



Tuotteiden myynti käyttämällä Amazon verkkokauppa-alustaa

Nila Khademi

2021 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Tuotteiden myynti käyttämällä Amazon verkkokauppa-alustaa

Nila Khademi
Liiketalouden koulutus
Opinnäytetyö
joulukuu, 2021

Nila Khademi

Tuotteiden myynti käyttämällä Amazon verkkokauppa-alustaa

Vuosi 2021 Sivumäärä 299

Verkkokauppa on ollut kasvussa koko ajan ja yrityksillä on nykyään oiva mahdollisuus myydä tuotteensa myös verkkokaupassa. Käyttämällä verkkokauppaa mahdollistetaan pääsyn globaaleille ulkomarkkinoille sekä suurille yrityksille että myös pienille ja keskisuurille yrityksille. Amazonin jättiläinen verkkokauppa-alusta antaa myös mahdollisuudet kolmansien osapuolien myynnin verkkokaupansa kautta. Avaamalla myyjätiliä kuka tahansa voi myydä Amazon verkkoalustassa, mutta se vaatii erityisosaamista ja taitoja.

Valitsin tätä aihetta, koska olen itse todella kiinnostunut myymään Amazonissa ja tämän opinnäytetyön avulla voin selvittää, miten Amazonissa myynti toimii ja ymmärtää paremmin yleiskuvaa Amazonin toiminnasta. Opinnäytetyön tietoperusta koostui laajasti tietoa Amazon FBA:sta, mitä hyötyä siitä on ja miten tuotteiden lanseeraaminen tapahtuu. Ohjeistuksessa käydään läpi tuotteiden etsimisestä tuotteiden lanseeraamiseen asti sekä miten lanseeraamiseen jälkeen pitää tehdä, jotta myynti Amazonissa parantuu.

Opinnäytetyön on kvalitatiivinen eli laadullinen keittämistyö. Tiedonkeruumenetelmänä käytettiin haastattelemalla Amazonin myyjiltä. Opinnäytetyöllä ei ole toimeksiantajaa ja tutkimuksesta on hyötyä kaikille, jotka ovat kiinnostuneet aloittaa myydä Amazonissa.

Nila Khademi

Tuotteiden myynti käyttämällä Amazon verkkokauppa-alustaa

Year	2021	Pages	299
------	------	-------	-----

The E-commerce is growing all the time and companies have an excellent opportunity to sell their products in online stores as well. Using e-commerce allows access to the global market not only for large companies but also for small and medium enterprises. The giant Amazon e-commerce platform also provides opportunities for third-party sales through its e-commerce. By opening a seller account everyone is able to sell on the Amazon web platform, but it requires special knowledge and skills.

I chose this topic because I am really interested in selling on Amazon and with this thesis, I can find out how selling on Amazon works and gain a better understanding of Amazon's operations. The knowledge base of the thesis consisted of extensive knowledge of Amazon FBA and the benefits of how products are launched. The guidelines cover how to find products until the products are launched, and how to make sure that sales on Amazon improve after launch.

The thesis is a qualitative research work. The data collection method was used to interview Amazon vendors. The thesis does not have a client and the research is useful for anyone who is interested in starting to sell on Amazon.

Keywords: Amazon, Amazon FBA, E-commerce, Sales, Marketing

Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Verkkokauppa	6
1.2	Verkkokaupan historia	7
1.3	Verkkokaupan edut	8
2	Tietoperusta.....	9
2.1	Amazon	9
2.3	Fulfillment By Amazon	11
2.4	Amazon FBA edut.....	12
2.5	Amazon FBA haitat	13
2.6	Amazon FBA maksut	14
2.7	Myyminen Amazon markkinapaikalla	14
2.8	Amazon Vendor	15
2.9	Amazon Seller Central.....	15
2.10	Tuotteen lanseeraaminen Amazonissa	16
2.11	Tuotteen etsiminen	16
2.12	Kielletyt tuotteet	17
2.13	Tuotteen valinta.....	18
2.14	Tuotteiden hankintaa.....	18
2.15	Tuotteen listaaminen.....	19
2.16	Markkinointi ja mainonta Amazonissa.....	20
2.17	Tuotteen lanseeraamisen jälkeen	22
3	Toteutus	23
3.1	Tutkimuksentulokset.....	23
4	Johtopäätökset	25
4.1	Opinnäytetyön prosessi ja oman oppiminen	26
	Lähteet	27

1 Johdanto

Tavoitteeni tässä opinnäytetyössä on saada selville mikä Amazon FBA on ja miten tuotteiden myynti toimii siinä, haluan antaa yleiskuva Amazon FBA toiminnasta. Haluan myös tuoda esiin miksi kannattaa myydä Amazonissa ja mitä hyöty on Amazon pieni yrittäjille, joilla on jo valmis tuote ja halua myydä globaalisesti. Tässä tutkimuksessa on myös hyvä haastatella henkilöitä, jotka myyvät tuotteensa Amazonissa käyttämällä Amazon FBA avulla ja haastattele-malla niitä saadaan selville miten helppo ja selkeä oli aloittamaan myymään Amazonissa.

Minulla ei ole toimeksiantaja. Tämän tutkimuksen tulokset ovat hyödyllinen kaikille yrityksille ja henkilöille, jotka kiinnostavat tietää miten Amazon FBA toiminta on ja miten pääse siihen myymään omia tuotteita.

Mistä tutkimus- tai kehittämistyö sai alkunsa?

Haluan tehdä tästä aiheesta opinnäytetyö, koska olen itse tosi kiinnostunut tietää, miten Amazonissa tuotteiden myynti Amazon FBA:hin avulla toimii ja tulla tutuksi, jotta voisin tulevaisuudessa aloittaa myydä omia tuotteita Amazonissa.

Miksi tutkimus- kehittämistyö on tärkeää toteuttaa?

Tutkimus on tärkeä tehdä koska Amazon verkkokauppa alusta on tosi hyvä mahdollisuus pieni yrityksille, jotka haluavat kansainvälistyä ja myydä globaalisesti. Tutkimuksen tulosten avulla pieni yrityksillä on parempi kuva, miten Amazonissa tuotteen lanseeraaminen toimii ja käyttämällä tätä tutkimusta voi hyödyntää omaa verkkokaupan toiminnassa tai sen suunnittelussa.

1.1 Verkkokauppa

Verkkokauppa eli sähköistä kaupankäyntiä on nouseva käsite, joka kuvaa tuotteiden, palveluiden ja tietojen ostamista, myyntiä tai vaihtoa tietokoneverkkoja internetin kautta. Verkkokaupan ja kivijalkaliikkeen eroavat toisistaan siinä, että tuotteiden myyminen, ostaminen ja maksaminen kaikki tapahtuvat verkossa (Gupta, Mourya 2014).



Kuvio 1: Verkkokaupan erilaiset näkymät. (Gupta, Mourya 2014)

Verkkokaupan avulla pienet ja suuret yritykset voivat monipuolistaa tulojaan asiakkailta. Ajanaan kuluttajat siirtyvät edelleen ostamaan verkkokauppoja mukavuuden, hinnan ja mahdollisuuden tutkia tuotteita reaaliajassa vuoksi. Verkkokaupan pitäminen luopuu asetetuista aukioloajoista ja antaa kuluttajille mahdollisuuden ostaa tuotteitasi ja palveluitasi 24/7 365 päivää vuodessa. Verkko -ostoalusta vähentää esteitä, joita kuluttajat kohtaavat kaupassa käydessään. Sinun ei tarvitse huolehtia valmistautumisesta tai työmatkan tekemisestä liikenteen kautta. Kun he aikovat ostaa, he yksinkertaisesti avaavat kannettavan tietokoneen tai puhelimen ja ovat matkalla. (Morris 2020)

1.2 Verkkokaupan historia

Verkkokaupan historia juontaa juurensa hyvin vanhan käsitteen "myydä ja ostaa", sähkön, kaapeleiden, tietokoneiden, modeemien ja Internetin keksimisestä. Verkkokauppa tuli mahdolliseksi vuonna 1991, kun Internet avattiin kaupalliseen käyttöön. Tuosta päivästä lähtien tuhannet yritykset ovat asuneet verkkosivustoilla. (Gupta, Mourya 2014)

Monien vuosien ajan sähköinen kaupankäynti oli ollut hiljaa, mutta vuonna 1990 käynnistettiin ensimmäinen verkkoselain, sopivasti nimeltään "WorldWideWeb". (Maday)

Noin tuolloin Internetin kehitys nousi korkealle vaihteelle siirtymällä kyvystä näyttää perustyyllisivut Amazonin ja eBayn lanseeraamiseen muutamassa lyhyessä vuodessa. Lienee tarpeetonta sanoa, että näistä kahdesta on tullut huikea menestys, kun niistä on kehittynyt massiivisia sähköisen kaupankäynnin alustoja, jotka myyvät ja mahdollistavat kuluttajien myydä omia tavaroitaan muille maailmanlaajuisesti sekä tilata tarvitsemansa tuotteet - ei enää kaupasta tavallisten taloustavaroiden ostamiseen.

