

04.05.2017



NEWSLETTER

אמזון עומדת לפתוח מחסן של מיליון רגל מרובע בדרום ג'רזי

אמזון הודיעה על תוכנית להקמת שלושה מרכזים נוספים בניו ג'רזי, כולל אחד במחוז גלוסטר, שיביא אלפי מקומות עבודה חדשים למדינה.

המחסן החדש, המשתרע על שטח של מיליון רגל מרובע יארוז וישלח פריטים גדולים כגון ציוד מוסיקה, ציוד ספורט וריהוט גן. כאשר יפתח, גודלו יהיה שווה לזה של המרכז השני בקרטט במחוז מידלסקס, וישמש כמרכז העיקרי של אמזון במרחב מזרח ארה"ב המרכזי. מחסנים נוספים יפתחו גם בקרנברי ואדיסון. שלושת המרכזים יחד צפויים ליצור למעלה מ-2,500 מקומות עבודה חדשים במשרה מלאה. מספר מדהים לכל הדעות!

"אנו מברכים את אמזון על השקעתה בהתרחבות בניו ג'רזי ועל יצירת הזדמנויות רבות יותר לכוח העבודה האיכותי שלנו", אמר המושל כריס כריסטי במהלך סיור במרכז קרטט. "החדשות הגדולות של היום אינן מקריות. במהלך שבע השנים האחרונות ויותר, הממשל שלי הפחית מסים, שיפר את האקלים העסקי של ניו ג'רזי, הגדיל את מספר המשרות של השכר הגבוה והצמיח את הכלכלה. פעולה זו של אמזון עשויה לעודד מעסיקים רבים יותר ליהנות מכל מה שלניו ג'רזי יש להציע."

בדומה לזה שבעיר לוגן, העובדים במתקן הקטן יותר בקרנברי, שגודלו 900,000 רגל מרובע, יטפלו בפריטים גדולים יותר, ואילו המרכז באדיסון, גם הוא בגודל של 900,000 רגל מרובע, יטפל בפריטים קטנים יותר כגון ספרים, צעצועים וכלי מטבח. "אתרים חדשים אלה בקרנברי, אדיסון ולוגן מצטרפים לשבעת המתקנים הקיימים של אמאזון: אבנל, קרטרט, פלורנס, לוגן, מונשי ורובינסויל, עם כוח עבודה אשר גדל כעת ל 13,000 עובדים במשרה מלאה כאן בניו-ג'רזי", אמר כריסטי. "אני רוצה להודות לאמזון על אמונם ומחויבותם לניו ג'רזי".

שימו לב לזה :

אמזון טוענת שעובדים במשרה מלאה בחברה מקבלים שכר לשעה תחרותי וחבילת הטבות מקיפה החל מיומם הראשון, כולל **ביטוח בריאות**, ומענק של מניות החברה. מה שלנו הישראלים נראה טרייואלי בקבלה של ביטוח בריאות, בארה"ב זה ממש לא !
מבט לתוך ספינת החלל האופנתית של מייסד אמזון

ג'ף בזז

ספייסאקס עלתה לכותרות בתחילת השנה, כאשר הודיעה על כוונתה לשלוח שני תיירים לטיול סביב הירח ב 2018. אבל ספייסאקס היא לא החברה היחידה העוסקת בתיירות חלל. גם למייסד אמזון, ג'ף בזז יש סוס במירוץ הזה: בלו אוריז'ין. בלו אוריז'ין קיים כבר מאז שנת 2000, אבל הוא אינו מושך תשומת לב וכותרות מאירות עיניים בדומה לספייסאקס עם תכניותיה השאפתניות. הדבר השתנה לאחרונה כאשר בלו אוריז'ין חשפה הצצה לניו-שפרד - תא החללית שלה.

