

# Sprzedaż na Amazon – kompendium wiedzy dla początkujących [aktualizacja listopad 2020]

18 września, 2019

Autor: Agnieszka Kenig-Westphal

Czas czytania: ok. 11 min

Spis treści:

- [Czy warto sprzedawać na Amazon z Polski?](#)
- [Zasady sprzedaży na Amazon](#)
  - [Pierwsze kroki na Amazon - Dystrybutor markowego towaru](#)
  - [Sprzedaż produktów własnych krok po kroku](#)
  - [Założenie konta sprzedażowego](#)
- [Co to jest Seller Central i Vendor Central](#)
- [VAT na zagranicznych rynkach](#)
- [Obsługa i zwroty na Amazon](#)
- [Możliwości marketingowe na Amazon](#)
- [Jak sprzedawać na Amazon z sukcesem?](#)

Chcąc sprzedawać na Amazon z sukcesem nie wystarczy założenie konta, wystawienie produktów i oczekiwanie na międzynarodowy sukces. Zanim rozpocznie się podbój zagranicznych rynków za pośrednictwem tego największego marketplace'u, ważne jest, aby zrozumieć, jak działa sprzedaż na Amazon, jakie daje możliwości, co można sprzedawać i czego oczekiwać od każdego modelu biznesowego. Przygotowaliśmy więc przewodnik, który odpowiada na pytania początkujących sprzedawców, stawiających pierwsze kroki na tej platformie. Życzymy dobrej lektury!



## Czy warto sprzedawać na Amazonie?

### Zalety sprzedaży na Amazon

Niewątpliwie prowadzenie sprzedaży na Amazon ma wiele zalet. Wśród tych najważniejszych można wymienić między innymi:

- możliwość dotarcia do 340 milionów klientów na całym świecie,
- sprzedaż za pośrednictwem platformy cieszącej się ogromnym zaufaniem na zagranicznych rynkach,
- możliwość sprzedaży za pośrednictwem magazynów Amazon,
- bezpieczne transakcje płatnicze,
- przydatne narzędzia sprzedażowo-logistyczne,
- dostęp do raportów i danych zamówień,
- możliwość promocji swoich ofert. Obecnie reklamy PPC są sześciokrotnie tańsze aniżeli tego typu forma w wyszukiwarce Google.



# 340 000 000

klientów Amazon na świecie

## Korzyści dla polskich firm

### Koszty biznesu

Największą przewagą konkurencyjną polskich firm na Amazon są niskie koszty utrzymania biznesu w naszym kraju. Niewielkie koszty pracy oraz magazynowania produktów pozwalają przedsiębiorcom zaoferować atrakcyjniejszą cenę, aniżeli dostawca z Niemiec, Czech czy Szwajcarii. Przez co sprzedawanie na Amazon, staje się dużo korzystniejsze dla polskich przedsiębiorców.

### Lokalizacja

Polska jest doskonale skomunikowana z Niemcami, dlatego niejednokrotnie wysyłka towaru z Polski do Niemiec jest tańsza niż przesyłki wewnątrz kraju naszego zachodniego sąsiada. Rozbudowany transport drogowy, kolejowy oraz lotniczy zapewniają znakomite warunki przepływu towarów. Nie bez powodu Amazon zdecydował się wybudować swoje centra logistyczne właśnie w Polsce.

### Ceny produktów

Sprzedawca, który oferuje najkorzystniejsze ceny na Amazon, może liczyć na największą liczbę klientów. Polscy przedsiębiorcy otrzymują często atrakcyjniejsze ceny od kontrahentów niż dystrybutorzy z Zachodu. Warto zatem to wykorzystać. 😊

Jeśli zastanawiasz się czy do prowadzenia zagranicznej ekspansji wybrać sklep internetowy czy marketplace, [przeczytaj naszą analizę: Amazon czy własny eCommerce](#)

## Amazon w Polsce

Mimo znakomitych możliwości sprzedażowych, odsetek polskich firm na Amazon jest bardzo niewielki. **To zaledwie mały procent, czyli około kilku tysięcy aktywnych polskich sprzedawców.** Dla porównania, tylko w 2020 roku do światowego rynku Amazon dołączyło ponad milion nowych sprzedawców. To co potencjalnie może blokować polskie przedsiębiorstwa przed wejściem na marketplace, to błędne założenie, że aby sprzedawać za granicą trzeba mieć tam założoną firmę. Mając polską spółkę bez problemu możesz sprzedawać w Niemczech czy Wielkiej Brytanii. Warto jednak zarejestrować VAT w kraju prowadzenia sprzedaży, ponieważ często jest on niższy niż w Polsce.

