

# „TARNKAPPEN“- TEST-SHOPPING

Mystery E-Shopping ist ein mögliches Controlling-Instrument für die Online-Qualität. Auf was sollten Online-Händler dabei achten und welche Fragen sollte man entsprechenden Dienstleistern stellen?

VON ELMAR P. WACH

**Das Internet hat sich** als Vertriebskanal etabliert. Der Bitkom-Webmonitor publiziert, dass sechs von zehn Personen (ab 14 Jahren) in Deutschland online einkaufen, das sind rund vierzig Millionen Menschen. Dementsprechend viele E-Shops adressieren unterschiedliche Sortimentsschwerpunkte, allerdings auch in unterschiedlicher Qualität der Online-Auftritte und der dahinter stehenden Prozesse. Was des Händlers Freude, kann des Herstellers Leid sein. Denn es geht nicht nur ums Verkaufen, sondern auch um eine dem Produzenten angemessene Online-Qualität. Mangelhafte Produktpräsentation, schlechter Service oder fehlerhafte Lieferung und „Piratenprodukte“ werfen nicht nur ein schlechtes Licht auf den Shop, sondern auch auf den Hersteller und seine Marke. Dieses



**Elmar Wach**, E-Commerce Consulting, hat sich auf die beratende Online-Qualitätssicherung spezialisiert und entwickelt Konzepte für verbesserte Online-Vertriebswege.

Spannungsmoment in der Zusammenarbeit mit den Händlern muss auch auf der Herstellerseite adressiert werden – Kundenzufriedenheit, Loyalität und Markenpflege sind originäre Ziele des Herstellers. Ideal wird ein Controlling-Instrument eingesetzt, etwa Mystery E-Shopping – das im stationären Handel bekannte Mystery Shopping wurde in das Internet übertragen und angepasst. Mystery E-Shopping ist ein kombinierter Usability- und Funktionalitätstest – im Prinzip werden Kundensituationen simuliert. Bei Online-Vertriebspartnern, also fremden

Shops, die die eigenen Produkte online vertreiben, wird mit Mystery E-Shopping geprüft, ob diese Shops die Qualitätsansprüche des Herstellers erfüllen – qualitativ und auf Wunsch auch quantitativ werden diese E-Shops vom Frontend bis zu den Logistikprozessen, also Lieferung und Retoure, analysiert und bewertet.

Mystery E-Shopping eignet sich auch für das Auffinden nicht autorisierter Vertriebspartner und das Screening nach „Piratenprodukten“. Der Hersteller erhält als Ergebnis:

- Übersicht über E-Shops, die die eigenen Produkte respektive Plagiate oder illegale Produkte online vertreiben
- Klarheit, was die relevanten Online-Qualitätskriterien betrifft
- Transparenz in der Qualität der jeweiligen E-Shops
- Preistransparenz der eigenen Produkte auf dem Markt
- Bewertung der E-Shops, des Kundenservice und des Fulfillment

- Übersicht über Händler, die zu autorisierten Online-Vertriebspartnern rekrutiert werden sollten
- Handlungsempfehlungen zum Erreichen der geforderten Online-Qualität
- Entwicklungs-Trend der Online-Qualität über die Zeit
- Kostenreduktion durch weniger Beschwerden respektive steuernde Gegenmaßnahmen zum Erhalt der eigenen Reputation
- Umsatzerhöhung durch ein größeres Kundenvertrauen und gegebenenfalls durch eine Preisanpassung an den Markt

Mystery E-Shopping eignet sich für die Steuerung der Online-Vertriebspartner – es optimiert das Qualitätsmanagement und -Controlling von Shops. Für zielgerichtetes Mystery E-Shopping bei Vertriebspartnern empfiehlt sich systematisches Vorgehen. Hierfür werden zu Beginn folgende Punkte geklärt:

**Mystery Shopping** überprüft den Vertriebskanal Internet anhand spezieller Kriterien wie Usability und Funktionalität.



- Existiert bereits ein Anforderungsprofil an Online-Vertriebspartner?
- Falls ja, welche (qualitativen und quantitativen) Kriterien umfasst es?
- Stimmen diese Kriterien mit den aktuellen Anforderungen überein?

Auch wenn bereits ein Online-Anforderungsprofil existiert, ist der externe Blick eines Mystery-E-Shopping-Dienstleisters hilfreich. In jedem Fall ist eine Abstimmung des Dienstleisters mit dem Hersteller zwecks Status-Quo-Analyse und Zielformulierung erforderlich. Falls noch kein Anforderungsprofil an die Online-Qualität der Vertriebspartner existiert, wird dieses gemeinsam erstellt. Hierbei ist die Kompetenz des Mystery-E-Shopping-Dienstleisters essenziell. Dieser kann etwa die Motivationstheorie von Herzberg adaptieren, um die relevanten Online-Qualitätskriterien zu formulieren. Hierbei sind Hygiene-Faktoren von Shops die Kriterien,

