



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Onlineversender für Haarpflegeprodukte: Preisvergleich lohnt



In zehn untersuchten Onlineshops für Haarpflegeprodukte kann der Kunde aus bis zu 20.000 Produkten neben der perfekten Coloration ein cooles Stylingprodukt oder passendes Shampoo auswählen. Ergänzend bieten einige Shops auch Make-up oder Düfte. Laut der ‚E-Shop-Analyse Haarpflege 2015‘ sind die Preisunterschiede enorm und betragen für das gleiche Produkt häufig über 50 Prozent.

Esslingen am Neckar, 11. Juni 2015 – Der Sortimentsumfang der zehn analysierten Onlineshops rund ums Haar reicht von etwa 1.250 bis hin zu über 20.000 verschiedenen Haarpflegeprodukten. Die Shops von Friseurpower, Hagel und Topwell führen die meisten Produkte zur Haarpflege. Fast alle E-Shops bieten branchenfremde Artikel wie Accessoires, Düfte, Make-up oder Nagelpflege.

Die Onlineshops setzen unterschiedliche Schwerpunkte innerhalb ihres Kernsortiments. So entfallen auf die Warengruppe Coloration zwischen einem und 87 Prozent der angebotenen Artikel. Versender Topwell fokussiert speziell diesen Bereich während Hairshop-pro einen hohen Anteil an Stylingprodukten aufweist. Ein umfassendes Markenangebot ist mit einer durchschnittlichen Abdeckung von 75 Prozent in den Onlineshops recht gut vorhanden. Zwei Shops führen sogar alle untersuchten Marken. L’Oréal und Wella sind in allen Shops präsent.

Bei umfangreichen Preisvergleichen zeigen sich große Preisunterschiede zwischen billigstem und teuerstem Anbieter. Häufig betragen die Unterschiede mehr als fünfzig Prozent. Neun der zehn Shops werben mit Versandkostenfreiheit. De Facto kommt der Kunde aber häufig erst bei Bestellwerten ab 50 Euro aufwärts in den Genuss versandkostenfreier Lieferung. Nur der tschechische Anbieter iparfumerie berechnet eine generelle Versandkostenpauschale in Höhe von 3,95 Euro.

Die Hotlinebetriebszeiten liegen zwischen 34 und 94 Stunden. Vier Onlineshops sind auch samstags erreichbar. Ein Shop bietet zur Kontaktaufnahme lediglich ein Onlineformular an. Obwohl bei der Analyse der E-Shops die starke Ausrichtung auf gewerbliche Kunden aus dem Friseurhandwerk deutlich wird, bietet nur Topwell einen speziell ausgewiesenen B2B-Bereich für Geschäftskunden.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „E-Shop-Analyse Haarpflege 2015“ von research tools untersucht auf 135 Seiten die Onlineshops der zehn Versender für Haarprodukte mit der größten eVisibility Beauty Hair 24, Friseurpower, Haar-Scharf, Hagel, hairshop-pro, iparfumerie, Parfumdreams , Pur-Beauty-shop, Storemex und Topwell. Entlang des Kundenpfads werden mit den vier Bereichen Orientierung, Produktsortiment, Konditionen und Service sämtliche Customer Touchpoint-Bereiche der E-Shops analysiert. Eine Stärken-Schwächen-Analyse und ein Ranking runden die Studie ab. Eine Korrespondenzanalyse führt die Ergebnisse visuell zusammen und verdeutlicht die Positionierung der E-Shops im Wettbewerbsvergleich.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft research tools mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.
Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 – 55090381
Fax +49 (0)711 – 55090384
uwe.matzner@research-tools.net