

+++ Brandos +++ Deichmann +++ Goertz +++ I'm walking +++ Javari +++
Mirapodo +++ Sarenza +++ Schuh-Online +++ Spartoo +++ Zalando +++

Studiensteckbrief
**E-Shop-Analyse Schuhe
2012**

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2012

Information zur Studie

Keyfacts (Auswahl)

- Der **Sortimentsumfang** reicht bei den zehn analysierten E-Shops von rund 2.500 bis hin zu über 110.000 gelisteter Einzelprodukte.
- Die E-Shops strukturieren ihr Sortiment in unterschiedlichen **Warengruppen** und bieten neben Schuhen auch andere Produkte wie Accessoires, Taschen, Pflegeprodukte und Zubehör an.
- Die einzelnen E-Shops setzen innerhalb der Schuhwarengruppen sowie bei der Markenvielfalt unterschiedliche Schwerpunkte.
- Unter den Anbietern gibt es große **Preisunterschiede**. Auch beim Vergleich konkreter Marken konnten Preisdifferenzen festgestellt werden.
- Die E-Shops setzen ihre **Kaufanreize** in Form von Rabatten, aktuellen Angeboten, Topsellern, Preishits, Tiefpreisgarantien, Ermäßigungen und dergleichen mehr.
- Die **Suchfunktion** der untersuchten E-Shops arbeitet sehr unterschiedlich effektiv. Zeigen einige Suchen nur wenige und meist passende Treffer an, so listen andere bei gleichem Suchbegriff mehrere Hundert Produkte.
- Die **Serviceorientierung** der Anbieter ist sehr unterschiedlich. Einige E-Shop-Betreiber haben hier starke Defizite.

Information zur Studie

Sie möchten wissen:

- wie gut Ihr E-Shop die Orientierung seiner Kunden unterstützt?
- wie das Sortiment Ihres Schuh-Shops im Wettbewerbsvergleich strukturiert ist?
- welche Warengruppen Ihrem E-Shop fehlen?
- wie Ihr E-Shop sich im Wettbewerbsumfeld preislich positioniert?
- in welchen Warengruppen Ihr E-Shop für Verbraucher preislich attraktiv ist?
- wie serviceorientiert Ihr E-Shop aufgebaut ist?

Forschungsdesign:

Die vorliegende Studie basiert auf Daten, die von research tools auf den einzelnen Seiten der Online-Schuh-Shops von Brandos, Deichmann, Goertz, I'm walking, Javari, Mirapodo, Sarenza, Schuh-Online, Spartoo und Zalando im Zeitraum März/April 2012 erhoben wurden. Die E-Shops wurden im Hinblick auf Orientierung, Produktsortiment, Konditionen und Service analysiert und bewertet. Im Rahmen der Gesamtbewertung wurde ein Scoringssystem entwickelt und ein Ranking vorgenommen.

Die 112 Seiten umfassende Studie ist für 1.800 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer erhältlich und wird als PDF- und Powerpoint-Datei als CD zur Verfügung gestellt.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	7
➤ Orientierung	9
▪ Argumente für den E-Shop aus Eigensicht	12
▪ Menüpunkte Warengruppen	13
▪ Navigation – Features	23
▪ Navigation – Suchfunktion	24
▪ Shopdesign	29
▪ Gütesiegel	33
➤ Produkte	35
▪ Sortiment	38
▪ Warengruppen	43
▪ Standard-Marken	56
▪ branchenfremde Warengruppen	59
▪ Angebote	60

Inhaltsverzeichnis

➤ Konditionen	61
▪ Preisvergleiche Standardsortiment	64
▪ Durchschnittlicher Schuhpreis	78
▪ Durchschnittliche Rabattierung	79
▪ Versandkosten	80
▪ Ermäßigungen	81
➤ Service	83
▪ Kontaktmöglichkeiten	85
▪ Hotline	86
▪ Kundenservice	87
▪ Zahlungsmöglichkeiten	89
▪ Lieferservice	91
➤ Stärken und Schwächen	92
➤ Ranking	99
➤ Kontakt	109