**Mystery E-Shopping** optimiert das Online-Qualitäts-Management und -Controlling.

die ein E-Shop unbedingt erfüllen muss, um den Endkunden nicht zu verärgern. Zusätzliche Motivatoren führen zur Zufriedenheit des Endkunden, die auch positiv auf den Hersteller und seine Marke strahlt. Zusätzlich können quantitative und formale Kriterien wie Preise, Herstel-

lergarantie, Kennzeichnung von „B-Ware“ und AGB des Händlers in das Anforderungsprofil aufgenommen werden. Stehen die Qualitätskriterien fest, startet das operative Mystery E-Shopping. Dieses wird meist durch erfahrene Inhouse-Experten durchgeführt. Optional kann ein



## SALES

ADVERTORIAL

# PCI-COMPLIANCE LEICHT GEMACHT

Händler, die in ihrem Webshop Zahlungen per Kreditkarte akzeptieren, müssen verschiedene Anforderungen zur Speicherung von Kartendaten beachten.

Die „Payment Card Industry Data Security Standards“ (PCI DSS) sind weltweit gültige Sicherheitsstandards führender internationaler Kreditkartenorganisationen. Sie enthalten Regeln für alle Unternehmen, die Kartendaten verarbeiten, um diese vor Missbrauch und Diebstahl zu schützen.

Obwohl PCI DSS Händler vor größeren Schäden schützt, scheuen viele den technischen Aufwand, der mit einer PCI-konformen Ausrichtung der EDV-Systeme verbunden ist. Dass der Aufwand mit der richtigen Payment-Software gering gehalten werden kann, zeigt ConCardis – Spezialist für den bargeldlosen Zahlungsverkehr. ConCardis-Kunden können in vier Schritten ihre „PCI-Compliance“ sicherstellen:

- 1 Webshop-Betreiber nutzen die PCI-zertifizierte E-Payment-Lösung „ConCardis PayEngine“, die einfache und sichere Zahlungen im Internet garantiert und mit der bis zu 30 gängige Bezahlfahrer akzeptiert werden können.
- 2 Händler registrieren sich kostenfrei auf [www.pcplatform.concardis.com](http://www.pcplatform.concardis.com)
- 3 Mittels eines Fragebogens müssen lediglich elf Fragen beantwortet werden. Abgefragt werden nicht nur die Art der Verarbeitung von Kartendaten, sondern auch allgemeine Unternehmensinformationen, Verbindungen zu anderen Unternehmen und technische Details, die sich auf die Umsetzung der PCI-Anforderungen beziehen. Eine Support-Hotline steht kostenfrei zur Verfügung.

- 4 Eine Zertifizierung erhalten Unternehmen, die die PCI-DSS-Sicherheitskriterien – von einer Firewall über Zugriffspolitiken bis hin zu Tests der Sicherheitssysteme – erfüllen. Nach Abschluss des Zertifizierungsverfahrens erhalten Händler ein Sicherheitssiegel, das für den Webshop eingesetzt werden kann.

### ConCardis GmbH

Solmsstraße 4  
 Tel.: 0 69 / 79 22-40 72  
 Fax: 0 69 / 79 22-31 81  
 60486 Frankfurt am Main  
[ecommerce@concardis.com](mailto:ecommerce@concardis.com)  
[www.concardis.com](http://www.concardis.com)



Panel unterstützen – Dienstleister führen eine eigene Datenbank mit Mystery-E-Shoppers, die nach diversen Kriterien selektiert werden können. Generell spielt die Kompetenz des Mystery-E-Shopping-Dienstleisters eine Rolle. Dieser muss Erfahrung für die gesamtheitliche Analyse und Bewertung von E-Shops und Fulfilment-Prozessen sowie konzeptionelle Fähigkeiten haben. Eine zweite Kernkompetenz ist das Finden weiterer, noch un-

ist individuell. Nachfolgend sind aus diesem Controlling-Instrument beispielhafte abgeleitete Maßnahmen gelistet:

- „Stilles Qualitäts-Monitoring“: Der Hersteller bekommt ein transparentes Bild vom Markt und agiert beispielsweise nur bei Fehlern, Gefahren für die Marke oder illegalen Umständen wie „Piratenprodukte“ oder Produktangeboten, die etwa nicht für den deutschen Markt vorgesehen sind

**Mystery E-Shopping ist ein kombinierter Usability- und Funktionalitätstest – im Prinzip werden Kundensituationen simuliert.**

bekannter E-Shops – erfahrungsgemäß kennen die meisten Hersteller bei weitem nicht alle E-Shops, die ihre Produkte vertreiben. Im Mystery E-Shopping werden alle Aktivitäten protokolliert und Incidents priorisiert. Besonders schwerwiegende Auffälligkeiten wie ein nicht sicherer E-Shop oder grobe Mängel in der Service-Qualität werden an den Hersteller gemeldet. Ein weiteres Differenzierungsmerkmal des Dienstleisters ist die Kompetenz, konkrete Handlungsempfehlungen zu geben. Nicht nur Kriterienanalyse und das Auffinden von Qualitätsmängeln sind essenziell, spannend wird es, wie die identifizierten Themen behoben werden können. Hier spielen durchaus die Hersteller- und die Händlerseite eine Rolle – nicht alles, was sich der Hersteller wünscht, wird oder kann der Händler umsetzen.

