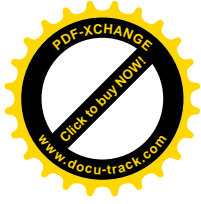




MOS / BFS / 040908

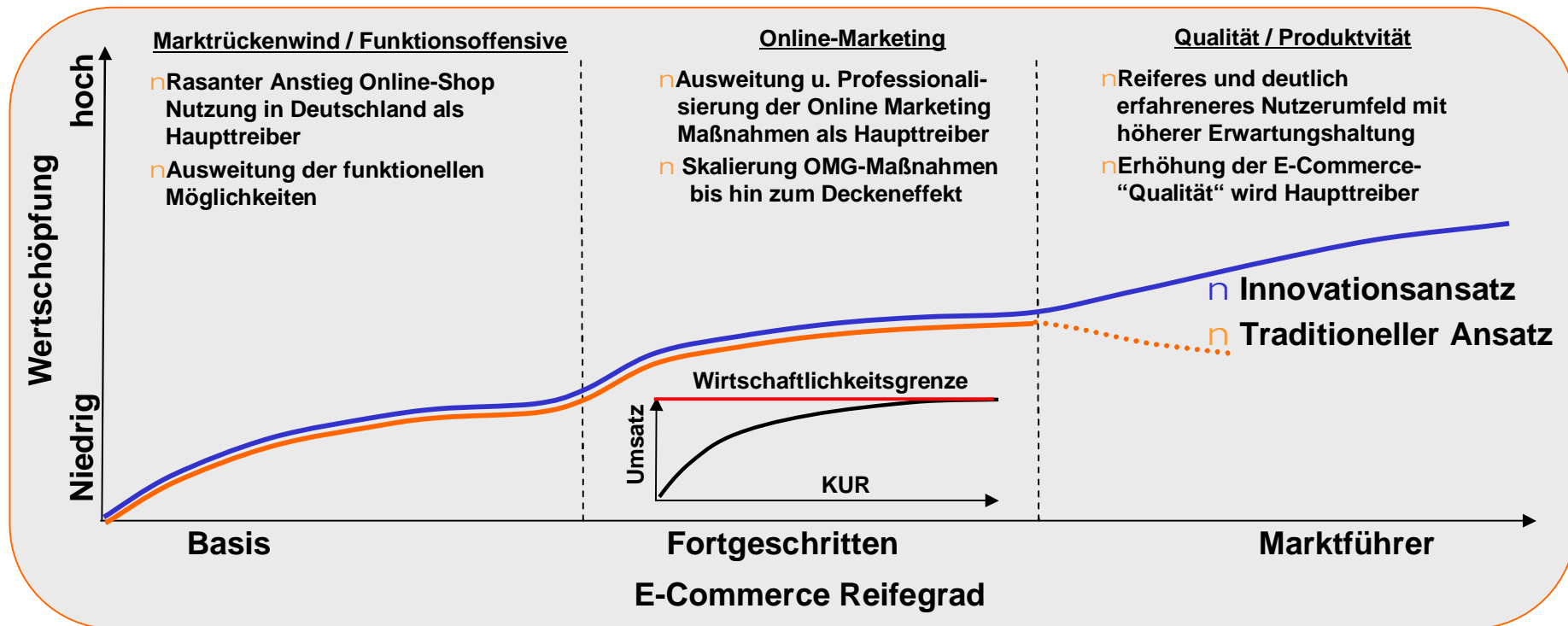


# Multichannel Versandhandel MOS-Meeting

Dirk Lauber

MOS / BFS / 040908

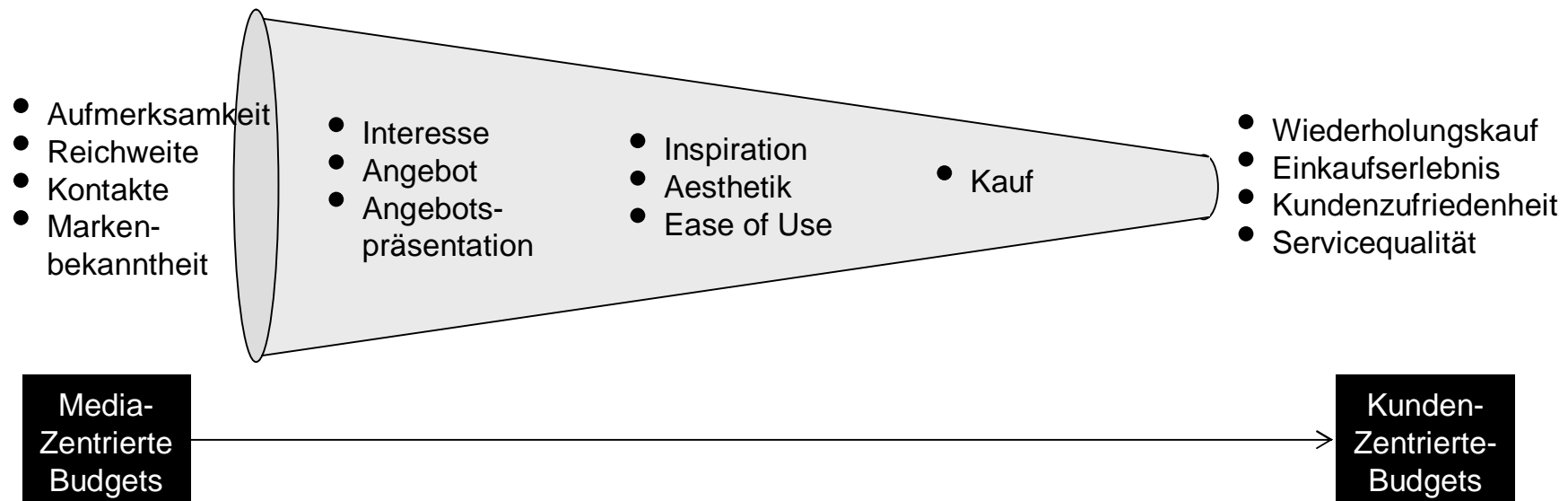
## Nach der „Funktionsoffensive“ der ersten E-Commerce Jahre und dem folgenden Reichweitenausbau beginnt nun ein zukünftiger Fokus auf der Erzielung höherer Umwandlungsquoten



- ↳ Die Bedeutung der E-Commerce Wachstumstreiber verschiebt sich sukzessive
- ↳ Nach einer initialen Phase der Funktionserweiterung wird das Wachstum aller großen Online-Shops in den letzten Jahren über eine steigende Online-Nutzung (Channel-Shift) und sprunghaft skalierte OMG-Maßnahmen getrieben.
- ↳ Nach einer OMG-Ausweitung – oft bis an die Grenze der Wirtschaftlichkeit – treiben zukünftig Qualitative Weiterentwicklung in einem „reiferen Nutzerumfeld“ weiterer Steigerungen der Wertschöpfung

MOS / BFS / 040908

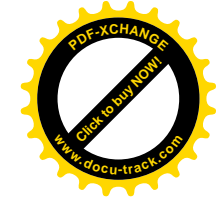
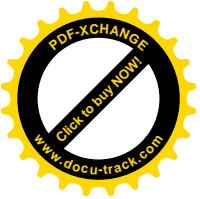
**Bei einem Wirkungsverlust von Print-Werbemitteln und weitgehend ausskalierten Online-Marketing-Aktivitäten beginnen Investitionen in „Strategische Infrastruktur“ erfolgreich um Werbebudgets zu konkurrieren. Kernthemen sind Inspiration, positives Einkaufserlebnis, Kundenzufriedenheiten, Werbe- und Angebotsrelevanz.**