Vuonna 1998 PayPal mahdollisti maailmanlaajuisen sähköisen kaupankäynnin ostettuna pankkina, joka käsittelee maksuja online-myyjille, huutokauppasivustoille ja kaupallisille käyttäjille. Asiakkaat voivat lähettää, vastaanottaa ja pitää varoja 24 eri valuutassa. Nykyään PayPal-maksutapahtumilla on 79 % korkeampi kassaprosentti verrattuna muihin kuin PayPal-tapahtumiin. Verkkotapahtumien lisäturvaa sovellettiin perustamalla Payment Card Industry Security Standards Council vuonna 2004. Neuvoston tehtävänä oli varmistaa, että yritykset noudattavat turvallisuusvaatimuksia. He myös loivat, paransivat, tallensivat, levittivät ja panivat täytäntöön tietosuojaturvallisuusstandardeja. Kuten mainittiin, tekniikan jatkuva parantaminen avasi tietä paremmalle sähköiselle kaupankäynnille, ja vuonna 2003 yli 20 prosentilla amerikkalaisista oli laajakaistainternet kotona tai Internet-yhteys, joka on nopeampi ja aina käytössä (24 tuntia) verrattuna puhelinverkkoon. Nopeiden yhteyksien ansiosta verkkokauppoihin pääsee nyt paremmin. E-Commerce Timesin mukaan verkkomyynti kasvoi 26 % sinä vuonna, ja yksin Amazon ilmoitti 28 %: n myynnin kasvun vuosi vuodelta. Nopeampi Internet -nopeus ja lisääntynyt levinneisyys ovat helpottaneet tuotetutkimusta kiinnostuneille ostajille sekä kilpailukykyisten hintojen ja vaihtoehtojen etsimistä. (Guevarra 2018)

Verkkokaupan kehitys on ollut nopeaa ja kasvanut melkein hämmäntävällä vauhdilla. Jopa viime vuosikymmenen aikana verkkomarkkinat ovat kukoistaneet, samoin kuin tuotteiden tukena tarjottujen tuotteiden ja palvelujen määrä.

1.3 Verkkokaupan edut

Cyber Monday -tapahtuma oli ennenkuulumaton vuoteen 2005 asti, mutta nykyään siitä on tullut synonyymi Black Friday -myynnille - paitsi että ostoksia voi nyt tehdä verkossa. Ei ole yllättävää, että vastaavat verkko-ostajille suunnatut markkinointistrategiat rehottavat tänään, kun verkkokauppa-ala kehittyy jatkuvasti. Vuoden 2017 kolmannella neljänneksellä myynti kasvoi 15,5 % edellisvuodesta ja nousi 115 miljardiin dollariin. Verkkokauppojen vähittäismyynti kasvoi 4,3 %, kun taas kivijalkakauppa kasvoi 3,1 %. (Guevarra 2018)

Nopea ja helppo pääsy teki sähköisestä kaupankäynnistä suosituimman liiketoimintatavan tänään. Fyysisiin kauppoihin verrattuna asiakkaat voivat helposti selata laajaa tuotetietokantaa ilman tarvetta poistua kotoa. Verkosta ostavilla asiakkailla on valtava määrä tietoa - mukaan lukien vaihtoehdot, kilpailukykyiset hinnat ja muiden ostajien suositukset - käytännössä kaikki mitä he tarvitsevat ostopäätöksen tekemiseen. He voivat jopa tehdä ostoksen heti, jos

haluavat. Yritykset hyötyvät myös tuotteidensa ottamisesta verkkoon. Sekä suuret että pienet organisaatiot voivat lisätä näkyvyyttä sähköisen kaupankäynnin avulla ja tavoittaa jopa kansainväliset yleisöt verkon ja hakukoneiden kautta.

Markkinointi ja asiakastuki verkkosivustojen, sosiaalisen median ja blogien kautta ovat halvempia ja edistyksellisempiä vaihtoehtoja verrattuna perinteisiin maksettuihin mainoskampanjoihin. Analytics on myös helpottanut asiakkaiden mieltymysten seuraamista ja henkilökohtaisten viestien lähettämistä.

Parin viime vuosikymmenen aikana verkkokauppa-alustat ovat hiipineet hitaasti jokapäiväiseen elämäämme. Nykyään online-jättiläiset, kuten Amazon ja Alibaba, ovat tunnettuja loistavista tarjousistaan ja kätevistä ostovaihtoehtoistaan. Sähköisen kaupankäynnin historia on epäilemättä tapahtumarikas.

Tukkukaupan verkkokauppa-alustoilla on ollut vielä suurempi mahdollisuus menestyä, kun B2B-verkkokauppa ansaitsee yli 5 biljoonaa dollaria enemmän kuin B2C. Vuonna 2017 Statista havaitsi, että ”B2B-verkkokaupan kokonaistuotemäärän arvioidaan olevan 7,66 biljoonaa dollaria, kun se oli 5,83 biljoonaa dollaria vuonna 2013.” Samaan aikaan B2C oli ennustanut 2,143 biljoonan dollarin kauppoja. B2B -vastaajien keskimääräinen tulosprosentti oli 10 %, mikä on yli kolme kertaa korkeampi kuin B2C -vastaajien 3%: n keskiarvo. Tämä osoittaa, että yrityksille, jotka eivät ole avanneet verkkokaupan kanavia, on valtava hyödyntämätön mahdollisuus. (Guevarra 2018)

2 Tietoperusta

Tässä tietoperustaosiossa ensin kerrotaan mikä Amazonin on ja sitten kerrotaan enemmän Amazon FBA:sta. Tietoperustaosiossa myös kerrotaan laajasti, miten tuotteiden etsimisestä, sen lanseeraamiseen asti.

2.1 Amazon

Verkkokaupan alalla yksi tunnetuimmista nimistä on Amazon. Nopean ja kätevän toimituksen, luotettavan asiakaspalvelun ja täynnä olevan Amazon Prime -jäsenyyden ansiosta se on verkkokaupan jättiläinen. Amazon Inc. on globaali yritys, joka on perustettu 1994 Seattle Washingtonissa. Perustaja on Jeff Bezos, joka aloitti alun perin kirjojen myynnistä netistä ja nyt on yksi arvokkaimmista yrityksistä maailmassa. Amazon on maailman suuri Internet jälleenmyyjä ja pilvipalvelualusta. (Collis, 2020)

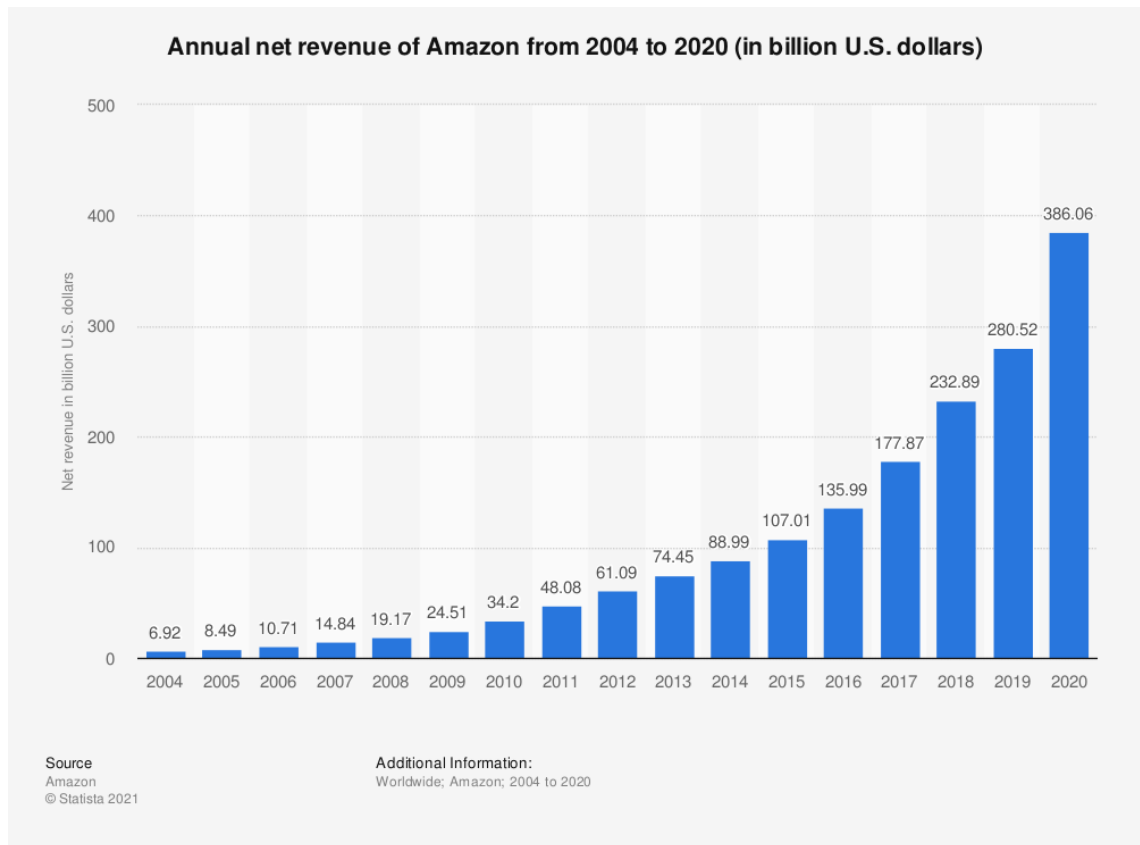
Amazonilla on noin 12 miljoonan tuote luettelo kaikista luokista ja palveluista. Mutta jos katsotaan laajemmaksi ja tarkastellaan kaikkia markkina alueita myyjien luettelossa olevia

kohteita, tämä luku kasvaa noin 350 miljoonaan. Siinä on paljon kilpailua, mutta on myös paljon näkyvyyttä ja myyntiä. (Dunne, 2020)