Beispielseiten (1)

Orientierung

Navigation - Suchfunktion

Navigation – Suchfunktion für Tamaris Pumps

E-Shop	Anzahl gelisteter Artikel	Anzahl angezeigter Artikel	Anzahl Treffer der Marke	Anzahl Treffer des Artikels
Brandos				72
Deichmann				
Goertz				
I'm walking				
Javari	156			
Mirapodo	135			
Sarenza	23			
Schuh-Online	69			
Spartoo	27			
Zalando	222			

Wie gut ist Ihre Suchfunktion?

Produkte

Warengruppen

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



In welchen Warengruppen fehlt es Ihrem E-Shop an Sortimentstiefe?

branchenfremde Warengruppen im Sortiment

E-Shop	Accessoires ¹	Pflege	Taschen	
Brandos				
Deichmann		X	X	
Goertz	X		X	
I'm walking	X		X	
Javari	X			
Mirapodo				X
Sarenza				X
Schuh-Online				X
Spartoo				
Zalando	X	X	X	X

Welche Sortimente fehlen Ihrem E-Shop?

¹ z.B. Schmuck, Gürtel, Ohrringe, ... ² z.B. Socken, ...



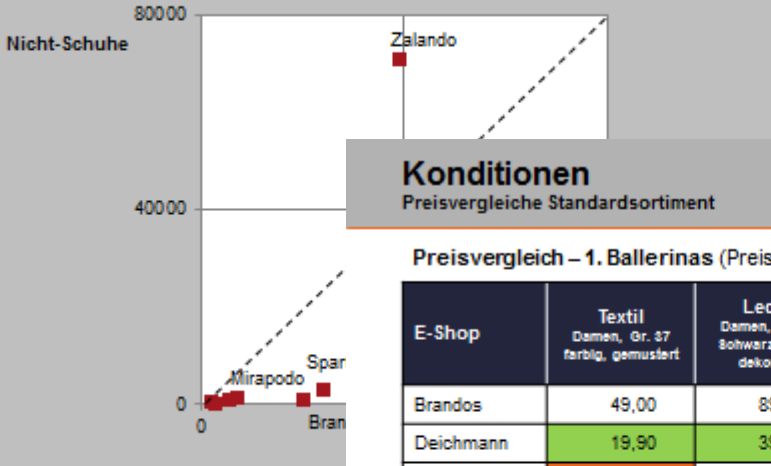
Studiensteckbrief E-Shop-Analyse Schuhe 2012

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (2)

Produkte Sortiment

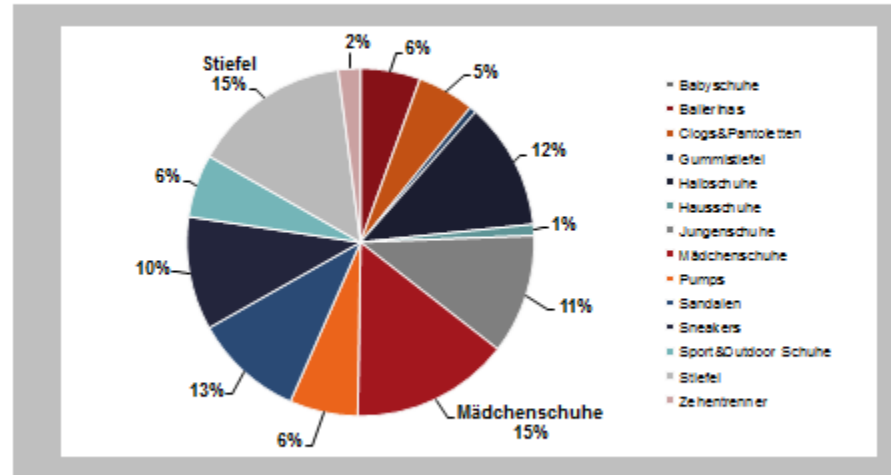
Positionierung der Anbieter anhand der Sortimentsstruktur (Angaben absolut als Anzahl Artikel)



Produkte

Warengruppen der Anbieter

Warengruppen



Wie strukturieren Ihre Konkurrenten das Sortiment?