תא הצוות נקרא על שם האסטרונאוט של נאס"א, אלן שפרד, שהיה לאמריקאי הראשון שהגיע לחלל ב-1961. "תוכנית הניסוי שלנו בניו-שפרד מתמקדת בהצגת הביצועים והחוזק של המערכת", ציין בזז בהודעה לעיתונות. "במקביל, עיצבנו את פנים תא החללית בדגש על דיוק הנדסי, בטיחות ונוחות".

העיצוב הפנימי החדש כולל עיצוב בצבעי שחור, כחול ולבן שנראה מודרני, זורם ועתידיני. המושבים, בעלי יכולת הטיה לאחור, מצוידים משענות ראש התומכים הן באחורי הראש והן בצדדיו, מה שאמור להפוך את הנסיעה המהירה לחלל בתוך החללית לנוחה הרבה מעבר לצפוי.

לאורך קירות החלק הפנימי של החללית מופיעה דוגמה של משולשים יחד עם עיטורים עדינים כגון, סמל הנוצות של בלו אוריז'ין, שהוטבע על המעטפת החיצונית של ניו-שפרד וכן על ריפוד המושבים. התא לא הושלם סופית, ולכן יתכן שהחללית המוגמרת תראה קצת אחרת. העיצוב מעניק תחושה אלגנטית של מחלקה ראשונה.

אחד המאפיינים הבולטים של תא החללית הוא המספר הגדול של החלונות שנועדו לאפשר מבט רחב טווח במהלך הטיסה. בזוז מתאר אותם כ"החלונות הגדולים ביותר בחלל מאז ומעולם". תיירים יהיו חגורים במהלך הנסיעה בחלל, אבל כאשר יגיעו ליעד, יוכלו לשחרר את החגור ולרחף במצב של חוסר כוח משיכה. זו תהיה חוויה שונה לחלוטין מזו של התיירים בעבר שבילו ימים בתחנת החלל הבינלאומית. הטיסות של בלו אוריז'ין צפויות להימשך כ-11 דקות.

תא החללית ניו-שפרד של בלו אוריז'ין יכול לשאת שישה אנשים ויגיע בחלל למרחק של 100 ק"מ מעל פני כדור הארץ. החללית תשוגר באמצעות טיל רב-עצמה. הנוסעים יעברו יום של תדרוך לפני ההמראה ויחוו כוחות G3 בדרך למעלה וכוחות של G5 בדרך חזרה. מצנחים יורידו בעדינות את החללית בחזרה לכדור הארץ.

אם אתה רוצה לתפוס טרמפ בתא החללית ניו-שפרד של בלו אוריז'ין יהיה עליך להיאזר בסבלנות. תוכל להרשם ובכך להביע את רצונך להיות אסטרונאוט בבלו אוריז'ין, אבל כרטיסים, תמחור, ותאריך ההשקה בפועל אינם זמינים עדיין. בלו אוריז'ין עדיין בתהליך של בדיקת הטכנולוגיות שלה ומקווה להוביל תיירים לחלל כבר ב-2018.

אחד ההישגים האחרונים של בלו אוריז'ין היה ניסוי מוצלח של מערכת המפלט מתוך תא החללית. הניסוי התקיים באוקטובר 2016, וכלל את פליטת התא מתוך הטייל ולאחר מכן הצנחתו בחזרה לקרקע על ידי מצנח. המערכת נועדה להכנס לפעולה במקרה של בעיה עם הטייל במהלך השיגור. נתון מרגיע עבור הלקוחות הפוטנציאליים. בלו אוריז'ין יחד עם ספייסאקס עסוקים בבדיקת פרויקטים, אבל וירג'ין גלקטיק של היזם ריצ'רד ברנסון, נשארת גם היא בתמונה. וירג'ין גלקטיק מתכוונת לשלוח צוות לחלל בשנה הבאה. הכרטיסים כבר זמינים לטיסות העתידיות של וירג'ין גלקטיק במחיר של

\$ 250,000 כל אחד, שנותן לנו מושג על מחיר הטיול בניו-שפרד של בלו אוריז'ין.

