

Online- Apotheken-Studie

Spain



Eine Untersuchung von Dr. Kaske Pharma Consulting

Liebe Leserinnen und Leser,

E-Commerce boomt in ganz Europa. Zunehmend treten auch Apotheken in das Online-Geschäft ein. Bis 2020 wird der europäische Versandhandelsmarkt laut Sempora 6,5 Milliarden schwer sein.

Der Apothekensektor ist der im ersten Halbjahr des Jahres 2018 am stärksten im E-Commerce wachsende Sektor. Prognosen von Branchenspezialisten zufolge soll der spanische Markt bis Ende 2019 rund 1.500 Millionen Euro einbringen. Die im Jahr 2015 erzielten Gewinne werden damit verdoppelt und spiegeln den großen Erfolg dieses E-Commerce-Bereichs wider.

In der Online-Apotheken-Studie für Spanien analysieren wir, welche der Versandapotheken für die Zukunft am besten aufgestellt ist. Die besten 10 Shops werden im Detail an den 5 wichtigsten Entscheidungsfaktoren aus Verbrauchersicht im Online Marketing gemessen: Preis, SEO, Service, Traffic und Usability.

Mit besten Grüßen aus München,



Fabian Kaske
*Studienautor &
Geschäftsführer*



Marie Sophie Kaiser
*Studienautorin & Marketing
& Communications Manager*



Ebru Pikel
*Studienautorin &
Content Marketing Manager*

Inhaltsverzeichnis

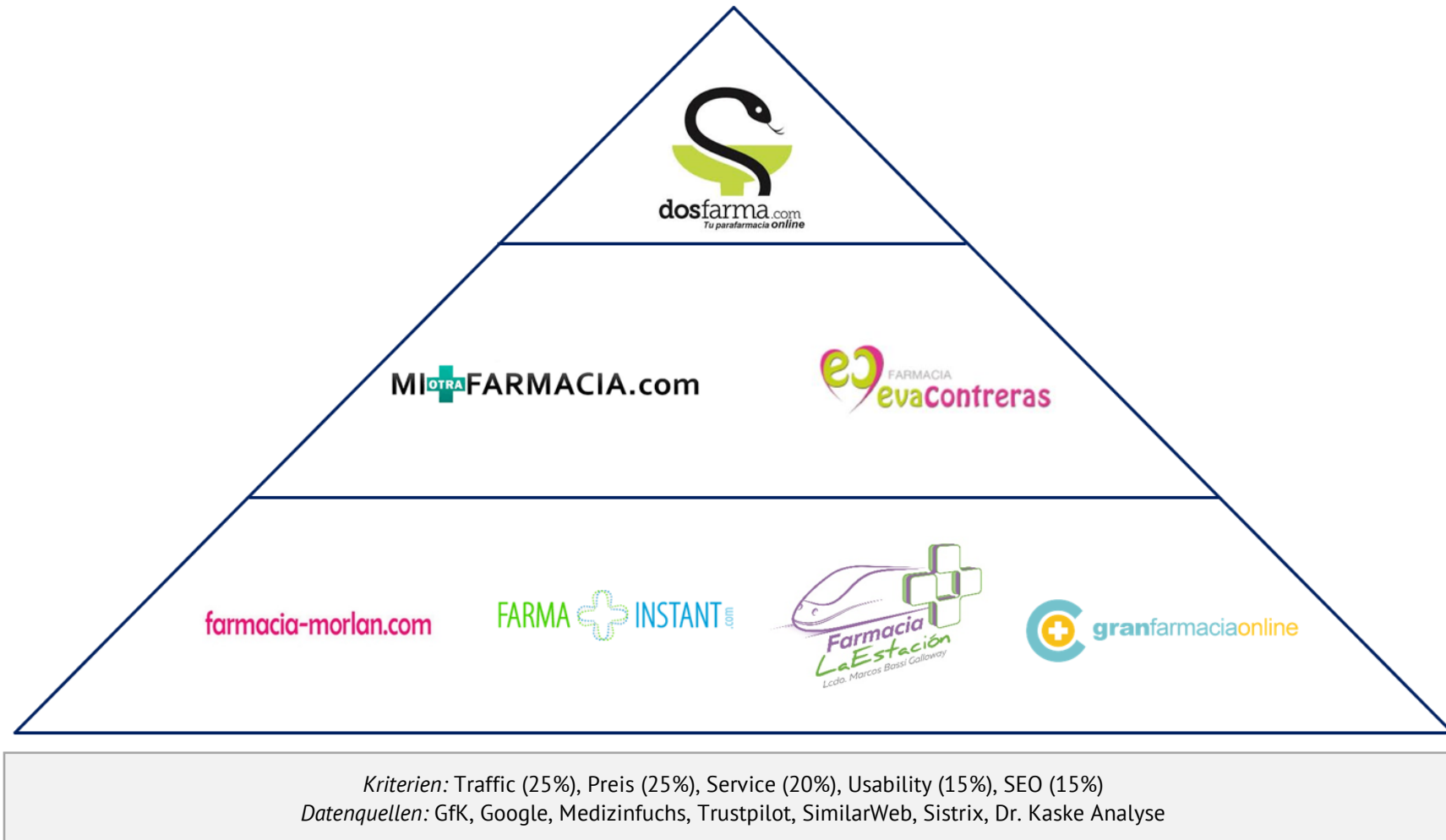
Executive Summary	6
Methodik	9
Performance Marketing.....	13
Preis	14
Online Experience.....	15
Detailauswertungen	16
Gran Farmacia Online	18
Farmacia La Estación	19
Farma Instant	20
Farmacia Morlan	21
Farmacia Eva Contreras.....	22
Mi Otra farmacia	23
Dos Farma.....	24
Kontakt zu den Autoren.....	26

