



Sissejuhatus Amazoni

MIS ASI ON AMAZONIS MÜÜMINE

koostanud Amazoni Kooli konsultant Anne Kask-Korb

Õppeaterjali sisu

01

MIS ON AMAZON?

— Amazon FBA ja FBM	4
— Müüjakonto loomine	5
— Esimesed sammud ja TO DO list	6
— Sõnastik	8
— Kuulamiseks, lugemiseks	10

02

TOOTEOTSINGU PÕHITÕED

— Tööriistad	11
— Hea turu- ja toote tunnused	14
— Tooteotsingu baaskriteeriumid	16
— Kuidas siit edasi?	18
— 6 kuu kalender	20

Tere tulemast

Amazon FBA maailma! See PDF on loodud just sulle – algajale või väikeettevõtjale, kes soovib Amazoni platvormil alustada edukat müüki. Leiad siit praktilised juhised ja näpunäited, mis aitavad sul paremini mõista mida Amazonis müümine üldse tähendab.

Amazon võib tunduda keeruline ja hirmutav, kuid õigete tööriistade ja teadmistega on see tegelikult väga süstemaatiline ning reeglipärane viis kuidas jõuda klientideni üle maailma.

Eesmärk on lihtne: aidata sul vältida algajate vigu ja astuda kindlate sammudega eduka müüja teekonnale.

Võta aega, loe tähelepanelikult ja vajadusel tule hiljem tagasi! Kui sul tekib küsimusi või vajad lisatuge, ära kõhkle minuga ühendust võtmast.

Alustame koos!

Anne



07 peatükk 7

MIS ON AMAZON?

AMAZON FBA JA FBM

Mis need on ja mis on nende erinevused

FBA (Fulfilled by Amazon) on teenus, kus Amazon haldab toodete ladustamist, pakkimist, saatmist ja klienditeenindust. Müüja saadab oma varud Amazoni ladudesse, kust Amazon käsitleb tellimusi ja tarnet.

FBM (Fulfilled by Merchant) tähendab, et müüja vastutab ise kogu tellimuste täitmise eest. See hõlmab toodete ladustamist, pakkimist ja saatmist otse kliendile, samal ajal kasutades Amazoni platvormi oma toodete müügiks. Selles õppematerjalis õpid kasutama FBA teenust.

FBA eelised:

Ajavõit: Amazon haldab kogu logistikat ja klienditeenindust, mis võimaldab müüjal keskenduda oma äri kasvatamisele.

Prime staatuse eelised: Tooted saavad automaatselt Prime staatuse, mis võib suurendada müüki ja nähtavust.

Mugavus: Töömahukad protsessid nagu pakkimine ja tagastuste haldamine on Amazoni kanda.

Skaleeritavus: FBA muudab lihtsamaks suuremahulise müügi haldamise.

AMAZON FBA KAKS ÄRIVORMI

Exit-plaan: Amazoni äri ülesehitamine müügiks

Exit-plaan tähendab, et sinu eesmärk on üles ehitada tulus ja atraktiivne Amazon FBA äri, mille saad hiljem maha müüa suure kasumiga. See strateegia nõuab pikaajalist planeerimist ja keskendumist ärile kui varale, mida saab teisele investorile edasi anda.

Stabiilse tulu teenimine müükidest

Selle strateegia eesmärk on luua pidevat passiivset või aktiivset sissetulekut toodete müügist Amazonis ilma äri müümiseta. See sobib neile, kes eelistavad pikaajalist, järjepidevat rahavoogu.

MÜÜJAKONTO LOOMINE

MILLEGA ARVESTADA KUI SOOVID ALUSTADA

Amazoniga alustamiseks peaks arvestama minimaalselt €5000–€10000 suuruse eelarvega, mis katab toote tootmise (MOQ ~300–500 ühikut), näidiste tellimise, tarnimise, pakendi ja Amazoni tasud. Täpne summa sõltub tootest ja valitud turundusstrateegiast. Lisakuludena tuleks arvestada PPC reklaamide ja toote optimeerimisega.