## Sprzedawcy na Amazon



**Mając polską spółkę bez problemu możesz sprzedawać w Niemczech czy Wielkiej Brytanii. Warto jednak zarejestrować VAT w kraju prowadzenia sprzedaży, ponieważ często jest on niższy niż w Polsce oraz uprawnia do skorzystania chociażby z FBA.**

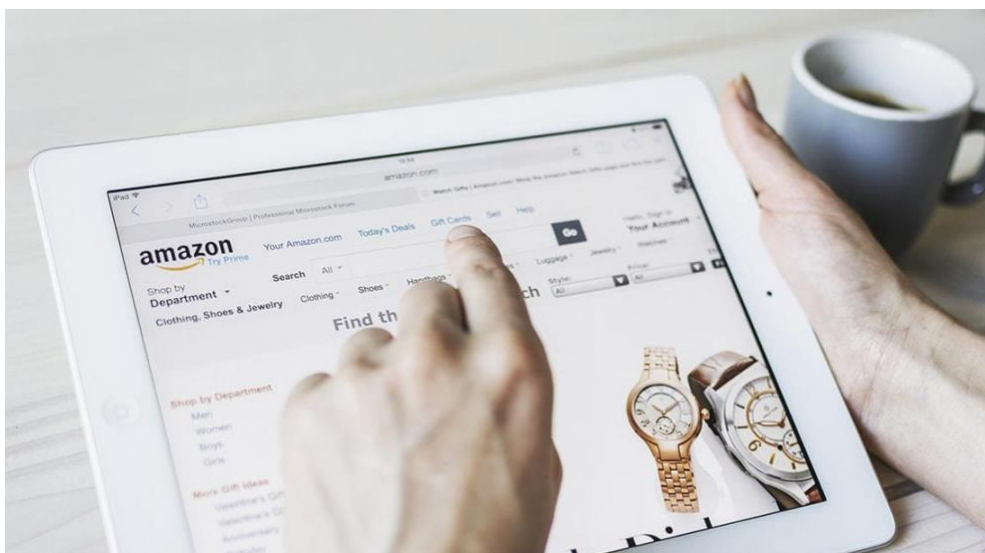
Od wielu miesięcy w mediach pojawiają się informacje na temat rzekomego [wejścia Amazon do Polski](#), a właściwie ten gigant jest aktywny w Polsce od wielu lat. Posiada własne centra logistyczne oraz badawczo-rozwojowe, a także otworzył swoje biuro korporacyjne w Warszawie.

## Zasady sprzedaży na Amazon

### Jak zacząć sprzedawać?

Proces sprzedaży na Amazon jest dość prosty, jednak, aby sprzedawać skutecznie, należy znać procedury i wiedzieć jak działać zgodnie z regulaminem platformy. Warunkiem sukcesu jest jego bezwzględne przestrzeganie, bo marketplace jest bardzo na tym punkcie wyczulony i charakteryzuje się zdecydowanie proklientką postawą.

Aby wystartować ze sprzedażą swoich produktów na Amazon, należy wykonać kilka kroków. Różnią się one w zależności od grupy sprzedawców. Inaczej wygląda wejście na Amazon w przypadku dystrybutora markowego towaru, a inaczej w przypadku producenta.



## Pierwsze kroki na Amazon - Dystrybutor markowego towaru

Strategia sprzedaży dla resellera czy dystrybutora markowego towaru znacznie różni się od tej dla producenta. Sprzedając markowe towary **wejdiesz na Amazon szybciej**, ponieważ Twoje karty produktowe już istnieją, wystarczy się pod nie „podczepić”. Co więcej, możesz porównać swoje ceny z cenami konkurencji i wybrać najbardziej atrakcyjny wariant cenowy. Ta opcja jest możliwa dzięki systemowi Clipperon, który automatycznie przyporządkuje oferty sprzedaży do konkurencji i pokaże możliwe do osiągnięcia obroty na każdym z rynków Amazon.

