

Kontakt:

ECC Köln
Juliane Mischer
Referentin Unternehmenskommunikation

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-23

Fax: +49 (0) 221 94 36 07-59

j.mischer@ifhkoeln.de

www.ecckoeln.de

Fashion-Topmarken: Gute Online- und Cross-Channel-Performance

Der aktuelle ECC-Markenmonitor zeigt: Der Vertrieb über einen eigenen Online-Shop ist unter Fashion-Topmarken weit verbreitet. Die Shops punkten u. a. mit ansprechender Produktpräsentation und Inspirationsmöglichkeiten. Gute Cross-Channel-Services werden bereits angeboten, insgesamt besteht aber noch Optimierungspotenzial.

Köln, 01. April 2016 – Führende Fashion-Marken machen online eine gute Figur. Das zeigt die aktuelle Ausgabe des ECC-Markenmonitors, für die das ECC Köln die Onlinepräsenzen von Diesel, Esprit, Gerry Weber, Hugo Boss, Vero Moda, Marc O'Polo, s.Oliver, Tom Tailor, Tommy Hilfiger und Only unter die Lupe nimmt.

Alle untersuchten Marken bieten ihre Artikel über einen eigenen Online-Shop an. Nicht verwunderlich für die Fashion-Branche: Die Online-Shops legen großen Wert darauf, die Kleidung ansprechend zu präsentieren – zum Beispiel mit Produktvideos oder 360-Grad-Ansichten – sowie darauf, Websitebesucher zu inspirieren. So bieten Diesel, s.Oliver, Tom Tailor und Tommy Hilfiger eine „Shop the Look“-Funktion an, bei der ein individuell zusammengestelltes Outfit mit einem Klick in den Warenkorb gelegt werden kann. Auch andere untersuchte Topmarken nutzen Funktionen, um aktuelle Modetrends vorzustellen oder ergänzende Artikel zu empfehlen. Zudem unterstützt die Mehrheit der Marken bei der Auswahl der richtigen Größe und Passform. Hier sticht insbesondere Tom Tailor hervor, wo durch gezielte Fragen zu Körpergröße und Figur die passende Konfektionsgröße ermittelt wird.

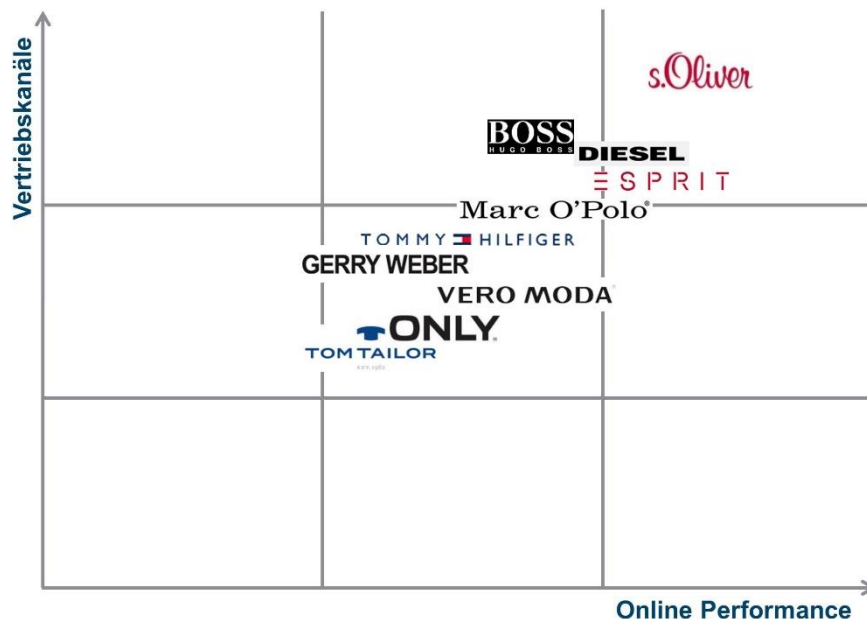
Cross-Channel-Services noch mit Optimierungspotenzial

Die Fashion-Marken glänzen jedoch nicht nur mit ihren Online-Shops, sondern bieten Konsumenten auch kundenorientierte Cross-Channel-Services an. Eine Suchfunktion, mit der stationäre Händler auffindig gemacht werden können, zählt dabei zum Standard. Sieben der zehn untersuchten Fashion-Marken liefern einen zusätzlichen Mehrwert, indem sie online über das Sortiment einzelner stationärer Geschäfte informieren.

„Kundenorientierte Cross-Channel-Services werden bereits von einigen Marken angeboten – hier steckt allerdings noch deutliches Potenzial. Funktionen wie Onlineverfügbarkeitschecks oder Terminvereinbarungen für Beratungen im Ladengeschäft helfen, die stationäre Frequenz zu erhöhen und Kunden gleichzeitig einen umfassenden, kanalübergreifenden Service zu bieten“, rät Dr. Jens Rothenstein, Senior Projektmanager am ECC Köln.

Wörter der Meldung: 302

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.449



Erhebung: Januar/Februar 2016

Quelle: ECC Köln, 2016

Über den ECC-Markenmonitor

Der ECC-Markenmonitor untersucht, welchen Fokus Markenhersteller hinsichtlich ihrer Vertriebsaktivitäten setzen und wie ausgereift die Online-Performance bereits ist. Hierfür werden ausgewählte Branchen analysiert, wobei jeweils die Webauftritte von zehn relevanten Marken in die Analyse einbezogen werden. Die Ergebnisse der Untersuchung ermöglichen eine branchenspezifische Eingliederung der Herstellermarken in ein Portfolio. Weitere Informationen finden Sie unter www.ifhkoeln.de/ecc-markenmonitor.

Der vollständige Berichtsband zum aktuellen ECC-Markenmonitor steht [hier](#) zum kostenfreien Download bereit.

ECC Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Eingebunden in das renommierte IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Analysen und Beratung in puncto progressiver Strategie – rund um Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Das ECC Köln entwickelt und erstellt individuelle Forschungsarbeiten und Studien zu weltweit wichtigen Zukunftsthemen des Handels wie zum Beispiel Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment.

Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von der hohen Methodenkompetenz, dem umfangreichen Experten-Know-how und der strategischen Beratung der ECC-Experten. Konzepte für E-Commerce-Kanalexzellenz und erfolgreiches Cross-Channel-Management gehören genauso zum Leistungsspektrum des ECC Köln wie die Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen.

Was können wir für Sie tun? www.ecckoeln.de