

The background is a dark blue gradient with a starry texture. On the left side, there are several overlapping circular elements. One prominent feature is a large circular scale with tick marks and numbers ranging from 140 to 260. Other circles contain curved lines and arrows, suggesting motion or data flow.

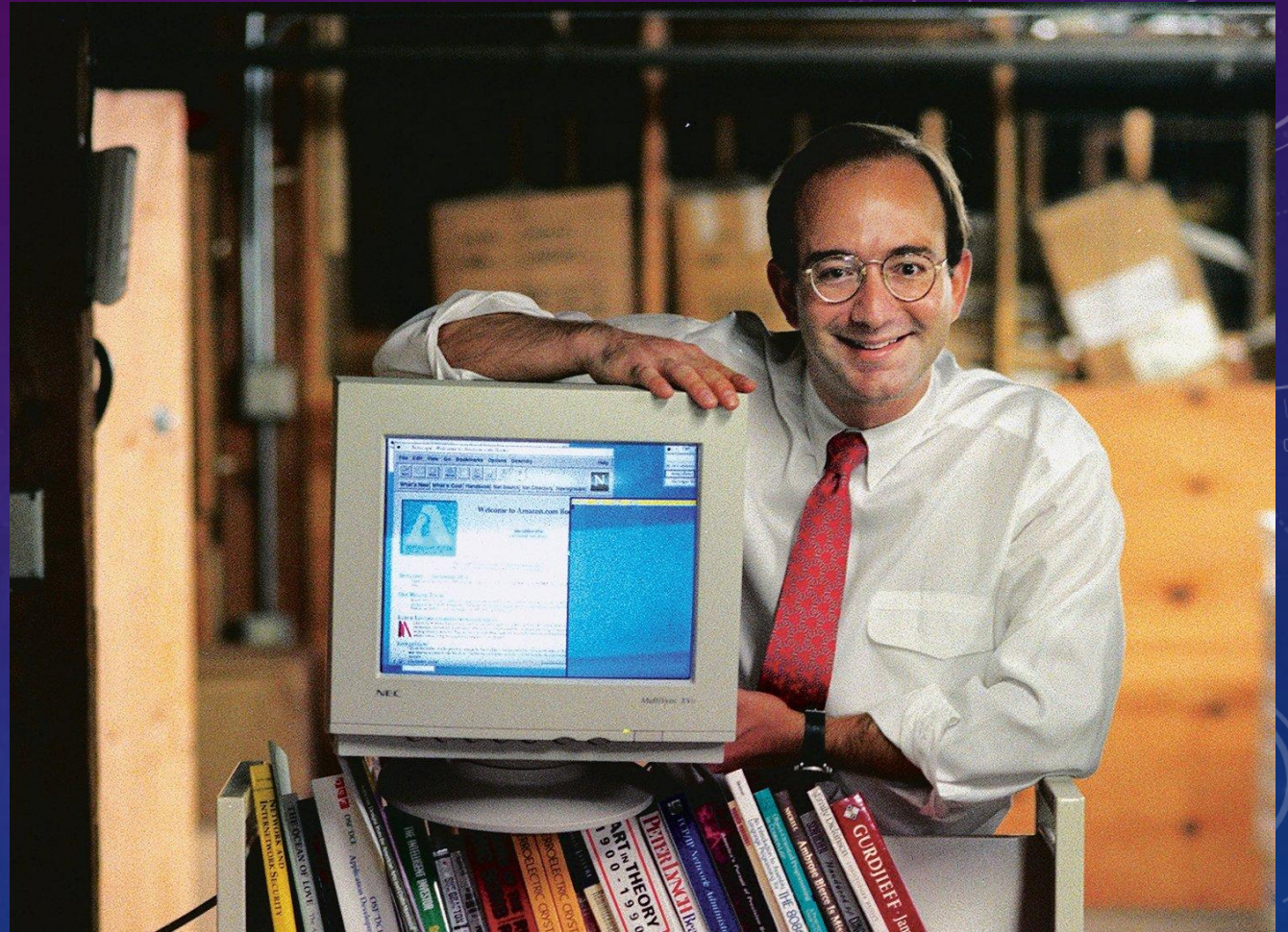
ІМПЕРІЯ AMAZON: ІСТОРІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ КОМПАНІЇ

Руденко Олександра БЕМ 1120В

ТРОХИ ІСТОРІЇ

Amazon створив американський підприємець і вічний глава компанії Джефф Безос. На початку 90-х років він розробляв мережу для міжнародної торгівлі, та в один момент покинув пост віцепрезидента компанії з Волл-стрит, поїхав до Сіетла й вирішив заснувати книжковий інтернет-магазин. У 1995 році Джефф, керуючи компанією зі свого гаража, запустив сайт, який продавав книжки.