Amazon prime on Amazon-tilausjäsenpalvelu, joka julkaistiin ensimmäisen kerran vuonna 2005, Yhdysvalloissa. Prime-jäsenyys tarjoaa pääsyn erilaisiin Amazon-yksinoikeuksiin palveluihin, kuten yhden päivän toimitus, ilmainen toimitus, ensiluokkaiset videoiden suoratoistopalvelut ja parhaat Prime Day -tarjoukset. Vuonna 2016 Amazon Primen liikevaihto kasvoi 6,4 miljardia dollaria ja nykyään sillä on yli 100 miljoonaa maksettua tilaajaa ympäri maailmaa. Prime-jäsenet käyttävät yleensä 1000 dollaria vuodessa Amazonissa ja muut kuin Prime käyttävät noin 100-500 dollaria vuodessa Amazonissa ja yli 95 % amerikkalaisella on Prime-jäsenyys (Dunne, 2020). Amazon Prime -palvelun avulla asiakkaat voivat nauttia ilmaisesta toimituksesta ilman numeroa vähimmäisostovaatimusta. Amazonin perustaja Bezos halusi toimittaa ”nopea ja ilmainen lähetyspalvelu” päivittäisenä kokemuksena. Amazon Prime -palvelu tuo uskomatonta tuloksia, jotka ovat ”korkeammat kulut, ostajamäärä ja niiden ylläpitäminen”. (Berg & Knights 2019)

Amazon.com myy tosi paljon tavaraa. Suoran Amazon-ostajalle myyntitapa ei ole todellakaan erilainen kuin mitä tapahtuu useimmissa muissa suurissa verkkokaupoissa, paitsi sen tuotevalikoima. Amazonista löydät kauneustarvikkeita, vaatteita, koruja, herkkuruokia, urheiluvälineitä, lemmikkitarvikkeita, kirjoja, CD-levyjä, DVD-levyjä, tietokoneita, huonekaluja, leluja, puutarhatarvikkeita, vuodevaatteita ja melkein mitä tahansa muuta, mitä haluat osta. Mikä tekee Amazonista jättiläinen, on yksityiskohdissa. Valtavan tuotevalikoiman lisäksi Amazon pyrkii kaikin mahdollisin tavoin mukauttamaan ostajakokemusta.

Kun tulet kotisivulle, löydät paitsi erikoistarjouksia ja esittelytuotteita, myös jos olet ollut Amazon.comissa aiemmin, löydät myös joitain suosituksia sinulle. Amazon tuntee sinut nimellä ja yrittää olla henkilökohtainen shoppaajasi. (Layton 2021)



Kuvio 2: Amazonin liikevaihto vuonna 2004-2020 (Dunne, 2020)

Amazon on yksi harvoista biljoonan dollarin yrityksistä maailmassa. Sen liikevaihto vuonna 2020 oli 386 miljardia dollaria, kasvua 38 % vuodesta 2019 ja kasvoi kymmenien miljardien vuosien tilauksilla. Sen tulot ja arvo ovat kasvaneet vain sieltä, kun sen varastot jatkoivat rallin nousua, varsinkin kun Amazon nousi levyille keskimääräisen verkkokaupan keskellä COVID-19-pandemian aikana. Yhtiön ensimmäisen vuosineljänneksen liikevaihto kasvoi 44% vuodentakaisesta 108,5 miljardiin dollariin ylittäen analyytikoiden ennusteet.

Vaikka tilaukset viivästyivät hieman muille kuin Prime-asiakkaille muutaman kuukauden ajan kaikkialla maissa ulkona liikkumisrajoitusten alkuvaiheessa, Amazon pystyi nousemaan ja täyttämään tilauksia yhtä tehokkaasti kuin aikaisemmin hetkessä. Pääjäsenet tuskin edes tunsivat eroa. (Zhang, 2021)

2.3 Fulfillment By Amazon

Amazonissa on monta tapaa myydä ja yksi tapa on FBA (Fulfillment By Amazon), mikä tarkoittaa, että Amazon tallentaa tuotteesi Amazonin tavaraluetteloon, täyttää tilauksesi ja tarjoaa asiakaspalvelua. FBA on Amazonin tarjoama palvelu kolmansien osapuolten myyjille keinona automatisoida tilaustensa täyttäminen ja lähetyspalvelut. Se on melko yksinkertainen käsite: myyjät myyvät, Amazon toimittaa. Kuka tahansa Amazon FBA:n ilmoittautunut voi antaa

Amazonin hoitaa kaiken toimituksen, mukaan lukien palautukset ja hyvitykset, sekä tuotteiden varastoinnin Amazonin varastoissa, poiminnan ja pakkaamisen ja paljon muuta.

Fulfillment By Amazon (FBA) on Amazonin tarjoama palvelu, joka tarjoaa myyjille varastointi, pakkaus- ja lähetysapua. Tämä poistaa myyjien taakan ja antaa heille enemmän joustavuutta myyntikäytännöissään. Ohjelma sallii myyjien lähettää tavaransa Amazon -toimituskeskukseen, jossa tavarat säilytetään varastoissa, kunnes ne myydään. Kun tilaus tehdään, Amazonin työntekijät valmistavat, pakkaavat ja lähettävät tuotteen fyysisesti. (feedvisor)



Kuvio 3: Amazon FBA toiminta tapaa (Dunne 2021)

Kuvio 3 selittää miten Amazon FBA toimii. Kun myyjä lähettää tuotteensa Amazonin varastoon, Amazon varastoida myyjän tuotteet ja kun asiakas ostaa sitä, Amazon pakkaa ja lähettää tuotetta asiakkaalle.

2.4 Amazon FBA edut

Myyjät voivat hyödyntää kaikkia Amazoniin liittyviä resursseja ja etuja rekisteröityessään Fulfillment By Amazoniin. Nämä sisältävät:

- Amazonin nimen liittäminen tuotteisiin: Tämä on laatutakuu, jota useimmat ostajat arvostavat, mikä tekee heistä alttiimpia holhoamaan myyjää sen vuoksi. Amazonin nimen liittäminen tuotteisiin auttaa myyjää saamaan kuluttajien

luottamuksen, sillä he odottavat erinomaista asiakaspalvelua ja nopeaa toimitusta FBA: n kanssa.

- Amazonin asiakaspalvelun hallinta: Amazonin 24/7 asiakaspalvelun hallinta hoitaa kyselyt, palautukset ja hyvitykset FBA -myyjien puolesta. Palvelu on ilmainen lukuun ottamatta palautuskäsittelymaksua, jota sovelletaan tiettyihin tuoteryhmiin.
- Tuetut toimitusmaksut: Koska Amazonilla on suhde varustamoihin, tätä palvelua käyttävät myyjät voivat maksaa vähemmän postikuluja kuin jos tavarat toimitettaisiin henkilön tililtä. Myyjät voivat myös tarjota ilmaisen toimituksen tietyn summan yli, koska FBA: n kautta myydyt tuotteet ovat oikeutettuja Amazon Primeen ja ILMAISEKSI Super Saver Shippingiin.
- Monikanavainen Amazon Fulfillment Center: FBA-myyjät voivat varastoida varastonsa Amazonin toimituskeskuksissa. Amazon pystyy toimittamaan tuotteita nopeasti käsitellessään varastotietoja, joita myydään useilla kanavilla, ei vain Amazonin markkinoilla.
- Monikanavainen toteutus: Amazon voi toimittaa ja käsitellä varastoa, jota myydään useilla kanavilla eikä vain Amazonin markkinapaikan kautta.
- Toimitusstandardit: Kaikki FBA -tilaukset käsitellään täsmälleen samalla tavalla kuin Amazon käsittelee omia tavaroitaan. Tämä tarkoittaa sitä, että kun joku ostaa tuotteen, Amazon valitsee tuotteen varastostaan, pakkaa tuotteen ja toimittaa sen ostajalle. Myyjä voi esittää tuotteen omalla verkkosivustollaan, ja Fulfillment By Amazon -palvelun kautta Amazon voi silti huolehtia kaikista raksaisista nostoista.
- Pääsy pääyleisöön: Hyväksytyt FBA-listat ovat Prime-kelpoisia ja ne näkyvät Prime-logolla. Tämän avulla myyjä voi tavoittaa uusia ja olemassa olevia asiakkaita, jotka etsivät ilmaista yhden tai kahden päivän toimitusta, suodattaa nimenomaan Prime-kelpoisia tuotteita ja tehdä konversion vain, jos Prime-tunnus on näkyvässä. (Labbat-Simon)

