



Shopping-Studie: Im Juli sind die meisten Produkte im Sale

Der neue Benchmark-Report von Episerver analysiert 1,3 Milliarden Online-Shopping-Sessions und erfasst die wichtigsten KPIs im Online-Handel

Berlin, 27. Juni 2019 – Mehr als 60 Prozent der Verbraucher weltweit shoppen mindestens einmal pro Monat online. Das bedeutet für Händler und Marken, sie müssen ständig bewerten, welche Traffic-Quellen am besten funktionieren, wie sie entsprechend reagieren und Konsumenten optimal abholen. Eine beliebte Option: Sale. Der B2C-Commerce-Report von Episerver, dem Anbieter für smarte CMS-, E-Commerce- und Omnichannel-Marketing-Lösungen, zeigt, im Juli werden die meisten Produkte reduziert.

Im Juli bieten Online-Shops den höchsten Anteil an reduzierter Ware (20 Prozent), dicht gefolgt von Dezember mit 19 Prozent. Im April hingegen lohnt sich die Schnäppchenjagd vergleichsweise am wenigsten, nur 14 Prozent des Sortiments ist hier im Sale. Über das Jahr gesehen sind rund 17 Prozent des Sortiments reduziert, mit einem durchschnittlichen Rabatt von 12 Prozent.

Selbstverständlich müssen Händler Rabatte und Kundenbindung in ein ausgewogenes Verhältnis setzen, ohne wertvolle Margen zu verlieren. Eine gezieltere Ausrichtung von Werbeaktionen auf bestimmte Nutzerverhalten oder Traffic-Quellen erleichtert diesen Prozess.

Episerver analysierte im Zuge des Benchmark-Reports 1,3 Milliarden Online-Shopping-Sessions auf 159 Retail- und Consumer-Brand-Webseiten und beantwortet damit folgende Fragen:

- Welche Kanäle generieren den meisten Traffic?
- Welche Traffic-Quelle hat die besten Conversion-Raten?
- Welche Traffic-Quelle ist am erfolgreichsten?
- Welche Traffic-Quelle hat den höchsten Traffic Source Index?
- Wann werden die meisten Artikel reduziert?

„Händler und Marketer sind immer auf der Suche nach neuen Möglichkeiten, Webseiten-Metriken und die Channel-Performance mit ihren Mitbewerbern zu vergleichen“, sagt Ed Kennedy, Senior Director of Commerce Strategy bei Episerver. „Durch die Analyse von 1,3 Milliarden Online-Shopping-Sessions liefern wir Marketingexperten und Entscheidern nicht nur eine statistisch signifikante Stichprobe, sondern auch eindeutige Antworten auf relevante Fragen im Online-Handel.“

Der vollständige B2C-Commerce-Report steht [hier](#) kostenlos zum Download zur Verfügung.



Über Episerver

Episerver unterstützt führende Digitalunternehmen dabei, mühelos einzigartige Kundenerlebnisse zu schaffen – an jedem Kontaktpunkt und mit messbarem Erfolg. Die Episerver Digital Experience Cloud™ vereint Content Management, E-Commerce und digitales Marketing in einer Plattform – inklusive Omnichannel-Möglichkeiten für smarte Personalisierung und intelligente Kampagnen. Das 1994 in Schweden gegründete Unternehmen verfügt über Niederlassungen in Australien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Großbritannien, den Niederlanden, Norwegen, Polen, Schweden, Singapur, Spanien, Südafrika, den USA, den Vereinigten Arabischen Emiraten und Vietnam.

Weitere Informationen unter: www.episerver.de