Безос обрав йому назву, переглядаючи словник. Він зупинився на “Амазонц”, адже слово описувало щось “екзотичне та незвичне” – саме так він бачив свою інтернет-компанію. За словами Джеффа, ріка Амазонка є найбільшою у світі, і так само він планував зробити свій магазин найбільшою книгарнею на планеті. Ще одна причина для назви – вона починалася з літери “А”, що ставило б компанію у верхівку списків за алфавітом.



У 1998 році магазин уже почав продавати музичні диски, згодом – відеопродукцію. У асортименті з'явилися MP3-диски, різна електроніка, програмне забезпечення, відеоігри, одяг, меблі, продукти харчування та іграшки. Існує навіть корпоративна легенда, за якою Джефф зібрав свій перший робочий стіл із дверей, і тому в офісах Amazon деякі столи також зроблені з дверей, щоб нагадувати про необхідність економити. З року в рік успіх компанії наростав, і згодом Amazon зважилась на наступний крок. Скориставшись величезною кількістю складів, компанія створила єдину службу швидкої доставки. Це швидко збільшило продажі товарів.



У 2000 році Amazon представила свій культовий логотип із вигнутою стрілкою у формі усмішки, що веде від А до Z. Це символізує те, що компанія має усі товари — “від А до Я”.

amazon



Надалі справи Amazon не завжди йшли так само добре: порівняно повільне зростання у перші 5 років змусило акціонерів скаржитися, що компанія не досягає прибутковості. Модель та концепція Amazon сприймалися досить новаторськими і незвичними на той час. Чимало людей переймалися, що компанія не виправдає інвестиції або навіть не виживе в довгостроковій перспективі.

Упродовж років різні кризи знищили багато електронних компаній, але Amazon вижила і змогла стати визначним гравцем в онлайн-продажах. Коли компанія зрештою вийшла “в плюс” і отримала дохід у мільярд доларів, це довело, що нетрадиційна бізнес-модель Безоса все-таки увінчалась успіхом.

КОНЦЕПЦІЯ

Окрім запуску різних сервісів та компаній-гілок, Amazon продовжує функціонувати у вигляді своєї початкової ідеї. На сайті Amazon.com можна придбати товари з різноманітних категорій: книжки, DVD-диски, вінілові платівки, одяг, дитячі товари, побутову електроніку, косметику, продовольчі товари, товари для здоров'я, ювелірні вироби, годинники – буквально все, що може людині знадобитися. У серпні 2019 року компанія Amazon навіть подала заявку на продаж спиртного, а згодом — і аптечних медикаментів.

У США Amazon є компанією, що фактично домінує у сфері замовлень товарів і доставки. Усі знають — будь-що можна придбати й отримати з Amazon за лічені години. Окрім цього, компанія пропонує послуги міжнародної доставки й має філіали по всьому світу. На Amazon виставляють свою продукцію близько трьох мільйонів продавців, які становлять понад 60% всіх продажів на платформі. Хоч це й зумовлює величезну конкуренцію, нові продавці все одно прагнуть потрапити на майданчик. Адже особливості роботи алгоритмів та потенційні можливості для розвитку, що дає Amazon, виправдовують наявні ризики.



Інновації



Amazon намагається бути новатором в усіх напрямках. Компанія постійно тестує нові сервіси, моделі роботи, упроваджує в робочий процес різні нововведення. У 2016 році Безос заявив, що його компанія першою у світі доставила товар покупцеві за допомогою дрона-безпілота.

