

Control y presencia en Amazon

Análisis del Mercado Amazon para sus productos

Su Empresa seguro, tiene que controlar Amazon y posiblemente vender en Amazon

Expectativas y riesgos para su empresa en Amazon

Incidencia futura de Amazon en sus clientes actuales

Cifras Amazon 2018

25.000 empresas han vendido en Amazon más de un millón de \$

200.000 empresas han superado los 100.000 \$ de venta

Ventas al detalle en Amazon 2018 en EEUU: 252.000 millones

En España en el 2017 Amazon ya entregó 53 millones de pedidos en España

Durante el Prime Day, Amazon entregó en 36 horas 178 millones de pedidos

El Prime Day del 2018 vendió un 74% más que en el 2017

Pero no sólo está Amazon, otro Marketplace, Alibaba, que este 2019 está iniciando su expansión en el E-commerce al detalle internacional, ya vendió en el 2018, en un solo día (11 de noviembre) 30.800 millones de dólares.

Sabes que actualmente una mayoría de usuarios, cuando quieren comprar algo primero lo miran en Amazon antes que en Google?

En el 2018 Amazon ha superado a Google en búsquedas sobre productos!!!!

54% Amazon, 46% Google y otros buscadores

A esto súmale que de ese 46% gran parte acaban en Amazon, pues Amazon sale en casi todas las primeras posiciones de búsquedas en Google.

Y si pensamos que el 87% de los compradores, compren donde compren, primero se informan en Internet

En EEUU Amazon tiene 200 millones de visitantes únicos al mes, o sea, el 61% de la población.

En Italia el 58% de los usuarios de Internet tienen contratado Amazon Prime.

54% de los alemanes, 53% de los ingleses y 40% de los franceses tienen contratado Prime, o sea, pagan una cuota a Amazon.

En Alemania el 50% de las ventas online son de Amazon, a un ritmo de crecimiento del 20% anual.

En España ha conseguido, en solo 10 años de existencia, acaparar el 10% de las ventas online (cifras 2017).

Para poder crecer hasta las cuotas de otros países, como Alemania, Amazon está construyendo en España 11 centros logísticos, el último este mayo en Toledo, de 100.000 metros cuadrados, con lo que llegará en España a los 500.000 metros cuadrados

Sectores donde no tenía hace pocos años penetración como el de la moda ha conseguido este 2018 controlar el 35% de la venta en ropa y calzado en EEUU, en Europa de momento el 8%

Amazon tiene 100 millones de compradores suscritos a Prime (cuota de 29 €) gastando una media en compras diversas de 1.400 \$ al año

¡¡ Las cifras son impresionantes, y no han hecho nada más que empezar !!

Tu empresa tendría que estar ahí.

Tu empresa puede y tendría que vender en los Marketplace ¿o no?

No estar en Amazon, en los Marketplaces (Amazon, Aliexpress, etc.) es estar despreciando el 50% del mercado, del mercado que está creciendo al ritmo del 50% anual.

El problema es que los Marketplaces no son mercados abiertos, son mercados propietarios,

con sus propias leyes, leyes que se realizan y cambian a la medida del propietario del Marketplace y sus intereses personales.

Muchas empresas no sólo han fracasado en su intento de vender en Marketplaces, si no que por culpa de intentar vender en Marketplaces se han visto afectadas seriamente sus ventas, no sólo en Internet fuera de los Marketplaces, si no en sus mercados tradicionales offline

No es una anécdota, es una realidad, muchas empresas pueden afectar su mercado tradicional de ventas tras intentar vender en Amazon o Alibaba.

Pero la solución no es dar la espalda a los Marketplaces, 50% del mercado online y creciendo

Hay empresas que están vendiendo altas cifras en los Marketplaces y aumentado fuertemente sus cifras de ventas fuera de ellos, en sus mercados tradicionales, gracias a su gestión en los Marketplaces.

Si más del 50% se informa ya en Marketplaces, aunque luego compren en otros lugares online u offline, ¿Puede su empresa no estar en ese inicio de decisión de compra?

¿Estar o no estar en Marketplace es jugársela? ¿Cual es la solución?

La solución es realizar un estudio de cómo tienes que estar en los Marketplaces para tener éxito en la venta y para no verte afectado en tus ventas fuera de los Marketplaces

Además, no seguir lo que pasa en los Marketplaces, no prestar batalla en ellos a nuestra competencia (la actual y la que nos viene) es darles alas para que se refuercen en los Marketplaces y luego puedan asaltar nuestros mercados tradicionales

¿Sabes las muchas oportunidades que hay para tu empresa, tanto en ventas como en promoción de sus productos y en la posibilidad de obtener productos a comercializar?

Te ofrecemos realizar un estudio de tu producto y de sus competencias reales y paralelas en los Marketplaces, para poder realizar una estrategia de venta, tanto en los propios Marketplaces como fuera de ellos (En Internet y fuera de Internet), porque los Marketplaces son la avanzadilla de lo que nos viene encima ...

¿Podemos vender en los Marketplace? ¿Qué cifras podemos alcanzar?

¿Cómo hacerlo para no afectar a nuestro mercado actual?

¿Qué productos/competencia nos está ya quitando clientes y cuales nos los quitarán?

¿Podemos, debemos, rehacer nuestra cartera de producto?

¿Nos centramos en el mercado español o vendemos abiertamente en todo el mundo?

Amazon mismo nos soluciona el poder vender en cualquier sitio del mundo (transporte, almacenaje, entrega, cobro, atención al cliente y promoción) y, por lo tanto, multiplicar las ventas y alcanzar otros mercados, pero atención a las formas y riegos.

¿Qué tipo de relación nos conviene tener con Amazon? ¿y con otros Marketplaces?

¿Vendemos con nuestra propia marca o creamos otra para ventas en Marketplaces?
¿Estamos en ellos como vendedores o como sellers? ¿Todo el catálogo o parte?
¿Productos propios o productos en distribución? ¿Política de precios?

¿Tendremos que centrarnos en nuestros productos actuales o podemos/debemos ampliar nuestra cartera de producto con productos de otros productores y países (principalmente Asia, por calidades, variedad y precio)?

Actualmente hay plataformas que nos facilitan la búsqueda de producto, elección de proveedor de confianza, pago con garantías y envío y manipulación de mercancía, desde cualquier país a cualquier otro país, incluso directamente del productor a los propios almacenes de Amazon repartidos por el mundo

Una cosa es segura, hacerlo o no hacerlo, o cómo hacerlo, es una decisión estratégica tuya, pero no tener la información al detalle de lo que hay, y de lo que se puede hacer, cerrar los ojos a la realidad, y seguir tomando decisiones en base a un pasado que se acaba, no es la mejor idea

¿Has pensado que a lo mejor los Marketplaces puede llegar a representar el 90% del proceso de decisión de compra? De hecho ya lo son en muchos productos

Te propongo realizar un informe para facilitarte toda la información para que puedas tomar la decisión más adecuada.

Igualmente te puedo asesorar y/o montar toda la estrategia e infraestructura para que puedas vender en los Marketplaces si esa es tu decisión.

«Las oportunidades no pasan, las creas» – Chris Grosser