ETTEVÕTE JA VAT

USA Amazoni müüjakonto loomisel tuleb registreerida Professional Seller Account, mis maksab \$39.99 kuus. Seda teeme alguses Eesti ettevõttega. Kui sinu ettevõtte on registreeritud väljaspool USA-d, pead esitama VAT ID (käibemaksu number) ja täitma Tax Interview protsessi. Ettevõtte omanik ja konto looja peavad olema samad isikud, sest Amazon viib konto avamiseks läbi veebikõne isiku tuvastamiseks.

AMAZON SELLER CENTRAL

Konto loome lehel sellercentral.amazon.com. Amazon Seller Central on platvorm, mis võimaldab ettevõtetel ja eraisikutel müüa oma tooteid Amazonis, hallates kogu protsessi ühest kohast. Seal saad lisada ja optimeerida oma tooteid, jälgida müüke, täita tellimusi ning hallata kliendisuhetlust, sealhulgas tagastusi ja küsimusi. See on peamine tööriist, mida vajad Amazonis müümise alustamiseks ja oma äri kasvatamiseks, pakkudes juurdepääsu turundusvõimalustele ja põhjalikule analüütikale, et jälgida oma müügiedu.

FINANTSIDE HALDAMINE

Amazonis ettevõtte finantside haldamine hõlmab tulu jälgimist, kulude optimeerimist ja rahvusvaheliste maksete tõhusat korraldamist. Kuna Amazon teeb väljamakseid sageli USA dollarites, võib kohalike pankade kaudu saadud summalt arvestatav ülekande- ja valuutavahetustasu olla märkimisväärne. Wise konto on selles osas suureks eeliseks, pakkudes madalaid valuutavahetuskurse ja väiksemaid ülekandetasusid. Wise võimaldab sul luua mitme valuuta kontosid, mis lihtustab Amazonilt raha saamist ja Hiina või muude Euroopa väliste riikide arvete maksmist.

07 Esimesed sammud

1. SAMM:
AMAZONI ETTEVÕTTE
KONTO LOOMINE

2. SAMM:
TOOTEIDEE LEIDMINE
JA VALIDEERIMINE

3. SAMM:
TOOTJATE LEIDMINE
JA NÄIDISTE
TELLIMINE

4. SAMM:
TELLIMUSE ESITAMINE JA
KVALITEEDI KONTROLL

5. SAMM:
TARNE AMAZONI LATTU

07

TO DO LIST

- ☐ Amazoni ettevõtte konto loomine Seller Centralis
- ☐ Tööriistade allalaadimine
- ☐ Tööriistade kasutama õppimine
- ☐ Tooteideede leidmine (esialgu vähemalt 50)
- ☐ Toote süvaanalüüs - listingud, reviewd, AI summardi
- ☐ Konkurentide- ja turuanalüüs
- ☐ Trademarkide, patentide ja muude piirangute uurimine
- ☐ Onepager (.com) kodulehe loomine tehastega suhtlemiseks
- ☐ Tehaste otsimine
- ☐ Hinnapakkumiste küsimine (min 20-lt tehaselt)
- ☐ Pakendi disainimine
- ☐ Pakendi tootja leidmine
- ☐ Eelarvestamine
- ☐ Tootenäidiste tellimine tehastest
- ☐ Konkurentide toodete tellimine Amazonist
- ☐ Tehase väljavalimine
- ☐ Tootele viimase lihvi andmine
- ☐ Tellimuse esitamine
- ☐ Logistikapartneri leidmine
- ☐ Valmis toodetele kvaliteedikontroll
- ☐ Pakendamine, bundeldamine, labeldamine
- ☐ Tarne Amazoni lattu

07

SÕNASTIK

3PL (Third Party Logistics) – Logistikaettevõtte, mis ladustab ja tarnib sinu kaupu.

