

+++ Beauty Hair 24 +++ Friseurpower +++ HAAR-SCHARF +++ Hagel +++ hairshop-pro +++ ipa
rfumerie +++ Parfumdreams +++ Pur-Beautyshop +++ Storemex +++ Topwell +++ Beauty Hair

Studiensteckbrief
**E-Shop-Analyse
Haarpflege 2015**

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2015



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief E-Shop-Analyse
Haarpflege 2015

Information zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Der Sortimentsumfang reicht bei den zehn analysierten Onlineshops (Top eVisibility E-Shops) für Haarpflegeprodukte von etwa 1.250 bis hin zu über 20.000 gelisteten Einzelprodukten.
- Die E-Shops strukturieren ihr Sortiment in unterschiedlichen Warengruppen und bieten neben Haarpflegeprodukten teilweise auch Artikel aus anderen Branchen wie Accessoires, Düfte, Make-up oder Nagelpflege an.
- Die einzelnen Onlineshops setzen innerhalb der Standard-Warengruppen sowie bei der Markenvielfalt unterschiedliche Schwerpunkte. So entfallen auf die Warengruppe Coloration zwischen einem und 87 Prozent der angebotenen Artikel.
- In umfangreichen Preisvergleichen fielen große Preisunterschiede auf. Ein Onlineshop positioniert sich deutlich als günstigster Anbieter.
- Neben umfangreicher Eigenwerbung schmücken sich acht Shops mit Gütesiegeln. Die Suchfunktionen der untersuchten E-Shops arbeiten unterschiedlich effektiv, einige Shops verzichten auf eine Autoergänzungsfunktion.
- Die Serviceorientierung der Anbieter variiert und weniger als die Hälfte der Onlineshops sind auch am Samstag erreichbar. Trotz partieller Ausrichtung auf gewerbliche Kunden aus dem Friseurhandwerk, ist nur selten ein speziell ausgewiesener B2B-Bereich für Geschäftskunden eingerichtet.

Information zur Studie

Sie möchten wissen:

- wie gut die E-Shops Ihrer Branche die Orientierung der Kunden unterstützt?
- wie das Sortiment der E-Shops im Wettbewerbsvergleich strukturiert ist?
- welche Warengruppen und Hersteller-Marken einzelne E-Shops auszeichnen und anderen fehlen?
- wie sich die E-Shops im Wettbewerbsumfeld preislich positionieren?
- welche Warengruppen in den untersuchten E-Shops für Verbraucher preislich attraktiv sind?
- wie serviceorientiert die E-Shops Ihrer Branche aufgebaut sind?
- wie sich die Stärken und Schwächen der E-Shops auf die Performance auswirken?

Forschungsdesign:

Die vorliegende Studie basiert auf Daten, die im Zeitraum Februar bis März 2015 von research tools auf den einzelnen Seiten der Top 10 eVisibility-Onlineshops für Haarpflege von Beauty Hair 24, Friseurpower, HAAR-SCHARF, Hagel, hairshop-pro, iparfumerie, Parfumdreams , Pur-Beautyshop, Storemex und Topwell erhoben wurden. Die E-Shops wurden im Hinblick auf Orientierung, Produktsortiment, Konditionen und Service entlang des Kundenpfads für sämtliche Customer Touchpoints analysiert und bewertet. Mit Hilfe eines Scoringsystems wurde darüber hinaus ein Ranking der untersuchten Anbieter vorgenommen, dass mit Hilfe einer statistischen Similarity-Analyse die Positionierung der zehn Anbieter im Markt visualisiert.

Die 135 Seiten umfassende Studie ist für 2.400 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer erhältlich und wird als PDF- und PowerPoint-Datei per Mail und auf CD zur Verfügung gestellt.

Information zur Studie

Detaillierte Analyse der Customer Touchpoints
von zehn Onlineshops mit der größten eVisibility



Orientierung

- USP
- Shopstruktur
- Navigation-Features
- Navigation-Suchfunktion
- Shopdesign
- Gütesiegel & Testergebnisse
- Datenschutz
- Besonderheiten



Produkte

- Sortimentsumfang
- Warengruppenanteil
- branchenfremde Warengruppen
- Top-Marken
- Angebote
- Besonderheiten



Konditionen

- Preisvergleiche
- durchschnittliche Rabattierung
- Bezahlkonditionen
- Versandkosten
- Aktionen
- Besonderheiten



Service

- Beratung
- Kundenservice-Features
- Registrierung
- Kontaktwege
- Bezahlverfahren
- Lieferservice
- Besonderheiten

