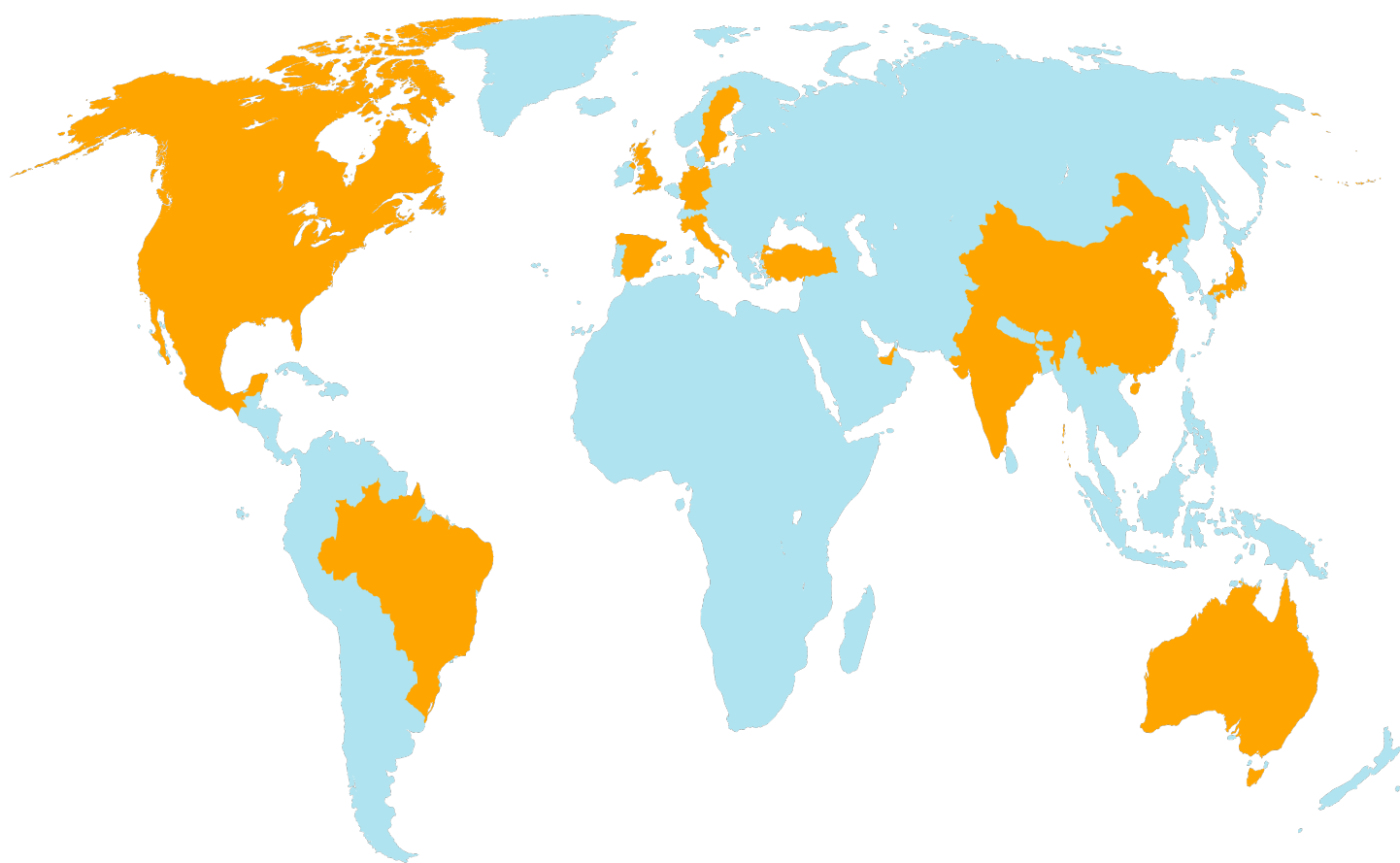


OKTOBER 2021

E-EKSPORTGUIDE AMAZON

Det meste af verden som dit
marked - og nu også Sverige!



UDARBEJDET

af MakesYouLocal for Dansk Erhverv

MAKES^{YOU}LOCAL
Succeed abroad

**DANSK
ERHVERV**

Indholdsfortegnelse

1. Potentielle kunder i hele verden	3
2. Hvordan sælger du på Amazon?	6
3. Strategi	7
4. Opstart	13
5. Løbende optimering	17
6. Business to Business (B2B) på Amazon	25
7. Amazon Sverige	27
8. Afsluttende bemærkninger	34

1. Potentielle kunder i hele verden

Amazon er med ca. 25 år på bagen blandt verdens mest værdifulde virksomheder, lige i hælene på virksomheder som Apple, Microsoft og Google. De er uovertrufne i deres evne til at skabe vækst og udnytte ny og banebrydende teknologi. De har dog også en så stor indflydelse på den globale handel, at det skaber bekymring og måske også en ubalance i markedsøkonomien, noget som blandt andet EU følger og undersøger.

Amazon kom for et år siden meget tæt på Danmark i kraft af markedsintroduktionen i Sverige, og meget tyder på at planen også er at åbne i Danmark. Uanset holdningen til Amazon, må vi som virksomhed forholde os til de muligheder og trusler, som e-handelsgiganten giver os.

Træder yderligere på speederen

Siden 1995 har Amazon solgt et bredt udvalg af fysiske og digitale varer online til en stor del af verden. I Corona-året ramte omsætningen på Amazons markedsplads forretning næsten 2.500 mia. kr., hvilket er en stigning på ca 38% i forhold til året 2019, og ca. dobbelt så høj vækst sammenlignet med året forinden.¹

Udover deres største marked, USA, sælger Amazon p.t. i landespecifikke versioner i England, Tyskland, Frankrig, Holland, Spanien, Italien, Tyrkiet og Sverige som blev tilføjet i efteråret 2020 - og senest er Polen tilføjet i 2021. Der sælges dog i stort omfang også til de omkringliggende europæiske forbrugere via disse sites - herunder også en markant del til Danmark og de øvrige nordiske lande.

En central del af Amazons service - og en af nøglerne til deres succes, er deres såkaldte 'Amazon Prime'-program. I Tyskland koster det f.eks. 7,99 EUR (ca. 60 kr.) pr. måned, og giver brugeren gratis levering på en stor del af varesortimentet, fri adgang til deres film/tv-streaming service, herunder live sportsbegivenheder mv. Amazon Prime er nu ca. et år efter markedsintroduktionen i Sverige også blevet tilkøbt fra september 2021.

amazon prime Germany and Austria	<input type="radio"/> Prime (Monthly) EUR 7.99/month	<input checked="" type="radio"/> Prime (Annual) EUR 69.00/year Equivalent to EUR 5.75/month
Free Premium Delivery with Amazon Prime	✓	✓
Watch unlimited movies and TV shows with Prime Video	✓	✓
Over two million songs and football live. At home, on the way and ad-free.	✓	✓
Save it once. See it everywhere.	✓	✓
Best Annual Value		✓

Amazon har endnu ikke en direkte tilstedeværelse i Danmark, men er ifølge Dansk Erhvervs e-handelsanalyse for 1. halvår 2021 alligevel de danske forbrugeres 14. mest anvendte netbutik

¹ https://s2.q4cdn.com/299287126/files/doc_financials/2021/ar/Amazon-2020-Annual-Report.pdf

og dermed svær at negligere som salgskanal, selvom Amazon ikke har haft samme vækst som andre e-handlere i toppen af listen.²

Hvem kan sælge på Amazon?

I udgangspunktet giver Amazon alle adgang til at sælge på platformen. Der findes forskellige typer af sælger konti, som er tilpassede afhængig af virksomhedsstørrelse. Amazon tilbyder disse to standard B2C kontotyper:

- **Individual**

Private enmandsbutikker, som sælger mindre end 40 varer pr. måned. 0 EUR i gebyr pr. måned og 0,99 EUR i transaktionsgebyr på hvert salg. Ikke alle kategorier og funktioner er tilgængelige.

- **Professional**

Den mest anvendte konto for virksomheder og tiltænkt dem, som sælger over 40 produkter pr. måned. 39 EUR i gebyr pr. måned, men til gengæld intet transaktionsgebyr pr. salg. Alle kategorier og funktioner er tilgængelige.

For begge kontotyper betales der desuden salgsprovision til Amazon, afhængig af kategorien, på mellem 6% og 20% - i gennemsnit er salgsprovisionen ca. 15%.

Amazon har traditionelt set været bygget op omkring B2C salg - altså salg direkte til forbrugerne. De har dog nu også skabt en stor omsætning på B2B salg.

Amazon fokuserer meget på B2B området og har lavet en speciel konto for B2B indkøbere, hvor de har udviklet funktioner, der er specielt målrettet dette segment. Der er f.eks. bedre faktureringsprocesser og flere brugere tilknyttet virksomhedens konto, som er relevant for virksomheder med mange indkøb.

Se mere om fordelene ved at købe ind som virksomhed [her](#) og overvej, om det er et relevant sted at sælge for dig.

Bør din virksomhed sælge på Amazon?

Det anbefales at have en velovervejet strategi på plads, før du bruger tid og investerer i at sælge på Amazon. Lidt simpelt sat op, er der to veje at gå:

- **Kun Amazon:** Du vælger at bruge Amazon alene uden at have egen webshop i markedet. Det er hurtigt og på kort sigt er der lave omkostninger for at komme i gang. Til gengæld vil der løbende være relativt høje omkostninger til tredjeparten, Amazon, for at opretholde og øge salget.
- **Egen webshop og Amazon:** Opnå fordelene ved både at bygge egen webshop og øget synlighed/salg via Amazon. Kombiner gerne dette med et stærkt produkt feed hvorved du

² <https://www.danskerhverv.dk/siteassets/mediafolder/dokumenter/01-analyser/digital-handel/analyser/e-handelsanalysen-1-halvar-2021.pdf>

kan sende dine produkter til relevante markedspladser, med de rette produktdata og dermed sælge på Amazon i dag, Facebook i morgen og helt nye markedspladser senere eller alle muligheder på en gang.

Der følger både attraktive vækstmuligheder og store forpligtelser med for dem, som vælger at sælge via Amazon. Afhængig af brancher og produkter kan der være forskellige incitamenter til aktivt at gå på Amazon, som sælger:

- Virksomheder, der har egne brands, kan have stor fordel af at have ejerskab på produktvisningen på Amazon. Samtidig er Amazon et godt 'udstillingsvindue' til både nye kunder og samarbejdspartnere på nye markeder.
- Mindre virksomheder med nicheprodukter vil ofte have få konkurrenter og dermed et stort potentiale for at ligge højt i søgeresultaterne og sikre sig en stor salgsandel i den pågældende kategori.
- Retailere med stor volumen og dermed mulighed for konkurrencedygtige priser og attraktive vilkår, kan skaffe sig adgang til et enormt internationalt potentiale.

