

Markenhersteller müssen Nutzenversprechen für den eigenen Online-Shop definieren

Übersicht aller Kundennutzen, die Markenhersteller im eigenen E-Commerce-Shop bieten können

Höheres Vertrauen

- Kunden kaufen lieber bei einem **vertrauenswürdigen Markenhersteller** statt bei unbekanntem Händler
- **Starke Produktmarke** verstärkt die Wirkung

Breiteres Portfolio

- Möglichkeit des Herstellers, das **gesamte Produktportfolio** anzubieten
- Option: Angebot von exklusiven „**online-only**“-Produkten

Besserer Service

- **Bessere Serviceleistungen**, z.B. 24/7-Telefonservice, Geschenkverpackung etc.
- **Erweiterte Garantieleistungen**

Günstigerer Preis

- **Herausforderung:** Keine niedrigeren Preise für reguläres Portfolio
- Aber: Sale-Angebote für „**Out-of-season-Produkte**“ oder **Loyalitätsprogramme**

Mehr Informationen

- **Detaillierteres und einzigartiges Informationsangebot**, z.B. durch Checklisten, Produktvergleiche, Videos etc.

Besseres Erlebnis

- **Exzellentes Einkaufserlebnis** mit konsistentem Markenversprechen (vs. Multi-Brand-Shop)
- **Personalisiertes Einkaufserlebnis** und **Inspiration**

Höhere Verfügbarkeit

- **Hohe Lagerverfügbarkeit** aller Produkte
- **Schnellere Produktlieferung** für den Kunden

Bessere Rückgabe

- **Immer kostenfreie** Rückgabe
- **Verlängerter Rückgabezeitraum**