Co trzeba zrobić, aby zacząć sprzedaż na Amazon?

1. Przeanalizuj potencjał sprzedaży Twoich produktów na rynkach zagranicznych. [Zapytaj o bezpłatną prognozę sprzedaży na Amazon.](#)
2. [Załącz konto na Amazon.](#)
3. Wgraj swoje produkty manualnie lub zbiorowo poprzez plik Excel. Możesz to zrobić przy pomocy nazwy produktu lub jego zewnętrznego identyfikatora np. UPC, EAN czy ISBN.
4. Skonfiguruj najważniejsze ustawienia konta, np. model sprzedażowo-logistyczny (FBA, FBM), informację o VAT czy politykę zwrotów i reklamacji. Możesz też skorzystać z naszej wiedzy i doświadczenia – pomożemy Ci skonfigurować konto tak, aby maksymalizować Twoją sprzedaż.
5. Ustal cenę sprzedawanych towarów. Możesz to zrobić przy pomocy [Clipperon](#).
6. Zaczynij sprzedawać na Amazon. 😊

## Sprzedaż produktów własnych krok po kroku

Jeśli jesteś producentem towarów własnych, Twoja strategia będzie polegała na wprowadzeniu produktu na marketplace. Należy pamiętać, że polskie marki nie są znane na Amazon, dodatkowo 78% wyszukiwań na tej platformie nie zawiera nazwy marki. Po stronie sprzedawcy jest stworzenie kart produktowych czy zarejestrowanie marki własnej w EUIPO i Brand Registry. Musisz również wziąć pod uwagę inwestycje w marketing, aby pokazać swój produkt potencjalnym odbiorcom.

Jakie kroki musisz wykonać, aby zacząć sprzedaż na Amazon?

1. Przeanalizuj rynek docelowy i potencjalną konkurencję.
2. Wybierz produkty, które mają szansę na wysoką sprzedaż. [Sprawdź co sprzedawać na Amazon](#)
3. [Założ konto na Amazon.](#)
4. Wgraj swoje produkty i stwórz listingi (karty produktowe) w języku rynku docelowego. Pamiętaj, że potrzebujesz kodów EAN/UPC, opisów i zdjęć, aby wgrać swoje produkty.
5. Zarejestruj swoją markę w Amazon Brand Registry, aby zyskać pełną ochronę. Możesz też skorzystać z naszej wiedzy i doświadczenia – pomożemy Ci w rejestracji marki na Amazon.
6. Skonfiguruj najważniejsze ustawienia konta, np. model sprzedażowo-logistyczny (FBA, FBM), VAT czy politykę zwrotów i reklamacji.
7. Wylicz odpowiednią cenę sprzedaży Twoich produktów.
8. Zacznij sprzedawać na Amazon.

**WAŻNE!** Zanim produkty zostaną dodane na Amazon muszą mieć kody **EAN, GTIN, UPC**. Amazon nie pozwala prowadzić sprzedaży bez kodów, więc należy zadbać o ten element jeszcze przed rejestracją.

## Założenie konta na Amazon

Aby rozpocząć sprzedaż na największej platformie sprzedażowej na świecie, [musisz założyć konto na Amazonie](#). Istnieją dwa rodzaje kont: Indywidualne i Profesjonalne. Jeśli na poważnie podchodzisz do sprzedaży na Amazonie, polecamy wybranie opcji Profesjonalnej. Kolejno w celu potwierdzenia tożsamości, musisz przygotować odpowiednie dokumenty, np. kserokopię dowodu osobistego czy sądowy odpis z KRS. Przy zakładaniu konta dokładnie zapoznaj się z opłatami i prowizjami, jakie będziesz musiał ponieść.

