



Pressemitteilung

Orientierung in Büromaterial-E-Shops gelingt gut



Zehn Onlineshops für Büromaterial unterstützen den Besucher stark bei der Produktsuche. Ein Großteil der Shops offeriert Produkte aus allen relevanten Warengruppen. Deutlich fallen Lücken bei den angebotenen Zahlungsmöglichkeiten auf.

Esslingen am Neckar, 08. November 2018 – Die zehn analysierten Onlineshops für Büromaterial bieten ihren Besuchern eine starke Unterstützung bei der Produktsuche. Die Suchfunktionen arbeiten überaus verlässlich. Die durchschnittliche Trefferquote liegt dabei zwischen 78 und 95 Prozent, was im Vergleich zu anderen Branchen ein respektables Ergebnis darstellt. Darüber hinaus unterstützen durchschnittlich 14 Filter- und Sortiermöglichkeiten die Produktsuche. 58.000 Artikel offerieren die Onlineshops im Durchschnitt. Das Angebot von 39 untersuchten, bedeutenden Marken - von Acer bis Uhu - ist zu durchschnittlich 85 Prozent abgedeckt. Fast alle Shops führen Produkte in den zehn analysierten Warengruppen. Schwerpunkte legen die Shops dabei in den Bereichen Bürotechnik sowie Tinte & Toner. Sechs Shops offerieren ergänzend branchenfremde Artikel wie beispielsweise für Garten oder Werkstatt & Lager.

Vergleiche von Preisen und Preisspannen von 48 Artikelgruppen ergeben für sechs der zehn Onlineshops günstigste Preise in mindestens einer Warengruppe. Am häufigsten finden sich darunter die Shops von Otto Office und Schäfer.

Bei den Hotline-Betriebszeiten orientieren sich die Shops an den üblichen Büroarbeitszeiten, fünf Shops beantworten Kundenfragen auch an Samstagen. Fast alle Anbieter wenden sich mit einem B2B-Bereich an den Businesskunden, bei sechs Shops ist eine unkomplizierte Bestellung als Gast möglich. Mit durchschnittlich vier Userhilfen wie Kundenbewertungen oder komplementären Artikeln versuchen die Shops das Kaufverhalten positiv zu beeinflussen. Auffällig ist die eingeschränkte Akzeptanz verschiedener Zahlungsmöglichkeiten, die am Ende des Einkaufs den Verkaufserfolg beschließt. So werden die Zahlungsoptionen Rechnung, Vorkasse, Kreditkarte oder PayPal jeweils nur von acht oder weniger der zehn Shops unterstützt.

In der Summe präsentieren sich die Websites der zehn Onlineshops für Büromaterial relativ homogen. In mindestens einem der vier analysierten Bereiche Orientierung, Produktsortiment, Konditionen und Service präsentieren sich die Shops von Büromarkt Böttcher, Otto Office, Deutsche Post und Staples als führend.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „E-Shop-Analyse Büromaterial 2018“ von research tools untersucht auf 171 Seiten die zehn Onlineshops für Büromaterial von Büromarkt Böttcher, büroshop24, eOffice24, Office discount, Otto Office, Deutsche Post, Printus, Schäfer Shop Staples, Viking. 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.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/e-shop-analyse-bueromaterial-2018/>

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