2.5 Amazon FBA haitat

- Kalliit maksut: Täyttö- ja varastointimaksut, mukaan lukien pitkäaikaiset varastointimaksut, voivat kasautua nopeasti, etenkin hitaasti liikkuvilla tai ylisuurilla tuotteilla. Myyjiltä veloitetaan myös poistomaksut viallisista, vaurioituneista ja myymättömistä tuotteista sekä hävitysmaksut myymättömän varaston poistamiseksi.
- Amazonin tuotteiden käsittelyongelmat: Joskus varastot voivat kadota tai vaurioitua toimitusprosessin aikana. Usein virhe on Amazonin puolella, ei myyjän. Näissä tapauksissa Amazon korvaa myyjälle ennakoivasti. Jotkut tapaukset voivat kuitenkin jäädä huomaamatta, jolloin varastot vahingoittuvat ja myyjien rahat

menetetään. Myyjien tulee pitää kirjaa lähetyksistään, jos Amazon short saa varaston.

- Tarkat tuoteohjeet: Amazonilla on erityisiä vaatimuksia tietyille tuotteille (esim. Pölypussit ja kuplapakkaukset) sen varmistamiseksi, että ne saapuvat Amazonin toimituskeskuksiin optimaalisessa kunnossa. Myyjät voivat myös halutessaan saada Amazonin valmistamaan tuotekohtaisen maksun.
- Tarraton sekoitus: Amazonin oletusasetus on sekoittaa samat tuotteet yhteen valmistajalta. Tämä tarkoittaa, että jos myyjä myy täsmälleen samaa tuotetta kuin muut jälleenmyyjät tai myyjät, heidän varastonsa sekoitetaan keskenään. Myyjien tulisi olla varovaisia sekoittumisesta, koska huonompilaatuisten myyjien huonolaa-tuiset tuotteet voidaan yhdistää omiin tuotteisiinsa, mikä voi johtaa petoksiin ja tilien jäädyttämiseen.
- Lisää palautuksia: Koska Amazon käsittelee palautukset FBA:n kanssa, myyjät saattavat kokea korkeampia palautusprosentteja, kun asiakkaat ymmärtävät, kuinka helppoa on palauttaa tuote Amazonissa. (Amazon)

2.6 Amazon FBA maksut

- Tavalliset myyjämaksut: Amazon ottaa noin 15-18% tuotteen hinnasta myyjän palkkiona, kun tuote myydään. Kuinka paljon se vaihtelee tuotteen mukaan. Amazon sanoo veloittavansa 15%, mutta on joitakin piilokustannuksia, kuten hyvityksiä, joita ei veloiteta kokonaan takaisin, mikä lisää myyjälle maksettavaa kokonaisuutta.
- Toteutusmaksut: Nämä maksut ovat yksikkökohtaisia, ja ne vaihtelevat sen mukaan, onko tuote vakiokokoinen vai ylisuuri, ja sisältävät poiminnan ja pakkaamisen, kuljetuksen ja käsittelyn, asiakaspalvelun ja tuotteen palautuksen.
- Varaston varastointimaksut: Kalenterikuukauden ja päivittäisen keskimääräisen määrän perusteella myyjiltä veloitetaan kuukausittainen varastointimaksu varaston kuutiometriä kohti. Nämä maksut vaihtelevat myös tuotteen koon mukaan. Pitkäaikaisvarastointimaksuja sovelletaan yksiköihin, joita on säilytetty Amazon-palvelukeskuksessa yli 365 päivää ja jotka täydentävät kuukausittaisia varaston säilytysmaksuja.
- Kansainvälinen toimitus: Amazon tarjoaa nyt Global Exportin, jonka avulla myyjät voivat lähettää tavaraluettelonsa ympäri maailmaa. (Amazon)

2.7 Myyminen Amazon markkinapaikalla

Amazon tarjoaa kahdenlaisia myyntisuunnitelmia: perus- ja ammattimaisia. Perussuunnitelma on suunniteltu myyjille, jotka aikovat myydä alle 35 tuotetta kuukaudessa. Perussuunnitelman kanssa ei ole tilausmaksua mutta sen sijaan Amazon kerää tuotekohtaisia maksuja 0,75

puntaa per myytyä tuotetta kohden. Kun taas ammattimainen myyntisuunnitelma on suunniteltu yrityksille, jotka aikovat myydä yli 35 tuotetta kuukaudessa. Ammatillinen suunnitelman kanssa, yritys myyjien on maksettava 25 punttaa kuukausimaksuna. Kuitenkin yksi eduista Ammattisuunnitelman valitseminen on, että per kohde ei maksa mitään ja myyjät voivat luetella niin monta esineitä kuin haluavat. (Amazon Services Europe)

2.8 Amazon Vendor

Amazon Vendor Central on vain vaihtoehto valmistajille ja jakelijoille. Amazon Vendor Central myöntää Amazonille varastosi, jonka he sitten markkinoivat ja myyvät ostajille Amazon.com -sivustossa.

Näin se toimii: Kauppiat tai valmistajat myyvät varastonsa Amazonille tukkuhinnoin. Kun he ovat lähettäneet tuotteet Amazonille, myyjän työ on tehty. Amazon maksaa varastosta suoraan myyjälle ja säilyttää tuotteiden omistusoikeuden. Amazon myy näitä tuotteita markkinapaikassa Amazonina ja valitsee oman hinnan ja toimitusvaihtoehdot.

Vendor Central avulla myyt Amazonille, ei Amazonissa. Tämä vaihtoehto eliminoi käytännössä suoran myyjän työn, mukaan lukien markkinointi, mainonta ja jopa hinnoittelu. Muita Amazonille myymisen etuja ovat: Vältät hintoja, toimituksia ja muuta logistiikkaa tuotteiden myynnissä. Amazon tekee joukko-ostoksia, mikä sopii mainiosti varaston ennustamiseen. Näyttö- ja tietosivutoiminnot ovat vain Amazonin käytettävissä (esim. Tilaa ja tallenna ohjelma). Mainosjakauman työkalujen käyttö ei ole käytettävissä Seller Centralissa. (Johnson 2020)

2.9 Amazon Seller Central

Amazon Seller Central on käyttöliittymä, jota kolmannen osapuolen myyjät käyttävät saadakseen luettelon ja myydäkseen tuotteita suoraan Amazonin asiakkaille. Voidaan listata, hinnoitella ja markkinoida tuotteita itse ja käyttää Seller Central -hallintapaneelia varaston, hinnoittelun, mainonnan, raporttien ja muun järjestämiseen ja seurantaan.

Näin se toimii: Brändit käyttävät Seller Centralia luetteloidakseen tuotteensa Amazon Marketplacessa ja myydäkseen tuotteita kolmannen osapuolen myyjänä. Mutta myyjät ovat vastuussa listauksista, mainonnasta ja kaikesta, mitä myydään verkkomarkkinoilla. Myynti Amazon Centralin kautta on yleensä enemmän työtä kuin myynti Amazon Vendor Centralin kautta, mutta se sisältää myös paremman hallinnan toimituksen, hintojen ja toteutumisen suhteen - puhumattakaan korkeammista katteista. Nykyään yli puolet Amazonin kokonaisymyynnistä tulee Seller Centralia käyttäviltä 3P (Third Party) -myyjiltä. Vuoden 2019 viimeisellä neljänneksellä 53 % maksetuista yksiköistä myytiin kolmannen osapuolen myyjien toimesta. (Johnson 2020)

Hyödynnä miljoonia ainutlaatuisia kuukausittaisia kävijöitä saadaksesi enemmän ihmisiä verkkokauppaasi.

Hyödynnä Marketplacen edut- Amazonin kauppapaikka on ostoskohde, joka tunnetaan luotettavuudesta, verkkokaupoista ja valinnasta. Luettelo Marketplacessa antaa sinulle mahdollisuuden hyödyntää kyseistä brändiä. Etsi uusia asiakkaita- Amazon Marketplace on valtava. Saat näkyvyyden uusille ja monipuolisille ostajille Marketplacen kautta- joista monet eivät koskaan tapaisi verkkokauppaasi muuten. Lisää myyntiä- Amazonin ostajat ovat tulleet kauppapaikalle nimenomaisella aikomuksella ostaa tai ainakin haluavat selata. Verkkohaku, mainonta ja muut online-näkyvyyden muodot eivät takaa samaa kanavayleisön pohjaa.