ACOS (Advertising Cost of Sales) – Reklaamikulude ja müügitulu suhe, madalam väärtus näitab tõhusamat reklaamikampaaniat.

A+ Content – Täiustatud tootekirjeldus koos piltide ja brändilooga, saadaval Amazoni registreeritud brändidele.

ASIN (Amazon Standard Identification Number) – Amazoni toote unikaalne identifitseerimiskood.

Amazon Brand Registry – Programm brändide kaitsmiseks ja reklaamitööriistade kasutamiseks.

Backend – Listingu osa, mida kliendid ei näe, sisaldab näiteks märksõnu.

BSR (Best Seller Rank) – Toote populaarsuse mõõdik kategoorias, väiksem number tähendab paremat müüki.

Buy Box – Tootelehe nupp, mille kaudu klient saab toote otse ostukorvi lisada.

Child – Müüdav toote variatsioon, näiteks erinev suurus või värv.

Conversion Rate – Protsent külastajatest, kes toote ostavad.

CTR (Click Through Rate) – Protsent, mis näitab reklaami näitamiste ja klikitud kordade suhet.

EXW (Ex Works) Incoterm – Hind tehases ilma transpordikuludeta.

Feedback – Klienditagasiside, mis hindab müüja teenust ja tarnet.

FBA (Fulfilled by Amazon) – Amazon käsitleb toodete ladustamist, saatmist ja klienditeenindust.

FBA Small and Light – Programm väikeste ja kergete toodete täitmiskulude vähendamiseks.

FNSKU – Amazoni triipkood toodete jälgimiseks nende ladudes.

FOB (Free On Board) Incoterm – Hind, mis sisaldab transporti sadamasse või lennujaama.

Freight Forwarder – Logistikaettevõtte, mis haldab kauba tarnet ja tolliformaalsusi.

Hijacker – Müügipettur või võltsija, kes püüab müüa võltsitud või kopeeritud versioone sinu toodetest.

Incoterms – Rahvusvahelised kaubandustingimused, mis määratlevad müüja ja ostja kohustused.

IPI (Inventory Performance Index) – Laohalduse efektiivsuse mõõdik Amazoni FBA ladudes.

Landing Cost – Kõik kulud, mis hõlmavad kauba tarnimist Amazoni lattu.

Lead Time – Aeg alates tellimuse esitamisest kuni tarnimise alguseni.

Listing – Amazoni tootekuulutus, mis sisaldab toote kirjeldust, pilte ja hinda.

LTL (Less Than Truckload) Incoterm – Osaline kaubaveo koorem, sobib väiksematele kogustele.

MOQ (Minimum Order Quantity) – Tarnija määratud minimaalne tellimuse kogus.

Parent – Toote põhiversioon, mis ühendab variatsioone. Ei ole otseselt müüdav.

PPC (Pay Per Click) – Reklaamimudel, kus maksad iga reklaamile kliki eest.

Prep Center – Teenus, mis aitab toodete ettevalmistamisel (märgistamine, pakendamine, jne).

Prime – Amazoni püsiklientidele mõeldud tellimusteenus kiire tarnimise ja muude eelistega.

Replenishment Alerts – Teavitused, kui laovarude hakkab otsa saama.

Restock Limits – Amazoni määratud piirangud varude saatmisele nende ladudesse.

ROAS (Return on Advertising Spend) – Reklaamikulude tootlikkuse mõõdik.

Search Terms – Märksõnad, mis aitavad toodet otsingus leida.

SKU (Stock Keeping Unit) – Müüja enda loodud kood varude jälgimiseks.

Subscribe & Save – Programm, kus kliendid saavad tellida korduvaid tarnetega tooteid.

Suspension – Müüjakonto või toote peatamine reeglite rikkumise tõttu.

TACoS (Total Advertising Cost of Sales) – Reklaamikulude ja kogu müügitulu suhe (reklaamitud ja orgaaniline müük).

Ungating – Protsess, mille kaudu taotletakse luba müüa piiratud kategooriates.