А у 2017-му Amazon відкрила перший у світі автоматизований супермаркет — Amazon Go. Магазин працює без касирів. Щоб придбати товар, потрібно завантажити додаток, отримати в ньому унікальний QR-код, прикласти його до турнікетів, узяти потрібні вам товари — і можна виходити з магазину. Магазин використовує камери та датчики, що фіксують, які товари покупець складає собі в корзину.

Ще один цікавий концепт від компанії — Amazon 4-Star. Це елітний магазин у Нью-Йорку в районі Сохо, де представлені товари, оцінені чотирма зірками (4*) та вище. Вебсайт Amazon відбирає найбажаніші й такі, що часто купують, товари — і вони продаються в магазині за окремими категоріями. Поряд із цінниками розміщені картки з вирізками з онлайн-відгуків та оглядів, з якими можна ознайомитись перед купівлею товару.

Цифрові факти про компанію Amazon, які вас вражатъ

Я зібрала 10 цікавих фактів із цифрами, які чудово демонструють усі можливості Амазон:

1. Один найменший склад Амазон = 10 футбольним полям. На території Америки розташовано 214 складів. Такий масштаб дозволяє прискорити доставку США.
2. Щодня сайт Амазон відвідують 188 мільйонів людей! Це більше, ніж запитів у Гугла з пошуку товарів.
3. Тільки за останній рік Амазон продав товарів на суму 177 мільйонів (47% обороту цього обороту зробили сторонні продавці - такі як ми з вами).
4. 2% продавців заробляють (чистий прибуток, а не оборот) більше мільйона доларів на рік
5. 13% продавців роблять оборот 1-10 мільйонів доларів на рік.
6. 36% роблять оборот від 100 тисяч до мільйона.
7. Амазон постійно зростає та розширюється. Останні 3 роки Амазон зріс приблизно на 25-30%
8. Кожен третій продавець на Амазон продає у сумі від 100 тисяч до мільйона доларів.
9. На сьогодні на Амазон зареєстровано та активно понад 244 мільйони акаунтів.
10. Понад 5 мільярдів різних товарів продається на Амазон щорічно.

Все це ще раз доводить, що потенціал Амазона – необмежений.

Чому Amazon продає найбільше? Особливості маркетингу

Незважаючи на велику кількість великих електронних майданчиків, Amazon продовжує залишатися лідером у своїй сфері, на нього припадає 1/10 частка усієї електронної торгівлі в США. Секрет такої популярності може бути укладений у маркетинговій стратегії. Далі розглянемо фішки, які змушують відвідувачів більше купувати.

1. Заохочувальна система. Спеціально для заохочення користувачів ще в 2005 році запущено програму Amazon Prime. Сервіс платний - 99 \$ на рік. Членство в цьому клубі дає можливість безкоштовно доставки деяких товарів, можливість зберігати відео, фільми та інші файли. На сьогоднішній день платною версією користується 200 мільйонів людей у 16 країнах світу.

2. Ігри із цінами. Фішка "пропозиція дня" пропонує реально низькі ціни на конкретні позиції товарів. Вартість може бути на порядок нижчою, ніж навіть у виробника або оптового постачальника. Amazon іде на такі жертви не просто так. Ця фішка приваблює клієнтів, які можуть купити і щось поза акцією. І це завжди спрацьовує.



3. Система рекомендації. У впровадженні системи рекомендації аналогічних товарів Amazon також у списку першопрохідників. Коли відкрито картку товару, разом із нею сторінці з'являється кілька схожих товарів у однієї цінової категорії.

4. Орієнтація на клієнта. Amazon спочатку не звертав увагу на конкурентів чи на те, як вони працюють. Компанія завжди на перше місце ставить завдання клієнта.

5. Акції та знижкові дні. Покупці активно шукають товари напередодні свят. Тому жодне свято не проходить без акцій та знижок. Ефективність продажів у ці дні підтверджується тим, що у 2016 році на Різдво було продано 1 млрд одиниць товарів.

6. Допомога у пошуку. На Амазон це робиться за допомогою окремих категорій із привабливими назвами «Найнижча ціна», «З цим товаром купують», «Рекомендовано вам», «Разом дешевше» тощо. Тож користувач швидше знаходить те, що йому потрібно.

