

Händlerverhalten in Preisvergleichsplattformen

Eine Fallstudie über



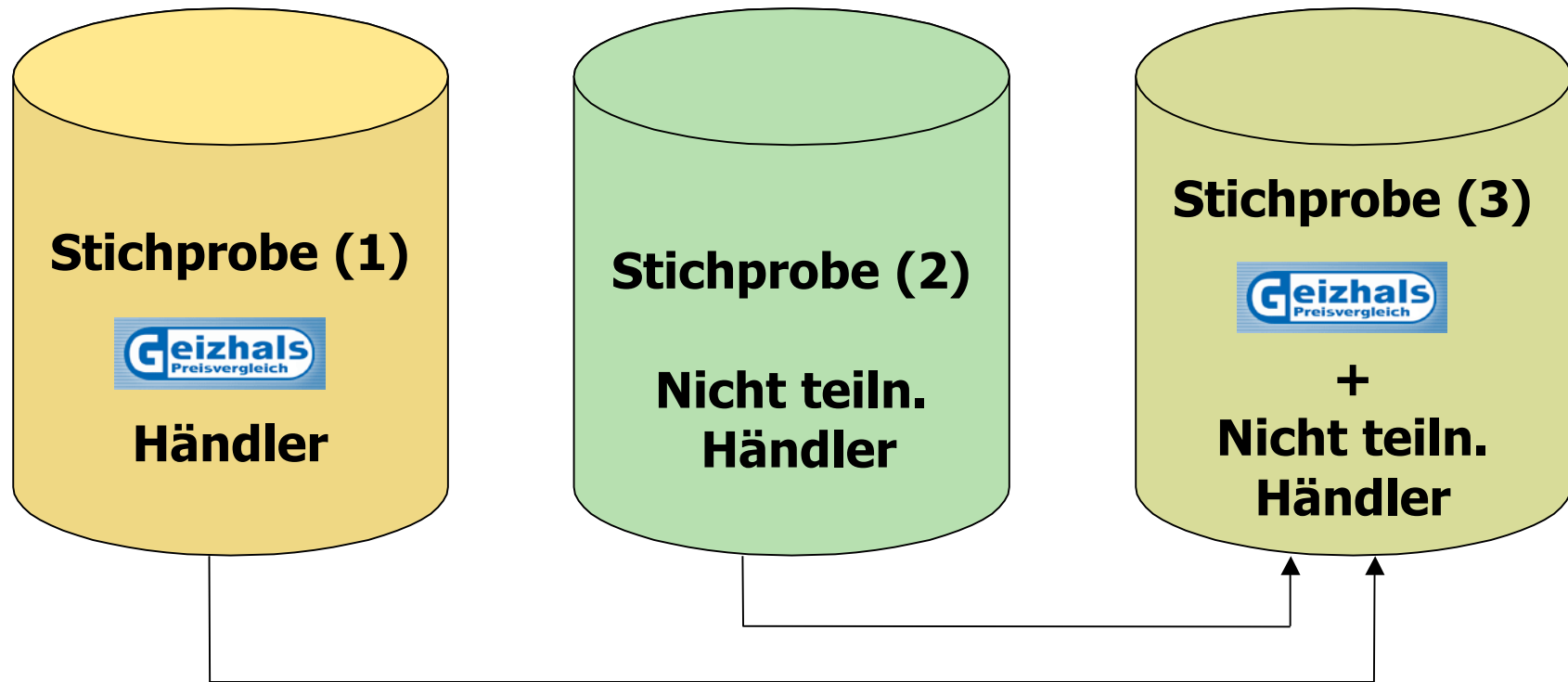
Struktur der Präsentation

- **Thema der Diplomarbeit**
- **Methode**
- **Ergebnisse**

Was? Thema der Studie

- Warum sind Händler an einer Teilnahme an Geizhals interessiert / nicht interessiert?**
- Konsequenzen der Teilnahme für Händler?**
- Erfolgsfaktoren**

