



dmc
digital media center

Online

Umsätze

steigern

Mehr Erfolg für Ihren Online-Shop

Inhaltsverzeichnis des Ergebnisberichtes

1	Einleitung
2	Zusammenfassung
3	Suche und Suchergebnis
3.1	Suche
3.2	Suchergebnisseite
4	Navigation und Orientierung
4.1	Orientierung und Verlinkung
4.2	Horizontale Hauptnavigation
4.3	Linksnavigation
4.4	Binnennavigation
4.5	Sitemap
5	Persönlicher Bereich (Usermanagement)
6	Warenkorb / Checkout
6.1	Außerhalb des eigentlichen Warenkorbs
6.2	Im Warenkorb
6.3	Zahlungsarten
6.4	Formulare und Eingabefelder
6.5	Fehlermeldungen
7	Glaubwürdigkeit
8	Textverständlichkeit
8.1	Lesbarkeit von Texten
8.2	Textdesign und Präsentation der Inhalte
8.3	Satzbau, Wording und Ansprache
9	Übergeordnete Themen
10	Allgemeiner Eindruck
10.1	Redaktioneller Content
10.2	Emotionalität
10.3	Branding/Markenführung
10.4	Innovation
10.5	Joy of Use
10.6	Inszenierung
10.7	Design
11	Produktübersichtsseiten
11.1	Funktionen
11.2	Informationen
12	Produktdetailseiten

Online

Umsätze

steigern

Mehr Erfolg für Ihren Online-Shop

- 12.1 Produktinformationen
- 12.2 Zusatzinformationen
- 12.3 Cross-Selling
- 12.4 Funktionen
- 12.5 Zusatzkriterien für Mode/ Weiße Ware/ Technik

- 13 Detailbeschreibungen

- 14 Online-Panel-Umfragen
- 14.1 Onmibusbefragungen
- 14.2 Anforderungsanalyse mit Kano

- 15 Studienergebnisse der Online-Panel-Umfragen
- 15.1 Onlinebefragungen vom Februar 2009 (Im Focus 06)
- 15.2 Onlinebefragungen vom November 2008 (Im Focus 05)
- 15.3 Onlinebefragungen vom April 2008 (Im Focus 04)
- 15.4 Onlinebefragungen vom Oktober 2007 (Im Focus 02)
- 15.5 Onlinebefragungen vom September 2007 (Im Focus 01)
- 15.6 Interne Onlinebefragungen vom Juni 2008

- 16 Ihre Ansprechpartner für besseres E-Business

12 Beispielauswertung der Produktdetailseiten

Auszug:

14 von insgesamt 46 Einzelkriterien, die auf Produktdetailseiten untersucht werden

12.1 Produktinformationen

Thema	Bewertung	Anmerkungen und Verweise
Sind wichtige Informationen und Funktionen im sichtbaren Bereich ? (z. B. Warenkorb-Button)	teilweise umgesetzt	Bei manchen Produkten rutscht der Warenkorb-Button außerhalb des sichtbaren Bereiches. Beispiel: http://www.ShopURL.de
Sind stets Produktbilder vorhanden? Wie ist deren Qualität zu beurteilen?	ja	Gut fotografierte und hochwertige Produktbilder. Siehe Umfrage-Ergebnisse Kapitel 13 Seite 8 ff
Sind die Produktbeschreibungen ausführlich genug?	teilweise umgesetzt	Häufig sehr ausführliche und hilfreiche Produktbeschreibungen. Es finden sich aber auch Negativbeispiele: Beispiel: http://www.beispiellink.de Siehe Umfrage-Ergebnisse Kapitel 13 Seite 8 ff
Wird die Lieferfrist und der Liefertermin angegeben?	ja	Siehe Umfrage-Ergebnisse Kapitel 13 Seite 8 ff
Ist ein einfacher Zugriff auf die Serviceleistungen des Versenders möglich?	nein	Die Serviceleistungen sind unter "Hilfe" versteckt und schwer zu finden. Besser wäre es, direkt Quicklinks für die Serviceleistungen anzubieten. Siehe Umfrage-Ergebnisse Kapitel 13 Seite 8 ff