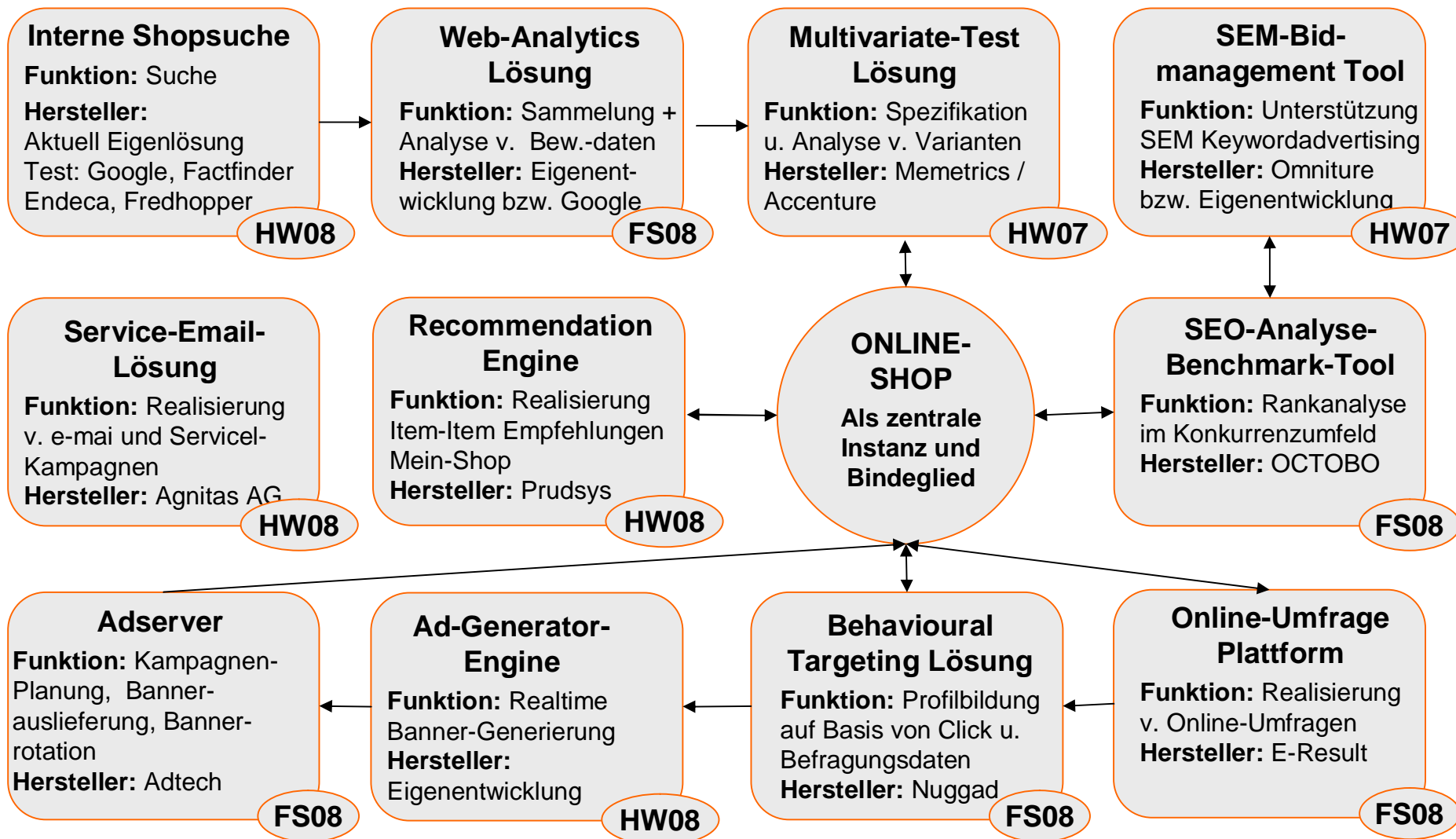
Kataloge  
 Online-Marketing  
 Outbound Calls  
 Mailings

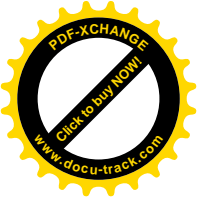
User Centered Design  
 Personalisierung  
 Self-Service  
 Loyalitätsprogramme

- n Werbebudget wird zunehmend aus den klassischen Werbewegen hin in die zweite Hälfte des Sales Funnels und damit auf „Strategische Infrastruktur“ verlagert



**Im Zuge dieser Entwicklung sind in den letzten 12-18 Monaten neue am Markt neue Softwarelösungen entstanden, die Besucherumwandlung verbessern und mit klassischen Werbeinvests konkurrieren**





