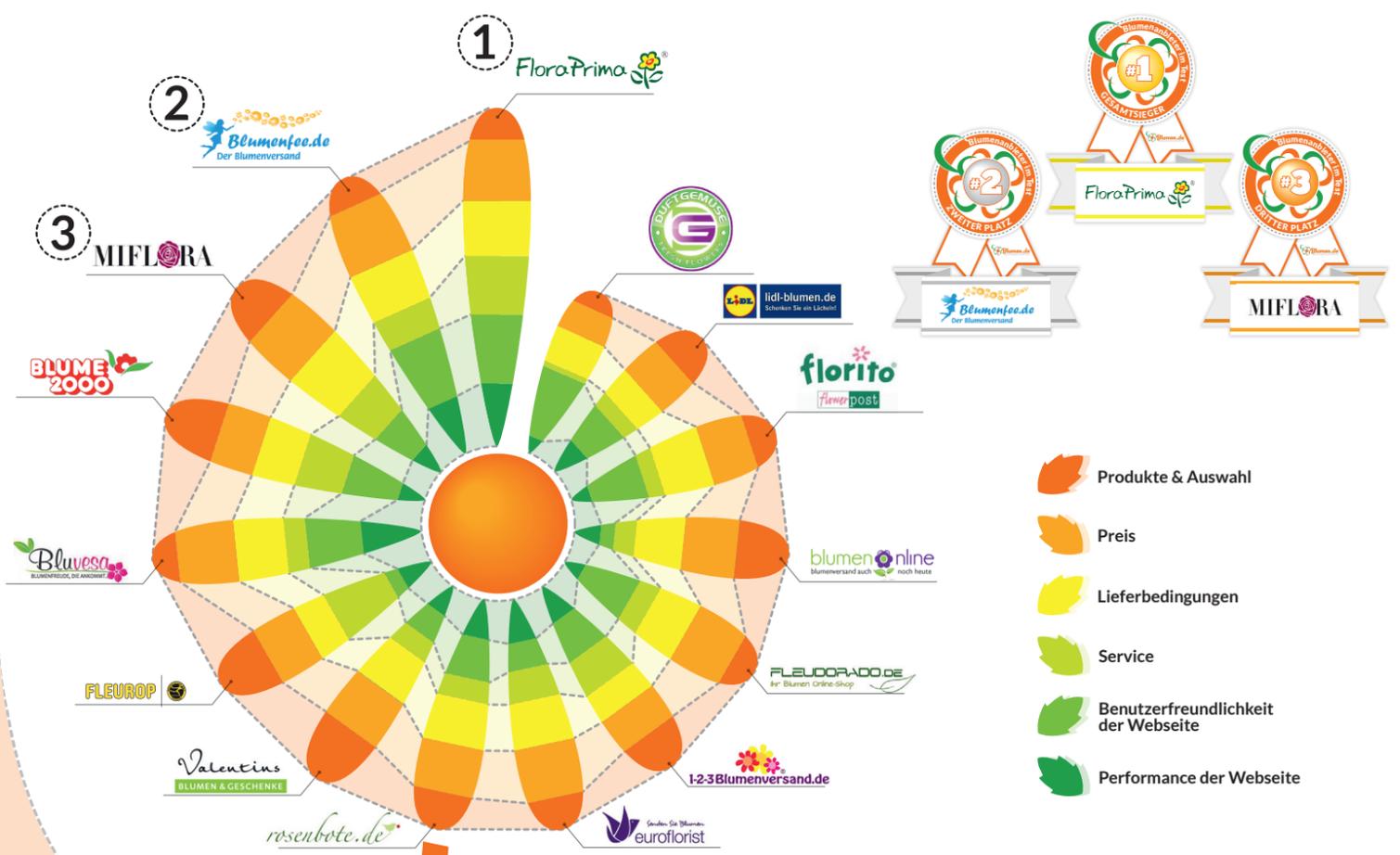


Blumen schenken Freude und ein Lächeln

Geht das Übermitteln nicht persönlich, hilft hier ein Blumenversand. Ob zum Geburtstag, Muttertag, Valentinstag oder einfach als kleine Aufmerksamkeit zwischendurch – die Angebote im Online-Versand sind groß. Anlässlich des Muttertags 2014 hat das unabhängige Vergleichsportal Blumen.de die floralen Geschenke von 15 Anbietern genauer unter die Lupe genommen und die Online-Blumenversender in sechs Kategorien auf Herz und Nieren getestet.



- Produkte & Auswahl
- Preis
- Lieferbedingungen
- Service
- Benutzerfreundlichkeit der Webseite
- Performance der Webseite

Produkte & Auswahl: Große Auswahl zum Muttertag

- Kombination der floralen Angebote mit Geschenken (wie Pralinen, Teddys u.v.m.) liegt im Trend
- Bedeutung der Produktbeschreibung fällt hinten über – Anbieter verlassen sich auf Bildsprache
- Individuelle Gestaltung der Sträuße nach den eigenen Bedürfnissen ist nur selten möglich

Preis: Für jeden Geldbeutel etwas dabei

- Die Verteilung der Produkte in den verschiedenen Preissegmenten ist ausgeglichen
- Die konkrete Gegenüberstellung eines vergleichbaren Produktes inklusive Service- und Lieferkosten ergab große Unterschiede

Lieferung: (Fast) alles ist möglich

- Langschläfer haben es gut! Bei den meisten Händlern Standardlieferung am Folgetag bei Bestellung bis Nachmittag
- Fast die Hälfte der Blumenversender liefern am Sonntag aus und 1/3 der Anbieter liefert auch ins Ausland
- Lieferung an Sonn- oder Feiertagen kostet
- Spätzügler haben schlechte Karten! Lieferung noch am selben Tag nur bei zwei Händlern

Service: Der Kunde ist König – auch im Ausnahmezustand

- Zumeist freundliche und individuelle telefonische Beratung – selbst vor wichtigen Anlässen
- Kundenbindungsprinzip geht auf (Gratiszugaben wie Grußkarten, Pflanzenpflegeprodukte oder Rabattcodes für die Folgebestellung)
- viele Zahlungsmöglichkeiten – aber selten uneingeschränkt via Rechnung
- kurzfristige, aber oft standardisierte, wenig hilfreiche Mailantworten

Benutzerfreundlichkeit der Webseite: Optik ist alles

- Kontaktmöglichkeiten zumeist einfach auffindbar
- intuitive, übersichtliche Navigation
- Design und Produktbewerbung: Sprache der Blumen ist Bildsprache zumeist userfreundlicher Bestellvorgang sowie Transparenz der Bedingungen (Versand, AGBs und FAQ)
- Suche nach individuellen Bedürfnissen kaum möglich

Performance der Webseite: Keine Geschwindigkeitsbegrenzung

- Die Webseiten der Online-Blumenhändler performen gut
- Zu Hochzeiten kommen einige Anbieter jedoch an ihre Grenzen (sehr hohe Ladezeiten)
- entgegen dem Trend: mobiles Einkaufen auf Kosten der Performance bei fast allen Shops

Erstellt von Blumen.de 2014

Backlink zu dieser Infografik:
http://www.blumen.de/images/Blumenanbieterertest/blumenanbieter_im_test_2014.pdf

Die dargestellten Logos und Produktnamen sind eingetragene Markenzeichen und somit Eigentum der jeweiligen Unternehmen.

licensed under creative commons attribution 3.0 license

