

16.04.2014 - 13:00 Uhr

Schweizer Online-Shops überzeugen mit Bezahlung und Logistik

Zürich (ots) -

Neue Studie "Erfolgsfaktoren im E-Commerce - Top Online-Shops in der Schweiz 2014" des ECC Köln in Zusammenarbeit mit Namics und prudsys veröffentlicht. Schweizer Shops punkten mit Erfolgsfaktor Bezahlung. Qualität und Preis-Leistung aus Kundensicht am wichtigsten. digitec, Nespresso und Zalando schneiden im Schweizer Online-Shop-Ranking am besten ab.

Wie zufrieden sind die Schweizer Online-Shopper, was sind aus Konsumentensicht Must-Have-Kriterien für exzellente Online-Shops und welche Händler zählen zu den Top-Online-Shops in der Schweiz? Diese und weitere Fragen beantwortet die neue Studie "Erfolgsfaktoren im E-Commerce - Top Online-Shops in der Schweiz" des ECC Köln in Zusammenarbeit mit Namics und prudsys, die heute exklusiv in Zürich vorgestellt wurde. Das Ergebnis: Schweizer Shops können vor allem mit den Erfolgsfaktoren Bezahlung sowie Versand und Lieferung punkten.

Die Betrachtung der sieben Erfolgsfaktoren (Website-Gestaltung, Benutzerfreundlichkeit, Preis-Leistung, Sortiment, Service, Bezahlung, Versand und Lieferung) zeigt: Shopübergreifend sind die befragten Schweizer Konsumenten mit der Bezahlung (Zahlungsprozess, angebotene Bezahlfverfahren) am zufriedensten (80,7 %). Mit 78,3 Prozent (absolut und sehr zufrieden) landet der Erfolgsfaktor Versand und Lieferung auf dem zweiten Platz. Bei den aus Konsumentensicht wichtigsten Einzelkriterien für Online-Shops zeigt sich, dass die Schweizer Kunden - wie die deutschen Konsumenten auch - die Basisfaktoren des Handels "Gute Qualität der Produkte" und "Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis" am wichtigsten erachten. Der Transparenz-Aspekt "Offenlegung aller Kosten" landet auf Platz drei. "Kunden erwarten in vielerlei Hinsicht einen reibungslosen Ablauf ihres Online-Einkaufs. Die Ergebnisse zeigen, dass es nicht ausreicht, nur in einem Bereich top zu sein. Es gilt, bei den grundlegenden Kriterien, wie Preis-Leistung, Verfügbarkeit, Website-Gestaltung und Kontakt bzw. Erreichbarkeit, die Pflicht zu erfüllen, um sich anschliessend mit weiterführenden Services vom Wettbewerb abgrenzen zu können", so Sabrina Mertens, Leiterin des ECC Köln.

Die Top-Online-Shops in der Schweiz heissen digitec, Nespresso und Zalando

Die Online-Shops von digitec, Nespresso und Zalando erreichen die besten Werte im Online-Shop-Index und schaffen es aus Konsumentensicht am besten die Erwartungen ihrer Kunden zu erfüllen. Mit Werten zwischen 75,1 und 76,5 von 100 möglichen Punkten, liegen die Top 3 eng beieinander und bewegen sich im Hinblick auf Kundenzufriedenheit und Kundenbindung auf einem hohen Niveau. Entscheidend für den knappen Vorsprung von digitec gegenüber Nespresso ist die weitaus grössere Zufriedenheit der Kunden mit dem Erfolgsfaktor Preis-Leistung. Auch der für die Studie ermittelte Kundenbindungsindex spiegelt das knappe Ergebnis wider: Nespresso erzielt zwar eine durchschnittlich höhere Gesamtzufriedenheit, digitec punktet aber mit der Wiederkaufabsicht und der Weiterempfehlungsbereitschaft seiner Kundinnen und Kunden.

Über die Studie

Im Rahmen der Studie "Erfolgsfaktoren im E-Commerce - Top Online-Shops in der Schweiz 2014" wurden 1.300 Schweizer Konsumenten (internetrepräsentativ) zu ihrem Online-Kaufverhalten und ihrem Online-Shopperlebnis befragt. Ziel der Studie ist es, die relevanten Kriterien für exzellente Online-Shops aus Kundensicht herauszuarbeiten. Hierfür knüpft die Studie an das deutsche Studienpendant an. Die sieben Erfolgsfaktoren Website-Gestaltung, Benutzerfreundlichkeit, Preis-Leistung, Sortiment, Service, Bezahlung, Versand und Lieferung wurden aus Konsumentensicht hinsichtlich Relevanz und Zufriedenheit bewertet und der Einfluss der Zufriedenheit mit diesen Faktoren auf die Kundenbindung analysiert. Hierfür bewerteten die Konsumenten über 60 Einzelkriterien. Zusätzlich wurden die Schweizer Konsumenten zu den Themen "personalisierte Ansprache im Online-Shop" und "Gründe für den Kaufabbruch" befragt. Zu den einzelnen für die Studie bewerteten Shops zählen die 20 umsatzstärksten Online-Shops in der Schweiz.

