

# Start na Amazon 10 kroków dla początkujących

ZACZNIJ MĄDRZE



Rozwijaj się skutecznie – razem z Flow Experts



# Autor

## DZIEŃ DOBRY!

FLOW EXPERTS to zespół ekspertów e-commerce, którzy pomagają polskim firmom skutecznie sprzedawać na Amazon – **bez stresu, błędów i marnowania czasu.**

Wspieramy przedsiębiorców na każdym etapie: od rejestracji konta, przez tworzenie i optymalizację ofert, aż po reklamę i zarządzanie kontem.

**Dzięki naszej wiedzy i doświadczeniu klienci zwiększają sprzedaż,** zdobywają zagraniczne rynki i rozwijają biznes w stabilny, przewidywalny sposób.

# Start na Amazon - 10 kroków dla początkujących

Przygotowaliśmy ten e-book, aby pomóc Ci zrobić pierwszy krok w stronę sprzedaży na Amazon – największym marketplace w Europie. Jeśli myślisz, że to trudne, czasochłonne lub zarezerwowane tylko dla dużych graczy – udowodnimy, że to mit.

KROK 1 ZBADAJ RYNEK I WYBIERZ PRODUKT

KROK 2 ZDECYDUJ, CO I JAK CHCESZ SPRZEDAWAĆ

KROK 3 WYBIERZ MARKETPLACE

KROK 4 ZAREJESTRUJ KONTO SPRZEDAWCY

KROK 5 ZADBAJ O ZGODNOŚĆ Z WYMAGANIAMI AMAZON

KROK 6 WYBIERZ MODEL LOGISTYCZNY: FBA CZY FBM

KROK 7 PRZYGOTUJ LISTING

KROK 8 ZADBAJ O EAN/GTIN LUB UZYSKAJ ZWOLNIENIE

KROK 9 ZAPLANUJ PIERWSZĄ DOSTAWĘ DO FBA

KROK 10 WYSTARTUJ I UCZ SIĘ NA BIEŻĄCO

FAQS

Nie musisz mieć zespołu, magazynu ani ogromnego budżetu. Wystarczy pomysł, odrobina odwagi i ten przewodnik.

**Zaczynasz? My jesteśmy z Tobą krok po kroku.**

KROK 1

# Zbadaj rynek i wybierz produkt



Nie zawsze trzeba wymyślić coś nowego  
– czasem wystarczy zrobić to lepiej niż  
konkurencja

# Rozpoczęcie sprzedaży na Amazonie po wcześniejszej analizie rynku to jak rozpoczęcie podróży z mapą – wiesz, dokąd zmierzasz, i szybciej docierasz do celu

Badanie rynku to kluczowy pierwszy krok, który pomoże Ci zrozumieć, czego klienci szukają, jakie produkty się sprzedają, a także jakie są luki w ofercie konkurencji. Skorzystaj z narzędzi takich jak Helium 10 czy Jungle Scout, aby znaleźć produkty z dużym popytem, niską konkurencją i dobrą marżą. **Analizuj recenzje produktów konkurencji – zobacz, czego brakuje i co możesz zrobić lepiej.** Zastanów się również nad sezonowością oraz potencjalnymi ograniczeniami logistycznymi.



💡 Ciekawostka: Prawie 60% sprzedaży na Amazonie generują niezależni sprzedawcy – tacy jak Ty!

KROK 2

# Zdecyduj, co i jak chcesz sprzedawać



Amazon to nie tylko miejsce sprzedaży,  
ale też sposób na zbudowanie marki od  
zera.

# Nie wybieraj „na ślepo”.

## Zastanów się, ile masz czasu, jakim budżetem dysponujesz i czy chcesz budować markę, czy po prostu szybko zacząć sprzedawać.

Na Amazonie możesz wybrać spośród kilku modeli sprzedaży:

**Private Label** (czyli Twoja własna marka), **hurt** (zakup i odsprzedaż gotowych produktów), **Retail Arbitrage** (kupowanie taniej i sprzedaż drożej), czy **dropshipping**.

Każdy z tych modeli ma swoje plusy i minusy – **nie ma jednej „najlepszej” drogi.**

Private Label to pełna kontrola nad marką i największy potencjał zysków, ale wymaga większej inwestycji czasu i pieniędzy.

Hurt pozwala wystartować szybciej, ale działa przy mniejszych marżach i większej konkurencji.

