



BCG: Trots smygetablering - Amazon kan snart vara störst

Amazons breda utbud, prissättningsförmåga och lojalitetsprogram kommer förändra svenskarnas förväntningar och syn på handel i framtiden. En stor [rapport](#) från BCG pekar på att Amazon troligtvis kommer att bli den största e-handlaren i Sverige inom 5 - 10 år.

– Framöver måste handlare i ännu högre utsträckning satsa på unika varor och köupplevelser för att kunna samexistera med Amazon, säger David Sandberg, partner på BCG och expert på e-handel.

BCG har analyserat utbud, pris, leveranser och lojalitetsprogram hos Amazon kontra den svenska konkurrensen. Det här är områden som Amazon kommer att utmärka sig inom för att växa på den svenska marknaden. En nyckelfaktor i Amazons framgångar är det stora utbudet. I Sverige erbjuds redan 150 miljoner varor, vilket gör näthandlaren till den största aktören när det kommer till utbud. Inom elektronik har exempelvis Amazon cirka 1000 laptops i sitt utbud mot en etablerad svensk aktör som har 150, och den stora skillnaden i utbud är genomgående i alla branscher.

– Framöver måste handlare i ännu högre utsträckning satsa på unika varor och köupplevelser för att kunna samexistera med Amazon, säger David Sandberg.

Näst flest besökare i Sverige Amazon etablerades

Amazon etablerade sig i Sverige i oktober 2020 och hade under den första månaden 11 miljoner besökare, vilket gjorde Amazon till den näst mest besökta e-handelssajten i landet under den månaden. Inför etableringen pratades det mycket om att Amazon skulle lägga sig lägre i pris än konkurrenterna, men en inledande analys visade inga stora prisskillnader. I takt med att Amazon växer i Sverige kommer deras tillgång till data möjliggöra mer målstyrda prisjusteringar, där de löpande kommer kunna lägga sig både lägre och högre än sina konkurrenter i pris. En strategi de framgångsrikt implementerat på andra marknader. BCG:s analys pekar på att Amazon kan vara den största näthandlaren i Sverige inom 5 - 10 år.

– Genom att samla data i ett brett spann av branscher kommer Amazon ha tillgång till en kunskapsbank som andra svenska näthandlare inte kan konkurrera med, säger David Sandberg.

Amazon Prime en stark lojalitetsfaktor

Något annat att hålla ögonen öppna för är när Amazon börjar rulla ut sina lojalitetsprogram. Enligt BCG:s analys är det bara en tidsfråga innan Amazon Prime kommer finnas tillgängligt i Sverige. Prime är ett abonnemangsbaserat lojalitetssystem som på andra marknader ger sina medlemmar tillgång till förmåner som hemleverans samma dag för utvalda delar av sortimentet, två timmars leverans på matvaror och tidig tillgång till erbjudanden.

– En av Amazons stora framgångsfaktorer internationellt har varit deras överlägsna leveransmodell. Det här kan möjligtvis bli utmanande i Sverige sett till våra geografiska avstånd, men Amazons logistik med lokal lagerhållning har visat sig effektiv i andra länder. Det kommer att ställa ytterligare krav på näthandlare att växla upp för att möta växande krav på snabba leveranser, säger David Sandberg.

Läs hela rapporten: [Disruption at our doorstep - Amazon's arrival in Sweden and the Nordics](#)

För att arrangera en intervju med David Sandberg, vänligen kontakta:

Sandra Ehne genom att mejla ehne.sandra@bcg.com eller ring +46 70 270 15 25