

+++ amazon.de +++ dm.de +++ douglas.de +++ flaconi.de +++ lidl.de +++ rossmannversand.de +++ mueller.de +++ naturpurshop.de +++ netto-online.de +++ yves-rocher.de +++ u. 187 weitere eShops für Drogerieartikel

Studiensteckbrief
**Studie eVisibility
Drogerieartikel 2016**

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2016



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
eVisibility Drogerieartikel 2016

Ausgewählte Ergebnisse:

- Nur ein Anbieter für Drogerieartikel aus den Top 10 präsentiert sich in allen vier Online-Kategorien, sechs Anbieter sind in drei Feldern aktiv.
- Die Top 10 Anbieter nutzen von den vier analysierten eVisibility-Feldern den Bereich Social Media am schwächsten. Nur vier Top 10 Shops sind in diesem Feld präsent.
- Unter den Top 10 Shops mit der größten eVisibility finden sich neben einem Spezialanbieter zwei Drogeriemarktfilialisten, zwei Parfümerien sowie vier Lebensmittelversender.
- Die drei großen Drogeriemarktfilialisten der Top 20 erzielen keine Sichtbarkeit bei Paid Search.
- Unter den Top 100 Shops finden sich mehr als zehn Spezialanbieter für Tierbedarf und vier Windelshops.

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse von 100 E-Shops für Drogerieartikel,
Gesamtränge für weitere 97 E-Shops

mit der höchsten **eVisibility**

in **vier Online-Kategorien** nach **84 Top-Suchbegriffen**

alle Informationen komprimiert auf **35 PowerPoint-Seiten**

als PDF- und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

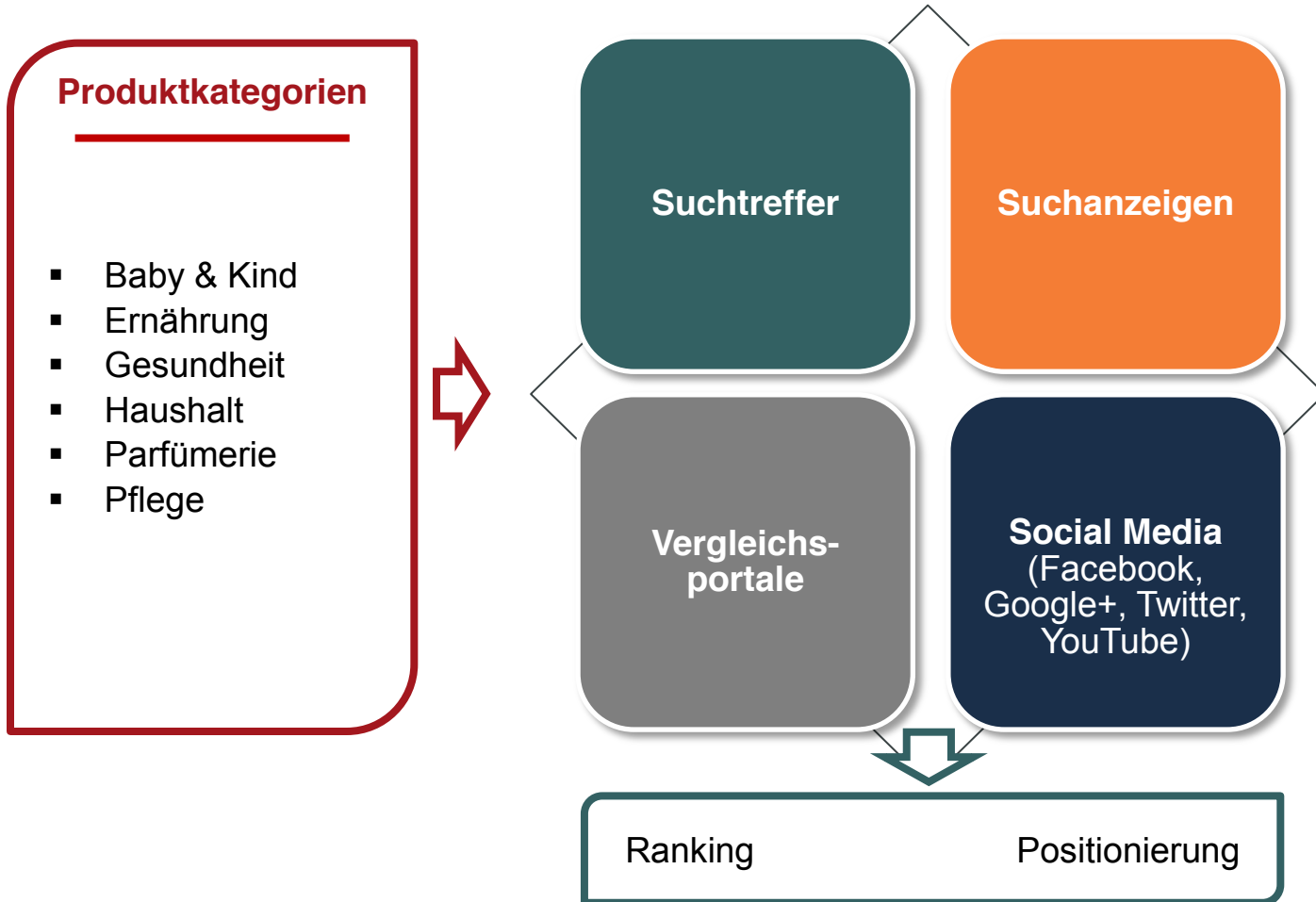
die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: umfassender Wettbewerbsüberblick,
Analyse der Sichtbarkeit im Internet