Hier finden Sie weitere Informationen zur Studie und den Bestellmöglichkeiten: <http://ots.ch/yS8Dw>

Über das ECC Köln

Das ECC Köln ist die Online-Abteilung der IFH Institut für Handelsforschung GmbH. Als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis bietet das IFH Köln seit 1929 neutrale Analysen und Strategieberatung für Händler, Hersteller und Dienstleister. Das ECC Köln fokussiert dabei den Einfluss des Internets auf die Handelslandschaft. Die Erfolgsfaktoren des E-Commerce werden in Studien und Auftragsprojekten analysiert. In Zusammenarbeit mit den Kollegen des IFH Köln werden diese Erkenntnisse in den Kontext eines effizienten Multi-Channel-Managements gesetzt. Hierfür greifen die Experten des ECC Köln auf alle gängigen Methoden der Marktforschung zurück, interpretieren die Analyseergebnisse und unterstützen Unternehmen dabei Managemententscheidungen vorzubereiten und abzusichern. Unsere Kunden profitieren von der Kanalexpertise des ECC Köln und dem Branchen Know-how des IFH Köln. Weitere Informationen finden Sie unter: www.eccoeln.de und www.ifhkoeln.de.

Über Namics

Namics gehört zu den führenden Full-Service Webdienstleistern für E-Commerce, Digitale Kommunikation, Content Management,

Web Applikationen und Mobile Solutions im deutschsprachigen Raum. 2013 gründete Namics die digitale Kommunikationsagentur Namics 13 und baut unter dieser Marke das Geschäftsfeld Digitale Kommunikation aus. Das inhabergeführte Unternehmen wurde 1995 gegründet. An den Standorten in Frankfurt, Hamburg, München, St. Gallen und Zürich betreuen rund 450 Mitarbeiter u.a. folgende Kunden: ABB, AMAG, BASF, BAUHAUS, Bausparkasse Schwäbisch Hall, Daimler AG, European Patent Office (EPO), Fraunhofer Gesellschaft, Interhome AG, Migros, Panalpina, SBB, Swisscom, Swiss Life, UBS, Viessmann, Webasto.
www.namics.com

Statement zur Studie:

"Die Studie zeigt: Commerce-Anbieter müssen eine Vielzahl von Faktoren beachten, um Erfolg bei ihren Kunden zu haben. Nur ein ganzheitlicher Ansatz gewinnt im heterogenen Markt Schweiz. Daneben wird klar: auch der Druck aus dem Ausland steigt weiter. Details dazu bieten wir gerne auf Anfrage mit einem kostenlosen ECC-Whitepaper an." (Felix Kaiser, Senior Principal Consultant, Namics)

Über die prudsys AG

Die prudsys Realtime Decisioning Engine bietet mit täglich rund 670 Mio. personalisierten Empfehlungen, Kunden in 34 Ländern und über 200 Onlineshops das ganz besondere Einkaufserlebnis. Mit einem Handelsvolumen von über 8 Mrd. US Dollar aus Empfehlungen pro Jahr, zählt das auf Echtzeitanalyse basierende System damit zu den weltweit erfolgreichsten Personalisierungslösungen.

Die prudsys AG ist Inhaber zahlreicher Patente und gilt als best-of-breed Anbieter. Um die technologische Spitzenposition weiter auszubauen, legt prudsys grossen Wert auf die Zusammenarbeit mit renommierten wissenschaftlichen Institutionen, ist Mitglied der Standardisierungsgremien DMG und OMG und nimmt damit aktiv Einfluss auf die Entwicklung der Standards in der intelligenten Datenanalyse. Als Organisator des weltweit etablierten DATA-MINING-CUP, Wettbewerb für intelligente Datenanalyse und -prognose, unterstützt prudsys seit dem Jahr 2000 alljährlich Universitäten und Studenten beim Sammeln wertvoller Praxiserfahrung. www.prudsys.com

Statement zur Studie:

Jens Scholz, Vorstand der prudsys AG: "Die Studie zeigt, dass die Kunden im Schweizer E-Commerce Markt neben grundlegenden Kriterien weiterführende Services schätzen. Mit einer personalisierten Ansprache können sich Onlinehändler klar von der Konkurrenz abheben, ihren Kunden einen besonderen Service bieten und den Umsatz maximieren. So wird in der Studie u.a. beleuchtet, welche Akzeptanzraten die verschiedenen Formen der personalisierten Ansprache erreichen."

Kontakt:

Medienkontakt
Namics AG
Gregor Erismann
Head of Marketing & Communication
Bederstrasse 1
CH-8002 Zürich
Tel: +41 78 797 05 09
E-Mail: gregor.erismann@namics.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100002033/100754736> abgerufen werden.