

einleitung

version 1.1





christoph lauber, rony meyer

diplomarbeit
oktober - dezember 2003

Inhaltsverzeichnis

1 Referenzierte Dokumente.....	3
2 Aufgabenstellung.....	3
3 Ausgangslage.....	3
4 Zieldefinition.....	3
4.1 Primäre Verbesserungen.....	4
4.1.1 Bestellen ohne Account.....	4
4.1.2 Registrierung.....	4
4.1.3 Rezepte.....	4
4.1.4 Produkt der Woche.....	4
4.1.5 Skins.....	5
4.1.6 Free Shipping.....	5
4.1.7 Bestellabwicklung.....	5
4.2 Sekundäre Verbesserungen.....	5
4.2.1 Fragebogen beim Anmelden.....	5
4.2.2 Cross-Selling.....	5
4.2.3 3D Ansicht der Produkte.....	6
4.2.4 Webcam.....	6
4.2.5 Live Hilfe.....	6
5 Methoden.....	6

1 Referenzierte Dokumente

Verfasser	Name	Version	Referenz
E-Shop  Projektteam	Verbesserungsvorschläge	1.3	www.8wochen.com
E-Shop  Projektteam	Projektarbeitsdokumentation	diverse	www.8wochen.com

2 Aufgabenstellung

eShops sind noch nicht so erfolgreich wie sich deren Betreiber dies ursprünglich erhofft hatten. Aufgrund einer Analyse von bestehenden Webshops sind in der Projektarbeit Erfolgsfaktoren für diese Shops bestimmt worden. Ein Teil dieser Faktoren sollen in einem Prototypen exemplarisch umgesetzt und auf ihre Qualität aus Benutzersicht überprüft werden. Dazu wird ein Webshop aufgesetzt der die Beurteilung der Shops mit Anwendungsfällen durch Benutzer erlaubt. Die Verbesserungen sind in den Bereichen Komfort für den Benutzer (optimierte Prozesse), added value (zusätzliche Angebote mit höherem Kundennutzen) und Individualisierbarkeit (Anpassungen an die eigene Bedürfnisse und Vorlieben) vorgesehen. Die Benutzertests sollen aufzeigen, ob die Verbesserungen aus Benutzersicht sinnvoll waren und zu einer Erhöhung der Akzeptanz geführt haben.

Ziel der Diplomarbeit ist es, am Schluss einen funktionsfähigen und benutzbaren Shop mit den angesprochenen Verbesserungsvorschlägen zu haben, der von Benutzern getestet ist.

3 Ausgangslage

Die Diplomarbeit baut auf vorgängig erstellten Dokumenten auf. Diese wurden in der Projektarbeit im Fach E-Commerce erarbeitet. Es handelt sich dabei um das Herausarbeiten von Erfolgsfaktoren und Kundenbedürfnissen für Webshops im Food/Nearfood Bereich.

4 Zieldefinition

Unser Ziel ist es, einen kompletten Webshop mit Anmeldung, Einkauf und Bestellabwicklung zu implementieren. Darin wollen wir unsere, in der Projektarbeit ausgearbeiteten Verbesserungsvorschläge, umsetzen. Wir sehen vor, dass nach ungefähr vier Wochen der Shop mit den primären Verbesserungen lauffähig ist. Basierend darauf wollen wir einen ersten Benutzertest durchführen. Dieser soll Aufschluss darüber geben, wie die neuen und optimierten Features beurteilt werden und inwiefern wir sie noch an die Benutzerbedürfnisse anpassen müssen. Ebenfalls wollen wir die groben Mängel in den anderen Shopbereichen ausmerzen. Nach dieser Überarbeitung wollen wir in der sechsten/siebten Woche einen zweiten Test auf dem überarbeiteten Shop durchführen. Dabei wird uns interessieren, ob wir die Akzeptanz und Benutzungsfreundlichkeit der überarbeiteten Features steigern konnten und wo noch weiteres Verbesserungspotential liegt. Dieses wollen wir dann, soweit die Zeit reicht, für den endgültigen Shop noch ausschöpfen.

Wir wissen schon jetzt, dass auch unser endgültiger Shop noch Mängel aufweisen wird. Ein möglichst perfekter Shop soll aber nicht das Ziel der Diplomarbeit sein, sonder ein Shop in dem wir ausgewählte Punkte optimiert und neue Features so perfekt als möglich hinzugefügt haben.

Diesen Shop wollen wir während der Ausstellung der Diplomarbeiten den Besuchern zugänglich machen, so dass jeder selber testen kann.

4.1 Primäre Verbesserungen

Diese Punkte wurden aus einer Liste von Verbesserungsvorschlägen aus dem Dokument Verbesserungsvorschläge, das in der Projektarbeit erstellt wurde, ausgewählt. Es wurde darauf geachtet, dass die Vorschläge in erster Linie den Kundenbedürfnissen entsprechen und in sich abgeschlossen einen gesamten Einkaufsablauf in einem Shop simulieren können. Diese Punkte bilden den Fokus unserer Diplomarbeit und sollen mit erster Priorität umgesetzt werden.

4.1.1 Bestellen ohne Account

Kapitel 2.3 im Dokument Verbesserungsvorschläge der Projektarbeit

Hiermit wollen wir dem Kunden ermöglichen, seine Bestellung durchzuführen, ohne sich registrieren zu müssen. Damit soll die Hemmschwelle für die erste Bestellung gesenkt werden. Diese Möglichkeit bietet keiner der Lebensmittelshops in der Schweiz und ist ein Kundenbedürfnis.

