

+++ FC Moto +++ Hein Gericke +++ Helm Express +++ IXS Motorradbekleidung +++ Louis +++ Mädl +++
Moto24 +++ Motoin +++ Motorradbekleidung +++ Polo Motorrad +++ FC Moto +++ Hein Gericke +++ Helm Ex

Studiensteckbrief
E-Shop-Analyse
Motorradzubehör 2015

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

September 2015



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief E-Shop-Analyse
Motorradzubehör 2015

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Der Sortimentsumfang der zehn untersuchten Onlineshops für Motorradzubehör variiert zwischen eintausend und 35.000 unterschiedlichen Artikeln. Vier Shops bieten branchenfremde Produkte an.
- Die Onlinehändler setzen unterschiedliche Schwerpunkte in ihrem Warengruppenangebot. Neben Fokussierungen auf Anbauteile oder Bekleidung bietet ein Onlineshop überwiegend Helme an.
- Die Markenabdeckung liegt im Durchschnitt bei über 60 Prozent. Einer der zehn E-Shops führt alle 39 Standardmarken.
- Umfangreiche Preisvergleiche von 40 Produkten in acht Warengruppen verdeutlichen ein recht homogenes Preisgefüge. Sieben Shops sind in mindestens einer Warengruppe günstigste Anbieter.
- Alle Shops bieten rabattierte Produkte in unterschiedlichen Warengruppen an. Treueboni oder Onlinevorteile werden nur vereinzelt gewährt.
- Die Erreichbarkeit der Servicehotline variiert deutlich. Zwei Shops unterstützen einen 24/7-Service, andere sind nur sehr eingeschränkt erreichbar. Einen Live Chat bieten drei Anbieter.
- Alle Shops zeigen Präsenz in Social Media und sind für mobile Geräte optimiert. Kein Shop weist einen gesonderten Geschäftskundenbereich aus.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Analyse aller **Customer Touchpoints** entlang des **Kundenpfads**