Wie positioniert sich Ihr E-Shop preislich im Wettbewerbsumfeld?

research tools

81,00	30,00	43,00	177
89,95	59,95	49,95	263

research tools

Studiensteckbrief E-Shop-Analyse Schuhe 2012

Anmerkung:
Die Beispielseiten
enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (3)

Service Kundenservice

Kundenservice-Features

E-Shop	News-letter	Merk-zettel	App
Brandos	X		
Deichmann	X	X	X
Goertz	X		
I'm walking	X		
Javari	X		
Mirapodo	X		
Sarenza	X		
Schuh-Online			
Spartoo			
Zalando			

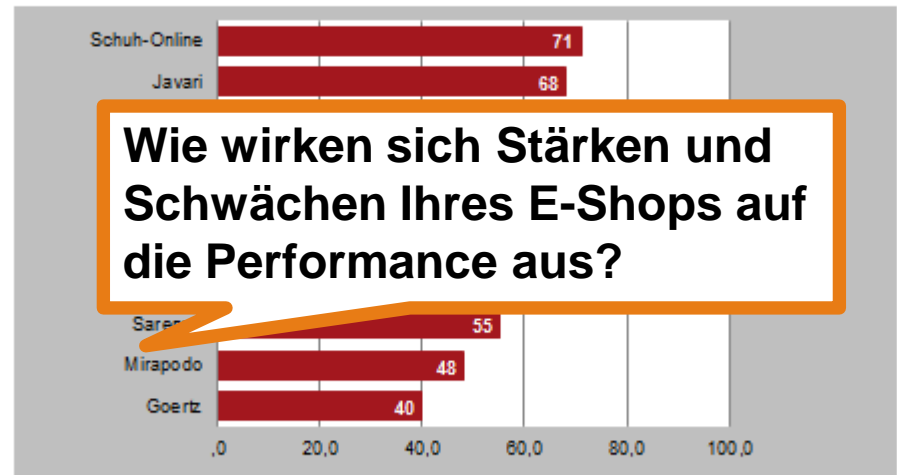
Stärken und Schwächen

Stärken und Schwächen der /

Wie serviceorientiert ist Ihr E-Shop?

Ranking

Gesamtranking (Angaben in % der maximal möglichen Punkte)



Wie wirken sich Stärken und Schwächen Ihres E-Shops auf die Performance aus?



Studiensteckbrief

Sarenza
+ viele Kontaktm
+ keine Versandk
+ Sendungsverf



Studiensteckbrief E-Shop-Analyse Schuhe 2012

Schuh-Online	<ul style="list-style-type: none"> + gute Suchfunktion + viele Zahlungsmöglichkeiten + keine Versandkosten 	<ul style="list-style-type: none"> - vergleichsweise schlechtes Design - geringe Artikelanzahl - keine Rabattierungen - gebührenpflichtige Hotline - lange Lieferzeit - keine Sendungsverfolgung
--------------	---	--

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Studiensteckbrief E-Shop-Analyse Schuhe 2012

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 - 55090384

Auftragnehmer:

research tools

Martinstraße 42-44

73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.800 EUR zzgl. MwSt. die E-Shop-Analyse Schuhe 2012

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Unterschrift:

Datum/Ort:



Kontakt

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer, Diplom-Kaufmann,
Marktforscher BVM, Lehrbeauftragter für Marktforschung

Tel. +49 711 55090381, Fax +49 711 55090384,
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools
Martinstraße 42-44, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.