האם המשימה השאפתנית של ספייסאקס או תוכניות של וירג'ין גלקטיק להגיע לירח עלולות להאפיל על בלו אוריז'ין? החברות עומדות ראש בראש במאבק מרתק על זכויות ההתרברבות בחלל, אבל ההיסטוריה של טיולים לחלל רוויה בעיכובים ובשינויים. נצטרך לחכות עד 2018 (או מעבר לכך) כדי לראות מי זוכה במקום בראשון.



איך חברת HowStuffWorks עושה כסף
בעזרת אמזון

בחודש מארס, פרסם האוסטאפּוּוּקס, המוציא לאור הידוע ביותר של מאמרים אינפורמטיביים, קטעי וידאו ופודקאסטים, שמונה סרטי תעודה על אמזון פריים. אלה כללו סרט של 55 דקות בשם "העצרת הגדולה של צפון אמריקה", אשר כולל את המארחים של סדרת "קארסטאף" של האוסטאפּוּוּקס, במירוץ על פני שמונה מדינות בשלושה ימים. שבעת סרטי התעודה האחרים, הזמינים אך ורק מאמזון, הם באורך של 10 - 20 דקות.

"כאשר השקנו את אמזון כחלק מתוכנית הווידיאו דירקט, לא ידענו הרבה על הקהל ועל הרגלי הצריכה שלו", אומר ג'ייסון הוך, אחראי התוכן הראשי של האוסטאפּוּוּקס. "אבל מה ששמענו מאמזון היה שאנשים מעדיפים וידאו ארוך יותר לעומת קצר - זה לא יוטיוב - והם אוהבים תכניות בסגנון תיעודי".

תוכנית וידאו ישיר של אמזון הושקה על ידי החברה בשנה שעברה כדי לתת למוציאים לאור ויוצרי וידאו דיגיטלי הזדמנות להעלות את עבודתם על אמזון פריים. לחברים יש אפשרויות הפצה מרובות, כולל היכולת להעלות קטעי וידאו ישירות לאמזון פריים וידיאו, להפוך אותם לזמינים בחינם עם פרסומות, ולמכור קטעי וידאו בנפרד עבור רכישה או השכרה. כשותף בהשקה של תוכנית וידאו ישיר, האוסטאפּוּוּקס העלתה בהתחלה בערך 400 קליפים קצרים. כעת יש יותר מ-500 קטעי וידאו זמינים גם עבור מנויי פריים וגם בחינם. למרות שהוך סירב לגלות את נתוני הצפייה הספציפיים, הוא אמר כי הצפייה בסרטוני הספרייה של האוסטאפּוּוּקס ובסרטים דוקומנטריים "נוטה ברובה" לעבר חברי פריים לעומת אלה שבחינם. "עדיין מוקדם, אבל המספר הכולל של הדקות שנצפו בפלטפורמה הזו עלה באופן משמעותי מאז נכנסנו לטווח הארוך" אמר הוך.

כמו דרך מפיצים אחרים שמפיצים באופן עצמי על אמזון דרך וידאו ישיר, האוסטאפּוּוּקס מרוויחה כסף מהתוכן הזה. אמזון משלמת לבעלי וידאו 15 סנט עבור כל שעה של תוכן שמוזרם בפריים בארה"ב, ו-6 סנט לשעה מחוץ למדינה. אמזון גם נותנת 55 אחוז מכלל ההכנסות ממודעות וידאו המופצות בחינם. הוך סירב למסור נתוני הכנסות ספציפיים, אך אמר כי בעבר הם היו דומים ליוטיוב, שם יש להאוסטאפּוּוּקס תשעה ערוצים. האוסטאפּוּוּקס מוצבת גם בעקביות במקום העשרים של תכנית כוכבי הווידיאו הישיר של אמזון, שמקצה מיליון דולר לשלם לבעלי וידאו, המבוסס על הביצועים הטובים ביותר בפלטפורמה.