	INDYWIDUALNY	Rekomendowany plan PROFESJONALNY
Ile kosztuje?	0,99 EUR / sprzedany produkt + procentowa prowizja od sprzedaży*	39 EUR (bez VATu) / miesiąc + procentowa prowizja od sprzedaży*
Który wybrać?	Wybierz plan indywidualny, jeśli: - planujesz sprzedawać <b>mniej niż 40 produktów</b> miesięcznie - nie planujesz reklamować swoich produktów - nie planujesz używać zaawansowanych narzędzi sprzedażowych	Wybierz plan profesjonalny, jeśli: - planujesz sprzedawać <b>więcej niż 40 produktów</b> miesięcznie - chcesz <b>reklamować</b> swoje produkty - chcesz korzystać z zaawansowanych narzędzi sprzedażowych takich jak <b>integracja z API</b> czy <b>raportowanie sprzedaży</b> - Chcesz sprzedawać produkty w kategoriach wymagających zgody Amazon

\*Prowizje od sprzedaży zależą od kategorii i wynoszą od 7% do 15%. Prowizje naliczane są od ceny końcowej dla konsumenta (czyli cena produktu + koszt przesyłki). Za książki, muzykę, video, DVD, oprogramowanie i gry video pobierana jest opłata za zarządzanie w wysokości 0,81 — 1,01 EUR za przedmiot.

## Co to jest Seller Central i Vendor Central?

Amazon oferuje różne modele prowadzenia biznesu na swojej platformie. W najogólniejszym wymiarze dzielą się one na Seller Central i Vendor Central. Pierwszy z nich przeznaczony jest dla sprzedawców, którzy sprzedają swoje produkty bezpośrednio do klientów Amazon za pośrednictwem marketplace'u. Natomiast drugi polega na sprzedaży hurtowej ilości towaru do Amazon, który zajmuje się również jego dystrybucją

### Modele sprzedaży i logistyki na Amazonie



#### FBA

Fulfillment by Amazon (FBA) to metoda sprzedaży, w której sprzedawca wysyła swoje produkty bezpośrednio do magazynów Amazon, jednak nadal należą one do sprzedawcy. Następnie są one wysyłane pod wskazany adres przez Amazon, który odpowiada również za zarządzanie obsługą klienta. Program FBA jest dodatkowo płatny. Przeczytaj więcej na temat [sprzedaży na Amazon w modelu FBA](#).

#### FBM

Fulfillment by Merchant (FBM) to metoda sprzedaży na Amazonie, w której sprzedawca wystawia swoje produkty na Amazon, ale posiada swój magazyn, zarządza wysyłką i obsługą klienta we własnym zakresie (lub za pośrednictwem innego operatora logistycznego). Przeczytaj więcej na temat [sprzedaży na Amazon w modelu FBM](#).

#### Vendor

Vendor to metoda sprzedaży, w której klient dostarcza hurtową ilość towaru do Amazon, a sprzedaż zajmuje się sam Amazon. Przeczytaj więcej na temat [sprzedaży w Vendor Central](#).

## VAT na zagranicznych rynkach

Aby sprzedawać na rynkach zagranicznych, np. na niemieckim, nie zawsze potrzebna jest rejestracja VAT. Jednak, aby maksymalizować sprzedaż jest on niezbędny. Chociażby dlatego, że dzięki rejestracji możesz skorzystać z opcji bezpłatnego automatycznego fakturowania zamówień na wszystkich europejskich rynkach Amazon, a także korzystać z programu FBA.

## Stawki i progi VAT

Warto już od początku prowadzenia sprzedaży na Amazon zarejestrować VAT, gdyż często zagraniczna stawka jest niższa niż polska. Działa to na korzyść przedsiębiorcy, ponieważ może generować wyższe zyski i proponować bardziej konkurencyjną cenę.

	Stawka VAT	Kwota
Francja	20% €	35 000 €
Hiszpania	21% €	35 000 €
Niemcy	16% €	100 000 €
Wielka Brytania	20% €	70 000 €
Włochy	22% €	35 000 €
Holandia	21% €	100 000 €

Jeśli nie masz zarejestrowanego VAT-u, konieczne jest stałe monitorowanie Twojej sprzedaży, aby nie przekroczyć wymaganych przez dane państwo progów. Informacje na temat **rozliczania VAT znajdziesz w [artykule](#)**.