Analyseinhalte: **Orientierung, Produkte, Konditionen, Service**

zehn Shops für **Motorradzubehör** mit je weit über 100 Aspekten

alle Informationen gebündelt auf **148 PowerPoint-Seiten**

als PDF- und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

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

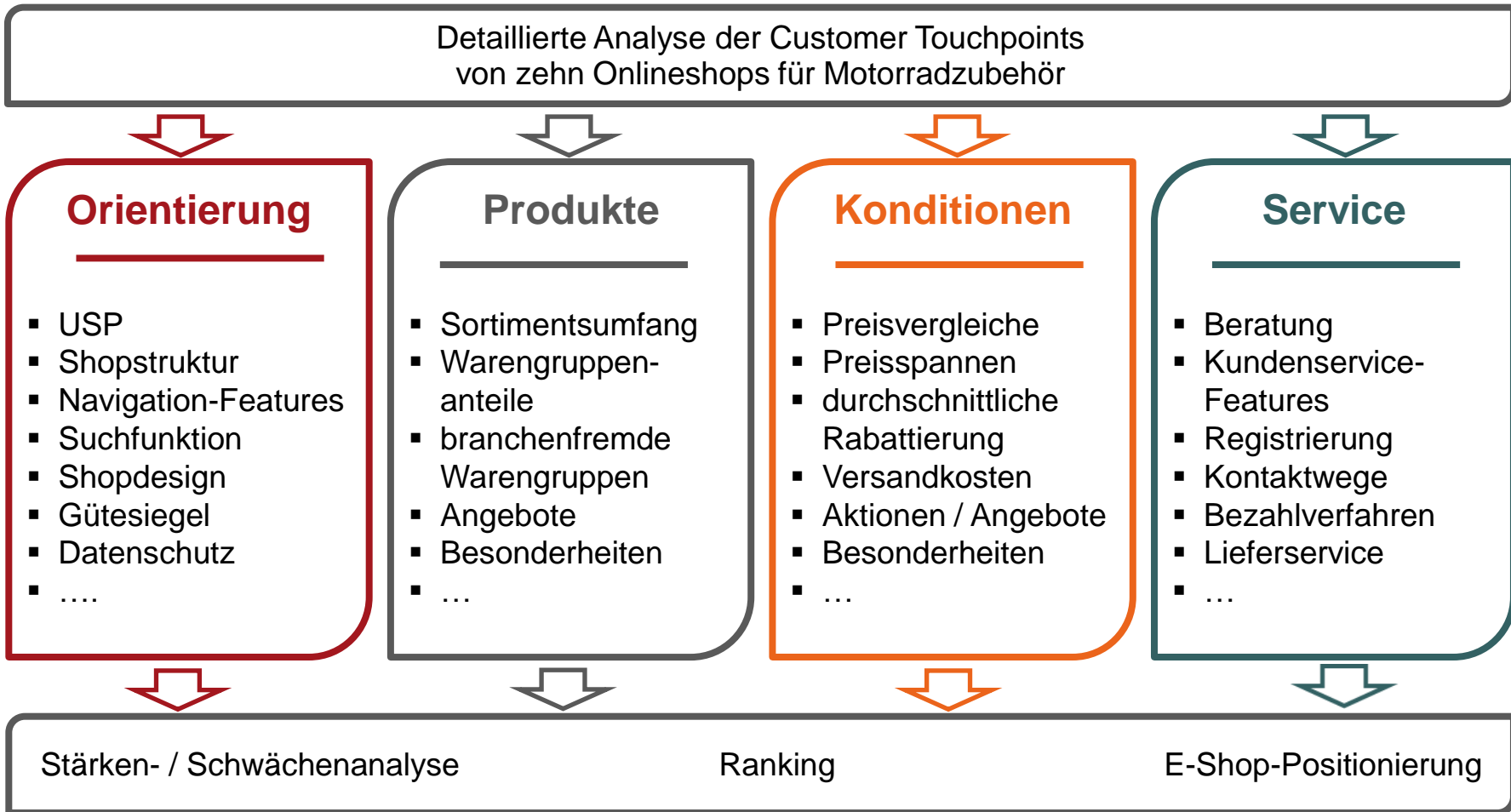
Nutzen: Basis für klare Positionierung und adäquaten Umgang mit Stärken und Schwächen der Wettbewerber

zehn Onlineshops für Motorradzubehör

- FC Moto
- Hein Gericke
- Helm Express
- IXS Motorradbekleidung
- Louis
- Moto24
- Motoin
- Motorradbekleidung
- Mädli
- Polo Motorrad



Informationen zur Studie



Informationen zur Studie

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

- wie gut unterstützen die E-Shops für Motorradzubehör die Orientierung der Kunden?
- wie ist das Sortiment der E-Shops im Wettbewerbsvergleich strukturiert?
- welche Warengruppen zeichnen einzelne E-Shops aus und fehlen in anderen?
- welche Warengruppen sind in den untersuchten E-Shops für den Verbraucher preislich attraktiv?
- welche Serviceorientierung zeigen die E-Shops?
- wie wirken sich die Stärken und Schwächen der E-Shops auf die Performance aus?
- wo positionieren sich die E-Shops im Wettbewerbsumfeld?

Die 148 Seiten umfassende Studie kostet 2.400 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer.

Forschungsdesign:

Die vorliegende Studie basiert auf Daten, die von research tools auf den jeweiligen Seiten der Onlineshops für Motorradzubehör erhoben wurden. Für die vorliegende Analyse wurden keine externen Daten verwendet, weshalb die Studie objektive, unabhängige und neutrale Ergebnisse liefert. Die Studie ist im September 2015 erschienen.

