

Tema / Amazon – fremtidens markedsplads ?

Et mindre dansk kaffe-brand har
fået hul igennem til det udenlandske
marked på Amazon.

Medarbejderstaben er fordoblet i Real Coffee, siden kaffe-brandet besluttede sig for at sætte på Amazon, fortæller direktør og ejer Lars Mansfeld-Giese. Foto: Uffe Jørgensen Odde.



Lars Mansfeld-Giese, direktør og ejer af det danske kaffe-brand Real Coffee, besluttede sig i 2017 for at sætte selskabets varer til salg på en af verdens største virtuelle markedspladser, Amazon.

- Det har været en ubetinget succes for os, siger direktøren for kaffe-virksomheden, der sælger økologisk og Fair Trade-mærket kapselkaffe til Dolce Gusto og Nespresso-systemerne.

- Efter blot ni måneder opnåede vi en omsætning i udlandet på niveau med den, vi havde brugt fire år på at opbygge i Sverige og Norge, siger han.

Siden Amazon-lanceringen er det gået slag i slag, og salget på den virtuelle markedsplads udgør i dag fortsat en stigende andel af virksomhedens årlige omsætning på 40 millioner kroner. Real Coffee er siden Amazon-lanceringen vokset fra to til fire medarbejdere.

Det danske kaffe-brand gik i første omgang på Amazon for at få testet produkterne af i forhold til konkurrenternes i en større international sammenhæng.

"Et kræsent skandinavisk publikum" var en medvirkende årsag til, at Real Coffee-brandet fik en god start på Amazon, forklarer Lars Mansfeld-Giese.

- Vi var vant til kvalitetsbevidsthed fra de skandinaviske kunder for så vidt angår kaffe, og det gav os et rigtigt godt afsæt, da vi fik mange positive anmeldelser af brugerne på Amazon, siger han.

Det har blandt andet resulteret i, at det danske kaffe-brand i dag bærer stemplet "Amazons Choice" i kapselkaffe-kategorien "Dolce Gusto Pods" på Amazon UK.

Det er med til at booste salget, da Amazon dermed anbefaler kunderne at købe Real

Amazon sikrede eksport-succes

Af Jakob M. Larsen
jml@markedsforing.dk

Vi bruger også marketing-kroner på eksempelvis Google, men vi bruger dem i stigende grad på Amazon.

Lars Mansfeld-Giese, direktør og ejer, Real Coffee



Coffee-produkter, når de søger efter varer i kategorien.

FÅ DANSKERE PÅ AMAZON

Real Coffee er med Amazon-satsningen lidt af et særsyn blandt små og mellemstore danske virksomheder, da der generelt er langt mellem disses tilstedeværelse på de globale markedspladser som Amazon, eBay og Alibaba.

Projektet "E-eksport via online markedspladser", som Industriens Fond står bag, viser eksempelvis, at 90 procent af de danske handels- og producentvirksomheder endnu ikke har erfaringer med de store virtuelle markedspladser, og at blot én procent arbejder "fuldt ud og aktivt med salg på online markedspladser". Det står i stærk kontrast til, at tre ud af fire af de samme virksomheder i større eller mindre grad mener, at de globale markedspladser vil påvirke markedsstrukturerne - og dermed også hvordan de selv sælger til kunderne, inden for en tidshorisont på et til tre år.

Lars Mansfeld-Giese fortæller, at det ikke er alle de internationale Amazon-satsninger, Real Coffee har kastet sig over, der har været en dans på roser. I øjeblikket slås det danske kaffe-brand eksempelvis med at få forretningen i USA på helt rette spor.

- Da vi begyndte "over there" gik det rigtigt fint, og vi fik masser af positive reviews, men så begyndte der at dukke meget negative anmeldelser af vores produkter op, som jeg er sikker på, at vores konkurrenter står bag, siger han. I Storbritannien har Real Coffee en gennemsnitlige score på 4,6 i brugeranmeldelserne, mens det tilsvarende tal i USA er 3,7.