7. Повторні продажі. У цьому допомагає опція "Купити ще раз". Це стимулює повторні продажі. Цей прийом виявився ефективним для товарів з невисокою вартістю.

8. Детальне подання товару. У цьому вся допомагають якісні фотографії товару. Якщо це продукти харчування, медикамент або косметичні засоби, то фото можна прочитати склад, термін придатності та інші параметри товару.

9. Використання відеоподання. Створює ефект живого перегляду товару, викликає довіру та бажання купити.

10. Спрощений пошук. До кожної картки товару прикріплено рядок пошуку, де можна отримати відповіді про товар та почитати відгуки інших покупців. За потреби покупець швидко знайде всю необхідну інформацію.



Перше значне зростання сталося після того, як адреса сайту розмістилася на головній сторінці пошукової системи Yahoo. Тоді виторг зріс з нуля до 20 000 доларів на тиждень.

Всі продукти, послуги та додатки компанії Amazon

Загалом Amazon володіє 41 брендами. Але ще більше інших продуктів. Їх можна поділити на види:



- **Сервіси для покупців:** Amazon Renewed - продає техніку після ремонту з гарантією, Amazon Rentals, Care, IFIXIT, Amazon Home services, KEY.
- **Сервіси для продавців:** Amazon logistics, Brand Registry, Lending, SPN, Prime Air, Fulfillment.
- **Хмарні технології:** AWS Marketplace, Game Sparks, AWS IoT, Amazon Blockchain Services, Luna, AWS.
- **Платформи для професіоналів:** IMDbPro, Prime Video Direct, Amazon Ignite, Amazon Studios, Kindle Direct Publishing.
- **Підписки:** Amazon Music, Prime Gaming, Now, Subscribe & Save, Reading, Business, Video.
- **Рекламні послуги:** Amazon Advertising, Alexa – помічник, побудований на штучному інтелекті.
- **Фінансові послуги:** Pay Code, Amazon Cash, Amazon Lending.
- **Медицина та Здоров'я:** Amazon Pharmacy – продаж медикаментів, Care, PillPack.
- **Розваги:** Prime Video, Amazon Music, Twitch, Audible, Amazon Appstore, Comixology, goodreads, DPReview.
- **Розумні технології:** HALO, ZOOX, Fire Tablets, Blink, Amazon Echo, Echo Buds, Echo frames, EERO, Kindle, FireTVCube, FireTVStick, TV.



Крім вищезгаданого Amazon пропонує ряд додаткових послуг. Їх можна поділяти за сферами. Сфери стосуються як бізнесу, так і благодійності:

- ❖ Для бізнесу – Amazon Supply;
- ❖ В ІТ-сфері – Amazon Drive – Хмарне сховище даних;
- ❖ Приватна торгова марка Pinzon, етикетку якої можуть використовувати текстильні товари, кухонне начиння та інші предмети інтер'єру;
- ❖ AWS – Amazon Web Services – програмний додаток для розробників сайтів;
- ❖ Видавнича справа – Amazon Publishing;
- ❖ Благодійність – Amazon Smile та інші.