2.10 Tuotteen lanseeraaminen Amazonissa

Amazon FBA vaadi, että käytetään tavallisen Amazon myyntitiliä tavalliseen tapaan ja noudattamaan sitten yksinkertaisia ohjeita tuotteiden lisäämiseen FBA-osioon.

2.11 Tuotteen etsiminen

Tuotteiden etsiminen voidaan tehdä joko manuaalisesti tai automaattisesti käyttämällä työkaluja. Käyttämällä työkaluja tuotteen etsiminen on paljon helpompaa. Esimerkiksi Helium 10 tai JungleScout ovat molemmat maksullisia työkaluja, jotka auttavat löytää sopiva tuotteen. Molemmat työkalut helpottavat etsintä tarjoamalla tietoja ja tuotteita Amazonilta yksinkertaisesti lisäämällä tiettyjä suodattimia, joita tutkija haluaa käyttää. Työkaluilla etsiminen nopeuttaa tuote etsintä, antaa enemmän vaihtoehtoja ja on kokonaisuudessaan tehokkaampi. Pystyäkseen löytämään tuotteen, joka pystyy kilpailemaan ja myymään hyvin, markkina -analyttikko tai tutkijan on tunnettava prosessin peruseräatteen ja työkalut. Tuotteen etsiminen on päätehtävä ja onnistuneen markkina -analyysin lopputulos. Tuotetta etsiessä on tärkeää ymmärtää nämä perusohjeet: kysyntä, tuotteen tulot, kilpailu ja hinta. Markkinatilanne määrää tuotteen hinnan, mutta on tärkeää laskea, onko se kannattavaa. Nyrkkisääntönä on käyttää neljää kertoimena voiton laskemiseksi, esimerkiksi jos tuote maksaa 20 dollaria, on mahdollista maksaa enintään viisi dollaria per tuote, mukaan lukien toimitus tehtaalta Amazoniin varastoon. On myös tärkeää tehdä päätöksiä melko nopeasti, koska Amazonin markkinat olosuhteet muuttuvat nopeasti, joten ei ole ylimääräistä aikaa pysyä paikallaan ja ihmetellä. Jos tuotteella on paljon kilpailua, se tarkoittaa myös sitä, että sen myynti on kalliimpaa. Kovempi kilpailu nostaa mainoskuluja ja vaatii enemmän vaivaa myyjältä.

Jos halutaan etsiä manuaalisesti tuotteita, Amazon tarjoaa myös merkittävää apua tuotteen etsimisessä, Amazonin bestseller -sivun kautta. Itse asiassa tämä on tärkein askel, koska Amazon näyttää kaikki eniten myydyt tuotteet. Voidaan etsiä tuotteita luokkien ja alaluokkien perusteella. Voidaan tarkista listaukset nopeasti ja selvittää, mitä kohteita myydään eniten. Tämä puolestaan auttaa myös valitsemaan markkinaraon (ehkä, jos et ole varma kumman kanssa

mennä). Tuotteen myyntitiedoista voit ennustaa, mitkä tuotteet voivat vetää kohdeyleisöäsi. (Arishkar 2021)

Tuotteiden etsiessä on tärkeä valita tuotteita, joiden hinta ei ole liian korkea tai liian alhainen. Tämän lisäksi rajoitettu kilpailu tarjoaa myös enemmän mahdollisuuksia tuotteen myymiseen. Muita manuaalisesti tuotteen etsintä Amazon bestseller sivun lisäksi ovat esim. tutustua Shopify kauppoihin, analysoida ebayn trendi tuotteet, etsiä trendi tuotteet Pinterestissä, Wishissa, Ali Expressissä, Instagramissa, Facebookissa jne. (Arishkar 2021)

Amazonin suosituin kategoriat

1. Koti ja keittiö
2. Urheilu ja ulkoilu
3. Lelut ja pelit
4. Kauneus ja hygienia
5. Terveys, talous ja vauvan hoitoon
6. Keittiö ja ruokailu
7. Toimisto tarvikkeet
8. Puutarha ja ulkoilu
9. Työkalut ja kodin parannukset
10. Lemmikki tarvikkeet

Kuvio 4: Amazonin myydyimmät tuotteet. (Connolly 2021)

Kuviossa 4 kertoo Amazonin suosituimmista kategoriasta. Amazonissa kaikista eniten koti ja keittiön tuotteet ovat suosituimpia ja toiseksi ovat urheilu ja ulkoilu tuotteet. Lelut ja pelit ovat kolmanneksi ja niin edelleen.

2.12 Kielletyt tuotteet

Turvallisen ja luotettavan ostoskokemuksen ylläpitämiseksi tiettyjä tuotteita ei voida listata tai myydä Amazonissa tai niihin voidaan soveltaa lisävaatimuksia, koska niillä on lakisääteisiä tai sääntelyrajoituksia esimerkiksi laittomia huumeita tai muita rikkovat Amazonin käytäntöjä. On tiettyjä tuoteryhmiä, joita tulisi välttää, kun ajatellaan myydä Amazonissa. Käytännössä myyjän tulisi välttää tuotteita, jotka ovat monimutkaisia ja sisältävät monia esimerkiksi liikkuvia osia tai sähköä. Tuotteet, joita vältetään myydä ovat; elektroniikka, Korkea kilpailun, laadunvalvonnan ja investointien vuoksi. Kaikki tuotteet, jotka menevät vartaloon sisään tai vartalolle esim. voiteet ja elintarvikkeet. Vaaralliset materiaalit tai vaaralliset tuotteet, Amazon on määritellyt materiaaleiksi, jotka voivat osoittaa riskiä turvallisuus, terveys tai

ympäristön mukaan lukien syttyvä, painostettu tai muulla tavoin haitalliset tuotteet. (Amazon Seller Central)

On myös tuote kategoria, jotka edellyttävät Amazonin lupaa: autoteollisuus ja voimaurheilut, vaatteet, asusteet, kengät ja matkatavarat, keräilykirjat, keräilyesineet kolikot, viihde -keräilyesineet, kuvataide, hyvät korut, lahjakortit, ruokakaupat ja gourmet -ruokia, syttyvä tarvikkeet, kodinkoneet, seksuaalinen hyvinvointi, urheilu keräilyesineet, oppikirjojen vuokraus, lelut ja pelit, video, DVD ja Blu-ray ja kellot. (Amazon Seller Central)

2.13 Tuotteen valinta

Tuotteen valinta voidaan tehdä joko manuaaliseesti tai käyttämällä apu työkalulla kuten Helium 10 tai JungleScout. Tärkein asia tuotteiden valinnassa on se, että tehdään paljon etsintä ja tutkitaan tuotteita. Amazonin bestseller kategoria on loistavaa tapaa etsiä tuotteita mitkä, myy hyvin Amazonissa. Toinen tärkeä asiaa, mikä pitää mielessä on se, valita tuote, mikä kilpailijoita on vähän. Esim. kun valitsen tuotteen Amazon bestseller kategoriasta pitää katsoa myös miten paljon arvosteluja, tuote on saanut. Jos tuotteella on tosi paljon arvosteluja se tarkoittaa, että kilpailijoita on myös paljon. Mitä vähemmän tuotteella on arvosteluja sitä paremmin.

On myös tärkeä pidä mielessä valita tuotteet, joiden täyttäminen on helppoa. Aloita pienemmillä ja kevyemmällä tuotteilla, jotta ne ovat halvempia toimittaa, mutta muista myös valita tuotteet, jotka eivät ole helposti särkeviä tai joiden käyttöikä on rajallinen. FBA tuotteen valmistelu on tosi tärkeä, jos sitä ei tehdä oikein, Amazon hylkää tuotteen tulon niiden laitokseen. Tämä voi johtaa toimitusviivästyksiin ja lopulta tyytymättömiin asiakkaisiin. Lopulta varmista, että pakkaat tuotteesi Amazonin ohjeiden mukaisesti tai valmistat tuotteesi ammattimaisesti. (AMZ Prep 2020)

2.14 Tuotteiden hankintaa

Amazon FBA: n käyttö takaa laadukkaan logistiikan, joten myyjä vain huolehtia tuotteiden hankinnasta ja markkinoinnista. Kaikki myyjät eivät valmista omia tuotteitaan ja hankkivat tuotteitaan muilla keinoilla, kuten tukkukauppiaille, dropshippingillä tai ulkopuolisella valmistajalla. (Poli 2021)

Kiina on yksi suurimmista globaaleista markkinoista, joten löydät Amazon FBA -tukkumyyjän sieltä melko helposti. Laadukkaiden löytäminen on kuitenkin hieman hankalampaa, koska ympärillä on paljon varjoisia tukkumyyjiä.