## Obsługa klienta i zwroty na Amazon

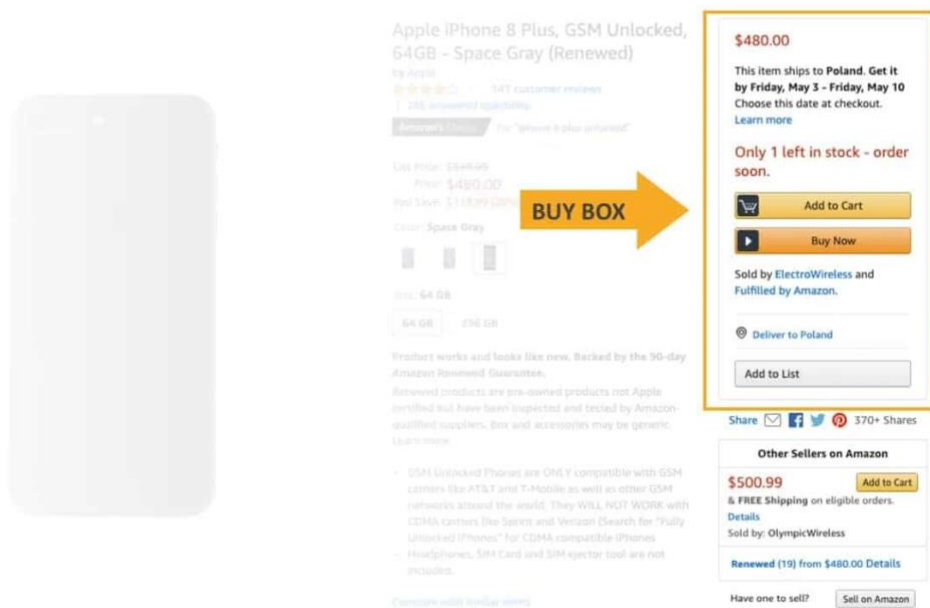
Obsługa klienta jest ważnym czynnikiem brany pod uwagę w wyścigu po Buy Box. Czas odpowiedzi na zapytania kupującego, dbanie o informacje zwrotne od kupujących czy szybkie realizowanie zamówień to tylko niektóre ze zmiennych, które pomagają w osiągnięciu Buy Boxa. **Według naszych badań wewnętrznych, klient, który sprzedaje ponad tysiąc produktów, może poświęcać na obsługę klienta nawet do 160 godzin w miesiącu. To prawie cały etat!** Jeśli nie planujesz zatrudnienia dodatkowych pracowników, warto rozważyć skorzystanie z usług agencji marketplace, takiej jak Nethansa.

Nasz Zespół:

- jest gotowy obsługiwać Twoich klientów przez 365 dni w roku, w niedziele i święta,
- stale monitoruje opinie na temat sprzedawców i ofert na Amazon,
- zrobi tłumaczenia na poziomie native speakerów z troską o jakość tytułów i opisów Twoich ofert w każdym z 5 europejskich języków (niemieckim, włoskim, hiszpańskim, angielskim, francuskim),
- odpowie na każde zapytanie kupującego z gwarancją odpowiedzi w ciągu 24 godzin,
- oszczędzi Twój czas, dzięki czemu będziesz mógł skupić się na ważnych elementach Twojego biznesu.

**WAŻNE!** Amazon od zawsze w swojej misji podkreśla prokonsumenckie podejście. Często więc reklamacje rozpatruje na rzecz klientów. Pamiętaj jednak, że zawsze możesz odwołać się od decyzji Amazon, dzięki przedstawieniu rzeczowych argumentów.

## Czym jest Buy Box?



Jest to "box" na stronie szczegółów produktu, gdzie klienci rozpoczynają proces zakupu. Zazwyczaj pojedynczy produkt jest oferowany przez wielu sprzedawców, którzy rywalizują o miejsce w Buy Boxie. Amazon przy pomocy skomplikowanego algorytmu wybiera jednego sprzedawcę spośród uprawnionych kont i przyznaje mu Buy Box.