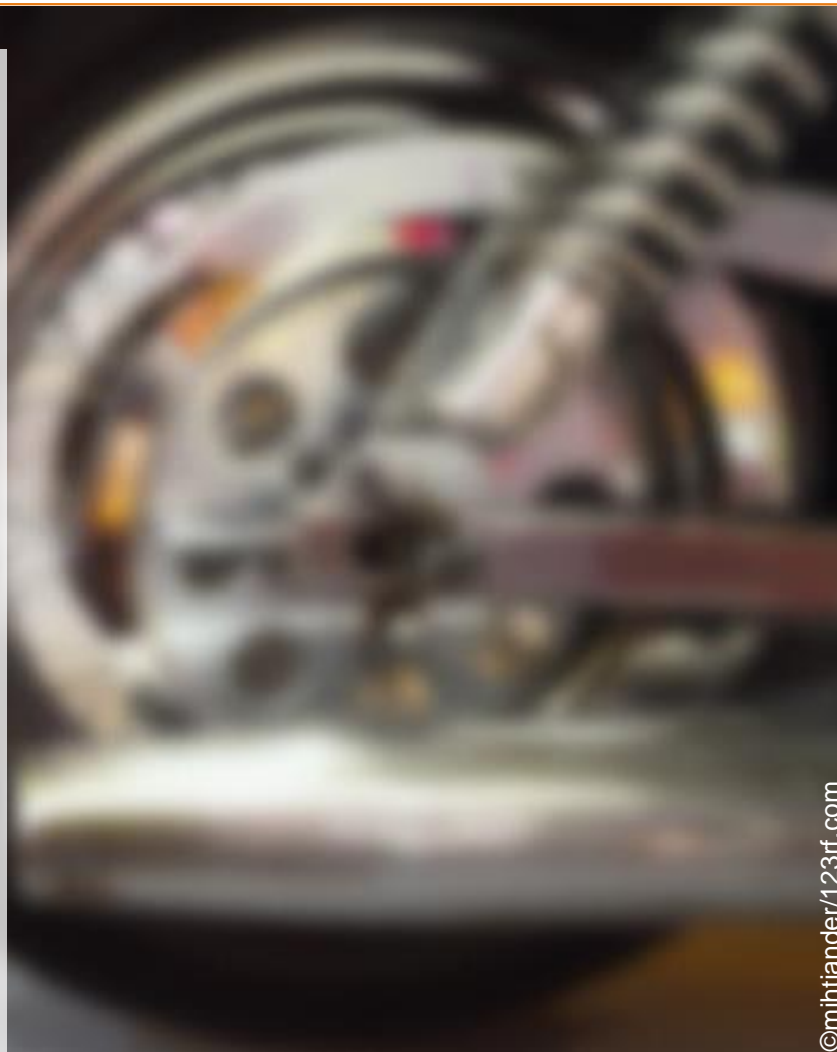
Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	10
➤ Orientierung	12
▪ USP	15
▪ Shopstruktur	17
▪ Navigation – Features	29
▪ Navigation – Suchfunktion	30
▪ Shopdesign	40
▪ Gütesiegel & Testergebnisse	44
▪ Transparenz	46
▪ Besonderheiten	47
➤ Produkte	48
▪ Sortiment	51
▪ Warengruppen	54
▪ Standard-Marken	67
▪ branchenfremde Warengruppen	71
▪ zusätzliche Angebote	72
▪ Besonderheiten	73
➤ Konditionen	74
▪ Preisvergleiche Standardsortiment	77



Inhaltsverzeichnis

▪ Preisspanne Standardsortiment	87
▪ Durchschnittliche Rabattierung	97
▪ Bezahlkonditionen	98
▪ Versandkosten	99
▪ Ermäßigungen	101
▪ Besonderheiten	102
➤ Service	103
▪ Beratung	107
▪ Kundenservice - Features	108
▪ Ländershops	110
▪ Registrierungsangaben	112
▪ Kontaktmöglichkeiten	114
▪ Zahlungsmöglichkeiten	115
▪ Lieferservice	117
▪ Besonderheiten	118
➤ Stärken und Schwächen	119
➤ Ranking	126
➤ E-Shop-Positionierung	139
➤ Kontakt	147