Inhaltsverzeichnis

| | |
|-------------------------------|----|
| ➤ Management Summary | 4 |
| ➤ Forschungsdesign | 8 |
| ➤ Orientierung | 10 |
| ▪ USP | 13 |
| ▪ Shopstruktur | 15 |
| ▪ Navigation – Features | 27 |
| ▪ Navigation – Suchfunktion | 28 |
| ▪ Shopdesign | 37 |
| ▪ Gütesiegel & Testergebnisse | 41 |
| ▪ Datenschutz | 43 |
| ▪ Besonderheiten | 44 |
| ➤ Produkte | 45 |
| ▪ Sortiment | 48 |
| ▪ Warengruppen | 51 |
| ▪ Standard-Marken | 64 |
| ▪ branchenfremde Warengruppen | 67 |
| ▪ Angebote | 68 |
| ▪ Besonderheiten | 69 |

Inhaltsverzeichnis

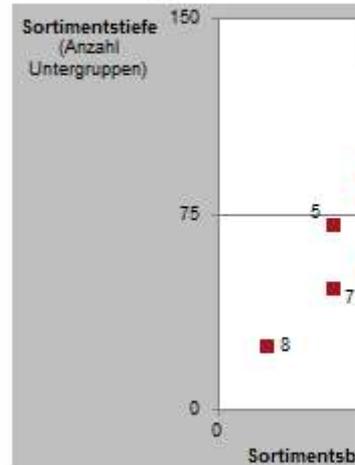
| | |
|-------------------------------------|-----|
| ➤ Konditionen | 70 |
| ▪ Preisvergleiche Standardsortiment | 73 |
| ▪ Durchschnittliche Rabattierung | 84 |
| ▪ Bezahlkonditionen | 85 |
| ▪ Versandkosten | 86 |
| ▪ Aktionen/ Angebote | 88 |
| ▪ Besonderheiten | 89 |
| ➤ Service | 90 |
| ▪ Beratung | 94 |
| ▪ Kundenservice - Features | 95 |
| ▪ Ländershops | 98 |
| ▪ Registrierungsangaben | 100 |
| ▪ Kontaktmöglichkeiten | 102 |
| ▪ Zahlungsmöglichkeiten | 103 |
| ▪ Lieferservice | 105 |
| ▪ Besonderheiten | 106 |
| ➤ Stärken und Schwächen | 107 |
| ➤ Ranking | 114 |
| ➤ E-Shop Similarity | 127 |
| ➤ Kontakt | 134 |

Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Orientierung Shopstruktur

Positionierung der Anbieter anhand der Sortimentsbreite und -tiefe



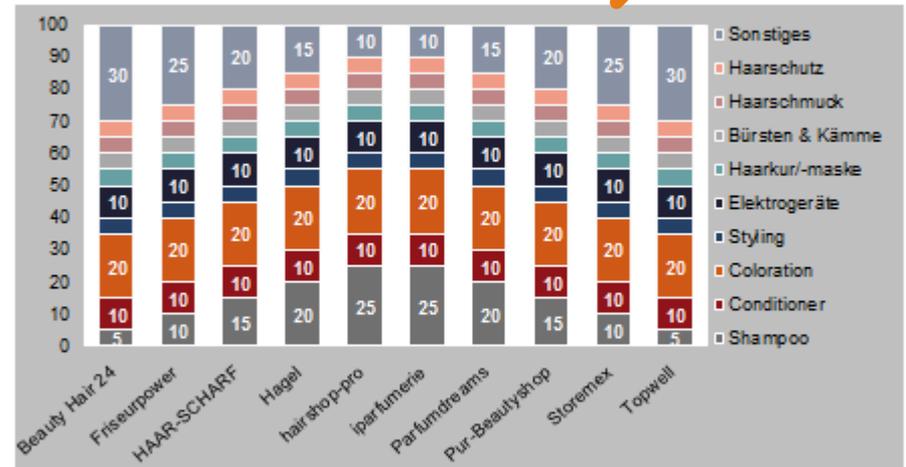
Produkte Standard-Marken

Standard-Marken im Sortiment

| E-Shop | 1 | 2 |
|----------------|---|---|
| Beauty Hair 24 | X | - |
| Friseurpower | - | X |
| HAAR-SCHARF | - | - |
| Hagel | - | - |
| hairshop-pro | - | - |
| iparfumerie | - | - |
| Parfumdreams | - | - |
| Pur-Beautyshop | - | - |
| Storemex | - | X |
| Topwell | X | - |