Stehen die konkreten Handlungsempfehlungen, beginnt deren Umsetzung – der Rahmen für die möglichen Aktionen

- Kontinuierliches Qualitäts-Controlling: Ein kontinuierliches Mystery E-Shopping ist die Grundlage für ein Qualitäts-Controlling; Key Quality Indicators (KQI – Qualitätskennzahlen) werden definiert und regelmäßig ausgewertet – dieses Controlling-Instrument unterstützt die Vertriebssteuerung
- „Sanfte Sanktionen“: Händler, die die geforderte Online-Qualität nicht erfüllen, werden etwa aus einer Händlerrubrik auf der Hersteller-Website gestrichen; einen Schritt weiter geht die Entfernung von Backlinks vom Hersteller-auf die Händler-Site, die Sperrung der Marke in Internet-Suchmaschinen wie Google und die Ausgrenzung aus dem Händler-Extranet
- Händler-Coaching: Es gibt durchaus Händler, die einen E-Shop betreiben, jedoch damit wenig Erfahrung haben respektive dieser ein wenig beachteter Vertriebskanal ist; ein Hersteller vermit-

telt nun seine größere Online-Kompetenz dem Händler – selbst oder über den Mystery-E-Shopping-Dienstleister; idealerweise wird eine Win-Win-Situation geschaffen, die die anfallenden Coaching-Kosten mit entfallenen Image-Pflegekosten respektive dem erwarteten Mehrumsatz vergleichen

- Autorisierung der Online-Vertriebspartner: Das Qualitätsanforderungsprofil dient als Grundlage für eine Autorisierung der Online-Vertriebspartner; nach erfolgreicher Prüfung erhält der Händler ein Logo als „Autorisierter Händler“ – dieses signalisiert dem Kunden die Erfüllung seiner Qualitätserwartungen an die Marke und die enge Zusammenarbeit mit dem Hersteller; zusätzlich kann die Einhaltung des Anforderungsprofils vertraglich geregelt werden – dieser Vertrag lässt sich dann einfach auf Einhaltung prüfen
- Analyse der Bezugsquellen/-wege: Falls ein nicht autorisierter Online-Vertriebspartner aufgespürt wird und dieser die Qualitätsanforderungen nicht erfüllt, wird dessen Bezugsquelle eruiert (durch den Hersteller oder eventuell den Mystery-Dienstleister – häufig kennen die Hersteller die Vertriebsverflechtungen und damit die Wege bis zu den Bezugsquellen); es folgen Gespräche mit den entsprechenden Großhändlern und Intermediären
- Beenden der Geschäftsbeziehung: Bei allzu großen Verfehlungen des Händlers wird die Geschäftsbeziehung gekündigt respektive nicht verlängert; ein derartiger Schritt muss auf Herstellerseite nicht gut überlegt sein und erfordert auch eine Analyse der Gesamtheit der Situation – wie verhält sich beispielsweise Online-Umsatz mit einem eventuellen stationären Umsatz dieses Händlers und der Gefahr für die eigene Marke?
- Rechtliche Schritte: Illegale Aktivitäten wie Vertrieb von „Piratenprodukten“, gestohlene Produkte und Produkte, die nicht für den deutschen Markt vorgesehen sind, werden mit Rechtsmitteln geahndet

> **Kennziffer: ecm20168**

**Mystery E-Shopping** schafft Transparenz im Vertriebskanal Internet durch den Abgleich von internen und externen Kriterien.

**/ Mystery eShopping als Qualitäts-Controlling-Instrument**  
Simulation von Kundensituationen – „Externer Blick“

Internes Mystery eShopping	Externes Mystery eShopping
<b>Usability</b> (Verständlichkeit, Kundenprozesse etc.)	<b>Fremde eShops</b> (bekannte/ unbekannte eShops)
<b>Funktionalität</b> (vorhandene/ fehlende Features)	<b>Qualitäts-Controlling</b> (interne/ externe Kriterien, auch B-Ware etc.)
<b>Service-Qualität</b> (Hotline, Korrespondenz etc.)	<b>Service-Qualität</b> (Hotline, Korrespondenz etc.)
<b>Fulfilment-Qualität</b> (Lieferung, Retoure)	<b>Fulfilment-Qualität</b> (Lieferung, Retoure)
<b>Konkrete Handlungsempfehlungen</b>	<b>Konkrete Handlungsempfehlungen</b>
	<b>Maßnahmen - Konzeption &amp; Umsetzung</b> (Autorisierungsprogramm, Bewertung etc.)

**/ Mystery eShopping schafft Transparenz im Vertriebskanal Internet**