Retail Arbitrage to opcja dla tych, którzy chcą testować sprzedaż bez dużych nakładów, choć bywa czasochłonna.

Dropshipping kusi prostotą, ale Amazon bardzo uważnie kontroluje ten model, a błędy dostawców mogą Cię drogo kosztować.

💡 Ciekawostka: Produkty Private Label stanowią ponad 50% najlepiej ocenianych ofert w wielu kategoriach.

KROK 3

# Wybierz marketplace



Niemcy, Francja czy Włochy? Wybór rynku może mieć większy wpływ na sprzedaż niż sam produkt

# Amazon to jedna marka, ale wiele różnych rynków – każdy z własnymi szansami, wymaganiami i poziomem konkurencji.

Amazon działa globalnie, ale każdy rynek ma swoje zasady i potencjał. Możesz zacząć od Amazon.pl – to rynek wschodzący, gdzie łatwiej przebić się w niszy. **Amazon.de to największy rynek w Europie, ale też bardziej konkurencyjny.** Jeśli chcesz sprzedawać w całej UE, warto rozważyć Pan-European FBA, ale musisz pamiętać o obowiązkach VAT w każdym kraju. Przed wyborem rynku sprawdź potencjał swojego produktu w danym kraju, konkurencję oraz bariery językowe czy logistyczne.

💡 Ciekawostka: Amazon.de to drugi największy rynek Amazon na świecie – zaraz po USA.



KROK 4

# Zarejestruj konto sprzedawcy (Seller Central)



To tylko kilka kroków online – a otwierasz drzwi do milionów klientów.

# Rejestracja to formalność, ale wymaga dokładności – od niej zależy, jak szybko zaczniesz działać.



**Zostań sprzedawcą Amazon**

Założ konto sprzedawcy Amazon i skorzystaj z sześciu miesięcy bez abonamentu i prowizji od sprzedaży. Zaoszczędź min. 995 zł (bez VAT).

**Zarejestruj się**

165,91 zł (bez VAT) miesięcznie + opłaty za sprzedaż

\*Zapoznaj się z warunkami promocji na [opłaty abonamentowe](#) i [prowizje od sprzedaży](#)

**Zarejestruj się teraz!**

- 6 miesięcy **BEZ** opłaty abonamentowej\*
- 6 miesięcy **BEZ** prowizji od sprzedaży\*

Zaoszczędź min. 995zł (bez VAT)\*

The banner features a stack of Amazon Prime cardboard boxes on the right side, with a blue circular callout containing the registration offer details and an orange circular callout with the savings amount.

Aby rozpocząć sprzedaż, musisz założyć konto w Amazon Seller Central. Będziesz potrzebować: danych firmy, dokumentu tożsamości, wyciągu z konta bankowego lub rachunku za media. Podczas rejestracji wybierz plan „Profesjonalny” (koszt to 165,91 zł netto), który umożliwia sprzedaż bez prowizji od sztuki. **Amazon przeprowadzi weryfikację Twojej firmy – upewnij się, że dane w dokumentach są spójne.** Proces może potrwać kilka dni.

💡 Ciekawostka: Amazon dokładnie skanuje Twoje dokumenty – nawet niewielka różnica w nazwie może zablokować konto.

KROK 5

# Zadbaj o zgodność z wymaganiami Amazon



Regulamin Amazona to nie formalność – to fundament Twojej sprzedaży.

# Amazon dba o jakość i bezpieczeństwo swojej oferty, dlatego stawia konkretne wymagania wobec sprzedawców i produktów.

Amazon ma ścisłe wymagania dotyczące produktów – dotyczą one m.in. bezpieczeństwa, legalności, oznaczeń i certyfikatów. Jeśli sprzedajesz elektronikę, zabawki, kosmetyki czy produkty spożywcze – sprawdź, czy potrzebne są certyfikaty CE, RoHS itp. Upewnij się, że Twoje produkty mają poprawne kody EAN/GTIN (lub uzyskaj zwolnienie – GTIN Exemption). **Amazon wymaga także odpowiednich etykiet i opisów** – ich brak lub błędy mogą prowadzić do blokady konta lub oferty. Lepiej przygotować się z wyprzedzeniem, niż potem walczyć z działem wsparcia.



💡 Ciekawostka: Amazon regularnie automatycznie skanuje oferty – nawet nieświadome błędy mogą skutkować ukryciem lub blokadą produktu.