untersuchte E-Shops für Drogerieartikel:

- ...
- dm.de
- douglas.de
- ...
- naturpurshop.de
- nestle-marktplatz.de
- netto-online.de
- nivea.de
- noble-cosmetics.de
- nu3.de
- ...
- yves-rocher.de
- zahnpastashop.ch

Konzeption:



Informationen zur Studie

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche Anbieter schalten Suchanzeigen in Suchmaschinen?
- welche Online-Shops sind bei der Suchergebnislistung on Top gelistet?
- welche Mitbewerber sind in Vergleichsportalen gelistet?
- mit welcher Präsenz machen die Unternehmen in Social Media auf sich aufmerksam?
- welche Anbieter zeigen in ihrer eVisibility eine durchgehende Präsenz in allen vier Kategorien?
- welchen Anteil an der gesamten eVisibility nehmen die einzelnen Kategorien ein?
- welche großen Marken finden sich unter den Top 100 eVisibility?
- welche Positionierung nehmen die Top 10 Anbieter im Wettbewerbsvergleich ein?

Die **35 Seiten umfassende Studie kostet 380 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Forschungsdesign:

research tools ermittelt für die wichtigsten Produktkategorien zentrale Suchbegriffe und analysiert auf dieser Basis die Sichtbarkeit der Online-Shops im Internet. Dabei werden die Platzierungen in Suchtreffern, Suchanzeigen, Vergleichsportalen und Social Media ausgewertet und zu einem Gesamtranking verdichtet. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im Februar 2016 erschienen.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	6
➤ eVisibility-Rankings	9
▪ Suchtreffer	10
▪ Suchanzeigen	12
▪ Vergleichsportale	14
▪ Social Media	16
▪ Gesamtranking nach Online-Kategorien	18
▪ Gesamtranking Ränge 101ff	29
➤ eVisibility-Positionierung	31
➤ Kontakt	34



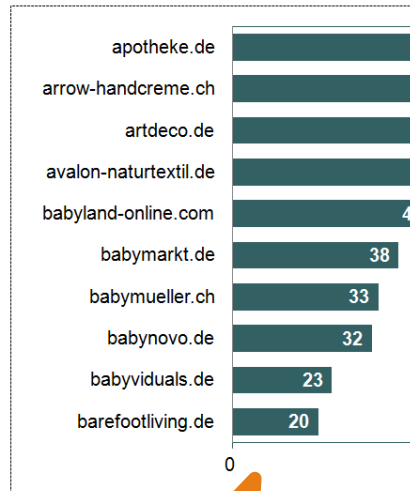
Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

eVisibility-Rankings

Suchtreffer

Ranking Suchtreffer (Top 10)



eVisibility-Rankings

Vergleichsportale

Ranking Vergleichsportale (Top 30)

