

+++ dm.de +++ douglas.de +++ essenza-nobile.de +++ flaconi.de +++ galeria-kaufhof.de +++ otto.de +++ nivea.de +++ parfumerie.de +++ rossmann.de +++ sand.de +++ yves-rocher.de +++ u. 153 weitere eShops für Parfüme

Studiensteckbrief

Studie eVisibility Parfümerie 2016

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

April 2016



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
eVisibility Parfümerie 2016

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Unter den Top 10 eShops mit der größten eVisibility finden sich fünf allgemeine Fachhändler, drei Universalhändler sowie zwei Herstellershops.
- Vier der Top 10 eShops sind in allen vier Online-Kategorien Suchtreffer, Suchanzeigen, Vergleichsportale und Social Media sichtbar.
- Bei sechs der zehn Top-eShops entfällt die eVisibility zu mindestens 50 Prozent auf nur eine Online-Kategorie.
- 54 Prozent aller ermittelten eShops zeigen Präsenz über Vergleichsportale.
- Von den vier analysierten Social Media-Portalen Facebook, Google+, Twitter und YouTube entfallen 65 Prozent der eVisibility auf YouTube.
- Herstellershops vereinen 19 Prozent der eVisibility in der Parfümeriebranche.

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse von 100 eShops für Parfümerie;
Gesamtränge für **insgesamt 163 eShops**

mit der höchsten **eVisibility**

in den **vier Online-Kategorien** Suchtreffer, Suchanzeigen,
Vergleichsportale, Social Media auf Basis von **96 Top 10-Rankings**

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 57 PowerPoint-Seiten

als PDF-Datei **kurzfristig** verfügbar

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

Nutzen: Analyse der Sichtbarkeit im Internet,
umfassender Wettbewerbsüberblick

Untersuchte eShops:

- ...
- beautylane.de
- beautywelt.de
- ...
- douglas.de
- drogeriedepot.de
- ...
- flaconi.de
- fragonard.de
- ...
- parfum.de
- parfumdreams.de
- parfumerie.de
- ...

Konzeption:

Produktkategorien und Suchbegriffe

- Parfüm
 - Parfüm
 - Damenparfüm
 - Herrenparfüm
 - Eau de Parfum
 - Eau de Toilette
 - Duftset
- Deodorants
 - Deo
 - Deoroller
 - Deostick
 - Deo Spray
 - Deo Damen
 - Deo Herren



Suchtreffer
(Organische
Suchmaschinen-
ergebnisse)

Suchanzeigen
(Paid Search)

**Vergleichs-
portale**

Social Media
(Facebook,
Google+, Twitter,
YouTube)



Ranking Positionierung

Informationen zur Studie

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

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

Die **57 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 innerhalb des deutschsprachigen Raums. 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 April 2016 erschienen.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	7
➤ eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien	10
▪ Suchtreffer	11
▪ Suchanzeigen	13
▪ Vergleichsportale	16
▪ Social Media	19
▪ Gesamtranking nach Online-Kategorien	22
▪ Gesamtranking Ränge 101ff	34
➤ eVisibility-Rankings nach Suchbegriffen	35
▪ Performance der Top 10 nach Suchbegriffen	36
▪ Performance der Top 100 nach Suchbegriffen	38
➤ eVisibility der Anbietergruppen	45
▪ Gesamtranking nach eShop-Typen	46
▪ Anteile der Top-Anbieter	51
➤ eVisibility-Positionierung	53
➤ Kontakt	56



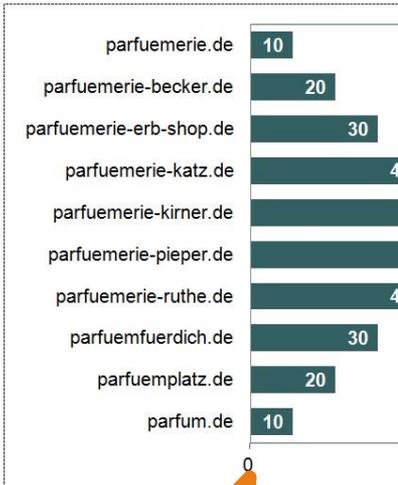
Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

eVisibility-Rankings

Suchtreffer

Ranking Suchtreffer (Top 10)