## Zwroty

Często polscy przedsiębiorcy obawiają się ekspansji na Amazon myśląc, że zagraniczny klient zwraca częściej towary, bo jest bardziej wybredny. Jest to jednak błędne założenie. Zagraniczni klienci zwracają towary równie rzadko co Polscy, przykładowo procent zwrotów u klientów, których obsługujemy wynosi około 7%. Oczywiście jest to uzależnione od branży, np. branża odzieżowa charakteryzuje się dużo większą liczbą zwrotów, ale jest to naturalne, również dla polskiego rynku.

Amazon precyzyjnie definiuje obowiązki sprzedawcy w zakresie zwrotów. W przypadku gdy kupujący zdecyduje się na zwrot towaru ma możliwość wyboru spośród opcji:

- Zwrot kosztu zakupu bez odesłania towaru,
- Adres zwrotu w kraju prowadzenia sprzedaży na Amazon,
- Opłaconą etykietę zwrotną (ewentualnie można też pokryć koszt zwrotu, który poniósł kupujący).

## W jakiej sytuacji kupujący płaci za zwrot?

Kupujący pokrywa koszt zwrotu w chwili gdy:

- zgłasza chęć zwrotu po upływie 14 dni od dnia dostarczenia zamówienia (w przypadku większości kategorii),
- zgłasza chęć zwrotu po upływie 30 dni (dotyczy kategorii odzież/obuwie).

Dodatkowo jako powód zwrotu musi podać z poniższych:

- Produkt jest niepożądany,
- Klient znalazł tańszy produkt,
- Klient pomylił się przy zamówieniu.





## Możliwości marketingowe na Amazon

Amazon oferuje szerokie możliwości marketingowe. Jeśli chcesz wypromować własne towary, możesz skorzystać szeregu narzędzi, np. promocji, które pomogą Twoim produktom wyróżnić się na tle konkurencji. Promocje są jednak najbardziej skuteczne, gdy Twoja oferta jest widoczna w polu Buy Box. Aby dowiedzieć się więcej na temat Buy Box, [przeczytaj jak zdobyć Buy Box](#). Dostępne rodzaje promocji to między innymi: procentowe zniżki oraz kupony promocyjne.

Formaty promocji dostępne na Amazon



Opracowanie własne.

## SEO na Amazon

Amazon podobnie jak Google ma własny algorytm wyszukiwania, który nazywa się A10 (w niektórych opracowaniach można spotkać się z nazewnictwem A9). Istnieje szereg czynników, na które trzeba zwrócić uwagę, aby oferty naszego sklepu wyświetlały się najwyższej w wynikach wyszukiwania. Są to między innymi:

- konwersja – im wyższa sprzedaż produktu, tym wyższy ranking,
- odpowiednie słowa kluczowe używane w opisie,
- zoptymalizowane tytuły ofert produktowych,
- bullet pointy,
- atrakcyjne zdjęcia produktowe (głównie w celu zwiększenia sprzedaży).

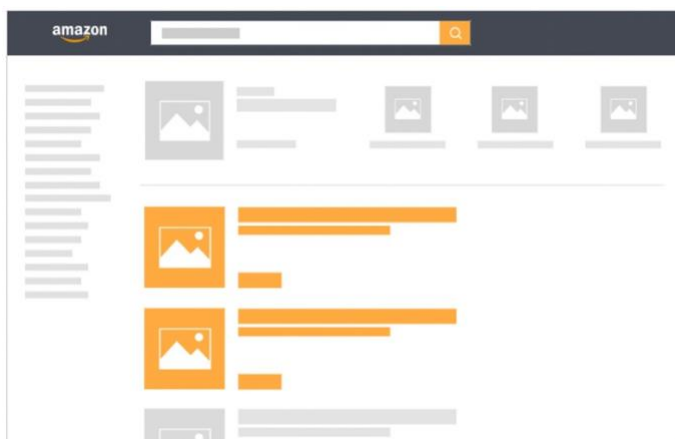
## Reklamy

Najbardziej popularnymi formatami reklamy na Amazon są:

- Sponsored Products
- Sponsored Brands
- Sponsored Display

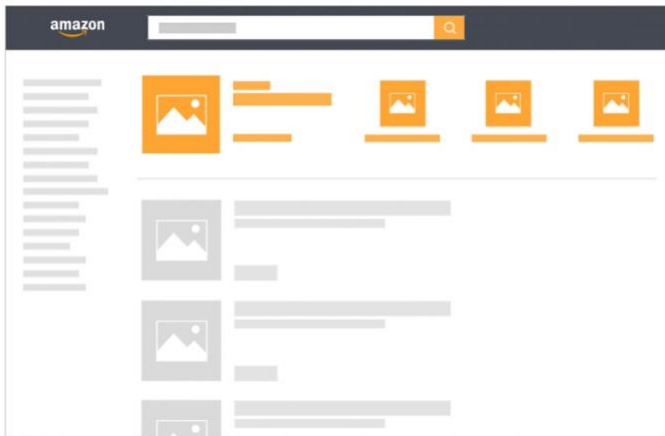
**Sponsored Products to reklamy odpowiednie dla Resellerów, Właścicieli marek, Vendorów.**

- Promują pojedyncze produkty,
- Pojawiają się wewnątrz listingów oraz w wynikach wyszukiwania,
- Kliknięcie spowoduje przejście do listingu reklamowanego produktu.



### Sponsored Brands to reklamy przeznaczone dla Właścicieli marek, Vendorów.

- Promują kilka wybranych produktów,
- Pojawiają się na samej górze, w środku lub na dole wyników wyszukiwania,
- Kliknięcie w produkt powoduje przejście do listingu tego produktu, kliknięcie w nagłówek lub logo powoduje przejście do brand store lub strony z produktami.



### Sponsored Display to format odpowiedni dla Właścicieli Marek (tylko USA) i Vendorów.

- Promują pojedyncze produkty,
- Pojawiają się w marketplace oraz na zewnętrznych stronach, np. imdb.com, aplikacjach mobilnych Amazona – w zależności od ustawionego targetingu (audiences: views/interests),
- Kliknięcie spowoduje przejście do listingu reklamowanego produktu.



Poza podstawowymi formatami reklamy na Amazon, istnieją też bardziej kreatywne formy. Jeśli chcesz wiedzieć więcej, przeczytaj artykuł o [niestandardowych sposobach na przedstawienie swojej marki](#).

## Amazon Vine

Ciekawym programem, który można wykorzystać w zbieraniu feedbacku na temat oferowanych produktów, jest Amazon Vine. Pozwala on na otrzymanie recenzji produktów od wyselekcjonowanych użytkowników Amazon (znanych jako Vine Voices). Każdy Vine Credit pozwala na wysyłkę 30 sztuk danego produktu do recenzentów, a więc otrzymanie 30 recenzji. To niesamowita szansa na zdobycie dodatkowych recenzji produktowych.

## Jak sprzedawać na Amazon?

Przejdźcie przez wszystkie powyższe kroki to jednak dopiero początek drogi do sukcesu na Amazon. Konieczna jest także stała obsługa konta i klientów (w tym odpowiedzi na zapytania w ustalonym przez Amazon czasie), systematyczne monitorowanie efektów, uzupełnianie stanów magazynowych, optymalizacja procesów i działań strategicznych, czy realizacja kampanii marketingowych. Jak sprzedawać, aby zarabiać na Amazon? Poniżej znajdziesz 11 wskazówek od naszych ekspertów.

# Jesteś gotowy na sukces na zagranicznych rynkach?

[Wejdź na Amazon z Nethansą](#)

### 1. Automatyzuj czasochłonne czynności i zyskaj czas na rozwój biznesu.

Wystawianie listu przewozowego, zamawianie kuriera, matching produktowy, obsługa zamówień i zwrotów, aktualizacja stanów magazynowych czy zarządzanie contentem – to aktywności, które wymagają sporych nakładów czasowych. W Amazon Marketplace Appstore znajdziesz narzędzia, które automatyzują tego typu czynności. Jednym z takich rozwiązań jest [Clipperon](#). To nasz autorski system, który przy pomocy zaawansowanych algorytmów automatyzuje sprzedaż.