Alibaba on yksi tosi hyvä vaihtoehto, koska se ei ole vaan maan suurin verkkokauppias, vaan todennäköisesti ostat myös suoraan valmistajilta, mikä tarkoittaa yleensä halvempia hintoja. Yksi asia, joka pitää mielessä, on se, että Alibaban valmistajilla on tapana tehdä suuria

tilauksia, joten pitää olla tarkkana ja esim. tarkistaa muita vaihtoja myös kuten AliExpress, joka koostuu pieniyrityksestä, jota voi neuvotella pienemmästä tilauksesta paljon helpommin kuin Alibaban kanssa. AliExpress on myös suunnattu ulkomaisille ostajille. (Dunne 2020)

On myös muita B2B-verkkokaupan alustoihin, kuten Made-in-China, Global Sources tai JimTrade. Nämä kolmannen osapuolen B2B-verkkokaupan alustat keskittyvät ulkomaankauppaan, ja niistä on hienoa hankkia tuotteita. Jos valmistajan löytäminen on vaikea, voi myös löytää valmistajia hankintavirastojen kautta mitkä ovat maksullisia mutta hyödyllisiä. Hankintaviraston palvelut auttavat löytämään valmistajia ja tuomaan tuotteet edullisesti. Hankintaviranomaiset ovat myös tapaa varmistaa laadunvalvonta. (Nagaraj 2021)

Tuotteen valmistajan etsiessä pitää huomioidaan tuotteen hinta, laatu ja valmistajan tehokkuus. On hyvä myös huomioida rahtikustannuksia koska joskus paikallisen valmistajan kanssa voi päätyä halvemmaksi, kun otetaan huomioon yleiskustannukset kuten toimitus, pakkaus, verot ja tulliselvitykset.

2.15 Tuotteen listaaminen

Amazon lista on tuotetietosivu jokaiselle Amazonissa myydylle tuotteelle. Amazon lista sisältää yleensä asiaankuuluvia tuotetietoja, kuten nimen, kuvauksen, hinnan, kuvat ja arvostelut. Myyjien on tärkeää saada Amazon -listaukset oikein, koska sillä on suuri vaikutus asiakkaan päätökseen ostaa tuote vai ei. Hyvin optimoitu Amazon-tuoteluettelo voi auttaa tuotetta erottumaan muista vastaavista tuotteista, kasvattaa uskottavuutta ja kasvattaa myyntiä.

Amazonin tuotetiedot sisältävät kuusi keskeistä ominaisuutta tai osaa: otsikko, kuvat, kuvaus, ominaisuudet, arvostelut ja arviot. Kun näitä elementtejä käytetään oikein, ne voivat auttaa brändejä todella erottautumaan vilkkaalta Amazonin markkinoilta. (Roddy 2021)

Tuotteen nimi on usein ensimmäinen asia, jonka potentiaalinen ostaja huomaa yritystiedoissa, minkä vuoksi on niin tärkeää, että tuotteen nimi on hyvin muotoiltu kiinnittääkseen heidän huomionsa. Amazon sallii enintään 200 merkkiä otsikkoa kohti useimmissa tuoteluokissa, mutta 100-150 merkkiä on todennäköisesti sinun suosikkisi parhaan asiakaskokemuksen saavuttamiseksi. On tärkeä tuotekuvia ovat korkealaatuisia. Myydyimmät tuotteet sisältävät yleensä viisi tai kahdeksan kuvaa luettelo.

Roddy ehdottaa tuotekuvauksissa luovuutta ja avainsanojen optimointia, koska ne parantavat sijoitusta ja lisää tuloksia. Tuotteen kuvauksilla on valtava vaikutusta ostajan käsitykseen tuotteesta ja ne voivat saada heidän vakuuttuneiksi siitä, miksi heidän on ostettava juuri sitä tuotemerkin. (Roddy 2021)

Tuoteominaisuudet näkyvät tyypillisesti luettelomerkkinä, jotka ovat paljon yksinkertaisempia ja helpommin luettavissa kuin suuret tekstilohkot. Tuoteominaisuudessa kannattaa myös sisällyttää ne ainutlaatuiset elementit, jotka erottavat tuotteet samanlaisista myyjistä.

Roddyn mielestä tuotearvostelut ovat tosi tärkeitä, kun asiakkaat tulevat tekemään ostoksia. Koska suurin osa verkko ostajista luottaa asiakasarvosteluihin, on tosi tärkeä kerätä rehellisiä mielipiteet tuotteen hinnoitteluista, arvosta jne. Kun asiakas on kiinnostunut ostamaan Amazonin tuotearvostelut voivat vaikuttaa siihen, tekevätkö he tapahtuman vai ei.

Tuotteen arvostelut kulkevat käsi kädessä sen luokitusten kanssa. Mitä enemmän arvosteluita, sitä korkeammat ovat luokitus (Rating). Jos tuote on neljän tai viiden tähden alueella, voidaan sanoa, että tietty tuote toimii hyvin. Mutta jos kohde putoaa alle neljän tähden, on ehdottomasti parannettava. Roddy ehdottaa etsiä malleja negatiivisista arvioista ja löytää ratkaisu tuotevirheisiin tai -virheisiin, joista asiakkaat valittavat.

2.16 Markkinointi ja mainonta Amazonissa

Mainonta tuo enemmän näkyvyyttä tuotteille varsinkin silloin kun aloitetaan ensimmäinen kerta myydä tuotetta Amazonissa. Amazonissa on muutama tapaa mainostaa tuotteita. Samoin kuin Google haku toimii, kun kirjoitat avainsanoja Amazon hakukenttään ja tulokset tulevat näkyviin, jotkut huipputuloksista on sponsoroituja, niitä pidetään Amazonin mainoksina. Niitä on merkitty hienovaraisella ”sponsored” kuten kuvissa 4, 5 ja 6.

Otsikkohakumainokset (Headline search ads) näkyvät hakutulossivuilla otsikon bannerimainoksina aina hakutulosten yläpuolella, kuten alla oleva esimerkki. Nämä mainokset ovat napsautuskohtaisia ja johtavat hakijat mille tahansa Amazonin määritetyille sivulle.





CREATEK. High quality brushes for precise & safe painting
[Shop CreaTek >](#)

Pinselset Malen - 5 extra feine Pinsel für Details [Höchste Präzision] perfekter...
 ★★★★★ 404

CreaTek© 10 Premium Detail Brushes, Size 5/0 to 8 with Practical Storage, P...
 ★★★★★ 956

Sponsored ⓘ

Kuvio 5: Otsikkohakumainokset (Amazon 2021)

			
<p>Featured from our brands</p> <p>Amazon Basics Artist brushes in a set, 10 different sizes for artists, adults and children</p> <p>★★★★☆ ~ 988</p> <p>€6.13 €6.88</p> <p>Buy 4, save 10%</p> <p>Get it Wednesday, Sep 15</p> <p>FREE Delivery on your first order shipped by Amazon</p>	<p>Sponsored ⓘ</p> <p>Babo-Tools® Brush Set Flat Brush Set of 3 Professional Brushes with Plastic Bristles 1" 2" 1 1/2" Premium Brush Set ...</p> <p>★★★★☆ ~ 486</p> <p>€15.95</p> <p>Get it Wednesday, Sep 15</p> <p>FREE Delivery on your first order shipped by Amazon</p>	<p>Sponsored ⓘ</p> <p>Paint Brush Set - Fine Detail Brushes for Acrylic, Watercolour, Model Making, 10 Pieces Painting Brush Set for Artists...</p> <p>★★★★☆ ~ 10,035</p> <p>€15.99</p> <p>Get it Tuesday, Sep 14</p> <p>FREE Delivery on your first order shipped by Amazon</p>	<p>Sponsored ⓘ</p> <p>LUKIUP® Paint Brush Set of 3 Watercolour Acrylic Flat Brush Acrylic Brush Paint Brush Oil Paint Brush Wide Painting Bru...</p> <p>★★★★☆ ~ 3</p> <p>€8.59</p> <p>Get it Wednesday, Sep 15</p> <p>FREE Delivery on your first order shipped by Amazon</p> <p>Only 20 left in stock.</p>

Kuvio 6: Tuotehaun sponsoroima (Amazon 2021)

Sponsoroidut tuotemainokset (sponsored product ads) toimivat samalla tavalla kuin Google Shopping -verkoston kautta näytettävät mainokset. Nämä ovat mainoksia, jotka ohjaavat Amazonin hakijoita suoraan tiettyyn tuotteeseen, jota myydään Amazonissa. Kun ostajat napsauttavat sponsoroituasi tuotemainoksen, heidät ohjataan mainosten tuotetietosivulle. Sponsoroidut tuotemainokset näytetään yleensä hakutulossivun ylä- tai alapuolella sekä muilla tuotetietosivuilla.



Ithyes Silicone Shampoo Brush Scalp Massag...

