



W3B Benchmarking Report

Website Benchmarking

Potentiale entdecken, Website optimieren

Lernen Sie aus den Stärken und Schwächen führender deutscher Websites. Ermitteln Sie konkrete Optimierungs-, Weiterentwicklungspotentiale für die von Ihnen betreute Website! Das W3B Website Benchmarking unterstützt die gezielte Positionierung Ihrer Website und die Abgrenzung von Wettbewerbern.

Dem Wettbewerb einen Schritt voraus

Dank »Big Data« und CRM sind die meisten Websites mit quantitativen Daten über ihre Besucher und Kunden bestens ausgestattet.

Doch wer verfügt über entsprechende Daten der Mitbewerber? Wer weiß, wie Besucher die verschiedenen Websites bewerten? In Zeiten steigenden Wettbewerbsdrucks ist es für den Erfolg einer Website entscheidend, über das Wettbewerbsumfeld detailliert informiert zu sein.

Das W3B Website Benchmarking liefert Ihnen diese Ergebnisse. Sie können daraus lernen, für sich und für Ihre Website.

Usability- und Zufriedenheitsanalyse inklusive Wettbewerbsvergleich

Im W3B Website Benchmarking werden alle untersuchten Websites detailliert aus Sicht ihrer Besucher und Kunden bewertet.

Die Beurteilungen, sowie Zufriedenheitskennwerte für alle Websites werden übersichtlich dokumentiert und vergleichend gegenübergestellt.

Best Practices auf einen Blick

Die empirische Grundlage des Benchmarking bilden qualifizierende Aussagen von Besuchern und Kunden der einzelnen Websites.

Sie werden im Hinblick auf eine Vielzahl von Eigenschaften bewertet – von Image- und Sympathiefaktoren bis zur detaillierten Bewertung der Website.

Alle erhobenen Daten und Kennwerte stehen nicht isoliert da – sie werden im Wettbewerbsvergleich bewertbar und relativierbar.

Einsatz des W3B Benchmarking

Das Website Benchmarking liefert wichtige Grundlagen für das Internet-Marketing in folgenden Bereichen:

- ▶ Optimierung der eigenen Website
- ▶ Optimierung der Markenkommunikation
- ▶ Kundenbindung/eCRM
- ▶ Neukundengewinnung

Bei Interesse informieren wir Sie gern über Teilnahmemöglichkeiten an der nächsten W3B Studie (Start Oktober 2015).



Ergebnisdokumentation

»Website Benchmarking«

Die umfangreiche Benchmarking-Chart-präsentation zeigt alle ermittelten Daten kompakt und ergebnisorientiert:

Kennwerte, Ranglisten, Best-of-Class-Darstellungen sowie Profile für die untersuchten Websites bieten eine übersichtliche und gleichzeitig differenzierte Betrachtung.

Bei Bedarf können für Ihre Website auch Zeitreihen für ausgewählte Ergebnisse und Kennwerte erstellt werden.

Alle Detail-Ergebnisse sind zudem in einer übersichtlich gestalteten Tabelle zusammengestellt.

Wer zählt zu den führenden Anbietern?

Rund 100 deutsche Websites werden im Rahmen der W3B Studie analysiert, darunter folgende für das »Website Benchmarking«:

adidas.de, allianz.de, apple.com/de, audi.de, bild.de, commerzbank.de, facebook.com, faz.net, focus.de, knorr.de, maggi.de, nestle.de, nike.de, nivea.de, oonline.de, oetker.de, panasonic.de, postbank.de, samsung.de, sony.de, sparkasse.de, spiegel.de, stern.de, vodafone.de, volkswagen.de, zeit.de

Referenzen: Die Kunden der WWW-Benutzer-Analyse W3B

Führende Unternehmen der Online-Branche zählen zu den Kunden der W3B Studien und nutzen die Möglichkeit, mit Hilfe der Ergebnisse mehr über ihre Websites und deren Nutzer, Wettbewerber sowie Markt- und Branchentrends zu erfahren. Zu den W3B-Kunden gehören unter anderem: Arcor, Beiersdorf, Cortal Consors, Deutsche Bahn, Deutsche Lufthansa, Deutsche Telekom, Hotel.de, Holiday Check, HRS, Nestlé, OTTO, Panasonic, TUI, Unilever u. v. m.