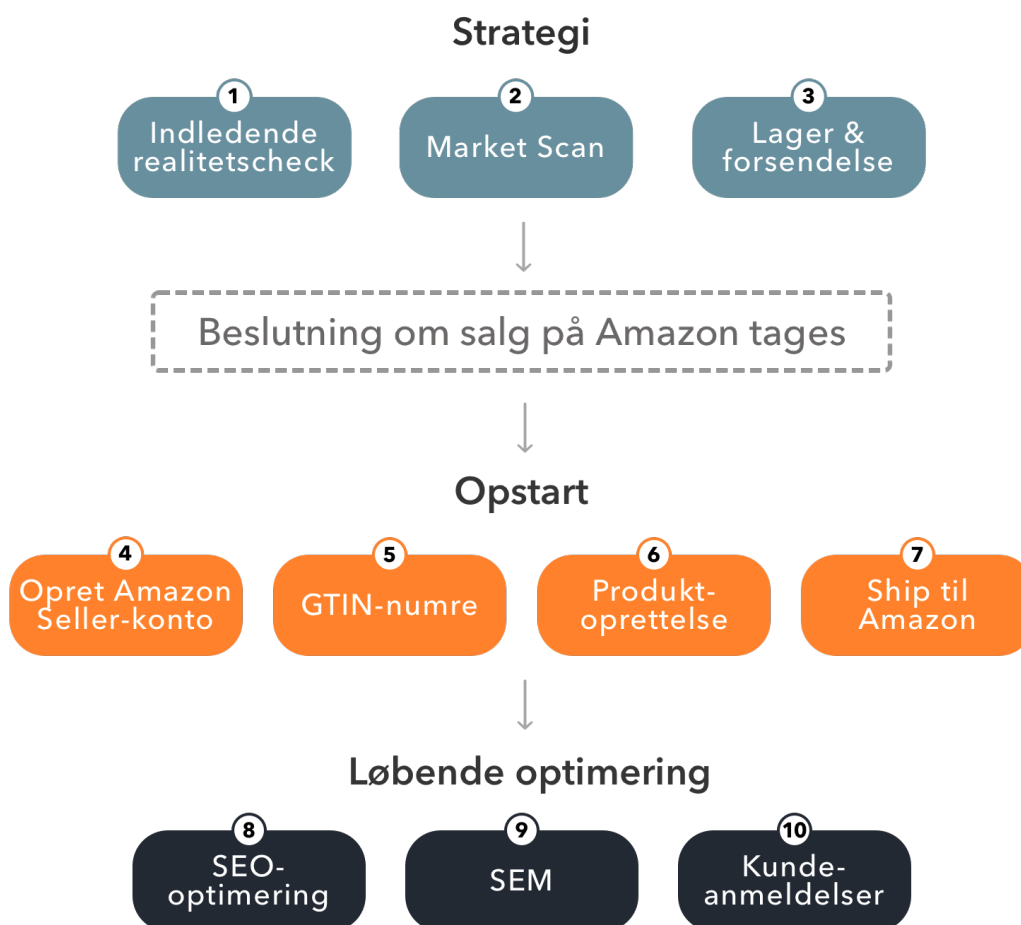
Det er dog også vigtigt at have for øje, at din virksomheds Amazon strategi også kan være, at du efter grundig research og overvejelse vælger ikke at være til stede på Amazon.

2. Hvordan sælger du på Amazon?

Det kræver en vis indsats og tid at opstarte salg på Amazon. Vi anbefaler derfor at gå struktureret til opgaven, så der via indledende research og vurdering kan tages en velovervejet strategisk beslutning: Gå aktivt på Amazon Marketplace eller konkludér, at det efter den grundige overvejelse ikke passer ind i din virksomheds strategi, og I derfor skal bruge jeres tid og ressourcer på andre aktiviteter.

Hvis beslutningen bliver at påbegynde salg på Amazon, skal der gennemføres en række operationelle og praktiske beslutninger samt implementeringer vedrørende kontooprettelse, varenumre, produktoprettelser og evt. forsendelse til Amazons lager. Når salget igangsættes, skal der påregnes løbende optimering af både produkter og markedsføring.

Vi har her skitseret de forskellige dele af en Amazon Marketplace udrulning - de enkelte punkter vil i de efterfølgende sektioner blive gennemgået og uddybet.



3. Strategi

3.1 Indledende realitetscheck

Det er vigtigt at forholde sig til de mange aspekter, som salg via Amazon medfører. Først og fremmest er det vigtigt, at du forstår Amazons regler og krav, inden du går i gang, og overvej om dine produkter vil kunne leve op til dette. Lav rentabilitetsberegninger og sørg for at tænke både kort- og langsigtet.

Seller eller Vendor

Der skal tages en helt overordnet beslutning om, I ønsker at indgå en salgsaftale med Amazon på deres Vendor-model (Amazon er juridisk sælger) eller selv at stå for salget på markedspladsen. Det kan virke besnærende at betragte Amazon som en forhandler, der køber stort ind af dit lager, og derefter sørger for alt. Men mange store brands har forsøgt dette og senere hen trukket sig tilbage igen. Ofte med henvisning til lav indtjening, mistet kontrol over prissætning, hvilke markeder produkterne bliver solgt på og utilstrækkelige kundeoplevelser for deres brand. Nike og Ikea er i blandt disse.³

Fordele og ulemper

Nedenfor har vi som en hjælp til det indledende realitetscheck skitseret en række væsentlige punkter - fordele og ulemper - du kan tage med i dine overvejelser i forhold til at vælge din virksomheds strategi og indsats på Amazon. For nogle virksomheder vil det allerede ved at gøre sig disse overvejelser stå klart, om Amazon er en interessant mulighed for dem - eller måske det omvendte.

Fordele ved at sælge på Amazon

Adgang til mange nye kunder

Amazons enorme kundebase og meget omfattende produktudvalg gør det til en attraktiv platform at være tilstede på. Med de rette produkter, priser og vilkår vil der hurtigt genereres nye kunder og stor omsætning.

Salgsvolumen

For nogle virksomheder kan det have meget stor betydning at have en markant salgsvolumen af hensyn til at kunne foretage indkøb til konkurrencedygtige priser. Amazon kan derfor på trods af en muligvis lav indtjening på salget være en god vej til at øge omsætningen, og dermed forbedre indkøbspriser og avancer.

³ <https://www.cnn.com/2020/01/10/more-brands-are-leaving-amazon-but-the-strategy-could-backfire.html>

Nye markeder med lav investering

I forhold til selv at skulle opbygge en lokal webshop, distribution og markedsføring kan Amazon være en hurtig genvej til udrulning på mange markeder på en gang. Dette gør sig især gældende, hvis du vælger en FBA (Fulfilled by Amazon) løsning, hvor du kan drage fordel af Amazons stordriftsfordele i forhold til distribution og derfor ikke behøver at forhandle lokale aftaler på nye markeder.

'Spill-over' effekt til egen webshop

Selvom Amazon 'ejer' kundeforholdet, er der muligheder for at få kunden over i din egen webshop. Dette kan ske allerede, når brugerne researcher produkter på Amazon, og vælger at søge sig frem til din hjemmeside. Det anbefales at forsøge at skabe en relation til kunden ved at give information, reklamationsvejledning og andet i forsendelsen, når kunden har bestilt gennem Amazon.

Branding - gør dit produkt kendt

Amazon har en stor og trofast kundebase og har samtidig gode placeringer på produktsøgninger i søgemaskinerne f.eks. Google. Amazon er dermed oplagt til at sikre en billig og bred branding af dine produkter.

Få et forspring!

Amazon har endnu ikke en lokal, dansk version, men sælger alligevel til mange danske kunder. Opnå en fordel i forhold til dine lokale konkurrenter ved allerede nu at etablere dig og optimere din virksomhed på Amazon. Med opstarten i Sverige er dette kun blevet mere aktuelt. Amazon føles 'tættere på' når de er i Sverige og tiden til introduktion i Danmark må forventes at være kortere.

Få udbytte af Amazons position

Det kan være svært at konvertere besøgende første gang, de skal købe hos dig. Sker det gennem Amazon, står de som garant for, at du ikke bliver snydt.

Ulemper ved at sælge på Amazon

Ingen ejerskab på kunden

Når en kunde handler hos Amazon, er det Amazon, der har kontakten, e-mailadresse og kundeejerskabet, og du kan desværre ikke kommunikere direkte med kunden, sende nyhedsbreve på senere tidspunkt etc

Omkostningstungt

Et salg på Amazon vil typisk koste 8-15% i salgsprovision. Hertil skal lægges omkostninger til forsendelse, og der kræves som regel også en investering i marketing på Amazon.

Hård konkurrence og prispres

I mange produktkategorier er der høj konkurrence og et stærkt prispres, som kan gøre, at salget på Amazon ikke er profitabelt for mange sælgere, specielt hvis du kommer fra et land med et højt omkostningsniveau.

Investering i optimering/marketing

At sætte dine produkter til salg på Amazon er sjældent tilstrækkeligt. For at opnå synlighed blandt de mange konkurrerende produkter, er det oftest nødvendigt at investere i optimering af produkttekster (SEO) og marketing (SEM) på Amazon.

Begrænsede branding muligheder

På Amazon foregår alt inden for deres rammer og begrænsninger. Synlighed af din virksomhed og de brands, du sælger, er lille. Fokus er på selve produkttransaktionen.

Risiko for at Amazon 'stjæler' din success

Amazon har i sagens natur fuldt indblik i alle data vedrørende søgning og salg af dine produkter. Hvis dit salg er succesfuldt gennem Amazon, er det en velkendt risiko, at Amazon ofte selv køber/producerer produktet og sælger det i eget navn, og ofte til lavere pris eller mere konkurrencedygtige vilkår.

Kundeservice - høje krav

Amazon stiller høje krav til din responstid på f.eks. henvendelser til kundeservice. Du skal således svare inden for 24 timer og forventes at være tilgængelig 24/7 på alle årets dage, inklusiv helligdage. Der skal kun få forsinkede svar til, før du risikerer, at dine konti på Amazon bliver suspenderede. Der stilles desuden høje krav til din evne til at sikre hurtig ekspedition på leveringer, her må maks. 4% være forsinkede.