לגלות את המהלכים הלוגיסטיים של

אמזון

המנכ"ל ג'ף בזוס לקח את שם החברה שלו משם הנהר **אמזון** כדי לרמוז על ממדיה ולעודד את יכולותיה. לאור המהלכים האחרונים של החברה, הפוטנציאל של אמזון מתחיל להתחרות בזה של שמה. לחברה, שמהווה כבר כיום חברת ענק של מסחר אלקטרוני, יש תכניות להשתלט על האדמה, הים והאוויר ולהרחיב את עסקיה לשווקים ולקווי מוצר חדשים.

בהתחשב במהלכים של אמזון בשנתיים האחרונות, נראה שהיא מנסה צורות חדשות של תחבורה, כגון מזל"טים ומשאיות שנוסעות אוטונומית. החברה נרשמה כחברת שילוח ימי כדי לשלוט טוב יותר על משלוח המוצרים, והיא חתמה על חוזה שכירות ל-40 מטוסים.

שוק הלוגיסטיקה מוערך ב-2.1 מיליארד דולר. כחברה שכבר שיבשה את הרגלי הקניות הקמעונאיים ונמצאת בתהליך מיתוג מחודש של מסחר קמעונאי, לאמזון יש רקורד שיכול לשבש את תעשיית הלוגיסטיקה. עם זאת, השאיפות של החברה בסיאטל בתחום הלוגיסטיקה מונעות יותר על ידי הצרכים של עסקיה מאשר מהפרעות חיצוניות.

בנוסף להתרחבות לשווקים חדשים כמו הודו, אמזון מאיצה את משלוחי החבילות לחברי הפריים שלה בארצות הברית, ורשת ההובלה והשינוע של החברה תקרב אליה חלקים רבים יותר מהמדינה. לדוגמה, 75 מרכזי הלוגיסטיקה של אמזון מבטיחים "להגיע ביומיים כמעט לכל מקום במדינה".

הדבר אמור לעזור אמזון לצמצם עלויות. החברה דיווחה על הוצאה של 11.5 מיליארד דולר על עלויות המשלוח בשנת 2015. סכום גבוה מכך שולם ליונייטד פרסל סרוויס, ואמזון החזירה לעצמה רק 6.5 מיליארד דולר מעלויות אלה כדמי משלוח מהלקוחות. אנליסטים של סיטיגרופ מעריכים כי אמזון יכולה לחסוך 1.1 מיליארד דולר מדי שנה, אם היא תפסיק לשלם ליופיאס ולפדאקס. האנליסטים מעריכים חיסכון של 3 דולר או יותר על משלוח רגיל אם אמזון תפתח רשת משלוחים משלה.

החסכון של סכום זה באמצעות שימוש ברשת משלוחים שלה יתרום לצרכנים ולשורה התחתונה של אמזון. החברה כבר ניסתה את האסטרטגיה בבריטניה, שם היא בנתה את יכולותיה במשך תקופה ארוכה יותר מאשר במדינות אחרות. במהלך שיחה בנושא הרווחים, מנהל הכספים של אמזון בריאן אולסאבסקי התייחס ליתרונות בהקמה של מערך כזה. "ככל שאנו משתפרים וקובעים מחירים התחלתיים, אנחנו מורידים את העלויות הללו לאורך זמן", הוא אמר.

על פי דו"ח של וול סטריט ג'ורנל בשנה שעברה, החברה גם רוצה לשנע חבילות עבור הספקים שלה וקמעונאים אחרים, לשבש את "היחסים המסורתיים בין המוכר לשולח". אסטרטגיה זו ניכרת בצעדיה להפוך לחברת מטען ימית למוצרים מסין באתר שלה. בנוסף להכנסות, ההתקדמות של אמזון בתחום הספנות יכולה לסייע לחברה לבנות פלטפורמה רחבה יותר למסחר בינלאומי, בדומה למתחרה שלה עליבא (BABA). פיתוח אפשרויות התחבורה שלה בים יכול לסייע החברה לשפר את רווחיות המוצר על ידי הבאת יותר סחורות לארצות הברית משווקים זולים, כגון הודו וסין.

