines te optimaliseren en uit te breiden in Europa en over de rest van de wereld. Amazon's innoverende hulpmiddelen voor btw-berekening en facturering zijn verder verbeterd, zodat Europese verkooppartners het aanmaken meer dan 1,4 miljard facturen konden automatiseren. tevens zijn er nu de gepersonaliseerde FBA-aanbevelingen, die gebruikmaken van machine learning om verkopers op maat gesneden aanbevelingen te geven over welke producten ze in FBA moeten inschrijven om hun groei op Amazon te versnellen.

Amazon Brand Analytics is ook in 2020 gelanceerd. Dit helpt merkeigenaren strategische beslissingen te nemen over hun productportfolio en marketingactiviteiten aan de hand van vijf belangrijke rapporten, waaronder zoektermen, artikelvergelijking en herhalingsaankoopgedrag. Amazon Attribution is onze nieuwe oplossing voor het meten en analyseren van het effect van advertenties. Dit geeft verkooppartners inzicht in hoe hun marketingcampagnes buiten Amazon op het gebied van search, social, display, video en e-mail de winkelactiviteit en verkoopprestaties op Amazon beïnvloeden.

Leermiddelen

In 2020 hebben we in regelmatige nieuwsberichten via Seller Central, verkopersforums, nieuwsbrieven en onze verkopersapp onze verkooppartners op de hoogte gehouden met tips over hoe ze hun Amazon-verkoopervaring kunnen optimaliseren, evenals updates gegeven over nieuwe wettelijke vereisten en beleidslijnen (waaronder Brexit en btw-wijzigingen).

Cursussen van onze Seller University bieden meer dan 1.800 onderwerpen, waaronder hoe te beginnen met verkopen op Amazon, hoe FBA werkt en advertentietips voor merkeigenaren. Dit heeft onze verkooppartners geholpen de hulpmiddelen van Amazon onder de knie te krijgen en hun onderneming te laten groeien. Verkooppartners hebben deze content in 2020 meer dan 800.000 keer bekeken.

Kleine en middelgrote ondernemingen ondersteunen

We zijn dankbaar dat ondanks COVID-19 Amazon zijn verkooppartners en klanten van dienst kon blijven. Klanten konden tijdens de crisis bestellen en ontvangen wat ze nodig hadden en onze verkooppartners hebben in veel gevallen hun onderneming online laten groeien. Om Europese MKB's tijdens de pandemie te ondersteunen financierden we een klantenpromotie 'Geef 10 euro uit, krijg 10 euro terug' voor Prime Day 2020. Dit hielp MKB's om in de twee weken voorafgaand aan het evenement meer dan 750 miljoen euro aan verkopen te genereren. hebben we duizenden ondernemingen in de hele EU ondersteund met vrijstellingen van opslag- en verwijderingskosten voor FBA. Daarnaast heeft Amazon Launchpad, een programma dat baanbrekende producten van de nieuwste startups onder de aandacht brengt, permanente vrijstelling van kosten en online training over financiering, marketing en andere onderwerpen aangeboden.

Ons Climate Pledge Friendly-programma is van start gegaan in oktober 2020 en maakt het voor klanten gemakkelijk om producten met duurzaamheidscertificeringen te vinden en te kopen. Verkooppartners kunnen milieuvriendelijke productenaanbieden voorzien van duurzaamheidscertificaten, zoals Fairtrade International of Carbon Neutral van Carbon Trust. Zo verdienen ze onze Climate Pledge Friendly badge.

En we hebben wereldwijd meer dan 600 miljoen euro geïnvesteerd om onze winkels te beschermen tegen fraude en misbruik. Zo hebben wij de merken van onze verkooppartners beschermd en ervoor gezorgd dat klanten in onze winkel alleen authentieke producten aangeboden krijgen. Tevens hebben we onze Intellectual Property Accelerator (IP Accelerator) gelanceerd in Frankrijk, Duitsland, Italië, Spanje, Nederland en het Verenigd Koninkrijk, om het voor Europese verkooppartners gemakkelijker te maken handelsmerken te verkrijgen, hun merken te beschermen en te innoveren en tegelijk hun onderneming te laten groeien.

Hoofdstuk 3:

Verkopen op Amazon



Verkopen op Amazon

Door op Amazon te verkopen, kunnen verkooppartners een grote hoeveelheid consumenten bereiken, gebruikmaken van de schaalgrootte en kostenefficiëntie van Amazon, en toegang krijgen tot een schat aan gegevens en analyses. Wij hebben een toegewijd internationaal team van meer dan 10.000 mensen dat zich richt op het verbeteren van de ervaring van verkooppartners op Amazon, en hen helpt bij het uitvoeren van hun dagelijkse bedrijfsactiviteiten.

Wanneer wij innoveren om de ervaring van het verkopen op Amazon verbeteren, beginnen we met te luisteren naar onze verkooppartners. Onze programma's voor inzicht in verkooppartners vragen om feedback over onze functies en processen. Wanneer partners inloggen op hun verkoopaccount, wordt hun incidenteel gevraagd enquêtes in te vullen en zijn er interactieve workshops met onze teams. Wij analyseren tevens de contacten van verkooppartners om bugs op te sporen en te verhelpen en om onze help-content en processen te verbeteren.

