

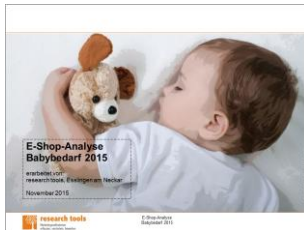


research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Onlineshops für Babybedarf: buy and stay



Zehn Onlineshops für Babybedarf decken die Bedürfnisse unterschiedlicher Zielgruppen ab. Produkte für Jedermann in zahlreichen Preiskategorien stehen ebenso zur Auswahl wie Hochwertiges in natürlichen Materialien. Laut der ‚E-Shop-Analyse Babybedarf 2015‘ laden die Shops mittels umfangreichen Hintergrundinformationen zum Schmökern und zum Verweilen auf ihren Seiten ein.

Esslingen am Neckar, 13. November 2015 – Auffallend heben sich die Onlineshops für Babybedarf von anderen Branchen ab. Umfangreiche Hintergrundinformationen, Expertenmeinungen und Ratgeber rund um die Babywelt binden den Kunden in seiner Lebensphase emotional, bieten über den reinen Shop hinaus Mehrwert und laden zum Schmökern und Verweilen ein. Fünf Shops stellen zudem hilfreiche Checklisten zu Verfügung. Neben nützlichen Foren zum Gedankenaustausch bei Babyartikel.de und Jako-o rückt Bellybutton den Promifaktor ins Licht mit Statements und Fotos prominenter User.

Babymarkt.de, Jako-o und MyToys legen im Sortiment für Babybedarf einen deutlichen Schwerpunkt auf die Produktgruppe Spiel & Spaß, Bellybutton präsentiert sich als Spezialist für Umstandsmode und Babylofta und Vertbaudet auf Bekleidungsartikel. Insgesamt nimmt das Bekleidungsangebot bei den Shops einen Anteil zwischen zehn und 73 Prozent vom Gesamtsortiment ein.

Die preisliche Orientierung des Warenangebots ist mitbestimmend für die Zielgruppenansprache. Während Babyartikel.de, BabyOne und Vertbaudet in acht untersuchten Warengruppen die geringsten Preisspannen aufweisen, richten sich Babymarkt.de und Windeln.de mit breiten Preisspannen an unterschiedliche Käufergruppen. Die Versandkosten liegen bei den Shops zwischen günstigen 1,95 Euro und 4,95 Euro. Im Standardversand liefert die Hälfte der Shops ab einem bestimmten Warenwert versandkostenfrei.

Im Servicebereich zeigt sich Baby-Walz mit seiner Rund-um-die-Uhr-Hotline besonders kundenorientiert. Vier weitere Babyausstatter sind ebenso an Samstagen erreichbar, zwei davon beraten gar sonntags. Praktisch bei kurzfristigen Bestellungen: Babyartikel.de und Windeln.de bieten mit ein bis zwei Tagen die kürzesten Lieferzeiten.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „E-Shop-Analyse Babybedarf 2015“ von research tools ist die 25. Studie in der Reihe der E-Shop-Analysen. Sie untersucht auf 162 Seiten zehn Onlineshops für Babybedarf mit der größten eVisibility: Baby-Walz, Babyartikel.de, Babylotta, Babymarkt.de, BabyOne, Bellybutton, Jako-o, MyToys, Vertbaudet und Windeln.de. 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