Produkte Warengruppen

Verteilung der Artikel auf die Standard-Warengruppen (Anteil in %)



Welche Schwerpunkte im Warengruppenangebot setzen die E-Shops?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools

Welche Sortimentspolitik verfolgen die Onlineshops?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

E-Shop-Analyse
Haarpflege 2015

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Konditionen

Preisvergleiche Standardsortiment

Preisvergleich – 2. Conditioner

| E-Shop | L'Oréal Expert Volumetry | Wel |
|----------------|--------------------------|-----|
| Beauty Hair 24 | X,57 | |
| Friseurpower | X,00 | |
| HAAR-SCHARF | X,97 | |
| Hagel | X,64 | |
| hairshop-pro | X,90 | |
| iparfumerie | X,15 | |
| Parfumdreams | X,89 | |
| Pur-Beautyshop | X | |
| Storemex | X,25 | |
| Topwell | X,39 | |

Konditionen

Ermäßigungen

Aktionen/ Angebote

| E-Shop | Freundschaftpräm |
|----------------|------------------|
| Beauty Hair 24 | X |
| Friseurpower | - |
| HAAR-SCHARF | - |
| Hagel | - |
| hairshop-pro | - |
| iparfumerie | - |
| Parfumdreams | - |
| Pur-Beautyshop | - |
| Storemex | - |
| Topwell | X |

Welche Servicefeatures bieten die E-Shops?

Service

Kundenservice

Kundenservice – Features (2)

| E-Shop | Kundenbewertung | Testberichte | Weiterempfehlungen | App/Mobiler Shop | Finanzierung | B2B-Bereich |
|----------------|-----------------|--------------|--------------------|------------------|--------------|-------------|
| Beauty Hair 24 | - | - | - | - | - | X |
| Friseurpower | - | - | - | - | X | - |
| HAAR-SCHARF | - | - | - | X | - | - |
| Hagel | X | - | X | - | - | - |
| hairshop-pro | - | X | - | - | - | - |
| iparfumerie | - | X | - | - | - | - |
| Parfumdreams | X | - | X | - | - | - |
| Pur-Beautyshop | - | - | - | X | - | - |
| Storemex | - | - | - | - | X | - |
| Topwell | - | - | - | - | - | X |

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche E-Shops punkten im Konditionenvergleich?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

E-Shop-Analyse
Haarpflege 2015

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Stärken und Schwächen

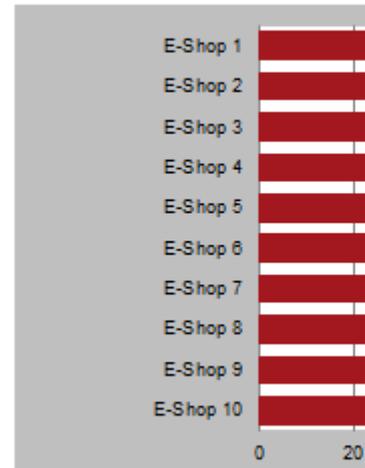
Stärken und Schwächen der Anbieter

| E-Shop | Stärken |
|----------|---|
| E-Shop X | <ul style="list-style-type: none"> + gute Suchf. + Gratisakti. + große Mar. + ersichtlich |
| E-Shop Y | <ul style="list-style-type: none"> + viele Haan + große Mar. + Gratisakti. + ersichtlich + gebührenfr. + kurze Lief. + hohe Socia. |



Ranking

Gesamtranking (Angaben in % der r...)



Welche Positionierung nehmen die E-Shops im Wettbewerbsumfeld ein?

E-Shop-Similarity

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



E-Shop-Analyse
Haarpflege 2015

Welche Auswirkungen haben Stärken und Schwächen auf die Performance?

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer:

research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 2.400 EUR zzgl. MwSt. die
E-Shop-Analyse Haarpflege 2015.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Datum, Ort, Unterschrift:

Kontakt / Branchenerfahrung

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 E-Shop-Analysen:

- E-Shop-Analyse Blumen 2015
- E-Shop-Analyse Computerbedarf 2015
- E-Shop-Analyse Sport 2015
- E-Shop-Analyse Haushaltsgeräte 2015
- E-Shop-Analyse Unterhaltungselektronik 2015
- eShop-Analysis Department Stores 2015

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Studienreihe E-Shop-Analysen sind seit 2011 Marktstudien zu 18 Branchen erschienen.