

Performance-Check von Lebensmittel Onlineshops

Die Augsburger Digital-Marketing-Agentur xpose360 GmbH analysierte sieben Lebensmittel-Onlineshops anhand ihrer Performance-Marketing-Maßnahmen SEA und Affiliate Marketing. Hierzu wurden verschiedene KPIs bewertet, um damit konkrete Handlungsempfehlungen abzuleiten. V.a. die Shops myTime.de, gourmondo.de und lebensmittel.de konnten im Performance-Check über beide Bereiche überzeugen.

Augsburg, 24.08.2015 - Im Lebensmittelhandel regt sich etwas. Immer mehr Kunden ordern ihre täglichen Einkäufe online und lassen sich die frischen Produkte nach Hause liefern. Dies spart viel Zeit, ist komfortabel und vor allem für ältere Menschen sehr praktisch, da sie oft keine schweren Tüten mehr schleppen können.

In Deutschland ist Rewe Vorreiter, der Supermarktbetreiber führte den Service bereits 2011 ein und bietet neben der Lieferung von Lebensmitteln auch die Abholung in der Filiale an. Auch edeka24.de, lebensmittel.de, bofrost.de usw. geben Gas. Unlängst ging auch Rocket Internet mit einem weiteren Start-up, shopwings, an den Markt.

Der Trend zeigt, dass immer mehr Lebensmittelhändler das Internet und die damit verbundenen Online-Vertriebskanäle für sich entdecken. Laut einer Aussage des Ernst & Young Handelsexperten Wolf Wagner soll der Umsatz der Lebensmittel Branchen bis 2020 auf 200 Milliarden Euro ansteigen und rund 30% davon sollen online erzielt werden.

Aus diesem Grund hat die Augsburger Digital-Marketing Agentur xpose360 zwei der wichtigsten Performance Marketing Kanäle, nämlich SEA (Search Engine Advertising) und Affiliate Marketing, genauer unter die Lupe genommen. Hierzu wurde die Ist-Situation von sieben Lebensmittel-Onlineshops anhand von aussagekräftigen KPIs analysiert. Anschließend wurden daraus Handlungsempfehlungen abgeleitet, um die bezahlten Anzeigen in der Suchmaschine sowie das Affiliate Programm weiter zu optimieren.

mytime.de führt im Bereich SEA

SEA ist einer der stärksten Vertriebskanäle im Online Marketing-Mix. Hier ist es für nahezu jeden Online-Shop oder Anbieter von Informations- oder Dienstleistungsportalen wichtig zu werben, um am Markt der potentiellen Kunden maximale Sichtbarkeit zu erzeugen. Um die Leistung der analysierten Shops zu beurteilen, wurden diese auf Basis von verschiedenen Kriterien bewertet, z.B. welcher Anbieter schützt seine Marke vor Brandbidding, wie umfassend werden Anzeigenerweiterungen genutzt, wie stark ist die Ausrichtung auf den mobilen Markt, wird Google Shopping eingesetzt und viele weitere Faktoren.

Ausgehend von der Analyse hat mytime.de den ersten Platz im Performance-Check belegt, dicht gefolgt von gourmondo.de und rewe.de.

Besonders stark wirkt in der Analyse die Kluft zwischen reinen Online-Shops und Marken, die auch Ladengeschäfte betreiben. So konnte rewe.de in der Bewertung zwar den dritten Platz belegen, die Tatsache, dass keine Aktivitäten im Bereich „Google Shopping“ betrieben werden, bietet jedoch noch Optimierungspotential.

Mit den entsprechenden Maßnahmen könnten sich zudem auch Edeka, Rewe und Co. durch ihre populären Marken mittelfristig noch deutlich stärker in diesem Markt etablieren.

Einzelne Shops punkten im Affiliate Marketing mit ihrem Angebot und Service

Für den Bereich Affiliate Marketing wurden für die sieben Onlineshops eine Reihe von öffentlich einsehbaren KPIs bewertet, welche sich aus den Programmbeschreibungen in den Netzwerken recherchieren ließen, wie z.B. die Provisionen an die Partner, die Vielfältigkeit der Werbemittel, die Bereitstellung von Publisher-Richtlinien und AGBs, Cookielaufzeiten, Sales-Bearbeitungs-Zeiträume, Zahlungsarten im Shop sowie weitere Faktoren.

Bewertet man die einzelnen Performance-Indikatoren, so kommt man zu dem Ergebnis, dass gourmondo.de im Bereich Affiliate Marketing am besten aufgestellt ist. Dicht gefolgt von lebensmittel.de und myTime.de. Edeka, Rewe und Bofrost liegen knapp beieinander im Mittelfeld.

Das nah zusammenliegende Mittelfeld zeigt, dass die Affiliate-Programme im Performance-Check gut abschneiden und professionell betreut werden. Es gibt jedoch unter den sieben Lebensmittel-Händlern auch einzelne Programme, die sich mit ihrem Angebot und ihren Services von der Masse abheben. Diese Programme haben es sicherlich einfacher, Publisher von sich zu überzeugen, als die anderen.

Zusammenfassung

Das Gesamtfazit der Studie belegt, dass die Shops lebensmittel.de, myTime.de, und Gourmondo.de sowohl im SEA, als auch im Affiliate Marketing sehr gut aufgestellt sind und zu den Top Lebensmittel Online-Shops gehören. Es besteht zudem mittlerweile ein harter Wettbewerb unter den Anbietern, der aufgrund des Wachstumstrends noch den ein oder anderen Konkurrenten mehr hervorbringen wird. Umso wichtiger ist es, in regelmäßigen Abständen den Markt zu analysieren, daraus Schlüsse zu ziehen und entsprechend zu handeln. Nur auf diese Weise können Marktvorsprünge erzielt und beibehalten werden.

Die komplette 28-seitige Studie kann über folgenden Download-Link kostenlos heruntergeladen werden:

<http://www.xpose360.de/news-trends/case-studies/>

Über die xpose360 GmbH:

Die xpose360 GmbH ist eine Digital-Marketing-Agentur aus Augsburg. Das Ziel ist die nachhaltige Umsatz- und Trafficsteigerung für Kunden wie IMPULS Finanzmanagement AG, Tele2, Peter Hahn, exali GmbH, clickandprint.de und Asam Beauty.

Die xpose360 gliedert sich in die Geschäftsbereiche Search, Performance und Conversion. Zudem organisiert xpose360 mit der Affiliate Conference, der Affiliate NetworkxX und dem Barcamp Augsburg zahlreiche Events im Search- und Affiliate-Bereich.

Mit einem leistungsstarken Team von 30 Mitarbeitern stehen vor allem der serviceorientierte Gedanke sowie die proaktive Betreuung im Zentrum der Maßnahmen.

Pressekontakt xpose360 GmbH:

Anne Pfeiffer

xpose360 GmbH

Am Silbermannpark 2

86161 Augsburg

Fon: +49 (0) 821-45528915

eMail: a.pfeiffer@xpose360.de