4.1.2 Registrierung

Kapitel 2.4

Bei unserer Anmeldung trennen wir klar zwischen Daten, die für die Lieferung zwingend sind und optionalen Ergänzungen. Der Kunde kann somit selber entscheiden, wie viele Daten er dem Shop preisgeben will und kann seine Privatsphäre wahren. Dadurch wird das Vertrauen in den Shop gestärkt.

4.1.3 Rezepte

Kapitel 2.8

Als Ergänzung zu den Produkten wird dem Kunden die Rubrik Rezepte angeboten. Neuartig ist das Zusammenspiel zwischen den einzelnen Produkten und dem Zusammenfassen von Produkten in einem Rezept. Dadurch erhält der Kunde eine Idee, was er kochen könnte, das Einkaufen wird vereinfacht durch die Zusammenstellung aller benötigter Produkte und er kann selektiert, was er wirklich benötigt. Der Kunde kehrt dadurch vermehrt auf den Shop zurück, bestellt grössere Mengen und der Shopbetreiber generiert einen Mehrumsatz.

4.1.4 Produkt der Woche

Kapitel 2.9

Jede Woche wird ein spezielles Produkt angeboten. Dies kann auf die Saison oder einen speziellen Anlass Bezug nehmen. In Zusammenhang mit den Rezeptvorschlägen und den Ergänzungsprodukten bietet es dem Kunden eine interessante Erweiterung und Ideengabe zur Menugestaltung und Einkaufszusammenstellung.

4.1.5 Skins

Kapitel 2.14

Bei den Skins geht es darum, die Farben des Shops nach den unterschiedlichen Benutzergruppen zu wechseln. Dies hat den Vorteil, dass sich der Kunde auf der Seite wohl fühlt und dadurch länger auf der Seite verweilt.

4.1.6 Free Shipping

Kapitel 2.19

Die Idee bei diesem Punkt ist es, dass dem Kunden angezeigt wird, ab welchem Betrag die Lieferung versandkostenfrei ist und wie viel er noch zusätzlich einkaufen muss, um in den Genuss der versandkostenfreien Lieferung zu kommen. Da es für den Kunden abschreckend wirkt, wenn der Betrag um die versandkostefreie Lieferung zu erhalten zu gross ist, wird dieser erst ab einer einstellbaren Schwelle angezeigt.

Damit soll erreicht werden, dass der Kunde eine grössere Bestellung tätigt und dadurch mehr Umsatz generiert.

4.1.7 Bestellabwicklung

Kapitel 2.24

Das Ziel der Bestellabwicklung ist es, dass der Kunde die Bestellung schnellst möglich ausführen kann. Es soll nicht sein, dass er jedes mal von neuem in vielen Schritten Angaben bestätigen oder neu eingeben muss. Deshalb wird die Bestellabwicklung in zwei Schritte, bei festgelegter Bezahlmethode, oder drei, wenn die Bezahlmethode noch offen ist, zusammengefasst. Im letzten Schritt erhält er dann die Möglichkeit, seine Angaben zu korrigieren.

4.2 Sekundäre Verbesserungen

Die folgenden Punkte bilden eine erweiterte Auswahl für die Umsetzung des Shops. Sie werden, je nach Zeit die wir dafür einsetzen können, umgesetzt oder existieren auch weiterhin nur als Vorschlag.

4.2.1 Fragebogen beim Anmelden

Kapitel 2.5 im Dokument Verbesserungsvorschläge der Projektarbeit

Bei der Anmeldung hat der Kunde die Möglichkeit, einen Fragebogen auszufüllen und dadurch weitere Informationen über sich preis zugeben. Als Anreiz zum Ausfüllen erhält er einen Bon oder eine Gutschrift. Der Shopbetreiber kann dank diesen Daten ein Personalisiertes und auf den Kunden zugeschnittenes Angeboten anbieten.

4.2.2 Cross-Selling

Kapitel 2.10

Zu einem eingekauften Artikel werden passende Zusatzartikel vorgeschlagen. Damit die Vorschläge nicht aufdringlich wirken und sich der Kunde nicht belästigt fühlt, müssen die Vorschläge sehr dezent gemacht werden. Wie dies am Besten möglich ist, können wir zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht sagen. Dies wird, falls umgesetzt, Gegenstand der Benutzertests sein.

4.2.3 3D Ansicht der Produkte

Kapitel 2.18

Viele Kunden zögern, Produkte, die Sie nicht selber in der Hand gehabt haben, einzukaufen. Das Dreidimensionale darstellen ist ein Zwischenschritt dazu. Der Kunde kann das von Ihm gewünschte Produkt von allen Seiten betrachten, bevor er es einkauft.

4.2.4 Webcam

Kapitel 2.23

Der Kunde erhält rund um die Uhr einblick in das Verteilzentrum und sieht die Waren sowie die Personen, die für Ihn den Einkauf erledigen. Dadurch wird das Vertrauen gestärkt.

4.2.5 Live Hilfe

Kapitel 2.27

Hier hat der Kunde die Möglichkeit, mit einer Person Kontakt aufzunehmen und Fragen zu den Produkten zu stellen oder wo er was findet. Damit wollen wir erreichen, dass sich der Kunde nicht alleine fühlt und sofort Hilfe erhält.

5 Methoden

Zum Erreichen unserer Ziele bauen wir auf die Fähigkeiten, die wir uns während des Studiums an der HTI in Biel angeeignet haben. Insbesondere benötigen wir Kenntnisse im Bereich „Webtechnologie“ und „Mensch-Maschine Kommunikation“. Für den Teil des Shopaufbaus und die Umsetzung der Verbesserungsvorschläge werden wir auf das Erlernte aus dem Bereich „Webtechnologie“ angewiesen sein, wohingegen für die Benutzertestes Methoden aus dem Bereich „Mensch-Maschine Kommunikation“ zum tragen kommen werden.