

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/17349/1673422/vermessen-online-haendler-vernachlaessigen-e-shop-monitoring-nur-57-prozent-der-e-shops-messen-wie> abgerufen werden.



Vermessen: Online-Händler vernachlässigen E-Shop-Monitoring/Nur 57 Prozent der E-Shops messen, wie viele Besucher wirklich einkaufen/Mehrheit beschränkt sich auf abgespecktes Reporting

31.08.2010 - 11:00 Uhr, novomind AG

Hamburg (ots) - Online-Händler in Deutschland stehen mit einer professionellen Web-Analyse ihrer E-Shops erst am Anfang. 43 Prozent der E-Shop-Betreiber wissen beispielsweise nicht, wie viele Besucher ihrer E-Commerce-Plattform später tatsächlich eingekauft haben. Sie sind zudem nicht im Bilde darüber, welche Suchwörter Kunden am häufigsten benutzen. Den Unternehmen entgehen damit wichtige Anhaltspunkte, mehr Besucher in Kunden zu verwandeln. Das sind die Ergebnisse einer E-Shop-Studie von novomind, für die 200 Entscheider der E-Commerce-Branche befragt wurden.

Rein technisch betrachtet besitzen die meisten Internethändler alle Voraussetzungen für ein fundiertes Monitoring. Etwa drei Viertel der Experten bewerten die vorhandenen Tools zur E-Shop-Analyse mit gut oder sehr gut. Trotz der Informationsdichte beschränken sich dennoch 63 Prozent der Online-Händler bei der Auswertung auf maximal zehn Kennzahlen. Vor allem betriebswirtschaftlich und strategisch wichtige Fakten bleiben bei der Webanalyse außen vor. Den Durchschnittswert der Warenkörbe oder Abbruchraten hält beispielsweise nur jeder zehnte E-Shop-Manager für wichtig.

Dabei beeinflusst ein umfassendes E-Shop-Controlling durchaus die Umsatzchancen, so die Studie: Je mehr Kennzahlen eingesetzt werden, desto zufriedener sind die E-Shop-Betreiber mit Umsatz und Gewinn. Zudem richtet sich Erfolg nach der Auswahl und Kombination der eingesetzten Kenngrößen: E-Shops, die beim Controlling Besucherströme, Umsatzgrößen und Kosten zu einem ausgefeilten Reporting verknüpfen, wandeln diesen Informationsvorsprung häufiger in wirtschaftlichen Erfolg um. Zum Vergleich: 81 Prozent der Unternehmen mit einem umfassenden Monitoring sind mit den Ergebnissen ihres E-Shops zufrieden. Bei Internethändlern, die sich auf das Messen von Ist-Größen beschränken, sind es nur 53 Prozent.

Die Studie "Technische und wirtschaftliche Evolution von E-Shops" basiert auf einer CATI-Befragung (Computer Assisted Telephone Interview). Im Auftrag der novomind AG wurden insgesamt 200 Entscheider im IT-Bereich eines Online-Shops befragt und analysiert, welche Funktionen in E-Shops verwendet werden oder geplant sind. Zusätzlich wurden exemplarisch 15 deutschsprachige E-Shops untersucht, deren Shopsysteme innerhalb der letzten zwölf Monate einem Relaunch unterzogen wurden.

Seit 1999 entwickelt novomind in Hamburg innovative eBusiness-Lösungen für die moderne Internetwelt in vier E-Business-Disziplinen: eCommerce (eShops und Zoomserver), ePDM (elektronisches Produktdatenmanagement), eMarketplace (Marktplatzintegration) und eCommunication (Lösungen für Contact- und Servicecenter).

In jedem Leistungssegment gehört novomind zu den Technologieführern in Europa und deckt die gesamte digitale Wertschöpfungskette des Handels und der elektronischen Kundenkommunikation ab. Auf den Gebieten elektronischer Kundenkommunikation und Mail-Management ist das Hamburger Softwarehaus das am schnellsten wachsende Unternehmen.

Für den elektronischen Handel (eCommerce) stellt novomind umfassende Beratungsleistungen bei der Wahl eines geeigneten IT-Systems zur Verfügung. Etablierte Lizenzsoftware wie IBM WebSphere Commerce Server oder INTERSHOP ENFINITY werden genauso in Betracht gezogen wie maßgeschneiderte novomind-Lösungen auf Basis von novomind iSHOP[™].

Die novomind AG betreut derzeit mehr als 80 Unternehmen, darunter Targobank, Der Club Bertelsmann, Deutsche Rentenversicherung Bund, Ernsting's family, EnBW, gebrüder götz, OTTO und QVC.

Mehr Informationen auf <http://www.novomind.com> Pressekontakt:

novomind AG, Bramfelder Strasse 121, 22305 Hamburg
Pressekontakt: Jan Kleinevoss, Faktenkontor GmbH,

Tel.: 040/22703-8131, Fax: 040/22703-4131

E-Mail: jan.kleinevoss@faktenkontor.de, Internet: www.novomind.com

Originaltext:

novomind AG

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/17349/novomind-ag>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_17349.rss2