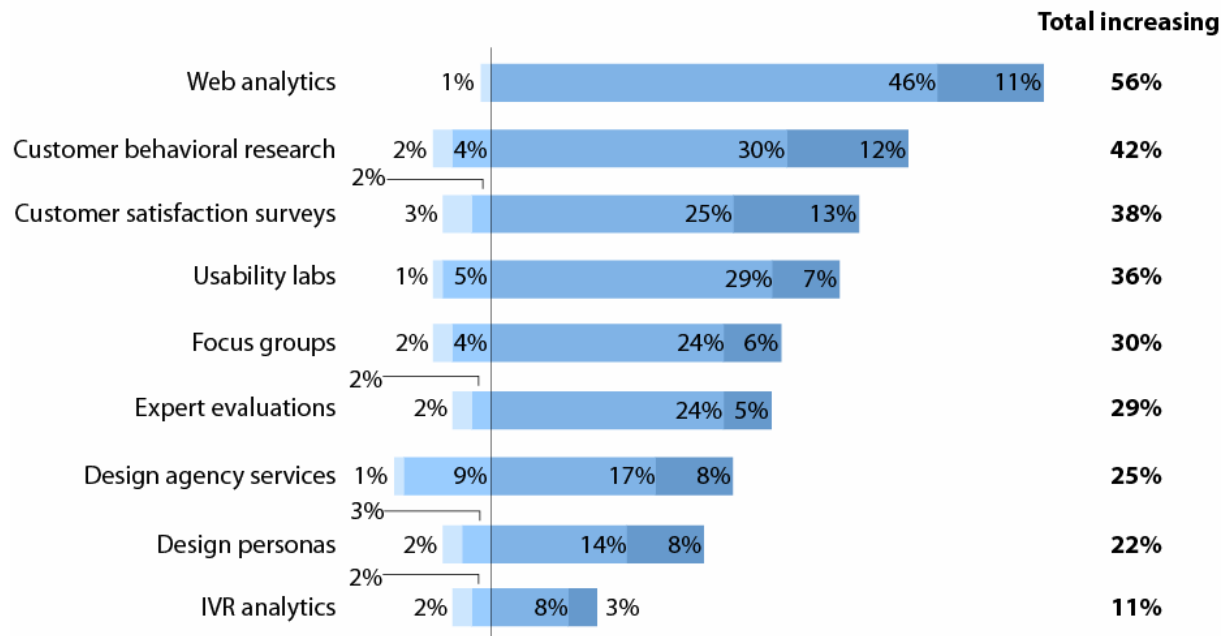
# Die skizzierte Entwicklung hat den Gesamteuropäischen E-Commerce Markt erfasst



April 2008 "Customer Experience Spending: Europe 2008"

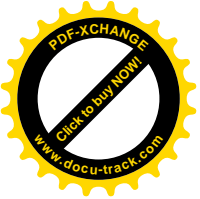
"Compared to 2007, how much will you spend on the following items in 2008?"

Significantly Less   Somewhat Less   Somewhat More   Significantly More



Base: 101 customer experience professionals from European firms with annual revenues of \$100 million or more