Websites unter der Lupe:

Die Untersuchungsthemen

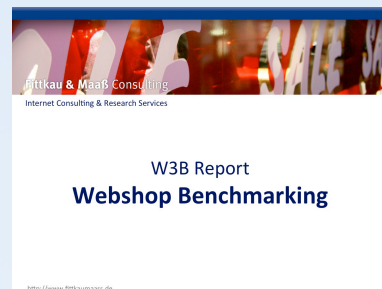
Im Benchmarking werden folgende Ergebnisse für jede Website dargestellt:

- ▶ Profile der Besucher
- ▶ Besuchshäufigkeit und -grund
- ▶ Besuchshäufigkeit von Touchpoints
- ▶ Gesamtzufriedenheit
- ▶ Weiterempfehlung der Website
- ▶ Besuchserlebnis: Bewertung von Inhalten, Design, Usability etc.
- ▶ Image und Bindung an die Website
- ▶ Verkaufsfördernde Wirkung der Website
- ▶ u. v. m.

Weitere interessante W3B Reports



Zielgruppenanalyse und Planungsgrundlage für Mobile Commerce



Die führenden Webshops aus Sicht von Besuchern und Käufern



Informationsverhalten im Internet im Rahmen der Kaufentscheidung

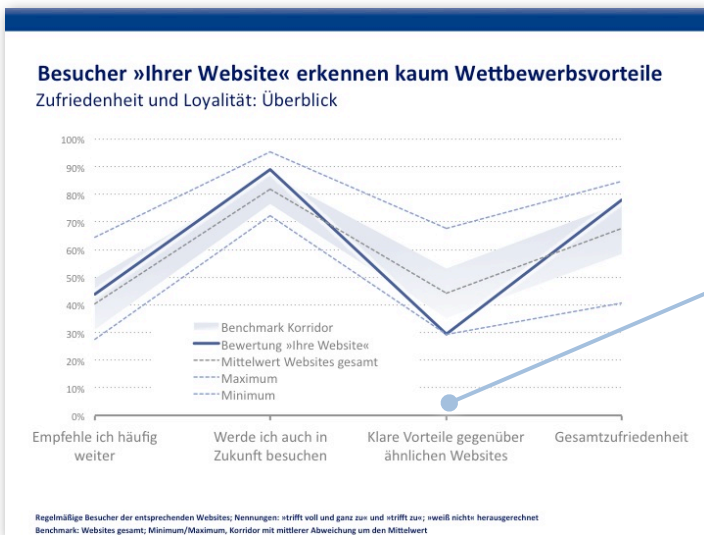


Der W3B Report »Website Benchmarking« im Überblick

Kosten	Abhängig von der Anzahl der zu untersuchenden Websites. Ein Report ist ab Euro 2.550,— zzgl. MwSt. erhältlich.
Zeitraumen	Lieferung ab Bestelldatum innerhalb von einer Kalenderwoche.
Kontakt	Interesse am »Website Benchmarking«? Wir beraten Sie gern! Rufen Sie unter Telefon 040-30 100 770 an: Sebastian Schumacher, schumacher@fittkaumaass.de Holger Maaß, maass@fittkaumaass.de

Lernen Sie aus den Stärken und Schwächen führender Websites

Benchmarking-Vergleiche stellen Stärken und Verbesserungspotentiale Ihrer Website deutlich heraus und unterstützen die gezielte Positionierung sowie die Abgrenzung von Wettbewerbern.



Beispiel: Website-Zufriedenheit und -Loyalität

Die meisten Besucher nehmen keine Vorteile der Website gegenüber der Konkurrenz wahr:
 Hier sollte angesetzt werden, um die Positionierung der Website zu schärfen und zu optimieren.

Die »Best of Class« beobachten und gezielt optimieren

Erkennen Sie, was Nutzer und Kunden an erfolgreichen Websites schätzen und beschleunigen Sie so die eigenen Optimierungsprozesse.