07

KUULAMISEKS, LUGEMISEKS

YOUTUBERID

Inglise keeles õppimist:

Adam Heist

Brandon M. Young

DataDive Tools

Eesti keeles Amazonist üldiselt:

Mihkel Moosel Digital Merchant

Egle Raadik Amazonikoolitus

PODCASTID JA EDULOOD

Serious Sellers Podcast by Helium 10

Seller Sessions Podcast by Danny McMillan

Täitsa Pekkis Podacast saade #161 - Egle Raadik

Täitsa Pekkis Podcast saade #59 - Alvar Räägel

Youtube video - Miljoniline kuukäive: kuidas Amazonis erinevate tähtpäevade abil käibeid mitmekordistada? - Ardo Huul

Youtube video - Kuidas kohe pärast keskkooli lõppu Amazonis 300K käivet teha? Karli nõuanded ja ämbrid - Karl Puudersell

Äripäeva artikkel - Egle Raadik: sihime 5miljonilisi exit'eid umbes kolmeaastase ülesehitusajaga

RAAMATUTE SOOVITUSED

"The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon" – Brad Stone

"Profit First" – Mike Michalowicz

"The 4-Hour Workweek" – Tim Ferriss

"Never Split the Difference" – Chris Voss

"The 80/20 Principle: The Secret to Achieving More with Less" – Richard Koch

TÖÖRIISTAD

Tooteanalüüs on üks olulisemaid etappe Amazon FBA äris, kuna õige toote leidmine määrab suure osa sinu edust. Selleks, et teha informeeritud otsuseid ja valida kasumlikud tooted, on olemas mitmeid tööriistu, mis aitavad analüüsida turgu, konkurentsi ja tooteandmeid. Selles peatükis tutvustame olulisemaid tööriistu ja nende kasutusvõimalusi. Samuti leiad siit kõik tööriistad mis on seotud listingute koostamisega, kujundamisega ja turundamisega. Kulukamate tööriistade soetamisel püüa leida teenuse jagamise gruppe.

TURUANALÜÜS JA TOOTEVALIK



HELIUM 10

Kõikehõlmav tööriist Amazoni turu analüüsimiseks, aidates leida kasumlikke tooteid ja märksõnu.



JUNGLE SCOUT

Alternatiiv Helium 10-le. Intuiitiivne tööriist, mis pakub filtreeritud tooteotsingut ja müügitahumaprognose.



DATADIVE

Täpne märksõnade ja nišianalüüsi tööriist, mis aitab sügavuti mõista konkurentsi ja turutrende.



GOOGLE TRENDS

Tasuta tööriist toodete hooajalisuse ja pikaajaliste otsingutrendide analüüsimiseks.



AMAZON'S BEST SELLERS JA MOVERS & SHAKERS

Tasuta tööriist Amazoni platvormilt populaarsete toodete ja trendide analüüsimiseks.



AMAZON SUGGESTION EXPANDER

Chrome'i laiendus, mis laiendab Amazoni otsinguriba märksõnaideid, aidates leida lisamärksõnu ja pikemaid fraase.

TOOTEKUJUNDUS JA VISUAALID



MIDJOURNEY

Tehisintellektil põhinev visuaalide loomise tööriist, sobib brändi visuaalide ja tootekujunduse jaoks.



PINTEREST TRENDS

Inspiratsiooniallikas trendikate disainide ja tootearenduse ideede leidmiseks.



CANVA

Lihtne ja intuitiivne graafikadisaini tööriist tootefotode, reklaambännerite ja A+ sisu loomiseks.

TARBIJA TAGASISIDE JA TESTIMINE



PICKFU

Küsitluste ja tarbijate tagasiside platvorm, et testida tooteid, pakendeid ja reklaamtekste.



INTELLIVY

A/B testimise ja PPC optimeerimise platvorm, et tõsta Amazoni müüki ja konversioonimäärasid.