עם זאת, הפיכת אמזון לכח לוגיסטי עדיין רחוקה. לשם השוואה ליופיאס ופדאקס יחד יש יותר מ-1,000 מטוסים ו-200,000 כלי רכב העומדים לרשותם כדי להעביר חבילות ללקוחות. מעבר לכך יש לקחת בחשבון את ההשפעה של הגידול בהוצאות על המאזן של אמזון. ההוצאות כבר עלו ל-10.8% מהמכירות ב-2015 מ-7.5% ב-2010. עם ירידה ברווחיות הענף, החברה תצטרך להוכיח כי השקעה במערך התובלה משפרת באופן משמעותי את השורה התחתונה.



amazon logistics

**סקר: כמעט שליש מהמוכרים באמזון מתכננים
להתרחב ל-Walmart.com השנה.
על פי הדו"ח של פידויזור "מצבה של אמזון בשוק
2017", כמעט מחצית מהמוכרים באמזון מוכרים
באופן בלעדי אך ורק באמזון.**

בסקר שכלל למעלה מ-1,600 סוחרים באמזון, כמעט 50% מהנשאלים אמרו כי הם מוכרים כמעט אך ורק באמזון, הכולל 80% עד 100% מהמכירות המקוונות של הסוחרים. כאשר נשאלו באילו ערוצי מסחר מקוון אחרים הם משתמשים, 65 אחוז מהנשאלים דיווחו כי הם מוכרים גם באיביי. פחות מ-10% משתמשים בערוצים כמו וולמארט, ארקוטין ו-ג'ט. במבט לעתיד, 29% אמרו כי בכוונתם להרחיב השנה את המכירות המקוונות שלהם גם לוולמארט. מספר זהה של משיבים אמר שיש לו תכניות להתחיל למכור באתרי האינטרנט של עצמם. הם גם מתכוונים להשתמש באיביי ובג'ט. 23 אחוזים מתכננים להתחיל למכור באיביי ו-22 אחוזים בג'ט (אתר מסחר אלקטרוני בבעלות וולמארט).

מחקר שנערך על ידי פידויזר, "מצבה של אמזון בשוק 2017", מצא כי הסוחרים באמזון בעלי נפח המכירות הגבוה ביותר כנראה מוכרים גם בערוצים אחרים. מהדו"ח: "ההבדל בין כמויות המכירות בולט במיוחד לגבי מכירות בוולמארט, שם למעלה משליש ממספר הסוחרים מוכר ומגיע להכנסות שנתיות של יותר מ-2 מיליון דולר. נתון המהווה יותר מכפול מספר המוכרים הבינוניים ויותר מ-1,300% סוחרים קטנים שמוכרים בוולמארט."

מבין המוכרים באמזון שהשלימו את הסקר, 72% עושים פחות מ-250 אלף דולר בשנה. לדברי פידויזר, מספר זה גבוה בהשוואה לשנה שעברה, אז 65% מהמשיבים בסקר דיווחו על פחות מ-250 אלף דולר במכירות. הדו"ח מציין שהעליה מ-65% ל-72% היא ככל הנראה תוצאה מהצטרפותם של סוחרים חדשים וקטנים רבים לאמזון בשנים האחרונות. 58 אחוזים מסוחרים אמזון שמילאו את הסקר של פידויזר דיווחו כי מכרו באתר במשך פחות משנתיים ו-29 אחוזים פחות משנה.

משתתפי הסקר נשאלו גם על החששות הגדולים שלהם מלמכור באמזון - 52% ענו כי "אמזון מבטלת את ההטבות מהמכירות שלי". 50% מהנשאלים חששו מהעלויות גבוהות של אמזון, ו-45% חששו מהצורך להתחרות ישירות עם אמזון.

ניתן להוריד את הדו"ח המלא של פידויזר על אמזון מ: *The State of the Amazon Marketplace 2017*

אחזון בקליק



FIBONACCI #1



BloggerBuzz

Tel-Aviv

+972526789982

Share Via:

Check out my website