12.3 Cross-Selling

Thema	Bewertung	Anmerkungen und Verweise
<p>Werden Cross-Sellings angeboten?</p> <p>(Diese Hose passt dazu...)</p>	teilweise umgesetzt	<p>Leider nur bei sehr wenigen Artikeln wie zum Beispiel hier: http://www.ShopURL.de</p>
<p>Alternativen. Werden Artikel mit ähnlichen Eigenschaften oder ähnliche Artikel als Sonderangebot angeboten?</p>	nein	<p>Leider nicht. Nutzer bewerten diese Art des Cross-Sellings sehr positiv.</p> <p>Siehe Umfrage-Ergebnisse Kapitel 13 Seite 8 ff</p>
<p>Recommendation. Können User sehen was andere User noch kauften, die diesen Artikel auch kauften?</p>	ohne Bewertung	<p>Kann nicht bewertet werden, da Funktion nicht vorhanden.</p>

12.4 Funktionen

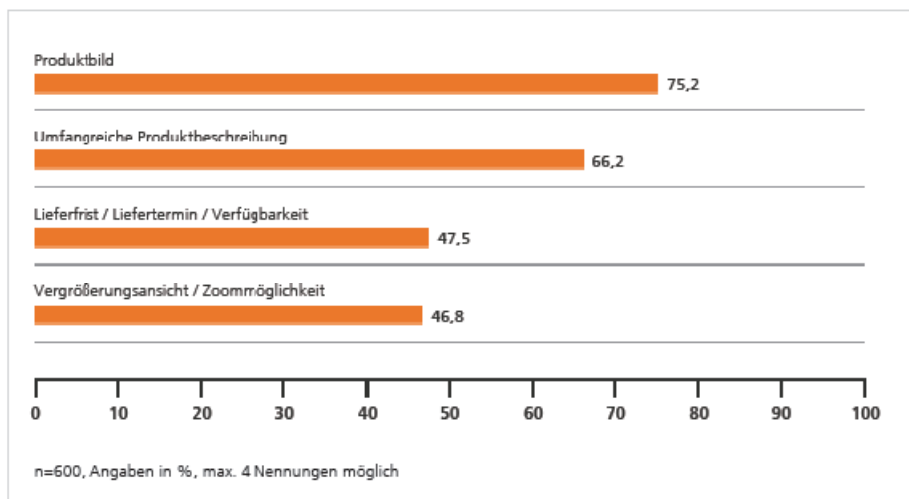
Thema	Bewertung	Anmerkungen und Verweise
Sind geeignete Funktionen vorhanden, welche die Nutzer in ihrem Auswahlprozess unterstützen ?	teilweise umgesetzt	Merkzettel ist vorhanden. Besonders im Bereich Technik wäre die Funktion "Produkte vergleichen" sehr hilfreich in der Entscheidungsfindung.
Gibt es keine überflüssigen Funktionen , die keinen Vorteil bringen?	ja	keine
Sind die wichtigsten Funktionen auf allen Produktdetailseiten gleich positioniert ?	ja	keine
Gibt es die Möglichkeit, Produkte zu vergleichen ? Wie komfortabel und intuitiv ist diese Funktion zu bedienen?	nein	Besonders im Bereich Technik wäre die Funktion "Produkte vergleichen" sehr hilfreich in der Entscheidungsfindung. Siehe Umfrage-Ergebnisse Kapitel 13 Seite 8 ff
Gibt es eine Zoomfunktion ?	ja	Die Zoomfunktion besteht lediglich aus der Darstellung eines vergrößerten Produktbildes in einem Layer. Man kann zoomen. Siehe Umfrage-Ergebnisse Kapitel 13 Seite 8 ff
Können durch die Zoomfunktion gegenständliche Eigenschaften wie Farbe, Textur, Muster, Form gut erkannt werden ?	ohne Bewertung	Kann nicht bewertet werden, da keine „wirkliche“ Zoomfunktion.