Beispiel: Zufriedenheit mit den Suchmöglichkeiten

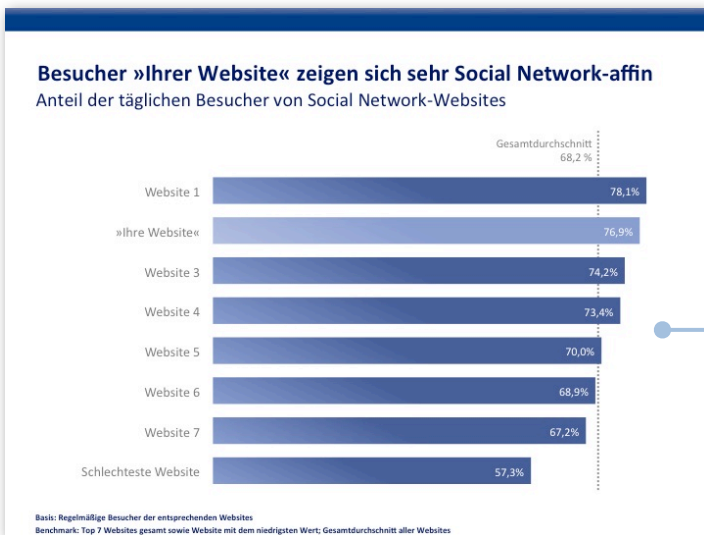
Die Suchmöglichkeiten werden bei »Website 1« von den Kunden am besten bewertet. Hier kann man profitieren, indem die Suchoptionen von »Website 1« analysiert und ggf. adaptiert werden.

»Ihre Website« erzielt bei den Suchmöglichkeiten nur unterdurchschnittliche Werte.
 Sie belegt im Benchmarking-Vergleich den 6. Platz.

Kundenbedürfnisse analysieren – von bestehenden & potentiellen Zielgruppen

Verstehen Sie die Bedürfnisse einzelner Kundensegmente

und gewinnen Sie wertvolle Informationen für die Zielgruppenansprache und -gewinnung.



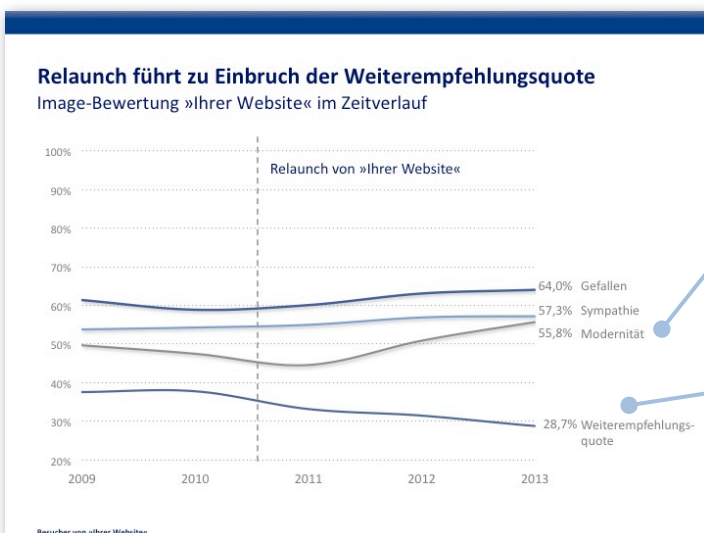
Beispiel: Social Web-Affinität

Der direkte Vergleich zeigt, dass die Besucher »Ihrer Website« überdurchschnittlich häufig Social Networks nutzen. Für »Ihre Website« ist es demnach von großer Relevanz, im Social Media-Marketing aktiv zu sein.

Veränderungen im Zeitverlauf aufdecken, Chancen nutzen

Betrachten Sie Besucher- und Kundenbewertungen im Zeitverlauf –

und nutzen Sie so jede Chance, die Kundenzufriedenheit und -bindung zu erhöhen.



Beispiel: Website-Image-Bewertung im Zeitverlauf

Die wahrgenommene Modernität »Ihrer Website« konnte durch einen Website-Relaunch verbessert werden.

Die Weiterempfehlungsquote ist nach dem Relaunch dennoch weiter rückläufig. Dieser Indikator sollte beobachtet und ggf. mit Hilfe weiterer Detailkriterien analysiert werden.