KROK 6

# Wybierz model logistyczny: FBA czy FBM



FBA daje wygodę i skalę, FBM – kontrolę i elastyczność. Ty decydujesz.

# To, w jaki sposób Twoje produkty trafią do klientów, ma ogromny wpływ na cały Twój biznes.

Amazon oferuje dwa modele logistyki: **FBA (Fulfillment by Amazon)** i **FBM (Fulfillment by Merchant)**. W modelu FBA to Amazon magazynuje i wysyła Twoje produkty, obsługuje zwroty i kontakt z klientem. FBM oznacza, że cała logistyka spoczywa na Tobie. Dla początkujących FBA jest często najlepszym wyborem – pozwala skupić się na sprzedaży i marketingu, a nie na pakowaniu paczek. FBA wiąże się z dodatkowymi kosztami i określonymi wymaganiami co do przygotowania produktów (etykiety, kartony itp.), ale **w zamian otrzymujesz pełne wsparcie logistyczne Amazon**. Warto przeliczyć, co Ci się bardziej opłaca.

## 50% zniżki na opłaty za FBA na Amazon.pl

Obniżyliśmy opłaty za usługę „Realizacja przez Amazon” (FBA) aż do 50%\*, aby pomóc większej liczbie firm zwiększać sprzedaż na Amazon.pl.

Obniżone opłaty za realizację FBA będą automatycznie obowiązywać w ramach krajowych zamówień FBA, Ogónoeuropejskiej Realizacji przez Amazon (Pan EU) i zamówień na produkty z zapasami w wielu krajach (MCI) z wyłączeniem zamówień europejskiej sieci realizacji (EFN). Jeśli korzystasz z innych dodatkowych usług lub sprzedajesz w innych sklepach Amazon, obowiązują Cię standardowe opłaty dla tych usług oraz sklepów.

Ta zmiana opłaty nie jest promocją i nie ma daty ważności. Aby uzyskać więcej informacji, zobacz stronę [opłat Fulfillment by Amazon](#).

\* Dokładna redukcja może się różnić w zależności od ilości, wymiarów i wagi przedmiotu.



💡 Ciekawostka: Produkty w FBA często mają wyższą konwersję – klienci ufają, że Amazon szybko i bezproblemowo zrealizuje zamówienie.

KROK 7

# Przygotuj listing (ofertę)



Listing to Twoja witryna – dopracuj ją, zanim wpuścisz klientów.

# To właśnie tytuł, zdjęcia, bullet pointy i opis zdecydują, czy klient wybierze Twój produkt – zadбай, by od razu robiły dobre wrażenie.

Listing to Twoja wizytówka na Amazonie. Składa się z tytułu, zdjęć, bullet pointów, opisu oraz słów kluczowych. Dobry listing powinien być atrakcyjny wizualnie i zoptymalizowany pod kątem wyszukiwarki Amazon (algorytm A10). Tytuł powinien zawierać główne słowa kluczowe i być zrozumiały. **Zdjęcia muszą być wysokiej jakości** – najlepiej połączenie packshotów, zdjęć lifestyle i infografik. Bullet pointy powinny jasno pokazywać zalety produktu, a opis może budować emocjonalny przekaz.

Pamiętaj: dobrze przygotowany listing zwiększa konwersję, widoczność i Twoje zyski.



💡 Ciekawostka: Amazon premiuje oferty z dużą ilością zdjęć – najlepiej mieć ich 7 lub więcej.