We hebben nieuwe hulpmiddelen ontwikkeld als antwoord op de behoeften van verkooppartners, zoals de Account Health Rating, die verkooppartners helpt om beleidsovertredingen proactief aan te pakken en zo storingen te voorkomen. Het Listing Quality Dashboard, dat eveneens in 2020 is gelanceerd, geeft verkopers toegang tot begeleide workflows voor probleemoplossing die hen helpen hun productvermeldingen in zoekmachines te verbeteren en de vindbaarheid van hun producten te optimaliseren.

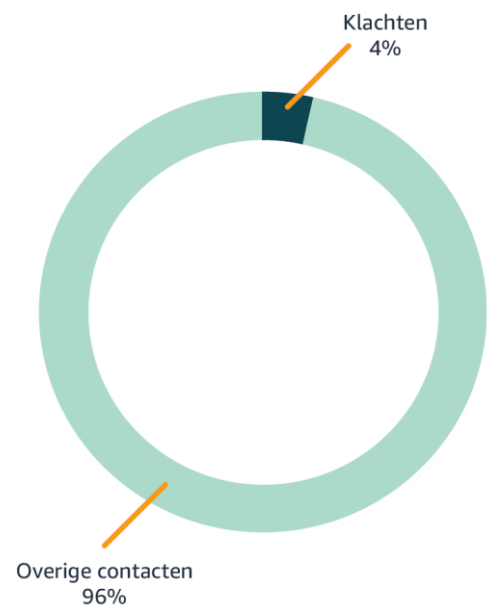
Ondersteuning en aanspreekpunten voor verkooppartners

Wanneer Europese verkooppartners hulp of meer informatie nodig hebben over onze hulpmiddelen en diensten, hebben zij toegang tot ondersteuning en accountmanagement in 10 verschillende talen. We hebben tal van hulpprogramma's voor self-service ontwikkeld om het gebruik van onze diensten zo eenvoudig mogelijk te maken en om verkooppartners in staat te stellen problemen snel en efficiënt op te lossen.

Ons team ondersteunt verkooppartners bij de dagelijkse bedrijfsvoering, inclusief hulp bij het doorvoeren van veranderingen zoals bij COVID-19, Brexit, de Goods Package-wetgeving en de Britse Digital Service Tax.

Verkooppartners kunnen op verschillende manieren contact met ons opnemen, onder meer via e-mail, telefoon en chat. In 2020 hadden we meer dan zeven miljoen gesprekken en contactmomenten met onze Europese verkooppartners. Veel contactpersonen hebben gebruik gemaakt van advies, opleiding en ondersteuning inzake onze hulpmiddelen, processen en programma's. Het gaat hier onder meer om vragen over het maken van productvermeldingen, de deelname aan programma's zoals Brand Registry, en de vereisten inzake gewicht en afmetingen voor FBA.

Verkooppartners nemen ook contact met ons op wanneer zij ontevreden zijn over onze diensten of het niet eens zijn met ons beleid of onze beslissingen. In 2020 was dit goed voor minder dan 4% van alle Europese engagements met verkooppartners (284.577 contacten).



De vijf belangrijkste onderwerpen die aanleiding gaven tot klachten van verkooppartners waren: Productweergave en vermeldingen in zoekmachines (65%); FBA, bestellingen en terugbetalingen (23%); registratie, account toegang en instellingen (6%); en adverteren en aanvullende diensten (5%).

In 2020 hebben we 68% van die klachten binnen 24 uur behandeld en een definitief besluit genomen. De gemiddelde verwerkingstijd hierbij bedroeg 3,7 dagen. In 90% van de gevallen hebben wij de klacht naar tevredenheid van de verkooppartner opgelost.

Als verkooppartners nog steeds niet tevreden zijn over een beslissing van Amazon nadat ze contact hebben opgenomen met onze ondersteuningsteams, kunnen ze voor de meeste geschillen een oplossing zoeken via een onafhankelijk bemiddelingsproces, dat wordt gefaciliteerd door het Centre for Effective Dispute Resolution (meer informatie vind je [hier](#)). Amazon behandelt alle geschillen en probeert ze op te lossen voordat het formele bemiddelingsproces begint. Hierdoor besparen de verkooppartners tijd en geld.

In 2020 hebben de Europese verkooppartners 74 bemiddelingsverzoeken ingediend. Amazon loste 58 zaken naar tevredenheid van de verkooppartner op voordat tot bemiddeling werd overgegaan. In 13 gevallen kregen de verkooppartners informatie over hoe ze met de bemiddeling konden beginnen, maar ze kozen ervoor om er niet mee door te gaan. In twee van de drie gevallen die tot bemiddeling hebben geleid, was de bemiddelaar het eens met het besluit van Amazon. Uiteindelijk heeft van de 74 bemiddelingsverzoeken slechts één zaak tot bemiddeling geleid, waarbij de bemiddelaar ons heeft geadviseerd ons besluit te wijzigen, hetgeen wij hebben gedaan.

Meer informatie

In 2021 en in de komende jaren blijven we onze Europese verkooppartners bijstaan en blijven in hen investeren. Wij bieden hen daarbij de hulpmiddelen die ze nodig hebben om succesvolle ondernemingen op te bouwen die in heel Europa en wereldwijd producten verkopen.

Voor meer informatie over hoe we het midden-en kleinbedrijf ondersteunen en merken beschermen, verwijzen we naar het [2021 Europees MKB Impactrapport](#) en het [2020 Merkbeschermingsrapport](#).

