

TRE STRATEGIER FÖR ATT SAMEXISTERA MED AMAZON



1998 kom Amazon till Tyskland. Redan från start tänkte de i termer av storlek och köpte Telebook, en stor e-handel för böcker. Kort därefter etablerade de sitt distributionsnät för att kunna lansera Amazon Prime och blixtsnabba leveranser.



Förutsättningarna på marknaden förändrades i grunden och det behöver svenska företag förhålla sig till den dagen jätten – eller någon annan jätte – kommer till Sverige.

Faktum är att det mesta förändras när Amazon kommer in i bilden. Dina kunders krav, till exempel. De kommer kräva billigare, snabbare och mer flexibla leveransalternativ samt enklare returer och lägre priser. Utbudet förändras också. Nya produkter och nya leverantörer från andra delar av världen kommer.

varumärken och enskilda handlare blir underordnat den. Det i sin tur förändrar marknadsföringen. I USA är det numera vanligt att kunderna börjar sina produktsökningar hos Amazon istället för till exempel Google. Plattformen blir då en viktig ingrediens i företagens marknadsföringsmix.

Dessutom förändras konsumtions sättet. Amazon är plattformskonsumtion. Plattformen blir startpunkten för köpen, medan

Vi har identifierat tre övergripande strategier för att samexistera med Amazon.



FÖRSTA ALTERNATIVET: GÅ DIN EGEN VÄG

- Bygg och vårda starka egna kundrelationer
- Skapa och jobba utifrån communities och kundklubbar
- Använd den fysiska butiken och tänk omnikanal
- Var ett verktyg för dina kunder, inte en katalog

Detta är för dig som är i position att säga nej tack till Amazon och istället väljer att skapa och odla egna kundrelationer. Förmodligen har du redan ett eller flera starka varumärken, egna marknadsföringskanaler, ett omnikanalerbjudande och ett etablerat lojalitetsprogram.



ANDRA ALTERNATIVET: HOPPA PÅ BÅTEN



- Använd hela eller delar av Amazons erbjudande
- Sälj hela eller delar av ditt sortiment exklusivt via Amazon
- Styr majoriteten av din marknadsföring till Amazon

Amazon är ett oerhört kraftfullt verktyg för dig som snabbt vill nå en global marknad utan att ta stora omedelbara investeringar. Amazon tar en bra del av kakan, så kanske väljer du att sälja lyxbetonade produkter samt hög kvalitet i egna kanaler och lågpris på Amazon?

TREDJE ALTERNATIVET: FOKUSERA PÅ VÄRDERINGAR

- Satsa på unika produkter med en historia
- Fokus på hållbarhet och lokalt
- Var personlig och transparent

Bli det som Amazon aldrig kan bli. Amazon är värde för pengarna, men aldrig värdering. Du bygger genom transparens, hållbarhet och engagemang. De kan aldrig berätta en unik produkts historia. Men du kan inte bara bjuda på kunskap om produkten, utan även på kunskap om hur produkten blir till!



Undrar du över hur Amazon, eller andra plattformsaktörer, kommer påverka dig och ditt företag? Ring oss. Vi på Retail United skräddarsyr workshops och arbetar fram strategier och handlingsplaner för hur företag bör agera den dagen plattformskonsumtion blir en verklighet.

Vi kan hjälpa dig att välja väg. Att göra ingenting är däremot inte ett alternativ.

RETAIL @UNITED

www.retailunited.se