LISTINGU OPTIMEERIMINE



CHAT GPT

Teksti genereerimise ja optimeerimise vahend, ideaalne märksõnadele suunatud listingu ja turunduskoopia loomiseks.



GS1

Globaalne triipkoodide ja tootekoodide registreerimissüsteem, vajalik Amazoni tootekoodide (UPC) loomiseks.

TURUNDUS

JOINBRANDS



Platvorm, mis ühendab Amazoni brände mikro- ja nano-mõjutajatega, et suurendada toote nähtavust ja tõsta müüki.

TIKTOK



Kiiresti kasvav sotsiaalmeedia platvorm, mis on ideaalne toodete reklaamimiseks läbi lühivideote ja mõjutajate turunduse.

VABAKUTSELISTE TEENUSED

FIVERR



Platvorm, kust leida vabakutselisi, kes aitavad Amazoni jaoks luua visuaale, kirjutada listingu tekste ja hallata turundust.

UPWORK



Alternatiiv Fiverrile. Töövõtjate leidmise platvorm, kus saad palgata spetsialiste tooteanalüüsi, PPC halduse, A+ sisu ja muude projektide jaoks.

HEA TURU- JA TOOTE TUNNUSED

KATEGOORIAD: MIDA VALIDA JA MIDA VÄLTIDA

RESTRICTED KATEGOORIA

Restricted kategooriad on Amazoni piiratud kategooriad, kus müümine nõuab eraldi luba või täiendavaid sertifikaate. Näiteks tooted kategooriates nagu toidulisandid, kosmeetika, meditsiiniseadmed ja ohtlikud materjalid nõuavad vastavust Amazoni reeglitele ning sageli ka väliseid sertifikaate. Need võivad olla algajatele keerulised ja aeganõudvad, kuid mitte võimatud.

KATEGOORiate SOOVITUSED

HEA ALUSTADA: LIHTSAD JA UNIVERSAALSED KATEGOORIAD

Sports and Outdoors: Suur valik tarbekaupu, millel on pidev nõudlus.

Home & Kitchen: Igapäevased tooted, mis on kerged ja lihtsad tarnida.

Patio, Lawn & Garden: Kasvav trend aiasisustuse ja välikaupade seas.

Pet Supplies: Stabiilne nõudlus lemmikloomade toodete järgi, madalam konkurents kui mõnes muus kategoorias.

MITTE ALUSTADA: KEERULISED JA RISKANTSED KATEGOORIAD

Kodumasinad: Suured ja rasked tooted tõstavad tarne- ja ladustamiskulusid.

Camera & Photo: Kõrge konkurents suurte brändide tõttu.

Elektroonika: Mittetöötamise oht suurendab tagastuste ja negatiivse tagasiside riski.

Ehted: Kvaliteedikontroll ja ehtsuse tõestamine muudavad selle valdkonna keeruliseks.

Kellad: Domineerivad suured tuntud brändid, kõrge konkurents.

Klaastooted: Purunemisoht suurendab tagastusi ja klientide rahulolematust.

Toit: Vajab sertifikaate, võib rikneda või vajab spetsiaalseid säilitustingimusi.

Topicals (nahale kantavad tooted): Vajavad ohutust tõendavaid dokumente.

Meditsiinivahendid: Piirangud ja sertifikaadid muudavad müümise keeruliseks.