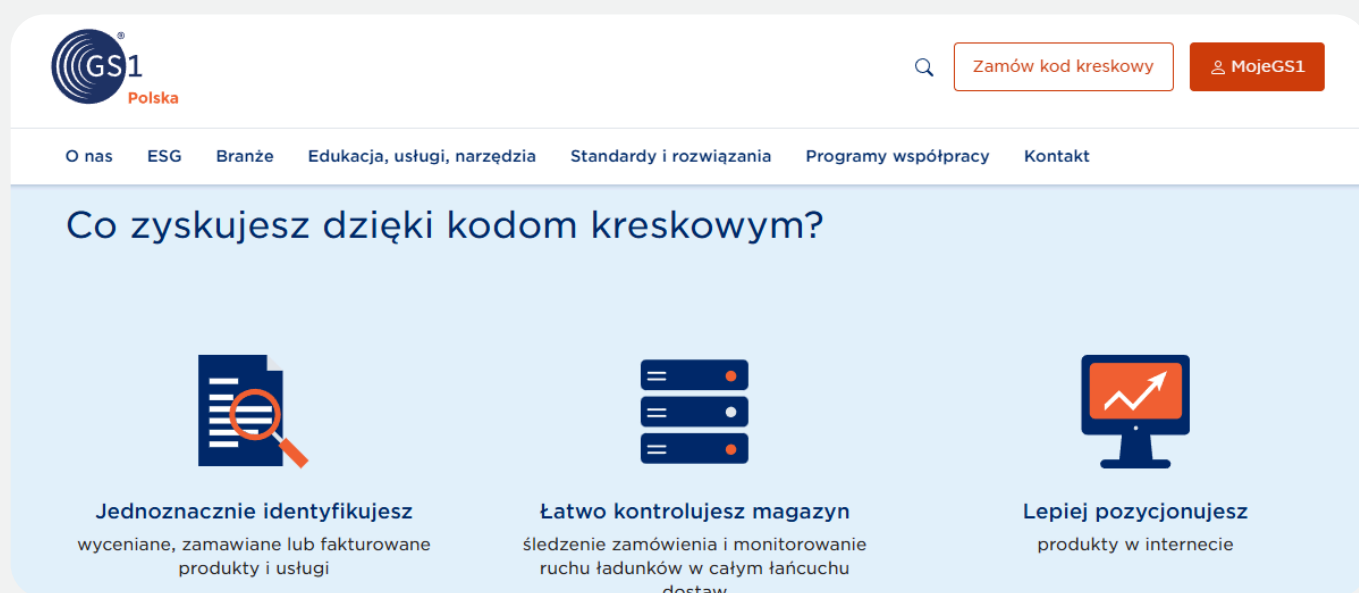
KROK 8

# Zadbaj o EAN/GTIN lub uzyskaj zwolnienie (GTIN Exemption)



Bez poprawnego kodu produkt nie  
trafi do katalogu

# Każdy produkt na Amazonie musi mieć unikalny kod identyfikacyjny, np. EAN, UPC lub ISBN – dzięki niemu trafia do katalogu i jest widoczny dla klientów.



The screenshot shows the GS1 Polska website header with a search bar and a 'Zamów kod kreskowy' button. Below the navigation menu, a section titled 'Co zyskujesz dzięki kodom kreskowym?' features three icons and their corresponding benefits:

- Jednoznacznie identyfikujesz** wyceniane, zamawiane lub fakturowane produkty i usługi (represented by a document icon with a magnifying glass).
- Łatwo kontrolujesz magazyn** śledzenie zamówienia i monitorowanie ruchu ładunków w całym łańcuchu dostaw (represented by a server rack icon).
- Lepiej pozycjonujesz** produkty w internecie (represented by a computer monitor icon with an upward arrow).

Większość kategorii na Amazonie wymaga kodów kreskowych (EAN/GTIN).

**Możesz kupić je bezpośrednio od GS1**

lub – jeśli masz własną markę – złożyć wniosek o GTIN Exemption. To zwolnienie z obowiązku posiadania EAN dla konkretnych kategorii lub produktów.

Pamiętaj, że Amazon bardzo dokładnie weryfikuje te wnioski – przygotuj się, mając zdjęcia produktu i opakowania z widoczną marką. Użycie nielegalnych lub „taniej kupionych” EAN-ów może prowadzić do zablokowania konta.

💡 Ciekawostka: GS1 to jedyna organizacja uznawana przez Amazon – kody EAN z Allegro czy portali z „taniami EAN-ami” mogą nie przejść weryfikacji.

KROK 9

# Zaplanuj pierwszą dostawę do FBA (jeśli wybrałeś ten model)



Zacznij od małej partii i poznaj proces FBA

# Dobrze zaplanowana dostawa to spokojny start w FBA. Warto podejść do tego etapu uważnie.



Logistyka FBA wymaga spełnienia konkretnych wymogów: każdy produkt musi mieć etykietę FNSKU lub EAN i odpowiednio oznaczony karton.