### 2. Twórz listingi produktowe zgodne z zasadami SEO. Dbaj o najwyższą jakość contentu.

Aby skutecznie sprzedawać, należy dokładnie przyjrzeć się listingom i słowom kluczowym używanym przez innych sprzedawców. To, na co należy zwrócić szczególną uwagę to tytuły, kluczowe cechy produktu (bullet points) oraz ich opisy i zdjęcia.

### 3. Świadomie dostosuj i połącz dostępne modele sprzedażowe (FBA, FBM, Vendor).

Każdy model sprzedażowy ma swoje wady i zalety. FBM jest doskonały dla sprzedawców mających produkty ekskluzywne lub unikatowe. Natomiast FBA, dla tych, którzy mają już doświadczenie i chcą skalować swoją sprzedaż. Sprzedawcy operujący w modelu FBA mają większe szanse na wygranie Buy Box! Odpowiednia strategia może zapewnić połączenie dostępnych modeli sprzedażowych. Dzięki czemu możliwe będzie skorzystanie z dobrodziejstw każdego z nich.

### 4. Stosuj komunikację z kupującymi na światowym poziomie.

Sprzedając międzynarodowo musisz dysponować odpowiednim zespołem, który będzie prowadził komunikację z kupującymi w języku danego kraju. Ważny jest również szybki czas odpowiedzi (do 24 godzin) i dostępność 365/24/7. Dodatkowo, musisz być przygotowany na bieżący kontakt z zespołem Amazon.

[Poznaj Zespół Nethansy](#)

## **5. Dbaj o opinie swoich produktów.**

Zachęcaj kupujących do wystawiania ocen Twoich produktów! Możesz to robić chociażby poprzez dołączanie insertów z podziękowaniem do paczek wysyłanych swoim klientom.

## **6. Stosuj racjonalną politykę zaopatrzeniową.**

Dbaj o to, aby mieć wystarczającą ilość towaru "na stanie". Jeśli sprzedajesz produkty sezonowe, zapotrzebowanie może być nawet 2, 3-krotnie wyższe niż poza sezonem.

## **7. Skupiaj się na wygraniu Buy Box.**

Odpowiednia polityka zamówień, optymalny czas dostawy i pozytywne opinie klientów są ważnymi czynnikami decydującymi o wygranej Buy Boxa.

## **8. Jesteś producentem? Wypróbuj kampanię PPC na Amazon.**

Na Amazon są dostępne formaty reklamowe: rozliczane w modelu cpc, mające na celu wzrost liczby konwersji, oraz wizerunkowe. Aby zwiększyć widoczność swoich produktów warto zainwestować w reklamy Sponsored Products.

## **9. Jesteś resellerem? Skaluj swoją sprzedaż, dzięki repricerowi.**

Znajomość cen konkurencji jest kluczowa w budowaniu przewagi w sprzedaży znanych marek. Można to robić ręcznie, jednak jest to czasochłonne zajęcie. Można również zaufać technologii, która w ekspresowym tempie wyliczy potencjał sprzedażowy wybranych produktów i wskaże ceny, które będą najbardziej atrakcyjne dla klienta w porównaniu z konkurencją.

## **10. Nie stosuj jednej uniwersalnej strategii na wszystkich rynkach, na których operujesz!**

Sprzedając na zagraniczne rynki, należy każdorazowo zapoznać się ze specyfiką działalności w danym kraju. Przykładowo, w przypadku wybranych produktów, na rynku francuskim sprzedawca powinien dysponować pisemną zgodą producenta na handel na Amazonie. Jeśli nie spełnisz tych wymagań, Twoje konto sprzedawcy może zostać zablokowane.

## **11. Skorzystaj z Big Data i prognoz sprzedażowych przy wyborze towaru do sprzedaży na Amazonie.**

Na rynku są dostępne narzędzia, które umożliwiają wykonywanie analiz potencjału sprzedażowego. Wyliczają one popyt, identyfikują liczbę towarów i ceny konkurencji. Takim narzędziem jest [Clipperon](#).

**Współpracując z Nethansą możesz osiągać  
nawet 6-krotnie wyższe obroty.**



Średni obrót samodzielnych sprzedawców na Amazon Marketplace vs  
obróty wygenerowany wspólnie z Nethansą.



Autor:  
**Agnieszka Kenig-Westphal**