Kontroltab - Amazons 'Vendor-model' (Amazon agerer som sælger)

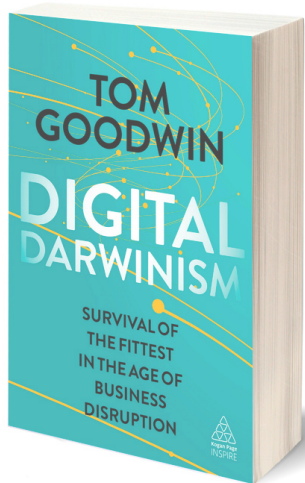
En problemstilling som ikke mindst gør sig gældende for brands og virksomheder, der sælger på mange markeder. Hvis blot et af markederne begynder at sælge via Amazon Vendor, kan Amazon ende som din egen konkurrent på markeder, hvor du ikke sælger på Amazon, idet Amazon kan flytte rundt på varer og selv bestemme prisniveauet.

Du vil måske allerede nu se enten store muligheder eller tilsvarende alt for store risici for din virksomhed, som gør beslutningen om Amazon strategien åbenlys. Vigtigst er det dog, at du tager din strategiske beslutning på et oplyst grundlag.

Undgå at blive dinosauren i din branche

Husk samtidig at tage det store perspektiv i betragtning og tænk fremadrettet. Magtpositioner indenfor stort set alle brancher har som følge af internethandel skiftet både hurtigere og voldsommere, end de fleste kunne forudse. Selv store veletablerede brands og virksomheder formåede ikke at se og omstille sig hurtigt nok, fordi en strategi om stabil årlig vækst og 5-års produktudviklingsplaner pludselig var ubrugelige. Helt uforudsigelige konsekvenser, som er opstået ved Corona-krisen, har ligeledes drevet den digitale omstilling og online salget til nye højder. Nye digitale virksomheder kan med nye platforme, tilgange, skalerbarhed og lavere omkostningsstrukturer vende din branche på hovedet i løbet af natten.

Med lanceringen i Sverige og måske snart i de øvrige nordiske lande, er det kun endnu mere relevant at vurdere din virksomheds position i forhold til Amazon (og andre online-giganter), som sandsynligvis også kommer til at påvirke din branche og forretning.



"We can learn from the past and the failure of Kodak or Nokia, Blockbusters or Borders, but these stories have been told many times over and the dynamics of today are different. For years physical retailers didn't worry about Amazon because it was different, it was for 'online shopping' - how silly this looks now..."

...A key part of preparing to change is looking forward, not backwards."

Tom Goodwin: Digital Darwinism (2018)

3.2 Amazon markedspotentiale

Det er ikke alle brancher og produktgrupper der sælges på Amazon, og selvom dine vigtigste produktgrupper måske sælges på Amazon, er det ikke sikkert, at det er der, du skal fokusere. Måske er dine USP'er⁴ bedre egnede til andre salgskanaler eller kundegrupper i andre segmenter.

Alt dette kan du finde mere viden om ved at kigge på de produkter, der allerede sælges

- Hvordan er prisniveauet/leveringspriser?
- Hvor mange lignende produkter er der på Amazon?
- Hvor mange sælgere er der af lignende produkter?
- Hvilke produkter/udbydere ligger øverst i kategoriens Bestseller-Ranking?⁵
- Antal kundeanmeldelser på top 10 produkter?
- Antal sælgere der annoncerer for produkttypen?

Det detaljerede overblik over konkurrenterne kan du nu bruge til at vurdere din egen konkurrencedygtighed med: Kan du matche produktkvalitet, priser og leveringsvilkår og dermed vinde ordrer fra de konkurrenter, der allerede sælger i dine kategorier?

Der findes i Danmark en del støtteordninger, der tilbyder virksomheder hjælp med eksport. Hvis du ønsker at outsource analysen af Amazon til f.eks. MakesYouLocal, er du oftest berettiget til støtte, og dermed får du en grundig analyse af dit potentiale på Amazon udarbejdet af Amazon specialister. Servicen hedder [Amazon Market Potential](#).

⁴ https://en.wikipedia.org/wiki/Unique_selling_proposition

⁵ Bestsellere findes pr. kategori og udregnes hver time - <https://www.amazon.co.uk/bestsellers>

Research tool online

Du kan desuden få volumen indikationer ved hjælp af web-services⁶, der dagligt holder øje med alle kategoriers topprodukter. Data om f.eks. salgsvolumen, lagerbeholdning, prisniveau, anmeldelser og placering, bruges i beregningen for at estimere omsætningen for produktet, som er en vigtig information, når du overvejer at gå ind og konkurrere i kategorien.

3.3 Lager/forsendelse

Lagerhåndtering, pakning og forsendelse (fulfillment) er et andet led af e-handelsværdikæden, som Amazon også har gjort et markant indhug i. De har et geografisk bredt net af lager- og distributionscentre, optimerede systemer og processer samt den store volumen, der muliggør lavest mulige leveringsomkostninger til kunden.

Du står derfor også over for valget mellem at håndtere denne del fra eget lager (måske med samme ordreflow, som du bruger i din webshop), i Amazon verdenen bliver dette kaldt FBM (Fulfilled by Merchant) eller du kan anvende Amazons alternativ, FBA (Fulfillment By Amazon).

Egen lagerhåndtering, pakning og forsendelse (FBM)

- Du kan hurtigt komme i gang med salget, da du blot kan taste ind, hvor mange varer du har på lager i Seller Central.
- Du kan til at starte med manuelt eksportere den data som skal bruges til at oprette fragsedler mv. eller få den automatisk sendt fra Amazon til dit lagersystem, hvilket nemmest bliver gjort gennem en tredjepart som f.eks. ChannelAdvisor.
- Du vil dog formentlig risikere at have længere leveringstid end de konkurrenter, som befinder sig på markedet eller anvender FBA, der typisk har den kortest mulige leveringstid.
- Samtidig vil dine leveringsomkostninger pr. ordre også risikere at være høje med forsendelse fra Danmark.
- Forventningen fra Amazon og kunderne er desuden, at ordren altid bliver ekspederet hurtigt. Det forhindrer dårlige ratings men samtidig sætter det ekstra pres på deadlines og processer.

Fulfilled by Amazon (FBA)

- Det er en mere omstændig proces at komme i gang med, da Amazon skal have mange informationer om, hvordan varer bliver pakket, mål, vægt og info om bl.a. farligt gods.

⁶ Udvalgte services blandt de mange alternativer: Junglescout - Amzfinder - Sellics - Amzscout. Søg f.eks. her for flere muligheder: <https://www.google.dk/search?q=amazon+product+research>

- Varer skal sendes til Amazons lager/lagre. Oplysning om hvilket lager du skal sende til, er først tilgængeligt relativt langt inde i forsendelsesprocessen, og du kan ikke regne med, at det er samme lager, du skal sende til hver gang.
- FBA giver meget større mulighed for at drage nytte af Prime konceptet med fri fragt for kunderne, og dermed opnås en konkurrencefordel ved produkter med høj konkurrence.
- Omkostningsmæssigt betaler du for både lagerpladsen, pakkeprocessen og forsendelsen.⁷
- Forsendelsesomkostningerne fra Amazons lager til slutkunden er dog lav, formentlig betydeligt lavere end du selv ville kunne få, da Amazon har nogle rigtig gode fragtaftaler.
- Tidspresset på leveringen er til gengæld lagt over på Amazons skuldre.
- Kundeservice som omhandler levering og returnering bliver håndteret af Amazon.

⁷ Beregningsmodeller til estimat af omkostningerne ved salg og distribution via Amazon:

<https://services.amazon.de/programme/versand-durch-amazon/preisgestaltung.html>

https://sellercentral.amazon.co.uk/fba/profitabilitycalculator/index?lang=de_DE

4. Opstart

Når beslutningen er taget om at gå aktivt ind på Amazon, skal arbejdshandskerne på.

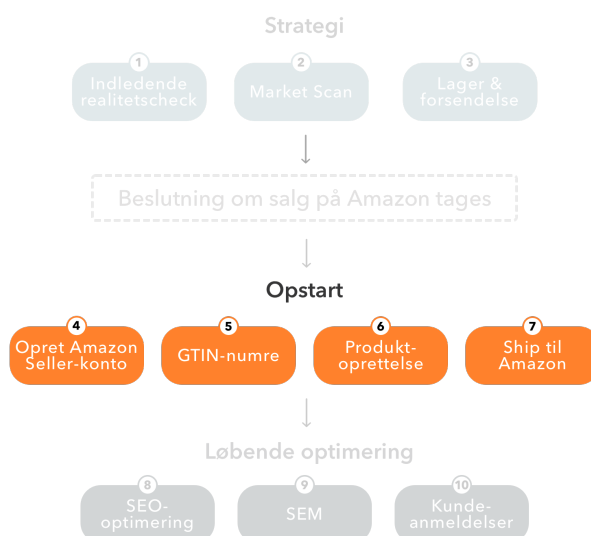
Virksomheden skal registreres, produkter oprettes og lager/forsendelse samt kundeservice skal klargøres.

4.1 Opret Amazon Seller konto

Første skridt i registreringsprocessen er at oprette en konto på Amazons såkaldte Seller Central.⁸ Du vil nu blive bedt om at indtaste en række oplysninger om dig og din virksomhed. Derfor skal følgende information være klar til oprettelse:

- E-mail.
- Kreditkort/bankkonto til betaling af medlemskab/gebyrer.
- Telefonnummer som skal kunne modtage verifikationer på sms beskeder.
- Virksomhedsinformation (adresse, CVR-nummer osv).
- Kontaktperson i virksomheden.
- Dokumentation på kontaktpersonens adresse (dokumenteret på baggrund af en faktura, bankudtog eller lignende).
- Information om alle ejere af virksomheden.
- Bankkonto til udbetaling af omsætningen for dine salg på Amazon.

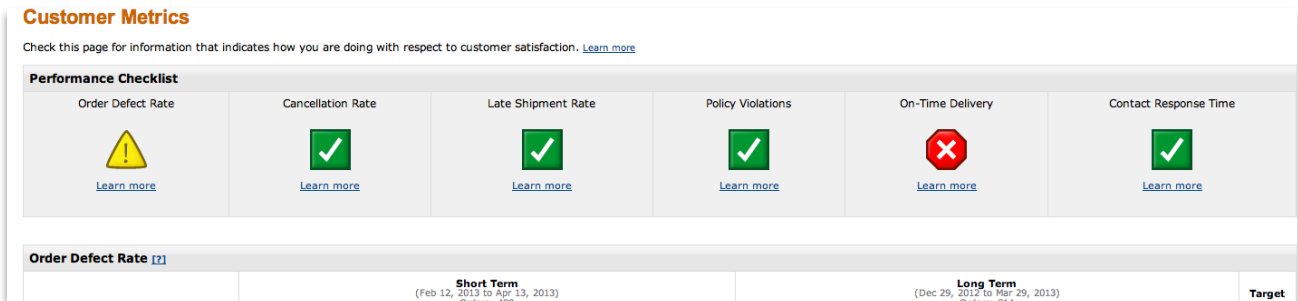
Der er grundlæggende to typer Amazon konti, "Individual" og "Professional". Førstnævnte for sælgere med lavt antal salg pr. måned. Kontoen er gratis at have, men Amazon opkræver 0,99 EUR pr. salg. Professional kontoen vil være det bedste valg for de fleste, da denne konto ikke har noget gebyr pr. salg, men derimod et fast månedsgebyr på 39 EUR.