eVisibility-Rankings

Suchtreffer

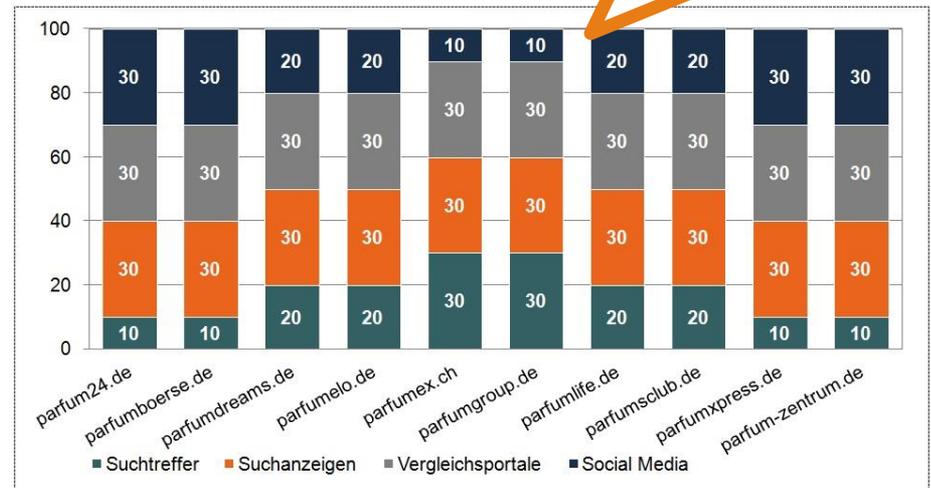
Ranking Suchtreffer (Top 30)

Rang	eShop	Punkte
1	ecco-verde.de	46
2	eleganteduefte.de	44
3	essenza-nobile.de	34
4	esteelauder.de	28
5	eurapon.de	24
6	eu-versandapotheke.com	21
7	feelunique.com	21
8	flaconi.de	19
9	fragonard.de	19
10	frauenapotheke.de	16
11	frau-tonis-parfum.com	16
12	galaxie-kosmetikhof.de	16
13	garnier.de	14
14	inventurum.com	14
15	wellness-leben.de	14

eVisibility-Rankings

Gesamtranking nach

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



Welche Schwerpunkte in den Bereichen der eVisibility setzen die Unternehmen?

Welche Anbieter werden in Suchmaschinen on Top gelistet?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie eVisibility Parfümerie 2016

Studie eVisibility Parfümerie 2016

Beispieleiten (2)

Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien

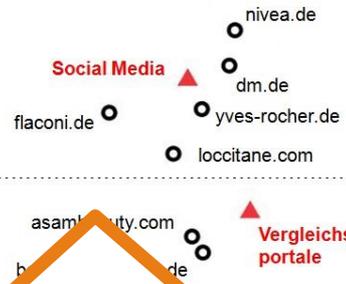
Gesamtranking nach Online-Kategorien

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien (Top 100)

Rang	eShop	Such-treffer		Such-anzeigen		Vergleichs-portale		Social Media	
		Pkt.	%	Pkt.	%	Pkt.	%	Pkt.	%
1	redzilla.de	113,6	33,9	112,3	33,5	109,3	32,8	0,0	0,0
2	rituals.com	107,6	34,5	94,1	30,2	58,3	18,7	52,0	16,7
3	rossmannversand.de	94,1	28,8	83,5	25,5	50,0	15,3	40,0	12,5
4	sansiro-deutschland.de	83,5	25,5	72,9	22,5	45,0	13,7	35,0	10,9
5	schlossparfumerie.de	72,9	22,5	62,3	19,1	35,0	10,9	25,0	7,7
6	shop.mueller.de	62,3	19,1	51,7	15,7	25,0	7,7	15,0	4,6
7	shop.tabac.de	51,7	15,7	41,1	12,5	15,0	4,6	10,0	3,1
8	shop-apotheke.com	41,1	12,5	30,5	9,3	10,0	3,1	5,0	1,5
9	soliver.de	30,5	9,3	20,0	6,1	5,0	1,5	2,0	0,6
10	sonnen-apotheke.de	20,0	6,1	10,0	3,1	2,0	0,6	1,0	0,3
11	speickshop.de	10,0	3,1	5,0	1,5	1,0	0,3	0,5	0,1
12	spinnrad.de	5,0	1,5	2,0	0,6	0,5	0,1	0,2	0,0
13	stylepit.de	2,0	0,6	1,0	0,3	0,2	0,0	0,1	0,0
14	styleshop.womenshealth.de	1,0	0,3	0,5	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
15	susannekaufmann.com	0,5	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

eVisibility-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



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

eVisibility Gesamtranking

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien (Top 10)