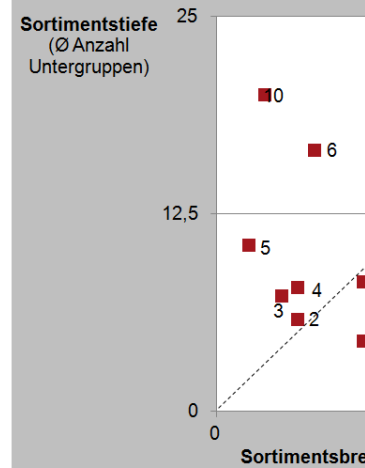


Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Orientierung Shopstruktur

Positionierung der Anbieter anhand der Sortimentsbreite und -tiefe



Orientierung USP

Stärken des E-Shops aus Eigensicht

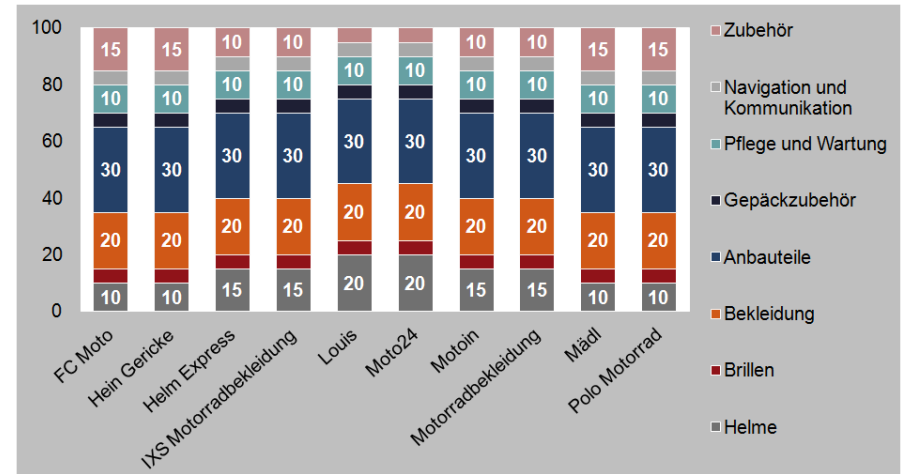
E-Shop	Günstige Preise
FC Moto	-
Hein Gericke	-
Helm Express	-
IXS Motorradbekleidung	X
Louis	-
Moto24	X
Motoin	-
Motorradbekleidung	-
Mädl	-
Polo Motorrad	-

* kommuniziert auf der Startseite (Argumente für den E-Shop)
Stud

Welche Schwerpunkte setzen die E-Shops hinsichtlich der Warengruppen?

Produkte Warengruppen

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



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Welche Sortimentspolitik verfolgen die Anbieter?

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

E-Shop-Analyse
Motorradzubehör 2015

56

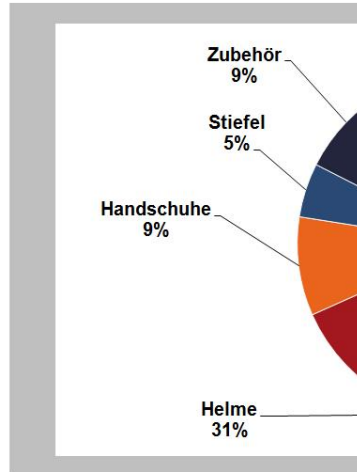
Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produkte

Warengruppen der Anbieter

Warengruppen – Anbieter XY



Konditionen

Preisvergleiche Standardsortiment

Preisspanne – 7. Navigation und K

E-Shop	Navigation	Geräte
FC Moto	X79 – X99	>
Hein Gericke	X89 – X89	>
Helm Express	XXX	>
IXS Motorradbekleidung	XXX	>
Louis	X69 – X19	>
Moto24	XX9 – XX0	>
Motoin	XX9 – XX9	>
Motorradbekleidung	XXX	>
Mädl	XXX	>
Motorrad	XX9 – XX9	>

Service

Kundenservice

Kundenservice – Features (2)