Source: Forrester's Q4 2007 Customer Experience Peer Research Panel Survey



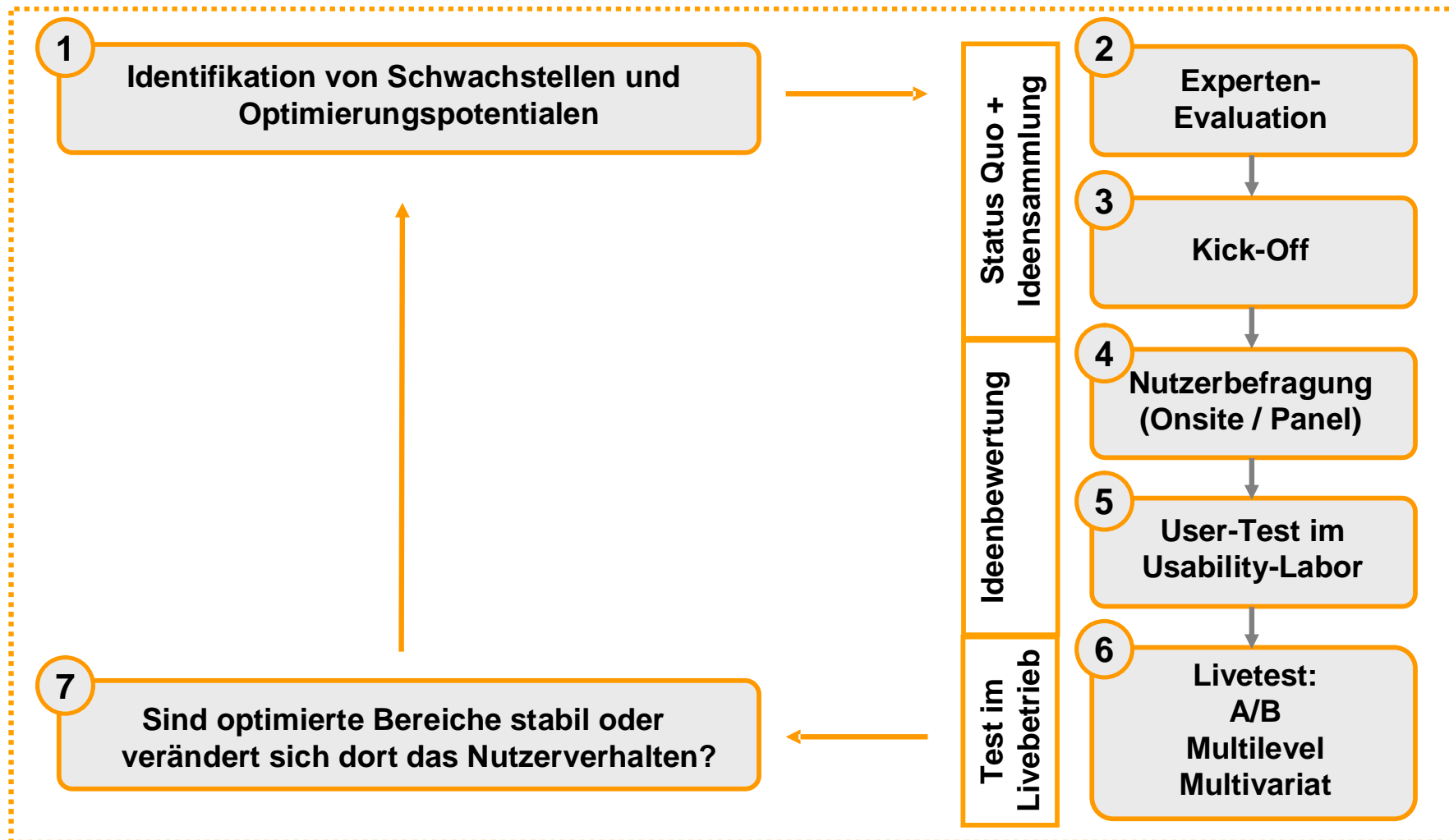
## Zur Erzielung besserer Online-Produktivitäten bedarf es einer radikalen Nutzerorientierung. Wesentliche Werkzeuge sind Massnahmen im Bereich der Personalisierung und des User Centered Design



- n Die neue EC-Aufgabe besteht im Kern in der **Erhöhung der Wertschöpfung des Online-Shops durch Maßnahmen des User-Centered-Designs, der Personalisierung und neuer Funktionalitäten**
- n Eine so resultierende KUR-Senkung ermöglicht die Skalierung trafficstiftender Maßnahme
- n Die neuen Aufgaben erfordern (visionskonform) einen wachsenden Anteil des Werbebudgets