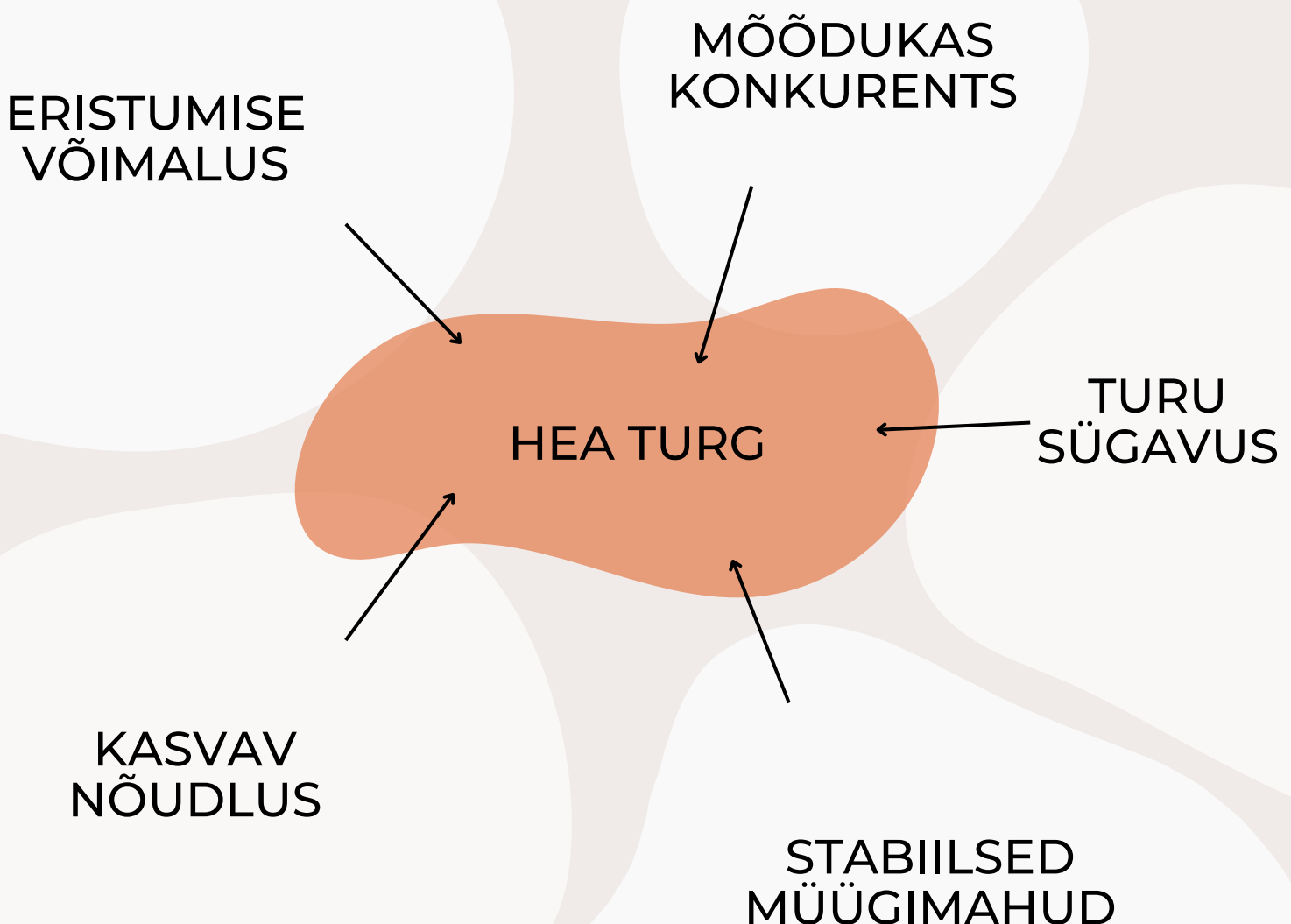
Töötlemata puidust tooted: Vajavad fumigatsiooni (putukate ja haiguste tõrje).

Ohtlikud ja spetsiifilised tooted: Kõik, mis on kemikaalidega seotud, surve all, plahvatusohtlik, terav või kergesti purunev.

MILLINE ON HEA TURG

Hea turg on selline, kus on olemas **piisav nõudlus**, **mõõdukas konkurents** ja **selge võimalus eristuda** (parem toode, -disain või lahendus). Hea turu tunnuseks on ka **туру sügavus**, kus müük ja käive ei ole koondunud vaid paari suure müüja kätte. Lisaks peaks turg näitama stabiilset või **kasvavat nõudlust**, tagades pikaajalise potentsiaali. Müüma minekuks peavad kõik kriteeriumid olema täidetud. Kui ükski neist elementidest puudub, võib toote lansseerimine muutuda keeruliseks, tuues kaasa kõrgemaid kulusid või viia madala kasumlikkuseni. Eduka müügi aluseks on tugev analüüs ja kõikide oluliste aspektide kontrollimine enne turule sisenemist.

