



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Onlinehandel: Schmuckmarken mit Servicelücken



Das Serviceangebot der zehn untersuchten Onlineshops von Schmuckmarken harmoniert nicht mit der Exklusivität der angebotenen Produkte. Laut der ‚E-Shop-Analyse Schmuckmarken 2015‘ zeigen die Shops in kundennahen Bereichen neben unzuverlässig arbeitenden Suchfunktionen zudem eingeschränkte Bezahlmöglichkeiten und fehlende Kontaktfunktionen.

Esslingen am Neckar, 04. November 2015 – In den zehn untersuchten Onlineshops von Schmuckmarken reicht das Angebot von knapp 200 bis über 2000 gelistete Schmuckstücke. Während Dyrberg/Kern absolut gesehen die größte Auswahl an Armbändern und Halsketten hat, führen Pandora und Thomas Sabo die meisten Charms. Eine Suchfunktion unterstützt den Kunden üblicherweise bei der virtuellen Produktsuche. Zwei Shops verzichten völlig darauf. Bei den übrigen acht Shops liegt die durchschnittliche Trefferquote bei der Produktsuche zwischen mageren 16 und 77 Prozent. Gütesiegel als Qualitätszeichen werden in keinem Shop präsentiert.

Im Konditionenvergleich bietet Skagen in acht untersuchten Warengruppen geringste Preisspannen. Humphrey hingegen bedient mit den breitesten ermittelten Preisspannen die Ansprüche unterschiedlicher Zielgruppen. Im Standardversand liefern die meisten Anbieter ab einem bestimmten Warenwert versandkostenfrei. Der Anbieter Skagen ist mit einer generellen Versandkostenfreiheit hervorzuheben. Beim Anbieter Engelsrufer liegen die Versandkosten bei günstigen 99 Cent.

Die Studie zeigt im Bereich Serviceorientierung Lücken auf. Die Schmuckhersteller vertrauen auf ihr Produktportfolio und vernachlässigen dabei den Servicegedanken. Sieben der zehn Anbieter bieten im Kontaktbereich eine Telefonnummer an, lediglich drei davon mit entsprechenden Servicezeiten. Von insgesamt acht möglichen Kontaktwegen unterstützen die zehn Schmuckmarken im Durchschnitt 41 Prozent.

Eingeschränkte Serviceorientierung offenbaren darüber hinaus die Zahlungsmöglichkeiten. Immerhin vier Shops bieten den Kauf auf Rechnung an. Vorkasse, Kreditkarte oder PayPal akzeptieren nicht alle Anbieter. Vier Anbieter kommunizieren eine Lieferzeit von bis zu fünf Tagen, was insbesondere für kurzfristig benötigte Geschenke problematisch ist.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „E-Shop-Analyse Schmuckmarken 2015“ von research tools ist die 24. Studie in der Reihe der E-Shop-Analysen. Die Studie untersucht auf 157 Seiten die zehn Schmuckshops mit der größten eVisibility: cai, David Aubrey, Dyrberg/Kern, Engelsrufer, Heide Heinzendorff, Humphrey, Pandora, Skagen, Swarovski und Thomas Sabo. 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