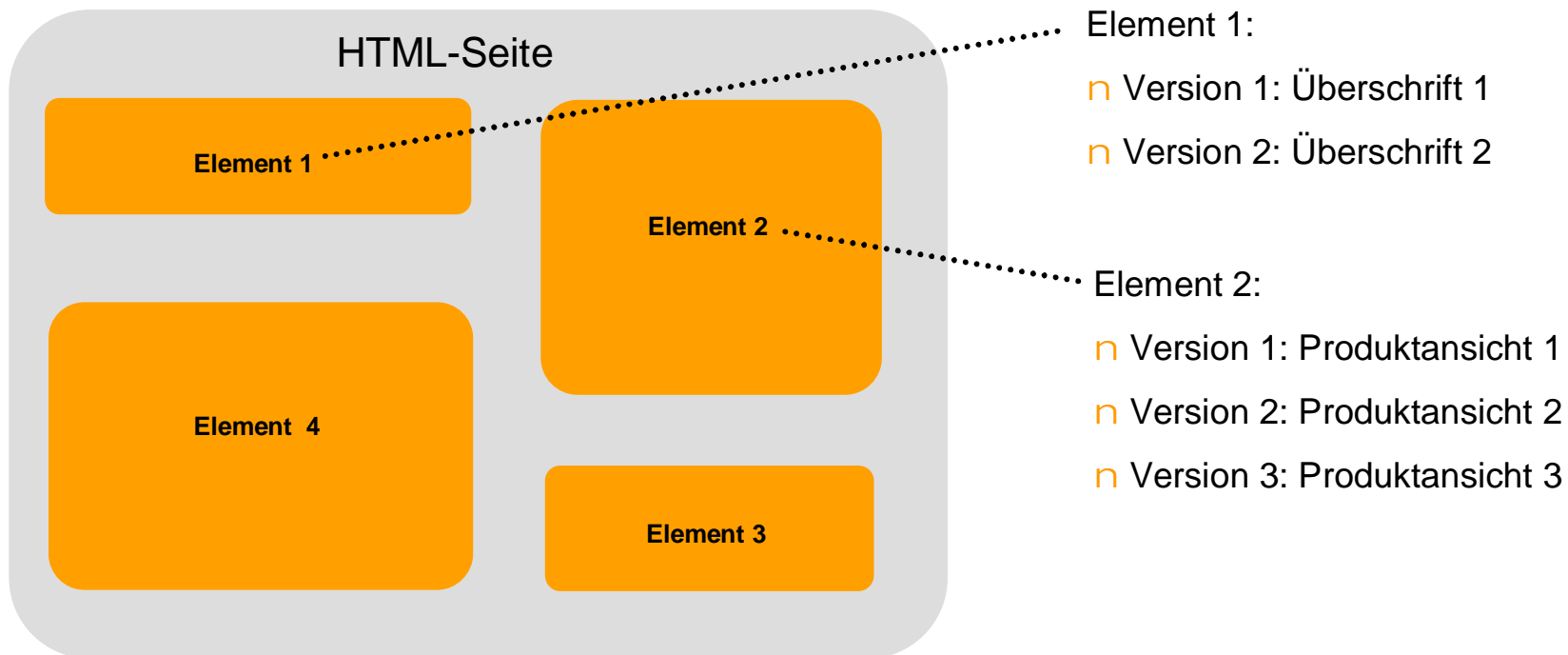
# Exemplarisch wird das Verfahren des User-Centered Designs vorgestellt. Dauerhafter Prozess der Schwachstellenanalyse und Optimierung

## PERMANENTES MONITORING



# Eines der wichtigsten Instrumente des User-Centered Designs sind Multivariate-Test-Umgebungen. Schematische Darstellung der Funktionsweise

- Mehrere Elemente auf einer Seite werden zeitgleich getestet. Jedes einzelne Element kann mehrer Versionen haben.



- è Mehrere 1000 unterschiedliche Versionen einer Seite können zeitgleich gegeneinander getestet werden. Im vorliegenden Fall würden 6 Varianten getestet werden

MOS / BFS / 040908

# Testergebnisse zur Optimierung der Suchergebnisseite im neuen Aufgabenfeld User-Centered Design belegen die angenommenen Verbesserungen (+4,5% Umsatz für die beste von 288 Varianten)

Projektname:	Experiment SERP (Memetrics)	
Projektzeitraum:	16.11.2007 bis 13.01.2008 (1.210.756 Unique Visitors)	
Projektziel:	Ziel des Experiments war es die <b>unterschiedliche Darstellungsformen der Suchergebnisseite zu testen um so</b> – bezogen auf vorher definierte Teilbereiche - <b>die optimale Darstellungsform zu ermitteln.</b>	
Experimentgegenstand:	Suchergebnisseite (siehe Screenshot)	
Ergebnis (Optimale Darstellungsform):		
Projektergebnis:	<p>Durch die Umstellung der Suchergebnisseite auf die optimale Darstellungsform ist im Vergleich zur Kontrollversion eine <b>Steigerung von 4,4% an abgeschickten Warenkörben</b> zu erwarten.</p> <p>Die Ergebnisse für die Segmente „Herkunft der Suchanfrage“ sowie „Suchbegriffkategorie“ <b>weichen nicht von der aggregierten Masse ab.</b> Bezogen auf den o.g. Experimentaufbau unterscheiden sich also die optimalen Darstellungsformen für diese Segmente nicht von der optimalen Darstellungsform für die aggregierte Masse.</p>	
Kosten:	Lizenz-&Consultingkosten Memetrics (Nov-Jan)	28.584,50 €
	Expertengutachten (Fa. eResult GmbH)	2.879,50 €
	Implementierung WEIKATEC	6.300,00 €
	<b>Gesamtkosten</b>	<b>37.764,00 €</b>
	Berechnug der Kosten-Umsatz-Relation (KUR)	Durchschn. Warenkorbwert im Experimentzeitraum
	Steigerung an Checkouts ggü. Kontrollversion	14.619
	Steigerung BBW	2.890.073,97 €
	<b>Steigerung NUMS</b>	<b>1.618.441,42 €</b>
	<b>KUR</b>	<b>2,78 %</b>