Methode

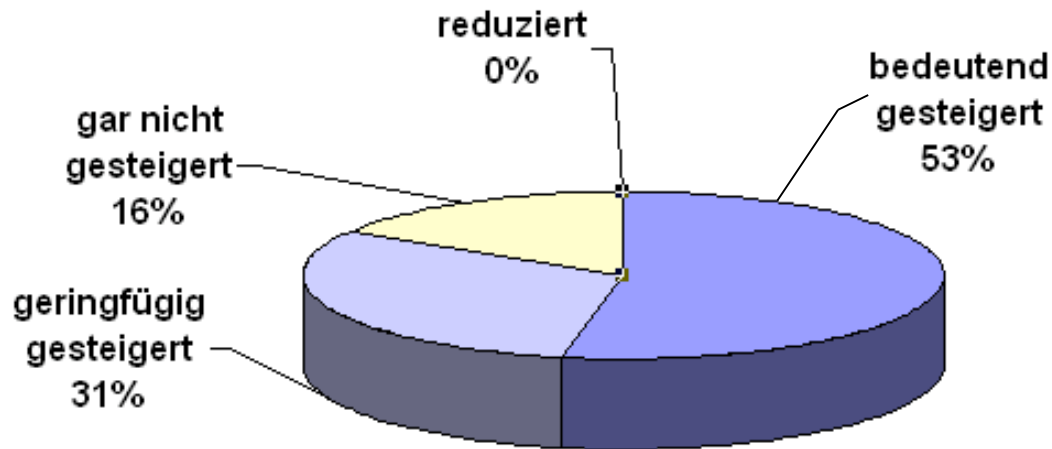


Gründe für Teilnahme / Nichtteilnahme

- **e-Business-Orientierung**
- **Umsatzanteil im Internet**
- **Angst vor Preisdruck**

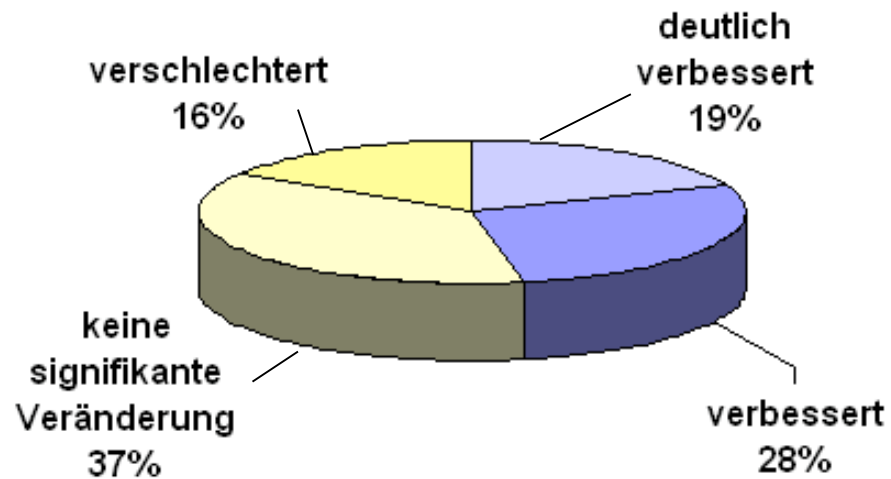
Konsequenzen für Teilnehmer

Umsatzentwicklung seit der Teilnahme an Geizhals



<- 84 % Fälle positive Entwicklung

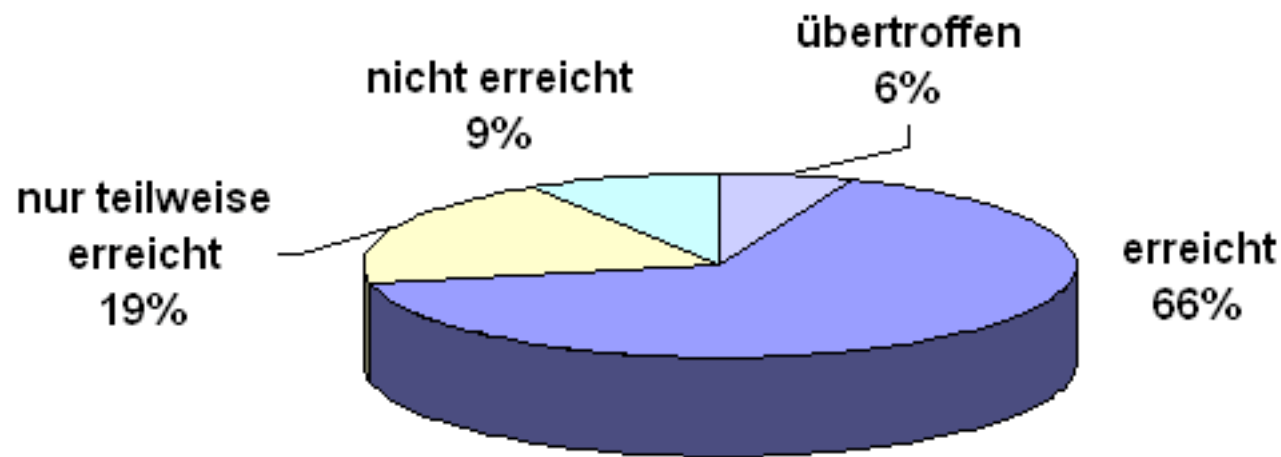
Gewinnentwicklung seit der Teilnahme an Geizhals



<- 47 % Fälle positive Entwicklung

Erfüllung der Erwartungen

Wurden Ihre Erwartungen, die Sie vor der TN hatten erreicht?