15 Studienergebnisse der Online-Panel-Umfragen

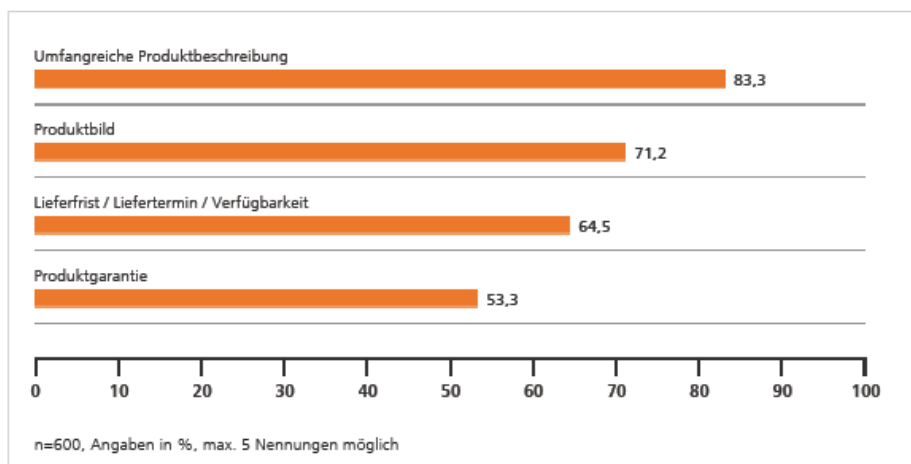
Beispiel Produktdetailansicht

Im Rahmen der Online-Panel-Umfrage vom Februar 2009 wurden die Bedürfnisse der Nutzer beim Onlinekauf analysiert. Die unten aufgeführten Ergebnisse zeigen beispielhaft, welche Produkt- und Zusatzinformationen notwendig oder gar unerlässlich sind. Für den dmc Check für Online-Shops sind diese Ergebnisse als Grundlage herangezogen worden.

„Welche Informationen sind Ihnen beim Kauf eines Modeartikels wichtig?“



„Welche Informationen sind Ihnen beim Kauf einer Waschmaschine wichtig?“



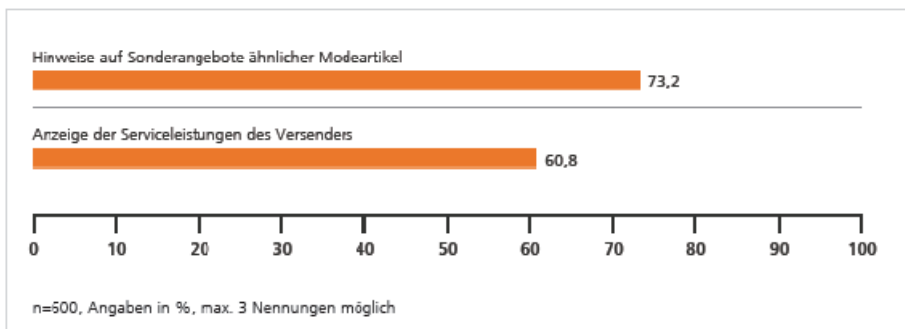
Online

Umsätze

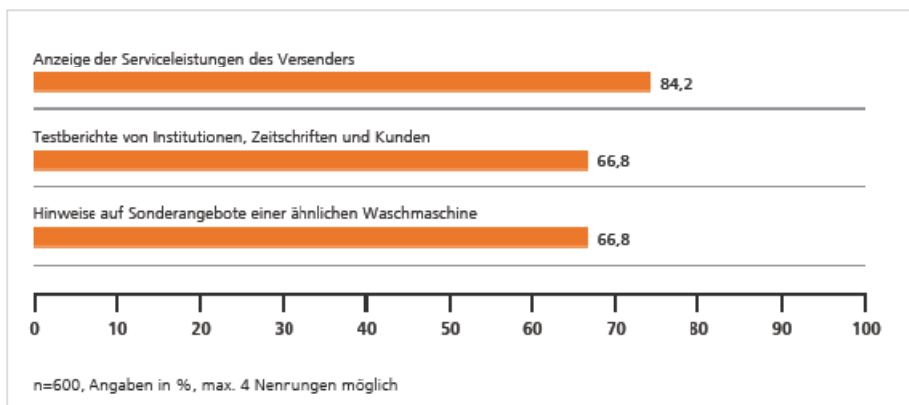
steigern

Mehr Erfolg für Ihren Online-Shop

„Welche der folgenden Zusatzinformationen sind für Sie beim Erwerb eines Modeartikels wichtig?“



„Welche der folgenden Zusatzinformationen sind für Sie beim Erwerb einer Waschmaschine wichtig?“



Online

Umsätze

steigern

Mehr Erfolg für Ihren Online-Shop

16 Ihre Ansprechpartner für besseres E-Business

dmc digital media center GmbH

Christoph Bahner
director project management / consulting

Rommelstraße 11
70376 Stuttgart

Telefon +49 (0) 711/ 60 17 47-241
Telefax +49 (0) 711/ 60 17 47-141

E-Mail christoph.bahner@dmc.de
Web www.dmc.de

dmc digital media center GmbH

Dietmar Franz
director strategy

Rommelstraße 11
70376 Stuttgart

Telefon +49 (0) 711/ 60 17 47-240
Telefax +49 (0) 711/ 60 17 47-141

E-Mail dietmar.franz@dmc.de
Web www.dmc.de