- n Im Experiment wurden diverse Veränderungen der Suchergebnisseite gegeneinander getestet.
- n Im typischen Werbeportfolio eines Versandhändlers gibt es keine adequat wirtschaftliche Ausgabe, die erfolgreich um dieses Budget konkurrieren könnte





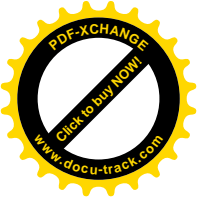
MOS / BFS / 040908

# Testergebnisse zur Optimierung der Einzelbildansicht im neuen Aufgabenfeld User-Centered Design belegen die angenommenen Verbesserungen (+14,6% Umsatz für die beste von 4 Varianten)

The screenshot shows the product page for 'Ballerina, Esprit' shoes on the 'im walking' website. The main product image is a dark blue ballerina shoe. Below it, there are several smaller images showing different color options. The price is listed as 49,99 € (original) and ab 39,99 € (current). The page also features a sidebar with navigation menus, a search bar, and a promotional banner for '10 EUR für Ihren ersten Einkauf'. The footer includes a 'Schuhratgeber' section with the text 'Ihr Schuh in Perfektion' and a 'hier klicken' button.

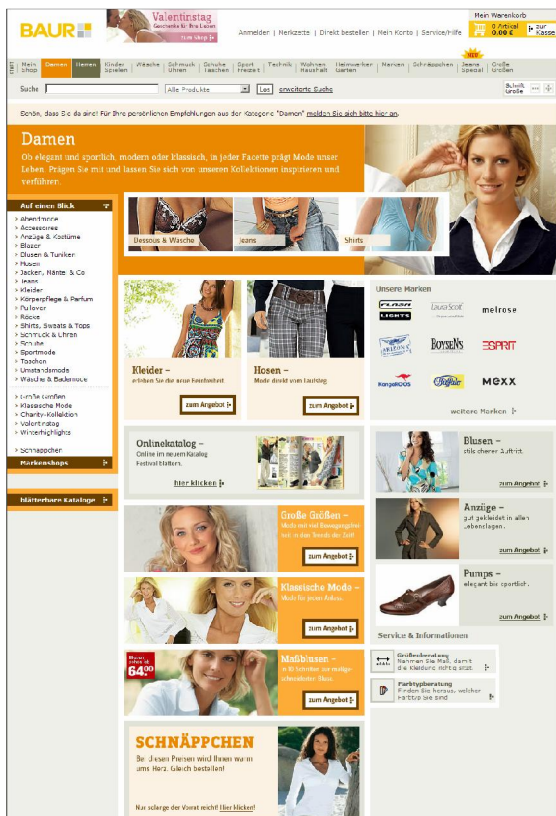
Im Experiment wurden 4 Varianten der Einzelbildansicht im Bereich Damenschuhe / Ballerinas im Online-Shop [imwalking.de](http://imwalking.de) gegeneinander getestet.





MOS / BFS / 040908

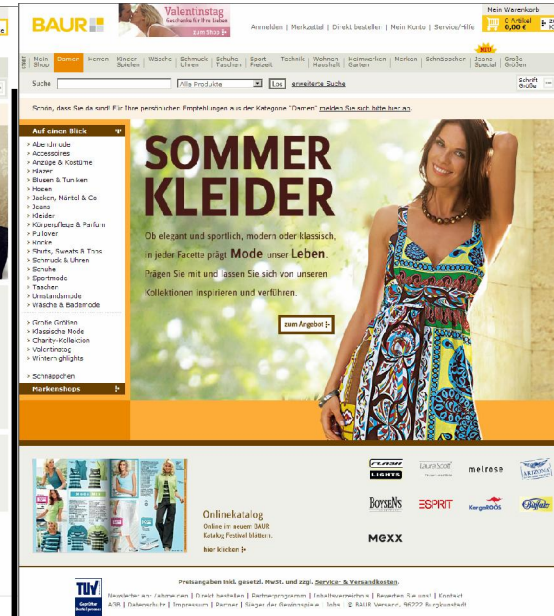
# Testergebnisse zur Optimierung der Sortimentseinstiegsseite im neuen Aufgabenfeld User-Centered Design belegen die angenommenen Verbesserungen (+8% Clicks für die beste von 3 Varianten)