5 PÕHIKRITEERIUMIT



TOOTEOTSINGU BAASKRITEERIUMID

KÄIVE

Soovitav alustada turust, kus toodete igakuine käive on \$4000–\$7000, kuid mille potentsiaal ulatub vähemalt \$20,000+. See näitab, et turul on piisavalt nõudlust, kuid konkurents ei ole veel liiga suur.

REVIEWS (ARVUSTUSED)

Esilehel peaks toodetel olema kuni 100 arvustust. Vähem arvustusi tähendab, et konkurents on madalam ja sul on lihtsam esile tõusta.

SALES VELOCITY (MÜÜGIKIIRUS)

Analüüsi, mitu ühikut kuus müüakse, et hinnata, kas saad rahaliselt toetada 1–3 kuu lansseerimiskogust. Müügikiirus mõjutab otseselt sinu alginvesteeringut ja varude vajadust.

TURU SÜGAVUS

Vähemalt 5 müüjat peaks tegema atraktiivset käibevahemikku. Käive ei tohiks olla koondunud ainult paari tugeva müüja kätte, kuna see teeb turule sisenemise keeruliseks.

MÜÜJATÜÜBID

Analüüsi, kas turul domineerivad FBA müüjad, FBM müüjad või Amazon ise. Uuri, mida edukad konkurendid sotsiaalmeedias ja Google'is teevad – kas sa suudad nendega konkureerida?

BRÄNDID

Välgi turge, kus domineerivad suured ja tuntud brändid, kellel on põhjatut turunduseelarved ja tugev kliendibaas.

KUIDAS ERISTUN?

Paku paremat listingut, unikaalset pakendit, uudset toodete kombinatsiooni (bundle) või täiesti eristuvat toodet. Eristumine on eduka toote lansseerimise võtmekoht.

HEA TOODE HALVAL TURUL VÕI HALB TOODE HEAL TURUL

Kui hea toode satub halvale turule, jääb selle potentsiaal kasutamata, kuna madal nõudlus ja ülerahvastatud konkurents muudavad nähtavuse saavutamise keeruliseks. Sellisel turul võib uue toote lansseerimine nõuda suuri reklaamikulusid ja vähendada kasumlikkust, eriti kui müügimaht on väike ja suur osa käibest koondub väheste müüjate kätte.

Heal turul seevastu aitab suurem nõudlus ja mõõdukas konkurents kaasa isegi keskpärase toote müügiedule. Kui turul on palju aktiivseid ostjaid ja stabiilselt häid müügimahte, on uutel toodetel lihtsam nähtavust saavutada ja kasumlikult müüa. Heal turul võivad riskid olla väiksemad, kuna reklaamile kulub vähem ja orgaaniline müügivõimalus on suurem. Kokkuvõttes määrab turu kvaliteet suuresti, kas toode saab edu saavutada või mitte.

Oluline on rõhutada, et edukaks lansseerimiseks peavad olema täidetud kõik hea turu ja hea toote kriteeriumid. Hea turg ja hea toode koos loovad eduka müügi aluse. Kui üks neist jääb nõrgaks, muutub müügipotentsiaal piiratud ning riskid oluliselt suuremaks. Seetõttu on põhjalik analüüs ja kõigi oluliste tegurite kontrollimine enne turule sisenemist hädavajalik.

Lisaks tuleb arvestada, et turu seis võib muutuda ka tooteanalüüsi, tootearenduse ja isegi tootmise ajal. Konkurents võib suureneda, nõudlus langeda või turule tulla parem alternatiiv, mis muudab sinu toote ebaatraktiivseks. Seetõttu peab olema valmis oma tooteideest isegi viimasel hetkel loobuma, kui turu tingimused ei toeta enam selle edu. **Paindlikkus ja pidev analüüs on Amazon FBA äri edu võtmed.**

Kuidas siit edasi?