Den slags "hårde forretningsme-

toder" har Lars Mansfeld-Giese ikke oplevet på Amazons europæiske versioner af markedspladsen.

- Vi har hevet fat i Amazon, men der sker ikke noget. Resultatet er, at vi har været nødt til at skrue op for markedsføringen og sænke priserne, hvilket naturligvis går ud over indtjeningen. Men vi tjener fortsat penge, og det er det vigtigste, siger Lars Mansfeld-Giese, der "vil investere de penge, der skal til, for også at blive en succes på Amazon i USA".

LØBER MED PENGENE

Amazon er ikke alene en detailhandelsplatform, men også en marketingplatform, der vinder voldsomt frem, ikke mindst i USA, i disse år.

Det skyldes blandt andet, at annoncører på platformen kan målrette annoncerne mod relevante brugere baseret på førstepartsdata, og at Amazon kan forbinde og aktivere data på tværs af selskabets forskellige platforme, som ud over markedspladsen Amazon inkluderer IMDB, Amazon Video, Amazon Music og Amazon Echo.

Vi bruger også marketingkroner på eksempelvis Google, men - vi bruger dem i stigende grad på Amazon. Det hænger blandt andet sammen med, at priserne på søgeord hos Google - særligt i UK - er steget voldsomt de senere år, siger Lars Mansfeld-Giese.

Han - og resten af Real Coffee-teamet bruger desuden en del krudt på at få optimeret præsentationen af det danske kaffe-brand på Amazon, og der er især to ting, der virkelig betyder meget for et brands gennemslagskraft på platformen foruden købte annoncer: Gode

produktbilleder samt knivskarpe og klare budskaber, vurderer Lars Mansfeld-Giese.

- Det har vi dyrket sindssygt meget. Vi har anvendt Eye Tracking til at få kortlagt, hvilken slags produktbilleder - motiv, farver og så videre - der performer bedst, siger Lars Mansfeld-Giese, som også har brugt den metode til at få klarhed over hvilke budskaber, der giver de bedste resultater på de forskellige Amazon-markedspladser.

- Der er eksempelvis forskel på, om man skal slå på økologi eller Fair Trade i budskaberne, når man sælger til franskmænd eller tyskere, fortæller Real Coffee-direktøren.

VIL KØRE NETBUTIKKER OVER

Real Coffee sælger i dag kaffekapsler til såvel private som erhvervskunder i Danmark, Norge og Sverige på nettet og via abonnementsordninger. Lars Mansfeld-Giese hører ikke til dem, der ser frem til, at Amazon slår dørene op i Danmark eller Skandinavien.

- Nej, så bliver vi kørt over. Ideen om at forhandle FMCG (Fast Moving Consumer Goods, red.) via netbutikker er stendød, når og hvis Amazon eller de kinesiske markedspladser åbner på vores breddegrader, siger han.

Vil I udelukkende sælge på markedspladser til den tid?

- Det har vi ikke besluttet os for endnu. Lad os nu først se, om Amazon - eller en af andre - i det hele taget åbner herhjemme, slutter Lars Mansfeld-Giese.



REAL COFFEE

- Real Coffee producerer, udvikler og sælger kaffekapsler til Nespresso og Dolce Gusto systemerne.
- Omsætningen er på 40 millioner kroner og kapslerne sælges i Skandinavien, England, Tyskland, Island, Canada, Chile, Dubai og USA.

AMAZON

- Amazon blev stiftet i 1994 af Jeff Bezos som en internet-boghandel, og allerede dengang hævdede stifteren, at "Amazon var meget mere end en webbutik".
- Målet var overordnet at gøre det enklere for forbrugerne at shoppe på nettet.
- Siden er Amazon svulmet op til en mangestrengt virksomhed, der i 2018 omsatte for over 232 milliarder dollar og havde over 624.000 medarbejdere.
- Amazon var ifølge FDIH's eHandelsanalyse 2018 den netbutik, som næstflest danskere havde aflagt en visit.