⁸ <https://sellercentral.amazon.de>

Krav til kundeservice

Amazon stiller meget store krav til den service, du skal give til deres kunder. For på trods af, at det er Amazon, der ejer kunden, så er det dig, der har opgaven med at sikre rettidig levering, god kundeservice og simpel returhåndtering. Hvis du ikke gør det, så har det konsekvenser!



I første omgang vil negative anmeldelser påvirke dit salg, og du bliver nedprioriteret i Amazons algoritme. Et produkt med en god pris og attraktive leveringsforhold gør ikke alene, at du bliver vist til potentielle kunder.

Du kan følge dine resultater på din seller account, og det er vigtigt at reagere på de advarsler, du får. Amazons politik er konsekvent, og bryder du denne risikerer du, at din konto bliver lukket. Det kan være meget omstændigt og svært at få den genåbnet.

En række vigtige krav:

- Varerne skal leveres inden for den tidsfrist, du oplyser (højst 4% må leveres senere).
- Højst 1% af dine kunder må reklamere eller lave charge back.
- Alle kundehenvendelser skal besvares inden 24 timer på det sprog, som du sælger på.
- Amazons returpolitik er 14 eller 30 dage afhængig af kategori og bør selvfølgelig følges.

Før du frigiver dine produkter til salg, skal du altså have gode processer på plads for besvarelse af kundehenvendelser og håndtering af returvarer.

Specielt hvis du åbner på flere markeder, er det vigtigt, at du har en god proces for returer, som er attraktiv og prisvenlig for kunderne, men også er effektiv og økonomisk fornuftig for din virksomhed.

4.2 ASIN-numre og vareidentifikatorer

Hele Amazons produktdatabase er opbygget ved hjælp af unikke identifikationer pr. produkt og produktvariant. Alle produkter hos Amazon tildeles et såkaldt ASIN-nummer, som dermed bliver den unikke identifikation for præcis dette produkt.

Når du lister en vare på Amazon, skal du angive en identifikator, enten ASIN eller EAN-nummer, som er den mest brugte identifikator for strekkoder i Europa. Er varen tidligere blevet solgt

eller listet på Amazon, vil du kunne vælge varen. Hvis varen ikke findes i Amazons katalog, kan du gå videre og oprette et nyt produkt.

Denne logik er det som gør, at et produkt kun har en produktside. Du kan altså ikke lave kopier og flere produktsider på et produkt, med mindre de har forskellige identifikatorer. Således har et produkt de samme produktinformationer, uanset sælgere. Du kan godt "foreslå ændringer" i f.eks. tekstmaterialet på listings på din egen Seller Central konto. Disse ændringer bliver derefter sendt til Amazon, og de vurderer, hvilket af alt angivet materiale som er bedst, og dette bliver så det, som bliver vist i frontend på produktsiden.

Hvis du har dit brand registreret i Amazon Brand Registry, og således er identificeret som brandejer af Amazon, kan du tage kontrol over det materiale, der bliver vist på produktsider.

4.3 Produktoprettelse

Næste skridt er at tilføje de produkter, du ønsker at sælge på markedspladsen. Dette kan enten gøres manuelt med ét produkt ad gangen eller for et større antal produkter via upload af en flat file, eller gennem et vare feed, som du normalt opretter via en tredjepartsløsning. Hvis du i forvejen har en webshop, vil sidstnævnte uden tvivl være den nemmeste metode, især hvis du har et stort antal varer og ofte får nye produkter, f.eks. tøjkollektioner. Sælger du derimod kun få produkter eller er du ny som forhandler, vil du skulle lægge produkterne op manuelt.

Manuel tilføjelse af produkter

Når du vil tilføje et nyt produkt, skal du først undersøge, om det allerede er oprettet på Amazons platform. Hvis produktet allerede er oprettet, skal du ikke angive andet end varens tilstand, pris og lagerbeholdning.

Hvis det ikke allerede findes på platformen, skal det først oprettes. For at gøre dette, skal du udfylde forskellige informationer som produktkategori, underkategori, navn, mærke/brand, produktbeskrivelse, varenummer og varens tilstand. Hvis produktet findes i flere varianter som farve eller størrelse, skal disse tilføjes som varianter efter hovedproduktet er blevet oprettet.

Hvis du skal oprette et større antal varer på en gang, kan du gøre det via såkaldte flat files. Du laver en template (kategori specifik) som du bagefter kan downloade som f.eks. en Excel-fil. Derefter udfylder du diverse oplysninger, før du uploader den igen.

Listings via produkt feeds

Hvis du har et stort antal varenumre, der skal listes, kan en investering i en tredjepartsløsning som automatisk sender produktdata til Amazon fra din egen backend, være en god idé. Dette er også meget relevant, hvis du sender varerne selv (FBM), og således behøver data fra Amazon, sendt til dit system.

Begrænsede kategorier

Nogle kategorier er begrænsede, og du skal som sælger derfor ansøge om godkendelse, før du kan sælge varer. Disse er normalt kategorier, som har produkter der skal leve op til forskellige godkendelser, f.eks. fødevarer, digitale varer og babyprodukter.

4.4 Send varer til Amazon (kun for FBA)

Det medfører, som tidligere beskrevet, en lang række fordele at lade Amazon stå for lagerføring, pakning og forsendelse. Det øger muligheden for at levere dine varer til kundernes fulde tilfredshed på hurtigste og bedste vis og medfører, som følge deraf bedre kundevurderinger og endnu større salg.

Prisen for opbevaring, pakning og forsendelse fra Amazons lagre varierer alt efter dine produkters størrelse og vægt. Lagergebyret er baseret på hver enkelt vares volumen og faktureres pr. måned. I de allerfleste kategorier, og især hvis du sælger varer som ikke fylder meget og med lav vægt, kan FBA godt betale sig, da lagergebyret ofte bliver "hentet igen" takket være de lave fragtpriiser, Amazon tager for forsendelsen fra lageret til slutkunden.

I dag er standardprisen for lager beholdning på Amazons tyske FBA lager 26 EUR pr. kubikmeter pr. måned fra januar til september, og 36 EUR pr. kubikmeter fra oktober til december.⁹ Der kan desuden være en omkostningsmæssig fordel i at anvende Amazons lagre i f.eks. Polen/Tjekkiet, som dog så kan medføre en knap så hurtig leveringstid.

Du kan i nærmere detaljer se processen for at sende dine varer på lager hos Amazon i denne [video](#) og [PDF-guide](#). På Amazons Youtube kanal kan du desuden finde en lang række andre guides omkring salg på markedspladsen.

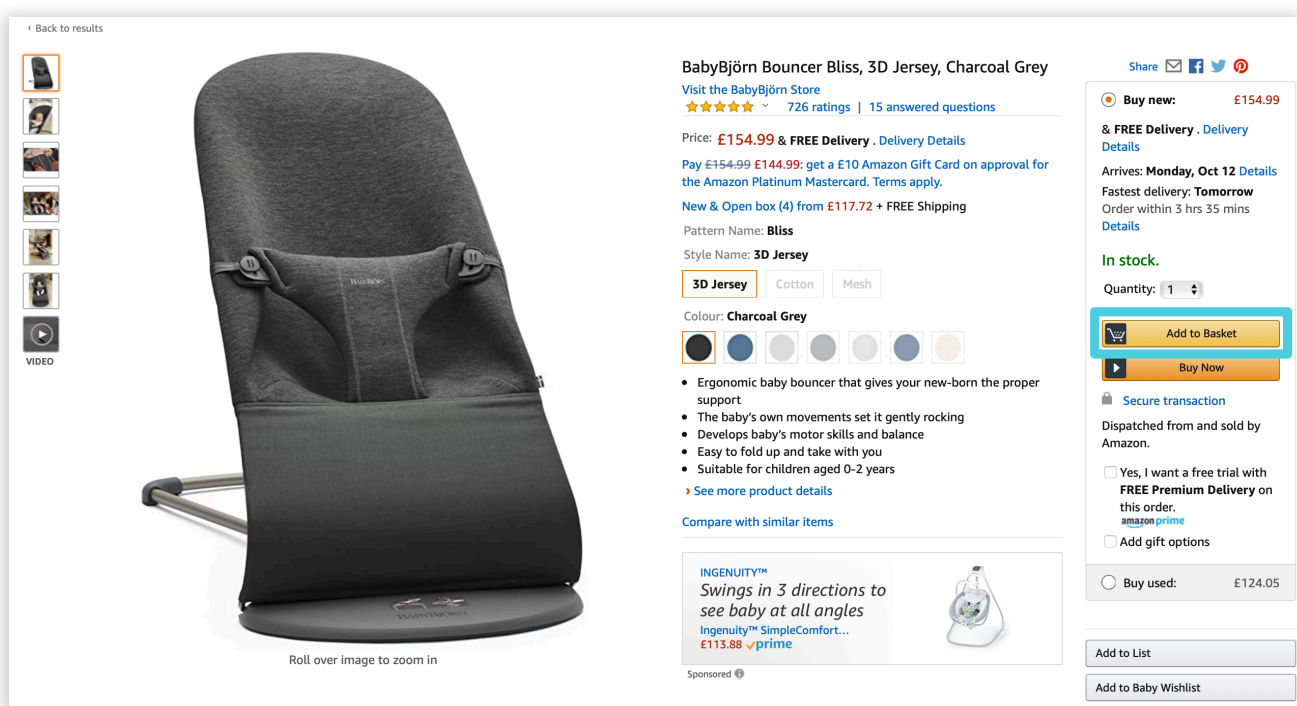
⁹ <https://services.amazon.de/programme/versand-durch-amazon/preisgestaltung.html#>

5. Løbende optimering

Når du har oprettet dig som sælger på Amazon og dine produkter er tilgængelige på platformen, bør du tage næste skridt for at sikre, at dine produkter faktisk bliver set af relevante kunder. For med millioner af produkter og tusindvis af sælgere på Amazon, kan du nemt drukne i mængden, hvis du ikke anvender markedsføring.

For at øge din synlighed og dit salg bør du derfor benytte dig af de værktøjer til markedsføring, som Amazon stiller til rådighed: SEO-optimering, SEM (Amazon Advertising) og kundefølgere.

Et begreb, der er vigtigt at kende i forbindelse med markedsføringen på Amazon, er den såkaldte "Buy Box". Buy Box'en findes på alle produktsider og indeholder den defaulte "læg i kurv" knap, som kunderne normalt bruger, når de vil købe en vare.