Amazoniga alustamine tähendab eelkõige süsteemset ettevalmistust. Et mitte jääda kinni teooriasse ega ajada end segadusse detailidega, alusta nendest praktilistest sammudest:

PANE SIIA KIRJA OMA ISIKLIK TEGEVUSPLAAN

1. MIKS TAHAN AMAZONIS MÜÜMA HAKATA? (EESMÄRK):

2. KUI PALJU AEGA JA RAHA SAAN JÄRGMISE 6 KUU JOOKSUL PANUSTADA?

TUNDE NÄDALAS

EELARVE ESIMESE TOOTE JAOKS

3. MIS MIND KÕIGE ROHKEM TAKISTAB HETKEL EDASI LIIKUMAST?

- ☐ Teadmatus
- ☐ Ajapuudus
- ☐ Hirm teha valesid otsuseid
- ☐ Muu

4. MILLISED TEGEVUSED TEEN JÄRGMISE NÄDALA JOOKSUL KINDLASTI ÄRA?

- ☐ Vaatan läbi 3 YouTube'i videot tooteotsingust
- ☐ Loen veelkord üle hea toote kriteeriumid
- ☐ Alustan huvipakkuvate kategooriate uurimist Amazonis
- ☐ Laen alla vajalikud tööriistad
- ☐ Midagi muud:

JÄRGMISED 6 KUUD

Järgmisel leheküljel on sinu 6 kuu kalender, kuhu on märgitud kõige olulisemad milestone'id Amazoni äriga alustamiseks.

Sinu ülesanne on kasutada lk 7 toodud To Do Listi, et:

- täiendada kalendrit väiksemate sammudega,
- paigutada tegevused vastavatesse nädalatesse,
- luua endale selge ja järgitav töökava.

Näiteks, kui kalendris on kirjas "Tehase valimine", siis sinu sammud võivad olla: pakkumiste küsimine, hinnavõrdlus, suhtlus tarnijatega ja lõpliku otsuse tegemine.

Kalender aitab sul:

- jagada suured eesmärgid igakuisteks ülesanneteks,
- hoida fookust ja distsipliini,
- näha selgelt, kus sa oma teekonnal parasjagu oled.

Tulemuseks on sinu personaalne tööplaan, mis viib sind samm-sammult toote lansseerimiseni Amazonis.

Kuu:

E					
T					
K					
N				Tooteidee leidmine	
R					
L					
P					

Tooteidee
leidmine

Kuu:

[illegible]

Tehastelt
pakkumised

Brändi
loomine

Tellimuse
esitamine

Kuu:

[illegible]

Kuu:

E	T	K	N	R	L	P

Kuu:

E	T	K	N	R	L	P
		Listingu pildid				
		Listingu tekstid				

Listing
pildid

Listingu
tekstid

Launch

ESIMENE
MÜÜKI!

Kuu:

E					
T		Launch			
K					
N		ESIMENE MUUK!			
R					
L					
P					

Kui soovid teha järgmised sammud koos

Personaalne konsultatsioon aitab sul liikuda kindlamalt edasi.

Alustava Amazon müüjana seisad silmitsi hulga küsimuste ja valikute ees. 1:1 konsultatsioon annab sulle individuaalse tagasiside, aitab vältida kulukaid vigu ning annab selge tegevusplaani just sinu eesmärkidest ja turuolukorrast lähtudes.

Lisaks saad ligipääsu eksklusiivsesse tugigruppi, kus toimuvad igakuised mastermindid koos teiste sinu tasemel müüjatega.

BRONEERI OMA AEG KODULEHEL



amazonikool.ee



amazonikool



amazonikool



anne@amazonikool.ee



www.amazonikool.ee

amazonikool