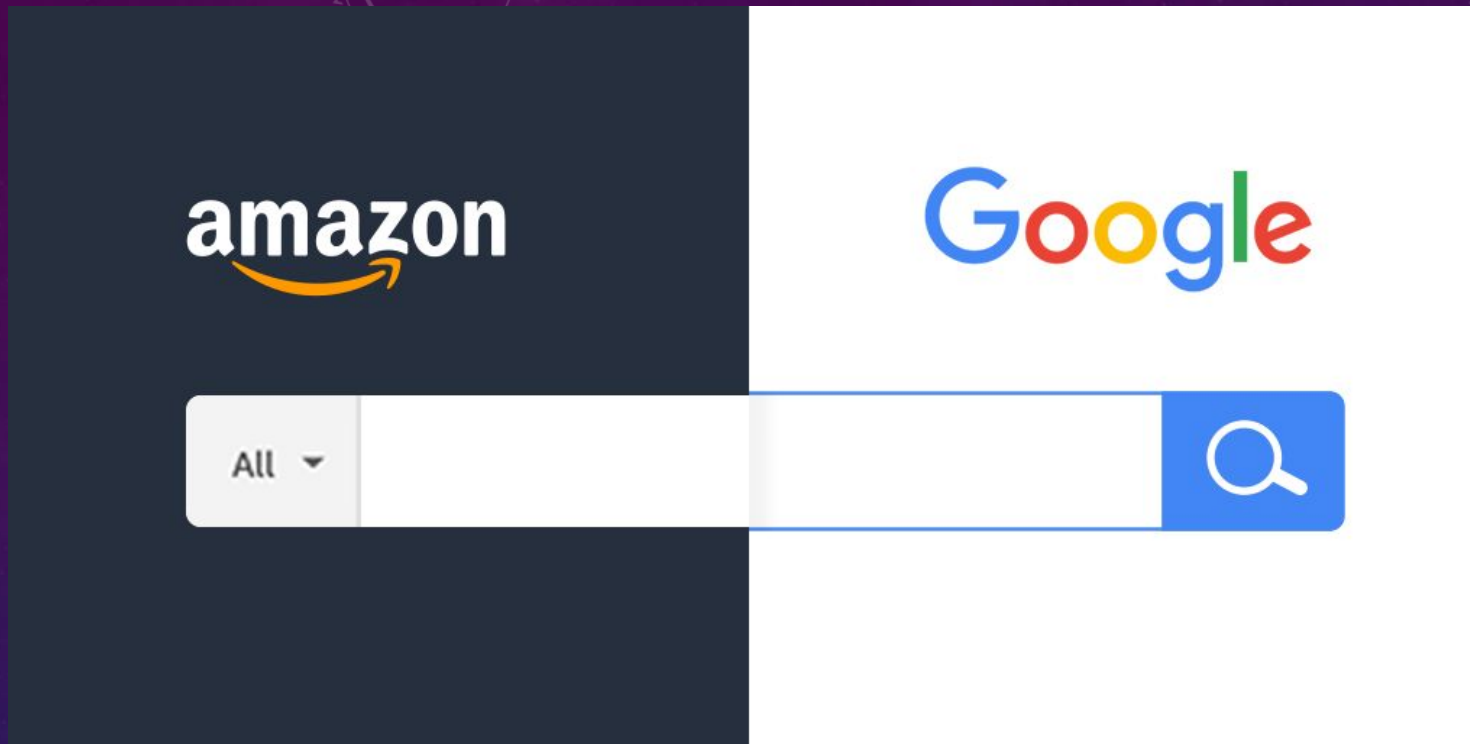
Висновки

Сьогодні аналітики пророкують Amazon ще більший вплив на світ у майбутньому. Лідери різних індустрій перестали ставитися скептично, коли він розповідає про свої фантастичні плани. Як показує історія, Amazon вміє реалізувати своє бачення та відкривати людям раніше небачену реальність. Причому це стосується майже всіх ключових галузей економіки.

Amazon давно став вирішальною фігурою в індустрії моди: бренди зі світовим ім'ям в першу чергу поставляють свої колекції на його склади, а сервіси Amazon вміють їх представляти публіці краще, ніж будь-хто може зробити. Експерти вважають, що в найближчому майбутньому Amazon задаватиме тренди в цій сфері, тим самим повністю взявши її під контроль.

Банківська сфера відчуває гідну конкуренцію Amazon. Бренд активно займається наданням фінансових послуг із 2011 року, кредитуючи підприємців, які продають товари через Amazon. Крім того, розмиває кордони між галузями, виявляє свою владу в дистрибуції, володіє величезною big data і здатний надавати всі види послуг з єдиної платформи на автоматизованій основі.





Конкуренція між Amazon та Google існує давно. Є підстави припускати, що незабаром Amazon перетягне на свій бік лідерство у ключових позиціях. Кілька років тому Амазон зареєстрував Патент на створення платформи для потокового передачі відео та аудіо контенту. Проект називається Amazon Tube. Це означає, що компанія має намір запропонувати світу щось схоже на You Tube.

Така ж картина щодо реклами. Амазон має власні задуми про те, як удосконалити діючі моделі реклами в мережі. Користуючись невдоволенням користувачів сервісами Google, вона незабаром готова запропонувати своє рішення.