Hvis der er flere sælgere på Amazon, der tilbyder samme produkt, konkurrerer disse om at "vinde" Buy Box'en, det vil sige ligge øverst, og dermed være den sælger, der vinder kunderne, når disse klikker på "læg i kurv" knappen.

Amazon kigger på hver enkelt sælger af produktet og afgør ud fra forskellige parametre, hvilken af dem, der tilbyder kunden det bedste tilbud, som så vinder Buy Box'en. Her kigger Amazon blandt andet på prisen, hvordan varen sendes til kunden (i princippet hvis Prime er

tilgængelig eller ej), leveringstid, svartid for kundeservice henvendelser, antal ordrer med forsinket forsendelse og andre konkurrenceparametre.¹⁰

5.1 Marketing og SEO

Synlighed i søgeresultaterne på Amazon er altafgørende for at få salgsvolumen. Vi gennemgår her nogle af de væsentligste parametre at arbejde med for at forbedre den 'naturlige' rangering på Amazon.

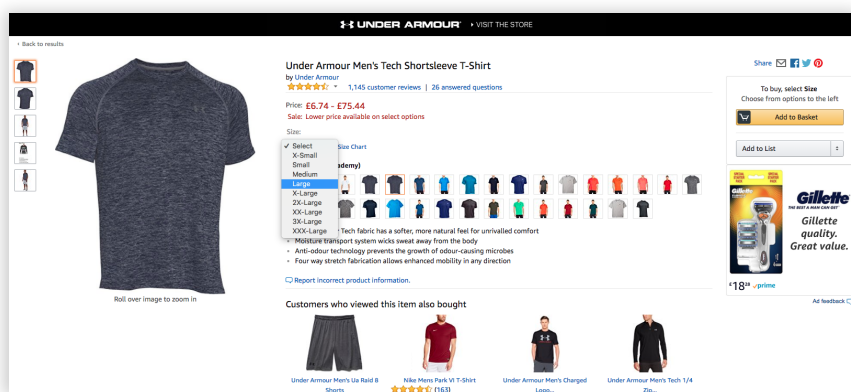
Forskellen på Google og Amazon SEO

De fleste webshops arbejder i et eller andet omfang med at forbedre sine placeringer i Google, og på Amazon foregår det meget på samme måde. Der er dog en del forskelle: Googles mål er at tjene penge på salg af markedsføring, hvor Amazons primære mål er at sælge produkter. Google viser derfor den mest relevante information på en søgeforespørgsel, hvor Amazon altid viser det mest relevante produkt. Dette fører til nogle ret forskellige søgekriterier og dermed forskelle i, hvordan du skal optimere.

For at opnå en succesfuld rangering på Amazon er her samlet en række af de væsentligste faktorer, der skal tages højde for:

On-page (produktbeskrivelse) faktorer

- **Produkt titel:** Produkttitlen er den absolut vigtigste on-page faktor. Den består af søgeordet, en salgstekst og brandnavnet. Kombineret på den rigtige måde, medfører det en optimal CTR (klikrate).



- **Bulletpoints:** Anvendelse af bulletpoints tekster er vigtig for at placere relevante søgeord, der supplerer titelteksten. Teksterne bør oplyste de væsentligste salgsargumenter.

- **Billeder i høj opløsning:** Produktbilleder betyder meget for brugerne, og kan være den afgørende faktor til at vælge dit produkt. Om muligt vis billeder, hvor produktet kan ses fra forskellige vinkler.

- **Produktbeskrivelser:** Her kan du angive yderligere information til at fremhæve vigtige produktegenskaber.

¹⁰ <https://www.bigcommerce.com/blog/win-amazon-buy-box/#buy-box-amazon-pricing-strategies-manual-vs-rule-based-vs-algorithmic>

- **Søgeord:** Her kan du angive andre søgeord, som ikke er blevet inkluderet i det øvrige tekstmateriale. Et søgeord får ikke større værdi, hvis det bliver brugt mere end en gang, og derfor er det ikke nødvendig, at tilføje søgeord som allerede er brugt i f.eks. titlen. Søgeord separeres blot med mellemrum, ikke komma, forskellige kombinationer af søgeord er derfor ikke relevant.

Resultat baserede faktorer

Alt på Amazon drejer sig om at sælge produkter, da provisionsindtægten er markedspladsens hovedindtægtskilde. Derfor optimerer Amazon selvfølgelig også ud fra parametre, der optimerer salget af produkter. Du skal derfor være opmærksom på:

- **Pris, lager, forsendelse:** Kunderne på Amazon er forkælede. Det forventes derfor, at du er konkurrencedygtig på prisen, har hurtig levering og lave (eller ingen) forsendelsesomkostninger.
- **Topsælger:** Hvis dit produkt opnår højt salg i en kategori, kan det blive en 'bestseller'. Dermed får produktet endnu større synlighed og salget øges automatisk. Du kan derfor i visse tilfælde evt. 'satse' på en sådan position ved i en periode at sælge uden profit.

- **Produktanmeldelser, sælgeranmeldelser og feedback-historik:** Feedback fra kunderne er særdeles vigtig, så du skal aktivt arbejde med at sikre både gode produktanmeldelser, anmeldelser af dig som sælger og ikke mindst sørge for at svare hurtigt på kundehenvendelser.
- **Amazon Prime:** En af de vigtigste 'opfindelser' Amazon har gjort. Når et produkt er under Amazon Prime programmet ved kunderne øjeblikkeligt, at forsendelsen er gratis og har hurtig levering.

Brugeradfærd

Som i forholdet mellem webshop og søgemaskiner har brugeradfærd også betydning på Amazon. Det rigtige mix af gode produkter, ordentlige beskrivelser og selvfølgelig konkurrencedygtig pris og vilkår vil føre til en høj klikrate, langt tidsforbrug på produktsiden og selvfølgelig i sidste ende salg, som vigtigste parameter!

5.2 Marketing - SEM

Ud over optimering af synligheden via SEO, bør du overveje at afsætte et budget til betalt markedsføring på Amazon. Især i starten er det nemlig vigtigt, at dine produkter bliver vist, da det ellers kan være svært at komme i gang. Siden du er en ny sælger på Amazon, konkurrerer du med mange andre sælgere, der har været på platformen længere end dig og som har opbygget en troværdighed som sælger, hvilket Amazon prioriterer i deres algoritme. Så for at nå ud til de kunder, der søger efter dine produkter, bør du benytte dig af de forskellige annonceringsmuligheder, som du har i systemet Amazon Marketing Services.

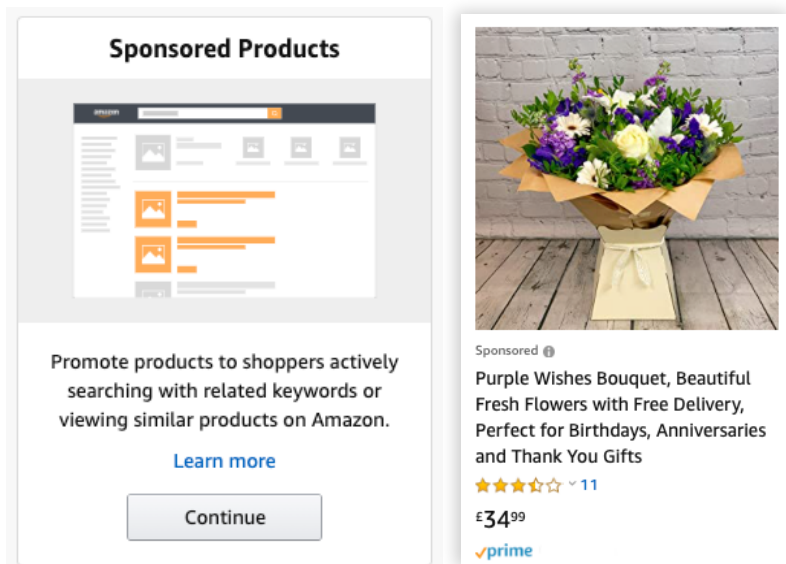
Amazon Advertising

Amazon Advertising kan sammenlignes med Google Ads, da det er en annonceplatform, der giver dig forskellige muligheder for at betale dig til synlighed i søgeresultater og på produktsider ved at målrette annoncer mod specifikke søgeord eller produkter. Du betaler ligesom på Google Ads kun for de klik, som dine annoncer genererer (CPC).

Det findes tre overordnede typer kampagner, du kan oprette på Amazon: Sponsored Products, Sponsored Brands and Sponsored Display.

Du kan bruge flere forskellige kampagnetyper med hver deres annonceformater og placeringer, som du kan vælge imellem, når du vil i gang med at annoncere:

• Sponsored Products



The image shows two parts of the Amazon Sponsored Products interface. On the left is a control panel titled "Sponsored Products" with a "Continue" button. On the right is a product listing for a bouquet of flowers.

Sponsored Products

Promote products to shoppers actively searching with related keywords or viewing similar products on Amazon.

[Learn more](#)

Continue

Sponsored

Purple Wishes Bouquet, Beautiful Fresh Flowers with Free Delivery, Perfect for Birthdays, Anniversaries and Thank You Gifts

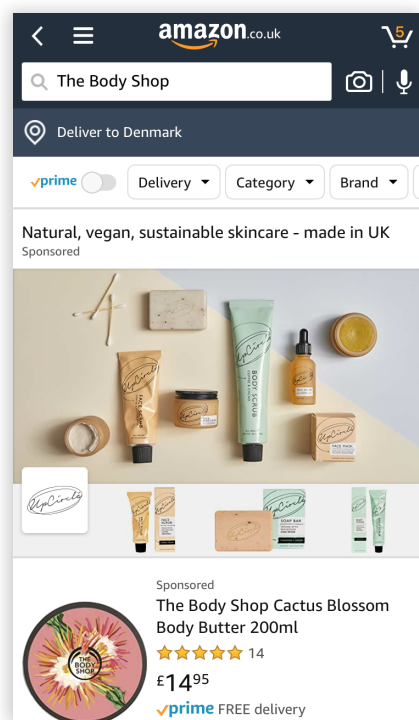
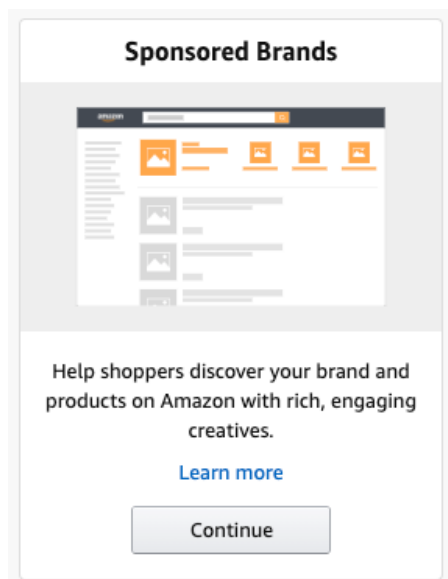
★★★★☆ 11

£34⁹⁹

prime

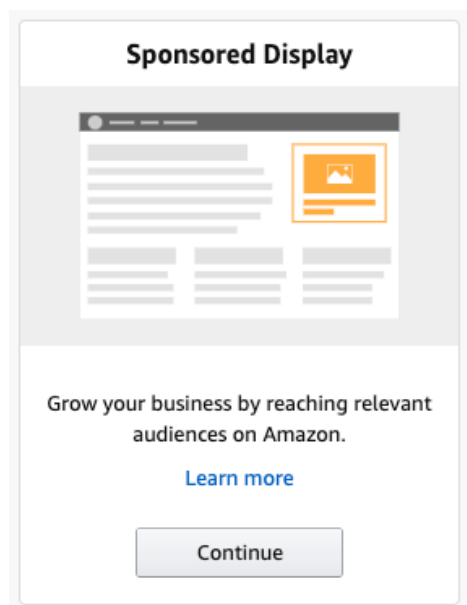
Med Sponsored Products-annoncer bliver dine udvalgte produkter vist i søgeresultatet på søgninger efter de søgeord, som du udvælger eller som anbefalede produkter på produktsider.