Rang	eShop	Such-treffer		Such-anzeigen		Vergleichs-portale		Social Media		Punkte gesamt
		Pkt.	Rang	Pkt.	Rang	Pkt.	Rang	Pkt.	Rang	
1	bayerschmidt-parfumerien.de	8,1	38	71,4	1	53,4	1	137,2	1	270,2
2	beautylane.de	28,0	5	40,2	3	0,0	73	82,6	2	150,8
3	beautywelt.de	26,1	6	47,3	2	8,3	47	62,8	5	144,6
4	berlindaversandapotheke.de	0,0	110	30,4	8	10,0	37	76,0	4	116,4
5	bioapotheke.de	0,0	110	26,8	11	8,3	47	77,7	3	112,8
6	biomaris.com	17,1	13	36,6	6	38,4	5	19,8	13	112,0
7	bio-naturel.de	0,0	110	3,6	69	40,1	4	44,6	7	88,3
8	bio-naturwelt.de	8,1	38	0,0	102	46,7	2	28,1	9	83,0
9	bioturm.de	0,0	110	6,3	48	25,0	10	46,3	6	77,6
10	biuky.de	11,7	24	27,7	10	35,1	6	0,0	57	74,5

Welche Positionierung und Fokussierung nehmen die Anbieter im Wettbewerbsumfeld ein?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie eVisibility Parfümerie 2016

5

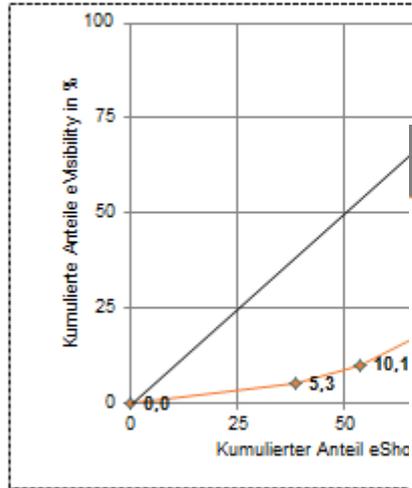
Beispieleiten (3)

Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

eVisibility der Anbietergruppen

Anteile der Top-Anbieter

Kumulierte Anteile eVisibility (Angaben in %, Darstellung als Lorenzkurve)



eVisibility-Rankings nach Shop-Typen

Gesamtranking nach Suchbegriffen (Top 10, absteigend)

Shop-Typ	Suchbegriff	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Allgemeine Fachhändler	apons.eu	38	35								
	apo-rot.de	38	35	28							
Beauty & Lifestyle / Drogeriemärkte	apot.al.de	57	32								
	apotheke-online.de	66	14	11							
Universalhändler	asambeauty.com	27	14	26	14						
	avon-beratung-terhorst.de	15	17	18							
Herstellershops	ayvita.de	71	26								
	basenshop.de	34	30	30							
Herstellergruppen	basischeprodukte.de	14	17	14							
	baur.de	34	15	14							

Welches sind die Top-Shops bei Differenzierung nach Händlerart?

eVisibility der Anbietergruppen

Gesamtranking nach eShop-Typen

Top 5 nach eShop-Typ (Rang und Punktezahl)

Allgemeine Fachhändler		
2.	eleganteduefte.de	312,0
3.	essenza-nobile.de	267,4
4.	esteelauder.de	185,3
8.	eurapon.de	93,8
10.	eu-versandapotheke.com	85,2

Beauty & Lifestyle / Drogeriemärkte		
15.	dm.de	56,1
17.	doormorris.de	53,0
21.	douglas.de	43,3
28.	drogeriedepot.de	38,9
36.	duft-haus.de	33,3

Universalhändler		
1.	haar-shop.ch	335,3
6.	had-apotheke.de	98,9
9.	hagel-shop.de	89,5
12.	hair-shop24.net	64,0
19.	hela24.com	47,7

Herstellershops		
5.	rossmannversand.de	159,5
7.	sansiro-deutschland.de	96,7
14.	schlossparfumerie.de	56,3
27.	shop.mueller.de	39,5
29.	shop.tabac.de	37,2

Welche eVisibility-Anteile entfallen auf die Suchbegriffe?

9 ■ 10 ■ 11

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie eVisibility Parfümerie 2016

3. Herrenparfüm, 4. Eau de Parfum, 5. Eau de Toilette, 6. Dufset, 7. Deo, 8. Deodorier, 9. Deosid, 10. ...

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 Parfümerie 2016.

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

Jüngste Studien aus dem Bereich Körperpflege & Kosmetik:

- Studie eVisibility Drogerieartikel 2016
- E-Shop-Analyse Haarpflege 2015
- Studie Haar- und Körperpflege-Zielgruppe Männliche Jugendliche 2013
- Studie Direktmarketingstrategie Kosmetik 2012
- Studie Naturkosmetikmarken auf Facebook 2012

Seit 2005 forscht research tools marketing-und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Innerhalb der vergangenen acht Monate sind 17 Studien eVisibility zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