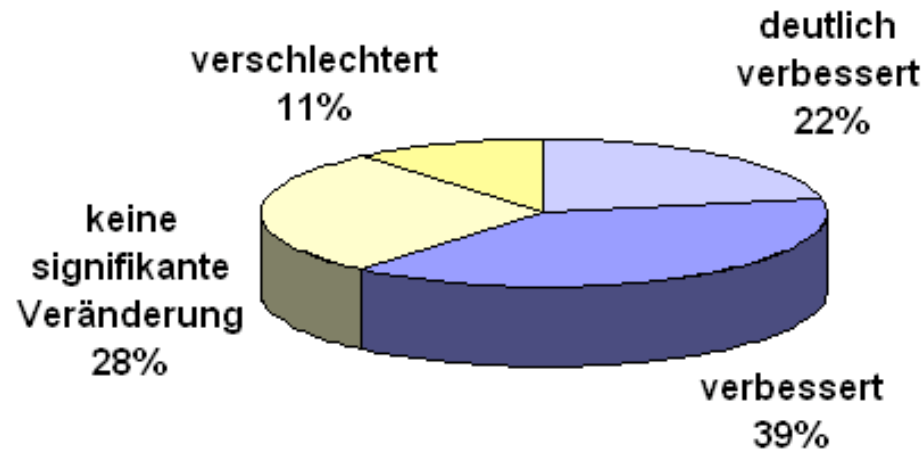
**72 % Erwartungen
von Händlern erreicht**

Erfolgsfaktoren

- **Bemühungen um positiven User-Feedback bzw. Händlerbewertungen**
- **Datenerfassung / -analyse auf der Händler-Website**
- **Konzentration auf Kernkompetenzen**

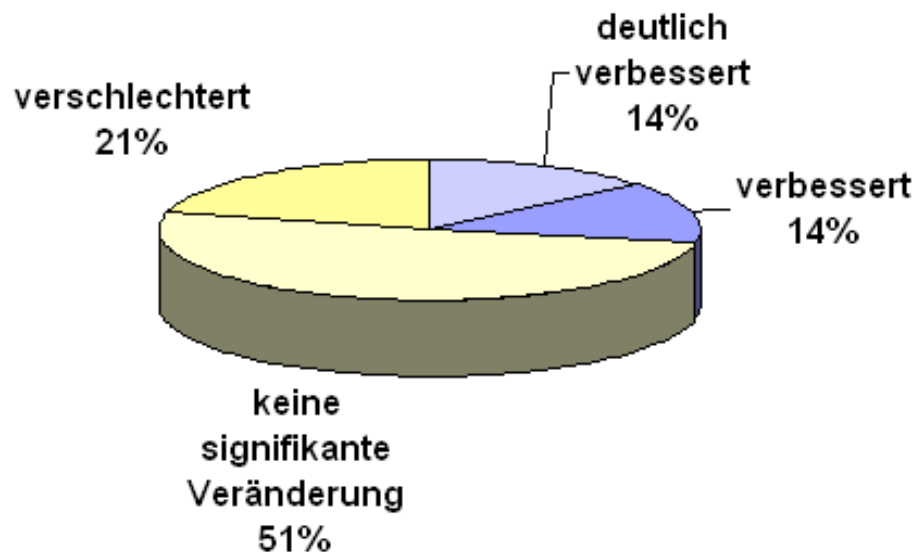
Erfolgsfaktor Datenanalyse

Gewinnentwicklung – Händler die Daten der eigenen Website erfassen u. analysieren



<- 61 % Fälle positive Entwicklung

Gewinnentwicklung – Händler die *KEINE* Datenerfassung führen



<- 28 % Fälle positive Entwicklung

Resümee

- **„Der Billigste“ ist nicht der Erfolgreichste**
- **Pflege der Kundenbeziehungen ist im Internet besonders wichtig**
- **Hohes Potential für Gewinn- und Umsatzzuwachs durch Teilnahme am Preisvergleich**