★★★★☆ 287

€7.98 ✓prime

Shop now

Sponsored ⓘ

Kuvio 7: Tuotenäyttömainokset (Amazon 2021)

Tuotenäyttömainoksia (Display ads), jotka toimivat hieman eri tavalla kuin edellä mainitut kaksi mainosmuotoa. Nämä mainokset eivät ole avainsanoilla kohdistettuja, vaan aihepiiriin tai tuotteeseen kohdistettuja näyttömainoksia. Ne ohjaavat ostajat tuotteiden tietosivulle, ja ne hinnoitellaan myös napsautuskohtaisella hinnalla.

2.17 Tuotteen lanseeraamisen jälkeen

Tuotteen lanseeraamiseen jälkeen on tosi tärkeä pitää huolta siitä, koska työ ei lopu siihen. Myyjä voi tarkistaa, onko muita tuotteita saatavilla, jotka voitaisiin myydä samaan luokkaan, koska jos yksi tuote myy hyvin, se voisi kasvattaa kyseisen myyjän tuotemerkin muiden tuotteiden myyntiä. Tämä prosessi alkaa melko nopeasti jos havaitaan, että tuote alkaa tuottaa hyvää määrää myyntiä. Viisasta markkinointia, se on mahdollista luoda automaattisia kampanjoita tietyille avainsanoille, joita hallitaan Amazonin oman algoritmin mukaan manuaaliset laajakampanjat, kun myyjä valitsee useimmat tärkeitä avainsanoja kampanjointia varten ja tarkka markkinointi koskee yhtä tiettyä avainsanaa, joka on yleensä tärkein avainsana, tai se voi olla avainsana, joka tuottaa eniten liikennettä myös tuotelistaukseen. Mainosta voidaan seurata ja sen muuntokurssin perusteella. Muuntaminen on toiminto, joka otetaan huomioon, milloin potentiaalinen asiakas on vuorovaikutuksessa mainoksen kanssa esimerkiksi napsauttamalla banneria mainoksen ja tekee sitten yrityksen kannalta arvokkaan toimenpiteen. Myyjän

on suositeltavaa seurata muuntokurssia, koska se auttaa myyjää ymmärtää, toimivatko markkinointikampanjat hyvin vai eivät. On olemassa useita tapoja esimerkiksi mainonnan suorituskyvyn seurantaan jo mainitun lisäksi On mahdollista tarkistaa, ovatko potentiaaliset asiakkaat edes nähneet mainoksen tavoittaa asiakkaat niin kuin myyjä haluaa sen tekevän. (Quick 2020)

Toinen tärkeä asiaa on ulkoinen markkinointi, potentiaalinen asiakas, joka ohjaa Amazon tuoteluetteluun, voi myös olla hyödyllinen, esimerkiksi Facebook- ja Instagram -mainokset ovat hyviä tapoja opastaa potentiaalisille asiakkaille Amazon markkinapaikka tuotelistaukseen.

Muutaman ensimmäisen myynnin luominen voi olla haastavaa, mutta asiakkaiden vakuuttaminen jättämään arvosteluja voi olla vaikeampi. Amazon tuote-arvostelut ovat tärkeitä kahdesta syystä:

- Asiakkaat luottavat arvosteluihin, kuten henkilökohtaisiin suosituksiin. Siksi paremmat arvostelut lisäävät myyntiä.
- Arvostelut ovat myös merkittävässä roolissa tuotteiden sijoituksessa. Lisäksi on vaikea luoda PPC-kampanjoita ilman arvioita.

3 Toteutus

Tämä tutkimus on kvalitatiivinen eli laadullinen keittämistyö. Tiedonkeruumenetelmänä käytettiin haastattelemaa Amazonin myyjiltä. Haastattelut olivat tehty avoimesti. Avoimessa haastattelussa haastateltavat voivat tarkentaa kysymyksiä ja täydentää vastauksia.

Tutkimuksen tavoitteena on antaa paremmin kuvaa Amazon FBA:in toiminnasta. Tutkimuksen haastattelussa on osallistunut kaksi Amazon myyjä, yhdellä on kaksi vuotta kokemusta myydä Amazonissa ja toisella on vuoden kokemus Amazonin myyjänä. Tutkimuksen avulla haluttiin selvittää, miten vaikea on aloittaa myydä Amazonissa ja mitä taitoja tarvitaan siihen.

3.1 Tutkimusentulokset

Tässä kappaleessa käsitellään saatuja tuloksia tutkimuksessa. Tutkimuksen haastatteluihin osallistuivat kaksi Amazon myyjää.

Tulokset ovat haastatteluissa osallistuneiden Amazon myyjien kokemuksia.

Avoin haastattelu mahdollisti keskustelun Amazon FBA myyjien kanssa, joten vastaukset saatiin kattavia. Haastatteluiden tuloksia käydään läpi seuraavasta, verkkokaupassa myyminen, Amazonissa myyminen, miksi Amazon FBA, budjetin ja neuvoja uusille myyjille.

Verkkokaupassa myyminen

Molempien haastatteluiden perustella myyminen verkkokaupassa on fiksumpi. Verkkokaupassa myyminen on nykyään sekä helpompi että paljon halvempi kuin myydä kivijalkamyymälässä. Molemmat olivat sitä mieltä, että alussa on hyvä aloittaa verkkokaupasta ja jos kaikki menee hyvin, voi myöhemmin avata myös myymälää, jos kokee tarve siihen.

Amazonissa myyminen

Kysymällä miksi myyjät aloittivat juuri myydä Amazonissa. Myyjien mielestä Amazon on tosi iso markkina-alue ja tosi hyvä mahdollisuus myydä siellä. Myyjien mielestä Amazonissa myyminen on helppo, mutta joissakin kategoriassa helpompaa kuin toisissa, joissa mahdollisten myyjien on oltava hyväksytyjä ja täytettävät erityiset myyntivaatimukset. Amazonin avulla on helppo tavoittaa suuri kuluttajakunta mittakaavassa ja myös antaa tarvittavat työkalut ja infrastruktuurin. Myyjien mielestä, Yksi pahimmista asioista uuden yrityksen perustamisessa on asiakkaiden tai asiakkaiden löytäminen mutta kun myyt Amazonissa, sinun ei koskaan tarvitse huolehtia asiakkaiden löytämisestä. Asiakkaat ostavat jo Amazonista. Amazon työskentelee jatkuvasti brändin tunnistamiseksi ja uusien ostajien saamiseksi liittymään alustansa.

Myyjät tykkäävät tosi paljon siitä, että ne tarjoavat tuotteet ja Amazon hoitaa lähes kaiken muun. Lukuun ottamatta muutamia asiakassähköpostiviestejä, jotka lipsuvat järjestelmän läpi, Amazon hoitaa asiakaskyselyn. Jos ostajilla on ongelmia tilauksen kanssa tai heidän on vaihdettava toimitusosoitettaan, kaikki menee suoraan Amazonille. He hoitavat myös kaikki FBA-myyjien palautukset ja hyvitykset. Jos asiakkaan on palautettava tuote, hän lähettää sen Amazonin varastoon, eikä myyjille. Ja Amazon hoitaa ostajan maksutavan hyvityksen, jotta myyjät ei tarvitse käsitellä monimutkaisia kauppiastilejä.

Miksi Amazon FBA?

Molempien myyjien valitsivat myydä Amazon FBA:na koska ensinnäkin heidän eivät tarvitsee huolehtia tuotteiden varastoinnista olleenkaan. Seuraava syy oli se, että kun käytä FBA:ta, Amazon kattaa kaiken asiakaspalvelun ja palauttaa tilauksen käsittelyn. Myyjät keskittyvät mieluummin hankintaan, loistavien tuotteiden kehittämiseen, markkinointiin ja myyntiin. He antavat enemmän kuin mielellään Amazonin hoitaa päivittäiset toimitustoiminnot puolestaan.

Toinen asiaa, joka haastattelun aikana myyjät kertoneet oli se, että kun myydään Amazon FBA:na ei tarvitse sitoutua tiettyyn paikkaan tai aikaan. Haastattelun osallistuneiden mielestä menestyvän FBA-yrityksen myötä sinulla on mahdollisuus suunnitella elämäntapasi ja tehdä unelmistasi totta. Sijainti ja taloudellinen vapaus ovat ulottuvillasi.

Budjetti

Haastattelussa osallistuneet Amazon myyjät olivat sitä mieltä, että budjetti riippuu siihen mitä tuote myydään Amazonissa. Jotkut tuotteet ovat tosi pieniä ja kevyet ja niiden varastoinneissa ei tarvita paljon tilaa, eikä tuotteen toimituskulut ovat paljon, koska mitä tuote on painavampi sitä kalliimpi, tule toimituskulut.