• Sponsored Brands



Sponsored Brands bliver vist som et banner øverst på siden med søgeresultater eller på produktsider. Du kan som med Sponsored Products målrette annoncerne, efter de søgeord, som du udvælger.

• Sponsored Display



Med denne annoncetype vises dine produkter på produktsider for relaterede produkter. Sponsored Display Ads målrettes efter relaterede produkter, som du udvælger, eller ud fra kunde interesser.

Når du først starter ud med annoncering, kan det give mening at teste forskellige formater og retninger for at finde den strategi, der giver dig de bedste resultater. Denne type ads er kun tilgængelig for registrerede brand owners.

Amazon Brand Registry, Stores og A+ content

Som kort nævnt tidligere, så har Amazon sit ejerregister over brands, og ved at være registreret i dette, kan du få yderligere features på Amazon. Udover at du kan kontrollere produktinfo, får du adgang til forskellige branding features, som er forbeholdt registrerede brands. For at blive registreret i Amazon Brand Registry kræves det, at brandet er varemærkeregistreret i f.eks. EUIPO.

En af de features du får adgang til er Stores. Det er her, du som brand kan skille dig ud og skabe dit eget lille brandunivers på Amazon. En Store er som en minishop, hvor du kan uploade content og produkter, som findes til salg på Amazon. Der findes strenge retningslinjer for hvad der godkendes, og du kan f.eks. ikke opfordre til, at kunder skal besøge andre sites eller forlade Amazon.

Se f.eks. Faxes store på Amazon.de:

<https://www.amazon.de/stores/FAXE/page/F8B7F913-DAA9-40FE-9D3B-8CEA675EC295>



FAXE

[STARTSEITE](#)

[FAXE PREMIUM](#)

[FAXE 10%](#)

[COLLECTORS ITEM ▾](#)

[UNSERE GESCHICHTE](#)



A+ content

En anden feature som er forbeholdt kunder, som er registrerede i Amazon Brand Registry er A+ content, tidligere kaldt EBC (enhanced brand content). Dette er en form for udvidet

produktbeskrivelse, hvor du kan tilføje billeder af features, sammenligningstabeller og andet indhold.

5.3 Marketing - Kundeanmeldelser

Kundernes anmeldelser har stor betydning for at opnå salg, vækst og succes på Amazon. Potentielle kunder kan naturligvis anvende disse til at navigere til populære sælgere/produkter, samt læse om andre kunders erfaringer.

Men derudover indgår anmeldelserne faktisk også i rankingfaktorerne i søgeresultaterne. Anmeldelser kan sammenlignes lidt med 'backlinks'¹¹ i f.eks. Google. De bliver af Amazon anset, som gode referencer for dit produkt. I den forbindelse skal du være opmærksom på følgende aspekter:

- **Kvalitet er vigtigere end kvantitet:** Kvaliteten af anmeldelserne er langt vigtigere end antallet.
- **'Falske' anmeldelser straffes:** Hvis eventuelle forsøg på at lave falske anmeldelser opdages, kan det permanent skade rankingen af dit produkt. I værste fald kan det endda føre til en blokering af din Amazon sælgerkonto.
- **Relevans:** Kundeanmeldelser med unikke udtalelser, som supplerer informationen om produktet, gives høj prioritet af Amazon.

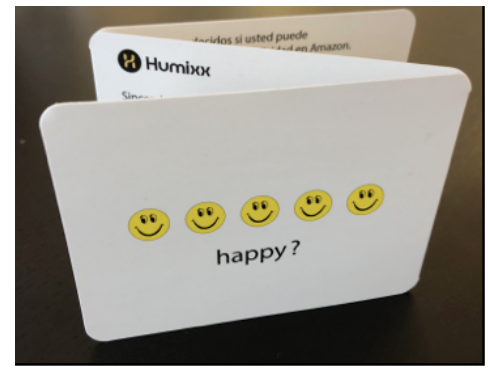
The screenshot shows the Amazon product page for the Google Mesh Wi-Fi Router. It features a star rating of 4.4 out of 5 based on 569 global ratings. A bar chart shows the distribution of ratings: 5 stars (72%), 4 stars (11%), 3 stars (5%), 2 stars (4%), and 1 star (8%). Below the chart is a 'Write a review' button. The page also displays two featured reviews: a top positive review by Adam and a top critical review by Nik Smeltzer, a Top 500 Reviewer. The positive review is titled 'Superb for houses with solid walls' and the critical review is titled 'If you only have wifi devices, it works a treat. If you have wired devices, it's less good.' Both reviews include detailed text and dates.

Star Rating	Percentage
5 star	72%
4 star	11%
3 star	5%
2 star	4%
1 star	8%

¹¹ Backlinks er links udenfor dit eget domæne, som peger ind på dit domæne, og er en positiv ranking faktor i søgemaskinens algoritme

Understøt gode/ægte anmeldelser på Amazon

Betydningen af kundefeedback er stor, og det er derfor vigtigt at gøre en indsats for at få øget antallet og kvaliteten med tiden. Åbenlyst er det optimale, at brugerne automatisk afgiver en anmeldelse, fordi de har en god oplevelse med handlen, din virksomhed og/eller produktet.

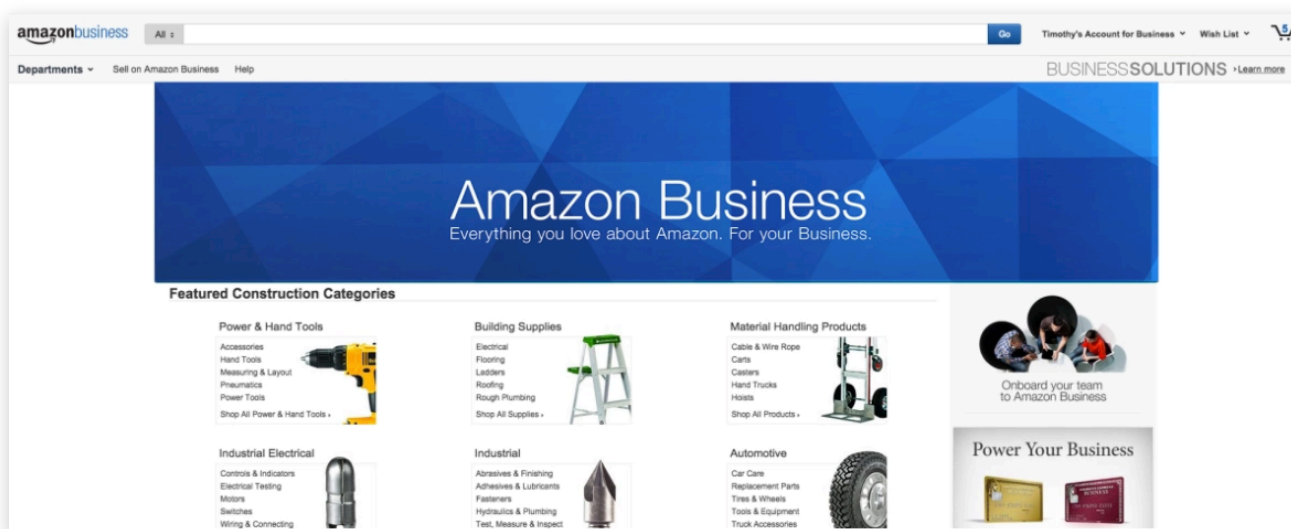


Det kan dog anbefales at gøre en målrettet indsats for at øge anmeldelserne, da betydningen af disse ikke må undervurderes. Spørg kunderne, om de vil afgive anmeldelser i den kommunikation I sender ud, f.eks. Som indstik i forsendelsen eller i ordrebekræftelsen.

Alternativt kan det også overvejes at købe hjælp hos nogle af de services, der har specialiseret software til at reagere på kunders positive/negative reaktioner og få det optimale ud af situationen.

6. Business to Business (B2B) på Amazon

Amazon Business¹² giver virksomheder mulighed for at foretage indkøb med en lang række af de samme fordele, som Amazon markedspladsen tilbyder forbrugerne. Det vil sige et let overblik over udvalg, priser og betingelser fra både Amazons eget udbud og de mange tredjepartssælgere.



Amazon Business kunne i 2017, to år efter lanceringen i USA meddele, at der nu er over 1 mio. B2B-købere.¹³ I Europa startede udrulningen af Amazon Business i Tyskland i december 2016, siden er UK, Frankrig, Spanien og Italien fulgt med. På det engelske site som gik live i maj 2017, havde de inden for det første år 100.000 kunder, og i Tyskland havde de inden for de første 12 måneder 50.000 kunder og 10.000 sælgere.¹⁴

Amazon Business indeholder millioner af produkter, som kun udbydes til virksomheder. Prissætningen er tilpasset større volumen, og der er forskellige muligheder for at lave en speciel prissætning.

For B2B-indkøbere er der en lang række fordele, f.eks.:

- Multi brugerkonti og godkendelsesprocesser som større virksomheder har behov for.
- Speciel prissætning til virksomheder og mængderabat funktioner.
- PO (Purchase Order) understøttelse og udvidet rapportering.