Amazon udostępnia dokładne wytyczne dotyczące pakowania, etykietowania oraz wymiarów i wagi paczek. **Każdy karton musi być zgodny z określonymi limitami (maksymalnie 23 kg, bok nie dłuższy niż 63,5 cm, chyba że produkt jest ponadgabarytowy)**, a etykiety muszą być czytelnie naklejone w odpowiednim miejscu. Produkty powinny być dobrze zabezpieczone i oznaczone zgodnie z typem (np. delikatne, płynne, zestawy). **Amazon udostępnia szczegółową dokumentację i filmy instruktażowe w Seller Central** – warto się z nimi zapoznać przed pierwszą wysyłką. Jeśli dostawa nie spełni wytycznych, Amazon może opóźnić jej przyjęcie lub naliczyć dodatkowe opłaty. Dlatego warto zacząć od małej partii testowej, żeby spokojnie zapoznać się z całym procesem i upewnić się, że wszystko działa prawidłowo.

💡 Ciekawostka: Amazon mierzy i waży każdą paczkę – jeśli Twoje dane różnią się od stanu faktycznego, mogą odmówić lub opóźnić przyjęcie towaru.

KROK 10

# Wystartuj i ucz się na bieżąco



Amazon to nie sprint – to mądrze  
prowadzony maraton

# Gdy Twoja oferta jest już aktywna, warto patrzeć na sprzedaż jako proces, który wymaga czasu, obserwacji i ciągłego doskonalenia



Rozpoczęcie sprzedaży to dopiero początek. Amazon to dynamiczna platforma, która nagradza systematyczne działania i gotowość do testowania nowych rozwiązań.

Co warto robić na bieżąco:

- **Monitoruj wyniki ofert** – sprawdzaj kliknięcia, konwersje, opinie klientów.
- **Uruchom kampanie** Amazon Ads (PPC), aby zwiększyć widoczność produktów.
- **Zbieraj opinie klientów zgodnie z zasadami Amazon** – np. przez automatyczne prośby o recenzję.
- **Testuj różne warianty zdjęć**, opisów, słów kluczowych i cen – nawet drobne zmiany mogą znacząco wpłynąć na sprzedaż.

**Reaguj na trendy** i sezonowość – aktualizuj treści, dostosowuj ofertę.

💡 Ciekawostka: Amazon regularnie aktualizuje swój algorytm wyszukiwania. To, co działało jeszcze kilka miesięcy temu, może wymagać dziś nowego podejścia.

# FAQS



Najpierw pytasz, potem działasz – to dobra droga.

## CZY MUSZĘ MIEĆ FIRME, ŻEBY SPRZEDAWAĆ NA AMAZONIE?

Tak. Amazon wymaga rejestracji konta jako sprzedawca profesjonalny (Professional Seller), co oznacza, że musisz posiadać działalność gospodarczą (np. jednoosobową działalność gospodarczą, spółkę). Konto prywatne (indywidualne) nie jest zalecane, jeśli planujesz sprzedaż na większą skalę.

## CZY MUSZĘ MIEĆ ZAREJESTROWANY VAT W NIEMCZECH LUB INNYCH KRAJACH UE?

To zależy od modelu sprzedaży:

- Jeśli magazynujesz towary w Polsce i wysyłasz je bezpośrednio do klientów w UE – możesz korzystać z systemu VAT OSS. Dzięki niemu rozliczasz zagraniczną sprzedaż B2C w Polsce, o ile nie magazynujesz towaru poza granicami kraju.
- Jeśli korzystasz z magazynów Amazon (FBA) poza Polską, np. w Niemczech – musisz zarejestrować się do VAT w każdym kraju magazynowania. Sam OSS tu nie wystarczy, bo magazynowanie automatycznie wiąże się z obowiązkiem lokalnego VAT.

## CZY MOGĘ ZACZAĆ SPRZEDAŻ Z WYSYŁKĄ Z POLSKI (FBM)?

Tak, możesz zacząć od FBM (Fulfilled by Merchant), czyli samodzielnej wysyłki do klientów. To dobre rozwiązanie na start, ale musisz zapewnić szybką dostawę (np. 3–5 dni roboczych do Niemiec), niskie koszty przesyłki i obsługę zwrotów.

## ILE KOSZTUJE SPRZEDAŻ NA AMAZONIE?

Podstawowe koszty to:

- Abonament
- Prowizje od sprzedaży: zazwyczaj 8–15% w zależności od kategorii,
- Koszty FBA (jeśli korzystasz z logistyki Amazon),
- Koszty reklamy (opcjonalnie, ale zalecane).

FLOW Experts

pomagamy  
sprzedawać  
globalnie