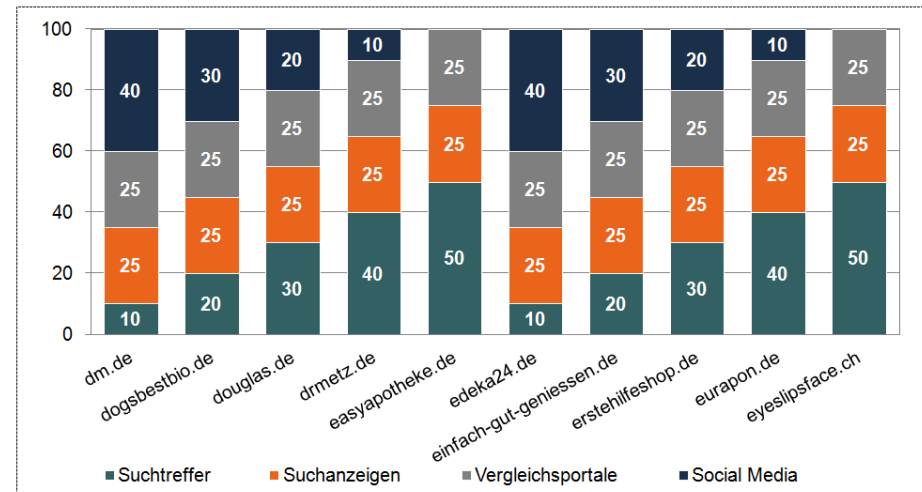
Rang	eShop	Pu
1	bio4baby.de	6
2	biolandhof-knauf.de	2
3	biolindo.de	2
4	bipa.at	2
5	bitiba.de	2
5	blauer-planet.de	2
6	bodystar.de	1
6	boesner.com	1
6	breuninger.com	1
10	bti.de	1
11	calu.de	1
12	cosmando.com	1
13	daily-marmelade.de	1
13	damango.de	1
15	das-babyland.de	1

Welche Schwerpunkte in den Bereichen der eVisibility setzen die Unternehmen?

eVisibility-Rankings

Gesamtranking nach Online-Kategorien

Gesamtranking (Top 10) in Anteilen (Angaben in %)



Welche E-Shops werden in Suchmaschinen on Top gelistet?

Beispieleiten (2)

Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

eVisibility-Rankings

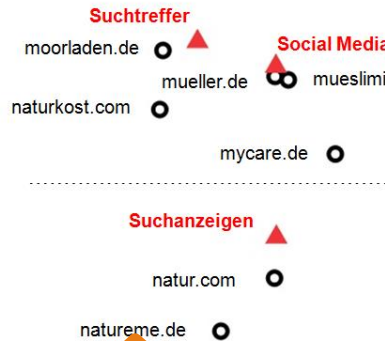
Gesamtranking nach Online-Kategorien

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien (Top 100)

Rang	eShop	Pkt.
1	fit.de	19,8
2	flaconi.de	45,7
3	floramare.com	118,7
4	food.de	0,0
5	foodiva.de	56,3
6	foodoase.de	79,2
7	freshnails.de	0,0
8	fressnapf.de	57,8
9	friseurzubehoer24.de	32,0
10	futterfreund.de	38,1
11	futter-shuttle.de	0,0
12	futtertonne24.de	22,5
13	galeria-kaufhof.de	0,0
14	gatapex.de	0,0
15	getreidemuehle-trepte.de	0,0

eVisibility-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Performance zeigen die Top 10 eVisibility-Shops in den Detailrankings?

eVisibility-Rankings

Gesamtranking nach Online-Kategorien

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien (Top 10)

Rang	eShop	Suchtreffer		Suchanzeigen		Vergleichsportale		Social Media		Punkte gesamt
		Pkt.	Rang	Pkt.	Rang	Pkt.	Rang	Pkt.	Rang	
1	hagel-shop.de	19,8	10	108,1	1	66,7	1	0,0	82	194,5
2	hair-express.de	45,7	5	42,2	5	7,8	30	59,1	1	154,7
3	hair-shop24.net	118,7	1	0,0	64	5,4	72	13,3	24	137,4
4	haka.de	0,0	66	106,4	2	19,4	7	0,0	88	125,8
5	healthfood24.com	56,3	4	42,2	4	13,9	13	0,0	94	112,5
6	heymountain.com	79,2	2	0,0	65	7,0	44	13,3	21	99,4
7	hundefutter123.de	0,0	67	60,8	3	22,5	4	0,00	85	83,3
8	hundefutter-natur-pur.provital.com	57,8	3	0,0	66	12,4	16	7,4	57	77,6
9	hundefutter-petfit.de	32,0	8	40,5	6	0,0	146	0,0	152	72,5
10	hygi.de	38,1	6	18,6	13	15,5	11	0,0	92	72,1

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Positionierung und Fokussierung nehmen die Anbieter im Wettbewerbsumfeld ein?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie eVisibility Drogerieartikel 2016

21

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie eVisibility Drogerieartikel 2016

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer:

research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 380 EUR zzgl. MwSt. die
Studie eVisibility Drogerieartikel 2016.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Datum, Ort, Unterschrift:

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienene Studien eVisibility:

- Studie eVisibility Reifen 2016
- Study eVisibility Clothing 2016
- Studie eVisibility Haushaltsgroßgeräte 2015
- Studie eVisibility Buchhandel 2015
- Studie eVisibility Fotografiebedarf 2015

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Innerhalb der vergangenen sechs Monate sind sechs Studien eVisibility zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