¹² <https://services.amazon.com/amazon-business.html>

¹³ <https://www.inddist.com/news/2017/07/amazon-business-tops-1-million-customers-launch>

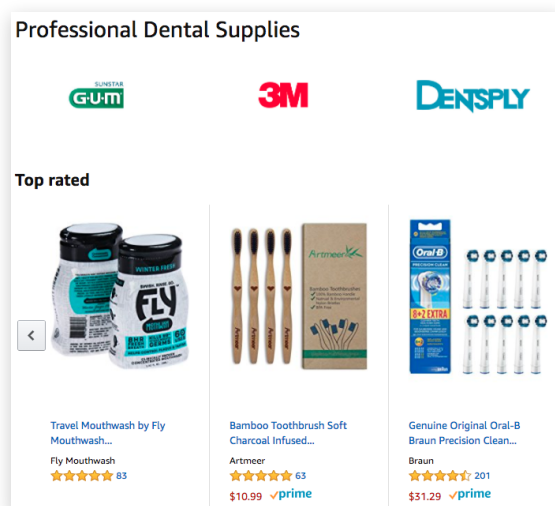
¹⁴ <https://www.netsuiteblogs.com/what-european-manufacturers-and-distributors-need-to-know-about-amazons-b2b-venture>

Svære udsigter for distributører og grossister

Salg på Amazon Business er en oplagt mulighed for producenter og distributører/grossister, som gerne vil nå ud til nye kunder og markeder. Der er dog svære tider forude, hvis 'mellem mændene' (distributører/grossister) ikke formår at etablere sig på Amazon, før producenterne i deres branche sandsynligvis sætter sig på en markant del af markedet.

Et godt eksempel på en branche, som Amazon Business gør indhug i, er dental industrien: Indkøb af de mange instrumenter og forbrugsstoffer til tandlægeklinikker kan nu i stort omfang indkøbes på Amazon Business, USA. Klinikkerne kan foretage alle deres indkøb på Amazon til skarpe priser, hvilket gør en stor del af den hidtidige salgsstruktur overflødig.

Læs f.eks. denne [artikel fra Dental Products Report](#), som beskriver omvæltningen i branchen, hvor Amazon Business pt. har over 40.000 produkter til salg.



Beat them - and/or join them!

Er din virksomhed derfor 'mellemmand', der sælger forbrugsstoffer, komponenter, råvarer etc., bør du have fokus på:

- at tilbyde kunderne simple og attraktive muligheder for at handle direkte hos dig, så de måske slet ikke overvejer Amazon Business som et alternativ.
- at overveje om din virksomhed aktivt skal gå ind og sælge på Amazon Business for dels at beskytte din nuværende markedsandel på hjemmemarkedet, og dertil have muligheden for at øge den med salg fra Amazons mange andre markeder.

I Danmark er der mange B2B-brancher, hvor sælgerne har investeret stort i avancerede webshops, platforme og services. Dermed gøres skifteomkostningen ved at flytte salg til f.eks. Amazon høj. I salget til den danske industri/håndværksbranche tilbyder en lang række aktører f.eks. services, der formentlig er langt mere attraktive end det Amazon Business kan levere. Brd. Dahl, Sanistål og Lemvigh-Müller er gode eksempler herpå.

Indkøbere er også forbrugere

Slutteligt må man heller ikke glemme, at B2B indkøbere også er almindelige forbrugere. De er dermed i deres professionelle ageren på jobbet uden tvivl påvirket af de muligheder, som de oplever, når de selv handler som private forbrugere på nettet. Da mange f.eks. starter en produktsøgning direkte på Amazon, følger denne adfærd også i stigende grad med over i deres professionelle indkøbsverden, og dermed er Amazon Business endnu mere relevant.

7. Amazon Sverige

Så skete det endelig! Efter års spekulationer, utallige spørgsmål på e-handelskonferencer, i webinarer og podcasts over hele Norden, lanceredes Amazon.se langt om længe i slutningen af oktober 2020. Sverige er indtil videre det mindste marked Amazon er gået ind i.



Mange vil umiddelbart sige at det endte som lidt af en fuser. Forventningerne til Amazon var tårnhøje, men det viste sig at blive en lidt mere stille lancering end omverdenen havde i tankerne: Ingen Amazon Prime, et meget begrænset udbud af svenske shops og lokale produkter samt et slet ikke fuldt færdiglokaliseret site, som DR.dk beskriver i deres artikel om lanceringen:

Meget tyder dog på, at det ikke er et højhastighedstog, der har ramt den svenske internethandel i dag, men nærmere et damplokomotiv, der lige skal op i omdrejninger. Amazons svenske side er maskinoversat, fyldt med stavfejl og priserne på siden ser ud til at være oversat direkte fra euro til svenske kroner.¹⁵

dormy

Dormy Golf - Adm. direktør Anders Wall

Dormy Golf (dormy.com) har siden 1994 solgt golfudstyr via egne butikker og online i Sverige og de seneste år til øvrige nordiske lande og Tyskland.



Har Amazon's lancering i Sverige i oktober 2020 påvirket jeres forretning?

"Lanceringen har ikke påvirket os i større udstrækning. Dormy Golf har haft et stærkt år under pandemien. I øjeblikket har vi valgt ikke at hverken sælge eller markedsføre vores produkter på Amazon."

Ser I Amazons markedsplads som en væsentlig konkurrent i Sverige?

"Vi holder naturligvis øje med alle aktører indenfor vores branche, og det gælder derfor også Amazon."

Hvilken position ser du Amazon have i jeres branchen indenfor de kommende 2-3 år?

"Amazon kommer ganske givet til at vokse og blive en stærkere aktør på markedet. Det kan måske give anledning til at nogle producenter vælger at gå direkte til slutkunden via markedspladser som Amazon, og derfor skal vi fortsætte arbejdet med vores fysiske butikker, hvor vi løbende får en unik indsigt i kundernes ønsker og præferencer."

¹⁵ <https://www.dr.dk/nyheder/penge/amazon-er-landet-i-sverige-men-staver-daarligt>

Det generelle prisniveau var generelt også ramt lidt skævt, så mange produkter rent faktisk var dyrere på Amazon end hos lokale svenske e-handlere.¹⁶

Amazon vandt således ikke hverken de lokale sælgere eller køberes hjerter ved første øjekast, hvilket nok også er en urealistisk forventning, der i et eller andet omfang er blevet opbygget på grund af virksomhedens størrelse og 'kändis'-faktor i e-handelsbranchen.

7.1 "Always day 1" gælder også i Sverige!

Nu er Amazon jo ikke en nyskabt kældervirksomhed, som bare har kastet en lidt for hurtig udviklet ny landeside ud på markedet. De har mange års erfaringer på bagen og med et mindset som konstant byder på at agere med en ærgerrighed som om det er 'den første dag' - hver dag!¹⁷

Amazon har selvfølgelig over det forgangne år allerede forbedret og tilpasset siden og dens udbud på mange planer. De grelle stavfejl og andre skæverter er fjernet, flere lokale sælgere er kommet til, prisniveauet skærpet og senest er Amazon Prime i september 2021 også blevet rullet ud til svenskerne. Grundlaget for det som har skabt succesen og de store markedsandele i mange andre markeder er med andre ord allerede ved at være på plads mindre end et år efter lanceringen.



The screenshot shows the Amazon Prime website interface in Swedish. At the top, there is a blue header with the Amazon Prime logo on the left, the text "Snabb & gratis hemleverans, filmer & TV-serier, erbjudanden och mer" in the center, and a link "Välj din plan" on the right. Below the header, the main heading is "Förmåner med Prime". There are three main benefit cards, each with an icon and text:

- Snabb & gratis leverans:** Accompanied by an icon of a Prime delivery van. The text below reads: "Få snabb & gratis hem- och ombudsleverans på miljontals utvalda produkter, inklusive helgleverans till Stockholm, Göteborg och Malmö."
- Prisbelönta filmer & TV-serier:** Accompanied by an icon of a play button. The text below reads: "Nya titlar. Prisbelönta Amazon Originals. Titta på det du älskar via dina favoritenheter." Below this text is a link "Upptäck Nu ▶".
- Utvalda erbjudanden:** Accompanied by an icon of an Amazon box. The text below reads: "Få 30-minuters förtur till utvalda blixterbjudanden och exklusiv tillgång till Prime-erbjudanden."

Dansk Erhverv Digital's direktør, Niels Ralund, skrev i forbindelse med Prime-lanceringen:

"Det svenske marked er ganske modent, og der er allerede rigtig mange dygtige netbutikker i Sverige. Men vi skal ikke glemme, at det er en gigant med en størrelse og indflydelse, vi ikke tidligere har set. De har ressourcerne til at køre med underskud i lang, lang tid og dermed presse konkurrenterne ud i en udmattelseskamp. Det bliver spændende at følge, og der er ingen tvivl om, at de svenske virksomheder i dag er mødt ind til en ny virkelighed."

¹⁶ <https://nyhetsrum.pricerunner.se/posts/pressreleases/fyra-av-tio-produkter-dyrare-pa-amazon-sverige>

¹⁷ <https://www.businessinsider.com/jeff-bezos-says-always-day-1-amazon-philosophy-2019-12>

Amazon Prime i Sverige koster fra starten kun 59 SEK om måneden, og for de penge opnår forbrugeren tre markante fordele:

- Gratis og hurtig levering på en lang række produkter, der er Prime-markeret.
- TV-streaming med stort udvalg af serier og film.
- Adgang til udvalgte specialtilbud, der kun tilbydes Prime-medlemmer.

Isoleret set er streaming-tjenesten alene billigere end alternativer som f. eks. Netflix og HBO. Så med andre ord er det en næsten uimodståelig pakke, som kombinerer hurtig levering (1-2 dage) i hele Sverige og uden en minimum ordrestørrelse. De tilbyder desuden også weekendlevering i de tre storbyer Stockholm, Göteborg og Malmö.¹⁸

Hööks

**Hööks Hästsport,
Adm. direktør Joachim Höök**

Hööks Hästsport (hooks.dk) med rødder helt tilbage i 1931 er Skandinaviens førende virksomhed indenfor hestesport - sælger både via egne butikker og online. Har omsætning på over ½ mia. SEK og ca. 400 medarbejdere.



Har Amazon's lancering i Sverige i oktober 2020 påvirket jeres forretning?

"Nej, vi har ikke mærket nogen påvirkning. Vi overvejer dog løbende om vi selv skal anvende Amazon som salgskanal."

Ser I Amazons markedsplads som en væsentlig konkurrent i Sverige?

"Med det ekstremt store udbud som de kan eller kommer til at udbyde, så bliver det ganske givet en hårdere konkurrent. Vi ser allerede en del brands og producenter som i denne kanal er begyndt at sælge direkte til konsumenterne, hvilket 'forstyrrer' den traditionelle handel."

Hvilken position ser du Amazon have i jeres branchen indenfor de kommende 2-3 år?