E-Shop	Kundenbewertung	Testberichte	Weiterempfehlungen	App/mobiler Shop	Finanzierung	B2B-Bereich
FC Moto	X	-	-	-	-	-
Hein Gericke	X	X	-	-	-	-
Helm Express	-	X	X	-	-	-
IXS Motorradbekleidung	-	-	X	X	-	X
Louis	-	-	-	X	X	X
Moto24	-	-	-	X	X	X
Motoin	-	-	X	X	-	X
Motorradbekleidung	-	X	X	-	-	-
Mädl	X	X	-	-	-	-
Polo Motorrad	X	-	-	-	-	-

In welchen Servicebereichen zeigt sich Potenzial zum Ausbau des Kundenservice?

Welche E-Shops punkten durch ein breites Produktangebot?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

E-Shop-Analyse
Motorradzubehör 2015

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

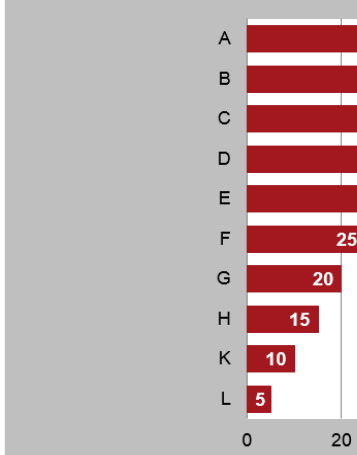
Stärken und Schwächen

Stärken und Schwächen der Anbieter


E-Shop	Stärken
Anbieter A	<ul style="list-style-type: none"> + alle Stand: + Platz 2 im + guter Kund + 24/7 Hotlin + Rückruf-O
Anbieter B	<ul style="list-style-type: none"> + hohe Artiki + geringe Ve + Live Chat + sehr viele + Barzahlun

Ranking

Gesamtranking (Angaben in % als D



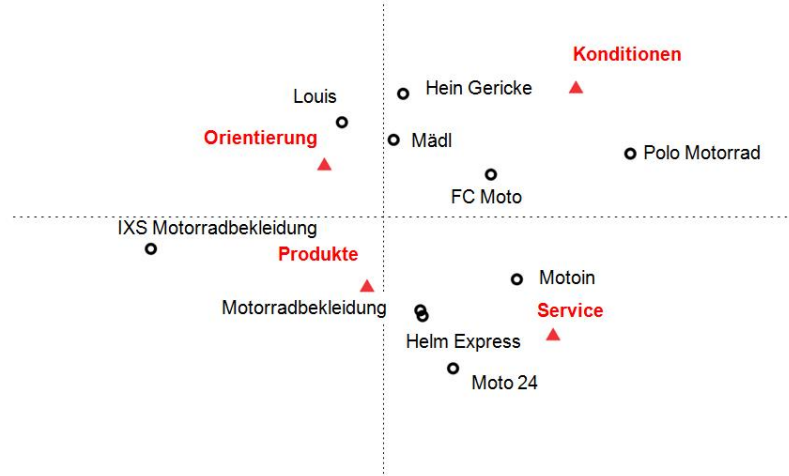
Provider	Ranking (%)
A	10
B	10
C	10
D	10
E	10
F	25
G	20
H	15
K	10
L	5




research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

E-Shop-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter





research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

E-Shop-Analyse
Motorradzubehör 2015

Welche Auswirkungen haben Schwächen und Stärken auf die Performance?

Welche Positionierung nehmen die E-Shops im Wettbewerbsumfeld ein?

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 Motorradzubehör 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

Auswahl bisher erschienener Automotive-Studien:

- E-Shop-Analyse Kfz-Teile 2015
- E-Shop-Analyse Reifen 2014
- Marketing-Mix-Analyse Kfz-Versicherung 2015
- Marketing-Mix-Analyse SUV-Mietwagen 2015
- Marketing-Mix-Analyse Autokredit 2014
- Werbemarktanalyse Automotive-Umfeld 2014

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 23 Branchen erschienen.