Kontrolle

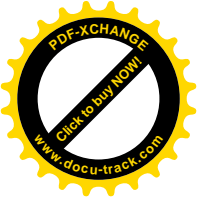


Kurze  
Version




Flagship

- Im Experiment wurden 4 Varianten der Sortimentseinstiegsseite im Bereich Damenmode im Online-Shop [www.baur.de](http://www.baur.de) gegeneinander getestet.
- Für die beste Variante können rd. 8% höhere Klickzahlen realisiert werden



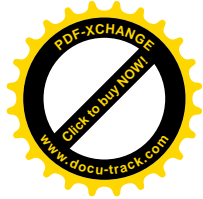
Aus der Vielzahl von Einzelprojekten wird exemplarisch der Live-Test im Bereich der shopinternen Suche dargestellt. Bei identischem Frontend, analoger Integration und gleichen datenliefernden Prozessen werden 4 Technologieführer im Test-Kontrastgruppenansatz nach einer Warmup-Phase (4 Wo.) für einen Zeitraum von 3 Monaten verglichen. Integriert wird ex post die Lösung mit dem höchsten absoluten Ergebnisbeitrag

**Frontend**



**Backend**

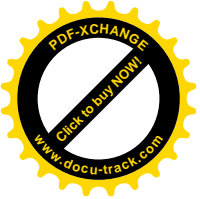
A) Eigenentwicklung B) Fact-Finder C) Fredhopper  
D) Endeca E) Google Search Appliances



## Baur-E-Commerce:

- n Neben dem Betrieb der Online-Shops der Baur-Gruppe ist BFS / Baur bereits heute eine der größten deutschen Internetagenturen.
- n Dienstleistungen werden für ca. 20 Unternehmen europaweit u.a. in den Ländern Deutschland England, Frankreich, Österreich, Holland und in diversen Osteuropäischen Ländern erbracht.





## Bsp.: Content-Production



Artikel vergrößern

Cargokleid, Flashlights:  
statt ab EUR 34,99  
ab EUR 27,99 **-1.7%**

Länge ca. 90 cm. 97% Baumwolle, 3% Elasthan.

Weitere Artikel auf diesem Bild

- Lederarmband 24,99 EUR

Anzahl: 1 Art.Nr: 823783W

braun

Wählen Sie eine Größe aus

Lieferbarkeit: > Jetzt prüfen

In den Warenkorb legen

Auf den Merkzettel legen

**10,-€ für Sie!**

Als Dankeschön für Ihren ersten Einkauf jetzt gleich einlösen

Rubrik	Seite
Trends	2
Strandmode	16
coole Prints	22
Schuhe	40
sportlich	42
Herren	48
Kinder	54
Feminin	58
Große Größen	66



**beach time**

Lust auf Sonne, Strand und Meer

Die Sonne lacht, der Strand lockt und BEACHTIME weckt auf 76 Seiten Urlaubsgefühle mit aktueller Bade- und Strandmode! Tauchen Sie ein in ein Meer an Ideen und an Lebenslust! Hier sind Ihre neuen modischen Strandbegleiter ...

www.baur.de  
0180-530 50 50

Mix dir deinen eigenen Bikini!  
Abb. 1-5 getrennt bestellfähig

zurück blättern    gehe direkt zu Seite:  los    Seitenübersicht:     vorwärts blättern

- n Für unsere Kunden produzieren wird rd. 500.000 Artikel-Texte & Bilder (auch zoombar, auch drehbar, auch als Film) p.a. mit einem Team von rd. 50 Mitarbeitern
- n Wir integrieren unser Produktionsergebnis in die Shopstruktur der jeweiligen Partner
- n Wir realisieren rd. 200 „blätterbare Online-Kataloge p.a.