"De har da sikkert en stor position på markedet og kommer også til at tilbyde forbrugerne andre typer produkter end de lokale e-handlere lagerfører. Amazons indtog på markedet synes godt nok ikke gennemarbejdet, med de mange oversættelsesfejl i produkttekster og på siden i øvrigt. Men det ser også ud til at de nu har rettet op på en del af disse uheldige tilfælde og det bliver givetvis fortsat bedre med tiden."

¹⁸ <https://www.amazon.se/prime>

7.2 Salget stiger markant

Der var fra lanceringen i 2020 en udbredt skepsis fra de svenske e-handlere, brands og producenter, som Amazon naturligvis håbede at tiltrække til deres markedsplads. Interessen for at sælge på platformen var efter alt at dømme lavere end oplevet på andre markeder - sandsynligvis med baggrund i at svensk e-handel er veludviklet og har mange etablerede spillere, som forventer at kunne stå imod konkurrencen. Samtidig er det også værd at huske på, at salg på Amazon kræver en betydelig indsats for oprettelse af konto, produkter - og dertil investering i opfølgning, optimering og markedsføring. Det er med andre ikke en nem, gratis platform. Det kræver investering i tid og kroner, som ikke nødvendigvis giver resultat i form af stort salg og indtjening for alle virksomheder.

Men alt tyder på at det går rette vej for Amazon. Virksomhedens pengetank og vedholdenhed med markedspladsen er historisk set stor, og Amazon har råd til at bygge op over længere tid. Baseret på momsindberetninger i Sverige ser det ud til at gå stærkt og det vurderes at 1. halvår 2021 bød på en omsætning på over ½ mia. SEK. Med en forventelig videre vækst og en normalt højere e-handelsomsætning i 2. halvår, opnår de derfor sandsynligvis en mia. omsætning allerede i år.¹⁹

Der arbejdes løbende på at øge tilgængelighed og leveringshastighed, f. eks. ved at udbygge lagernetværket i det geografiske udbredte Sverige - noget som måske også kan øge antallet af lokale sælger på platformen. Det er ligeledes netop blevet muligt at købe markedsføring i kraft af sponserede resultater samt etablere sin egen brand store på markedspladsen.²⁰

JTI VENTURES

JTI Ventures, CEO Jimmy Tieu

JTI Ventures er et ungt og hurtigt voksende e-handelsfirma stiftet i 2016 som via en lang række webshops sælger forskellige produktkategorier direkte til forbrugerne.



Har Amazon's lancering i Sverige i oktober 2020 påvirket jeres forretning?

"Det har påvirket en del. Vi ser det først og fremmest ved at annonceringen på f. eks. Google er blevet dyrere. Salgsmæssigt har det endnu ikke været den store påvirkning. Vi bruger selv Amazons markedsplads i mindre grad - primært til at teste effekter."

Ser I Amazons markedsplads som en væsentlig konkurrent i Sverige?

"Ja!"

Hvilken position ser du Amazon have i jeres branchen indenfor de kommende 2-3 år?

"De kommer til at vinde større markedsandele og konkurrencen fra dem bliver dermed også lidt større. Dog tror jeg ikke at der bliver så store påvirkninger fra Amazon Sverige som mange e-handlere har gået og forestillet sig."

¹⁹ <https://www.ehandel.se/amazons-svenska-omsattning-exploderar-efter-lanseringen>

²⁰ <https://www.breakit.se/artikel/30453/amazons-nasta-drag-i-sverige-lanserar-sponsrade-sokresultat>

7.3 Hvad skal du som dansk sælger overveje i forbindelse med Amazon Sverige?

Amazon har nu den indledende erfaring med det svenske marked på plads, og har til en vis grad optimeret og tilpasset sig de lokale forhold. Omsætningen er stigende og allerede markant, dog uden at det endnu har ført til butiksdød og lokale spillere der er blevet udkonkurreret.

Men der er næppe tvivl om, at Amazon stille og roligt kommer til at spille en større rolle i svensk og nordisk onlinehandel. Så hvor alvorligt skal du tage Amazons indtog i Sverige?

Amazons mindste marked - men modent

Sverige som marked er jo lidt af en lilleput i Amazon sammenhæng, så man kan stille spørgsmålet: Hvorfor overhovedet prioritere markedet? Det må formodes, at Sverige, som det største land i det meget e-handelsmodne nordiske område, er et godt afsæt for Amazon, som ønsker at få del i noget af omsætningen fra de flittige e-handlende nordboere. Dermed gør Amazon nok også gør klar til at indtage f. eks. Danmark, Norge, Finland osv. Tiltagende rygter blandt konsulenter, medier etc. peger mod en snarlig lancering i Danmark.

Skal du hoppe med som sælger på Amazon Sverige?

Denne guides øvrige anbefalinger i afsnit 3 om fordele og ulemper ved at sælge på Amazon er naturligvis også gældende, i forhold til fastlæggelse af strategien for Amazon Sverige.

En række yderligere nuanceringer kan dog tilføjes:

- **Danske forbrugere kan også købe:** Synligheden af Amazon er med introduktionen i Sverige blevet større også for en dansk forbruger. Vi kan jo blot se den markante mediedækning, som det har medført i Danmark. Mange forbrugere vil sandsynligvis føle at en svensk Amazon er mere tilgængelig end den tyske.
- **Forberedelse til en kommende dansk udrulning:** Amazon har siden lanceringen i Sverige rekrutteret til yderligere udrulning i øvrige lande (Danmark er bl. a. specifikt nævnt), og det må formodes at en snarlig lancering på vores hjemmebane er sandsynlig. Da det tager tid at oprette og klargøre en Amazon konto og ydermere at opbygge salg og kundeanmeldelser etc., så vil der være en klar fordel ved at være kommet i gang allerede inden næste marked måtte åbne. Naturligvis under den grundforudsætning, at du strategisk fortsat finder salg på Amazon er det rette for din virksomhed.
- **Sverige (og Norden) sandsynligvis ikke med samme effekt som i Tyskland:** Amazon lancerede i Australien i slutningen af 2017 og der er nu ca. 25.000 sælgere, og de havde en markedsandel på ca. 4% i 2020. Det er trods alt et langt stykke fra den dominerende position, som Amazon har i Tyskland, hvor B2C markedsandelen vurderes at være 30-40% online. Efter

den lidt forsigtige start i Sverige tyder det fortsat mere på en 'australsk situation' end på en tysk.

- **Husk at vælge marked før salgskanal:** Overordnet set anbefaler vi at analysere situationen på markedet, før du via en autoreaktion springer på Amazon i Sverige. Dit produkt/brand skal nu engang have en realistisk, interessant efterspørgsel på markedet. Hvis ikke dette er tilfældet, så vil salg på Amazon sandsynligvis ikke øge efterspørgslen i væsentlig grad.
- **Overvej ikke at anvende Amazon på 'hjemmemarkeder':** Dit brands position på 'hjemmemarkeder' som de nordiske er sandsynligvis bedre og mere markant, end de lidt fjernere europæiske markeder syd for grænsen. Det kan derfor også være en overvejelse værd, om en evt. Amazon salgsindsats i større omfang bør fokuseres på disse lidt mere utilgængelige markeder end det svenske og omkringliggende markeder i Norden.
- **Masser af 'nye' konkurrenter:** En af de største konsekvenser ved Amazons lancering i Sverige er, at der pludselig er indtrådt tusindvis af nye konkurrenter på markedet. Sælgere fra hele verden, som i forvejen sælger på f.eks. de europæiske Amazon markedspladser, vil med minimal indsats også være til stede og sælge i Sverige. Konsekvensen heraf kan være svær at forudsige på forhånd, men vil naturligvis skulle følges nøje for hver enkelt varekategori.

Vaimo, Svensk e-commerce konsulenthus/leverandør

"Der er meget store restriktioner for, hvordan du på Amazon kan brande din virksomhed. Du kan vise dit logo/navn samt nogle få billeder - og det er det. Ingen links til din hjemmeside eller sociale medier. Ingen kontrol.

Og fordi Amazon ejer kundeforholdet, vil du heller ikke have adgang til kundernes data. Så ingen e-mail kampagner, målrettede tilbud eller personaliserede shoppingoplevelser.

Brand building på Amazon er med andre ord svært, specielt når du sammenligner med at fokusere indsatsen på egen webshop."

7.4 Hvor vigtig er Amazons indtog i Sverige for din forretning?

Der er næppe tvivl om, at Amazon fortsat kommer til at ændre det svenske e-handelslandskab på godt og ondt. Lokale e-handlende, som ikke formår at holde en lav omkostningsprofil, og virksomheder der ikke leverer et e-handelstilbud, som matcher kundernes forventninger, vil få det svært. Konkurrencen fra de mange udenlandske sælgere på Amazon vil sandsynligvis drive det generelle prisniveau nedad.

Der vil omvendt samtidig være muligheder for at sælge dine produkter på en ny kanal, som 'fødes' med stor bevågenhed og mange kunder fra start.

Vi må dog ikke glemme, at Amazon ikke er de dygtigste til alt. Så hvis du tager kundernes forventninger seriøst, kan din virksomhed levere en lokaliseret service og forståelse for kunderne, som Amazons effektive maskine ikke nødvendigvis kan slå. For at det skal lykkes, må e-handel være mere end blot et venstrehåndsarbejde i organisationen.

Niels Ralund får sidste ord fra lanceringen af Amazon Prime i Sverige:

"Mit råd til de danske virksomheder er at agere, som om Amazon allerede er her; gør jeres allerbedste – hvilket de i den grad også gør."

8. Afsluttende bemærkninger

Vi håber, at denne introduktion til at sælge på Amazon har gjort dig klogere på muligheder og udfordringer på Amazon, og måske givet dig mod på at opstarte salg på markedspladsen.

Det kan umiddelbart være nemt at finde alt det besværlige og uhensigtsmæssighederne ved Amazon, som ved første øjekast kan retfærdiggøre at holde sig væk fra platformen, f.eks. hård konkurrence, lave priser, høje krav til logistik og svartider. Husk dog på, at Amazon er indgangsporten til hundreder af millioner kunder i Europa og resten af verden, og hvis din forretning ikke byder sig til, skal der nok være konkurrenter, der tager salget.

Har du nogle konkrete spørgsmål, kan du også tage kontakt til MakesYouLocal, som står bag vores Eksport Helpdesk. Den kan du finde mere information om [her](#).

Måske overvejer du også at øge dit salg til nye markeder? Download flere guides [her](#).

Dette dokument er udarbejdet af MakesYouLocal P/S og tilhører Dansk Erhverv. Dokumentet må ikke gengives eller distribueres uden skriftlig forhåndsgodkendelse af Dansk Erhverv.

MAKES^{YOU} LOCAL
Succeed abroad

MakesYouLocal P/S

+45 69 91 80 06

Livjærgade 17B

DK-2100 Copenhagen