

Customer Solution

eCommerce Benchmarking im Fashion-Segment

arvato unterstützt seine Kunden beim Vergleich relevanter KPIs

Das Einschätzen eigener Online-Shop Kennzahlen fällt vielen eCommerce Unternehmen nicht immer leicht. Zwar können Studien und Umfrageergebnisse eine erste Indikation geben, allerdings ist diese häufig nicht spezifisch genug. Was fehlt sind passgenaue KPIs, die sich nach den Anforderungen des Online-Shops richten. Das eCC Team von arvato hat mit der Einführung einer Quarterly Benchmarking Study genau dieses Problem gelöst.

arvato Consumer Products

Mit über 15 Jahren Erfahrung und über 3.000 Mitarbeitern ist arvato Consumer Products der führende europäische Dienstleister für integrierte eCommerce-Services und exklusiver Partner renommierter Marken:

- Erfahrung aus dem Betrieb von über 60 Länder-Online-Shops für renommierte Marken
- Versandkapazitäten bis zu 180.000 Sendungen pro Tag
- Mehr als 90 Distributionszentren weltweit mit mehr als 1,2 Mio. m² Lagerfläche
- Exzellenter Kundenservice durch über 45 Call-Center, global verteilt
- Abdeckung aller Online-Marketing Aktivitäten durch mehr als 12 Online-Marketing Büros weltweit

Ausgangslage

- Die Einordnung der eigenen Performance fällt Online-Shops auf Grund fehlender Marktdaten schwer
- Öffentliche Studien sind oft teuer und nicht detailliert genug
- arvato verfügt über einen großen Kundenstamm im Fashion-Segment

Die Optimierung von Online-Shops beruht häufig auf der quantitativen Analyse relevanter KPIs, wie z.B. der Conversion Rate. Um Optimierungspotentiale zu identifizieren werden gewöhnlich Benchmarks genutzt, die Markt- oder Wettbewerbsdaten wieder spiegeln. Das Finden relevanter Vergleichswerte fällt vielen Online-Shops allerdings schwer. Denn Studien und Umfragen, die als Referenz herangezogen werden, bieten nur bedingt Hilfe, da relevante Faktoren wie Zeitraum, Länderfokus oder Metrik häufig nicht passend sind. arvatos großer Kundenstamm im Fashion-Segment bietet in diesem Zusammenhang eine einzigartige Möglichkeit: Eine Quarterly Benchmarking Study speziell auf die Bedürfnisse von Fashion-Kunden ausgerichtet.

Lösung

- Einführung der arvato Quarterly Benchmarking Study
- Kundenindividuelle Analysen
- Regelmäßige Veröffentlichungen mit Länderaufschlüsselung und persönlicher Vorstellung durch eCC Analysten

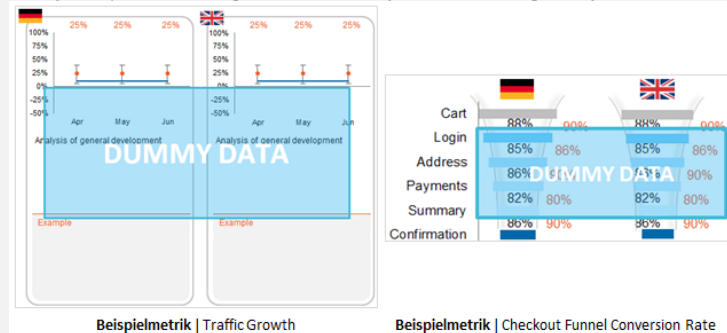
In diesem Zusammenhang wurde die arvato Quarterly Benchmarking Study eingeführt. Die Studie ermöglicht einen umfassenden Einblick in alle wichtigen eCommerce KPIs eines Online Shops. Der Teilnehmerkreis setzt sich ausschließlich aus Fashion-Kunden zusammen, die anonymisiert, aggregiert und in einem Benchmark zusammengeführt werden. Die Daten werden kundenindividuell und länderspezifisch von unseren eCC Analysten visuell aufbereitet und geprüft. Jede Metrik wird mit kurzen Analysetexten angereichert, so dass mögliche Auffälligkeiten sofort erkannt werden.

Real Life Example

Der Kunde wird durch die Quarterly Benchmarking Study aufmerksam, dass seine „Payment-to-Summary“ Conversion Rate in mehreren Ländern deutlich unter Benchmark liegt. Nach einer ersten Analyse wird die Hypothese aufgestellt, dass die fehlende Zahlungsmethode „PayPal“ verantwortlich für die schwache Conversion Rate ist. Der Kunde entschließt sich daraufhin PayPal als weitere Zahlungsmethode in seinem Online-Shop anzubinden. In einer späteren Edition der Quarterly Benchmarking Study wird die gestellte Hypothese bestätigt – die „Payment-to-Summary“ Conversion Rate ist nun auf Benchmark-Niveau.

Die persönliche Vorstellung der Ergebnisse beim Kunden bildet den Abschluss der Analyse. Der Kunde erhält somit eine maßgeschneiderte und hochgradig analytisch aufbereitete Lösung, die eine schnelle Identifikation von Optimierungspotentialen ermöglicht.

Beispiele | Aufbereitung Daten Quarterly Benchmarking Study



Ergebnis

- Schnelle Identifikation von Optimierungspotentialen
- Aktuelle Erkenntnisse über Marktentwicklungen und Wettbewerb
- Umfangreiches länderspezifisches Detailwissen

Mit der Quarterly Benchmarking Study wurde das Problem fehlender Vergleichsdaten gelöst und dem Kunden gleichzeitig ein Werkzeug an die Hand gegeben, das ein schnelles Performance-Screening aller wesentlichen Online-Aktivitäten erlaubt. Die Folge: Steigerung von Conversion Rates im gesamten Checkout. Aktuelles Wissen über Entwicklungen im Fashion-Markt. Und die Möglichkeit Optimierungspotentiale schnell zu identifizieren. Der exklusive Fokus auf den Fashionmarkt und die Abdeckung verschiedener europäischer Länder stellt zudem sicher, dass alle KPIs zielgruppenspezifisch betrachtet werden. Das Ergebnis ist ein optimierter Online Shop, der durch regelmäßige Analysen und Anwendung von Best-Practice zeitgemäß auftritt und ungenutztes Umsatzpotential aktiviert.

eCommerce Competence Center (eCC)

Unsere Consulting Einheit ist dank jahrelanger Erfahrung im eCommerce Business Ihr Partner zur Optimierung der Business Performance. Unsere Experten beraten Sie strategisch und operativ entlang der gesamten eCommerce Wertschöpfungskette.

- Entwicklung und Konzeption von Markteintritts-, Internationalisierungs-, Mobile-, CRM- und Multichannelstrategien
- Umsetzung von Benchmarking, Best-Practice und Performanceanalysen
- Berechnung und Bewertung von Markteintritts- und Expansionsstrategien
- Geschäftsoptimierung mit Hilfe von Business Intelligence

Ihr Ansprechpartner

Michael Schröder

Telefon: +49 5241 8089 136

eMail: sales-consumer@arvato.com