Haastattelussa ei kerrottiin tarkka määrä budjettia, jonka tarvitaan aloittamaan myydä Amazonissa. Molemmat myyjät olivat sitä mieltä että, kun vasta aloitetaan myydä Amazonissa, on tosi tärkeä löytää tuote, joka on kevyt, pieni ja tuote joka, sen varastoiminen ei tarvitse paljon tilaa, sen kautta kustannukset tulevat vähemmän.

Neuvoja uusille myyjille

Haastattelun lopussa kysyin molemmista Amazon myyjistä mitä neuvoja voivat antaa niille, jotka haluavat aloittaa myydä Amazonissa. Molemmat myyjät olivat sitä mieltä, että Amazonin tarjoama FBA on loistava mahdollisuus aloittaa myydä Amazonissa. Kun tiedät mitä haluat myydä tai sinulla on jo valmis tuote, sitten on tosi helppo aloittaa. Haastattelussa osallistuneet myyjien mielestä vaikein kohta on silloin kun pitää löytää oikea tuote myydä, Kun löydät sitä oikea tuote, silloin sinulla on asiakkaita sekä paikka missä myyt tuotteesi.

Haastattelussa kerrottiin myös vaikka Amazonissa ei tarvitse paljon taitoja aloittamaan myydä mutta on tosi tärkeä oppia markkinointia ja mainontaa Amazonissa ja tutustua paremmin Amazonin toimintaan. Koska mitä enemmän tiedät Amazonin markkinoinnista ja mainonnasta sitä paremmin menestyt ja myyt enemmän.

Amazonissa tuotteiden arvostelu on tosi tärkeä ja haastattelun osallistuneiden myyjien mielestä, pitää jokaisesta henkilöstä, joka ostaa pyytää arvostelua. Tuotteen arvostelu sekä auttaa muita asiakkaita että myös myyjän, koska myyjä tietää paremmin onko tuote, joka myy laadukas vai ei.

4 Johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli tutkia tuotteiden myynti Amazon verkkokauppa alustassa ja antaa yleiskuvaa Amazonin toiminnasta ja siitä miksi kannattaa myydä juuri Amazonissa.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että myyminen Amazonissa on valtava mahdollisuus, koska verkkoalusta on maailman laajuisesti yksi parhaista ja sillä on valtava brändituntemus, satojatuhansia miljoonia ihmisiä, jotka ovat Amazonin asiakkaita. Amazonissa kuka tahansa voi rekisteröityä myyjäksi ja pääsyy Amazonin laajalle asiakaskunnalle. Kun verrataan tätä esim. avaamalla

oma verkkokauppa missä myydään tuotteita, asiakkaiden löytäminen alussa on vaikea ja oma verkkokaupan perustaminen on myös kalliista. Mutta Amazonissa on jo asiakasta ja maksamalla kuukaudessa pieni määrä rahaa voidaan rekisteröityä Amazonin myyjäksi.

Opinnäytetyön tekemiseen aikana minulla oli muutaman haastetta. Ensimmäinen haaste oli se että, luotettava lähteitä oli tosi vaikea löytää. Koska Amazonin markkinat muuttuvat ja jotkut artikkelit ja kirjallisuudet ovat vanhentuneet. Toinen haaste opinnäytetyön tekemisessä minulla oli tosi vaikea löytää Amazonin myyjä, joka on valmis tekemään haastatteluun.

Opinnäytetyön tulosta voivat käyttää kaikki aiheesta kiinnostuneet varsinkin ne, jotka vasta haluavat aloittaa myydä Amazonissa.

4.1 Opinnäytetyön prosessi ja oman oppiminen

Opinnäytetyön suunnittelu alkoi toukokuun alussa. Opinnäytetyön tekeminen työn ohella oli todella monimutkainen ja haastava minulle, koska olin viisi päivää viikossa töissä ja vapaat päivät ei ollut edes peräkkäin, jotta voisin keskittyä enemmän opinnäytetyön tekemiseen. Minulla oli alusta asti selkeä tavoite ja motivoimalla itseäni tein opinnäytetyöni loppuun asti. Tein itselleni aikataulun mutta silti opinnäytetyö valmistui hieman myöhemmin kuin olin suunnitellut.

Toteutus osuudessa meni kaikista eniten aikaa, koska en löytänyt sopivia henkilöitä haastatteluun ja siihen meni todella paljon aikaa. Sopivan henkilöiden löytämiseen jälkeen meni myös melkein kuukauteen, jotta saadaan sopiva aikaa sekä minulle, että Amazon myyjille.

Opinnäytetyön tekemisessä opin tosi paljon uutta asioita, joista on hyötyä tulevaisuudessa. Haastattelut sujuivat hyvin ja tulosten analysoiminen oli mielenkiintoinen. Yksi syy miksi aloitin tekemään tästä aiheesta, opinnäytetyö oli se, että enemmän tietoja Amazonin toiminnasta, koska haluan itse aloittaa myös myydä Amazonissa. Tämän tutkimuksen kautta paljon tietoja varsinkin, kun haastattelin Amazon myyjä.

Oman tavoitteen nähden onnistuin tässä opinnäytetyössä hyvin ja toivoisin, tästä olisi hyötyä myös niille, jotka ovat kiinnostuneita aloittamaan myydä Amazonissa.

Lähteet

Painetut

Berg, N. & Knights M. 2019. Amazon. How the World's Most Relentless Retailer Will Continue to Revolutionize Commerce.

Gupta, S & Mourya S. 2014. E-Commerce. Alpha Science International, New Delhi

Sähköiset

Amazon. Fulfillment by Amazon. Let Amazon pick, pack and ship your orders.

https://sell.amazon.com/fulfillment-by-amazon?ref_=sdus_fulfill_fba_h

Amazon. Getting shoppers their stuffs.

<https://sell.amazon.com/fulfill>

Amazon Service Europe. Sell on amazon.

https://sell.amazon.co.uk/pricing?ref_=sduk_soa_sell_pricing#selling-plans

Amazon Seller Central. Restricted products.

https://sellercentral.amazon.com/gp/help/external/200164330?language=en_US&ref=efph_200164330_cont_200301050

Amazon Seller Central. Categories and product that require approval.

https://sellercentral.amazon.com/gp/help/external/G200333160?language=en_US&ref=efph_G200333160_cont_G201730840

AMZ Prep Canada. 2020. How to choose the right products for Amazon FBA.

<https://amzprep.com/2020/07/30/amazon-fba/>

Arishekar, N. 2021. Top 10 Better Ways to do Amazon Product Research Like A PRO!

<https://www.sellerapp.com/blog/amazon-product-research/>

Collis, D. 2020. Walmart Inc. takes on Amazon.com.

<https://apaxresearchers.com/wp-content/uploads/2020/09/WalmarttakesonAmazon.pdf>

Connolly, B. Top Amazon Product Categories.

<https://www.junglescout.com/blog/amazon-product-categories/>

Dunne, 2021. 15 Amazon statistics you need to know in 2021.

<https://www.repricerexpress.com/amazon-statistics/>

Dunne, 2020. How to find Amazon FBA wholesale suppliers.

<https://www.repricerexpress.com/amazon-fba-wholesale-suppliers/>

Feedvisor, University- shipping items. Fulfillment by Amazon (FBA).

<https://feedvisor.com/university/fulfillment-by-amazon/>

Guevarra, L. 2018. E-commerce: The Past, Present and Future.

<https://www.spiralytics.com/blog/past-present-future-ecommerce/>

Hobbs, T. 2018. Amazon Prime Reveals Revenues for First Time. Marketing Week.

<https://www.marketingweek.com/2017/02/16/amazon-prime-revenues>

Maday, J. The history of e-commerce: A long and winding road. Luettu 09.08.2021

<https://www.the-future-of-commerce.com/2020/01/30/history-of-e-commerce/>

Morris, M. eCommerce, Why E-commerce is the future.

<https://harvardmedia.com/e-commerce/>

Nagaraj, A. 2021. How to find reliable Amazon FBA suppliers in 2021.

<https://www.sellerapp.com/blog/find-amazon-product-source-supplier/>

Labbat-Simon, C. BigCommerce, Leveraging Amazon FBA for your success

<https://www.bigcommerce.com/blog/amazon-fba/#the-pros-and-cons-of-fba>

Labbat-Simon, C. 2020. Leveraging Amazon FBA for your online sales success.

<https://www.bigcommerce.com/blog/amazon-fba/>

Layton, J. 2021. How Amazon works.

<https://money.howstuffworks.com/amazon.htm>

Roddy, S. 2021. 10 Amazon product listing tips that (actually) drive sales.

<https://www.skubana.com/blog/amazon-listings>

Poli, R. 2021. Your complete guide to Amazon FBA product sourcing.

<https://www.pickfu.com/blog/amazon-fba-product-sourcing/>

Quick, T. 2020. Advertising Conversion: Everything You Need to Know.

<https://postclick.com/blog/advertising-conversion/>

Zheng, B. 2021. How much is amazon worth?

<https://www.gobankingrates.com/money/business/how-much-is-amazon-worth/>