Executive

Summary

Die Top 7 Versandapotheken in Spanien

Quelle: Online-Apotheken-Studie, von Dr. Kaske Pharma Consulting, 2018



Executive Summary

Dos Farma auf Platz 1

Die Online-Apotheke Dos Farma schneidet im Gesamtranking am besten ab. Grund für das Spitzenergebnis sind die durchgängig hohen Bewertungen in allen Kategorien und vor allem die gute SEO-Performance im Vergleich zu den Wettbewerbern.

Größte Unterschiede im Bereich SEO

Mi Otra Farmacia folgt relativ dicht mit sehr ähnlichen Ergebnissen in den einzelnen Teilbereichen. Einziger Unterschied zum Spitzenreiter ist ein etwas geringere Bewertung in der Kategorie SEO. Die Farmacia Eva Contreras, Farmacia Morlan und Farma Instant folgen mit geringem Abstand im Gesamtranking. Diese Shops haben deutlich weniger Traffic als die besten Zwei.

Weitere Versandapotheken dicht auf den Fersen

Die abschließende Gruppe setzt sich aus zwei Versandapotheken zusammen. Diese beiden Shops Farmacia La Estación und die Gran Farmacia Online haben vor allem in den Bereichen SEO und Traffic Nachholbedarf, gehören aber nichtsdestotrotz zu den besten 7 Online-Apotheken Spaniens, da sie den Wettbewerbern in den Kategorien Preis, Service und Usability in nichts nachstehen.

Challenge: Auf neue Anforderungen einstellen

Die Bereitschaft, online Medikamente zu bestellen, ist ungebrochen. Ein Besucher ist jedoch nicht automatisch ein Käufer. Hier gilt es in den Teildisziplinen dran zu bleiben. Verbesserungen erhöhen die Conversion und damit den gesamtwirtschaftlichen Erfolg - vernünftig kalkulierte Deckungsbeiträge vorausgesetzt..

Die kundenseitige Erwartungshaltung ist klar: Die Online-Apotheke muss leicht zu finden, die Navigation innerhalb des Shops intuitiv und der Kaufprozess reibungslos sein. Eine durchdachte Content-Strategie, die Produktseiten inkludiert und weiterführende Inhalte zu möglichst vielen Indikationen und Fragestellungen bietet, ist das i-Tüpfelchen.

SEO ist die mit Abstand schlechteste Disziplin in dieser Studie. Das mag verschiedenste Gründe haben – nicht zuletzt wohl die teilweise langen Vorlaufzeiten von SEO-Maßnahmen von bis zu einem Jahr.

Der niedrige Durchschnittswert ist ein eindeutiges Indiz dafür, dass SEO noch nicht im Fokus steht. Grund ist wohl auch, dass der Wert von „organischem Traffic“ aufgrund mangelhafter Usability (und damit einhergehenden niedrigen

Konversionsraten) noch nicht voll zur Geltung kommt. Fakt ist jedoch, dass die Generation 50+ nicht nur online einkauft, sondern auch via Tablets und Smartphones Shops besucht.

Die Spielregeln des Suchgiganten Google sollten deshalb zukünftig vermehrt Leitlinie bei der Shop-Entwicklung sein. Denn es gilt: Was Google als Ranking-Faktor definiert, ist in 99% der Fälle ein Abbild der Nutzererwartung. Da auch online der Kunde König ist, lohnt sich die Anpassung.

Methodik

Methodik

Datenquelle

Gewichtung

Preis

**25%**

Der Preis ist eines der entscheidenden Kriterien beim Kauf in der Versandapotheke. Für preisbewusste Käufer ist es teilweise sogar das einzige Entscheidungskriterium bei der Wahl der richtigen Versandapotheke. Dementsprechend wurde in der Versandapotheken-Studie diesem Punkt ein besonders hohes Gewicht zuteil. Anhand mehrerer Warenkörbe mit dutzenden häufig nachgefragter Produkte wurde ausgewertet, welche Versandapotheke den günstigsten Gesamtpreis anbietet.

Traffic

**25%**

Absolute Besucherzahlen der Versandapotheken über die letzten 12 Monate basierend auf Panel-Daten von Millionen von Verbrauchern in Kooperation mit führenden Business Intelligence Datenbankanbietern.

Service

**20%**

Basiert auf fragebogengestützte Nutzererfahrungen auf den Seiten der Online-Apotheken sowie objektiven Service-Kennzahlen. Bewertungskriterien sind u. a. Kundenservice (Qualität, Erreichbarkeit und Verfügbarkeit), Versand (Mindestbestellgrenzen, Dauer, Zuverlässigkeit), Bezahlungsmöglichkeiten, Bestellvorgang, Kaufprozess sowie eine Auswertung der Nutzerbewertungen auf relevanten Bewertungsportalen.

Datenquelle

Gewichtung

Usability

15%

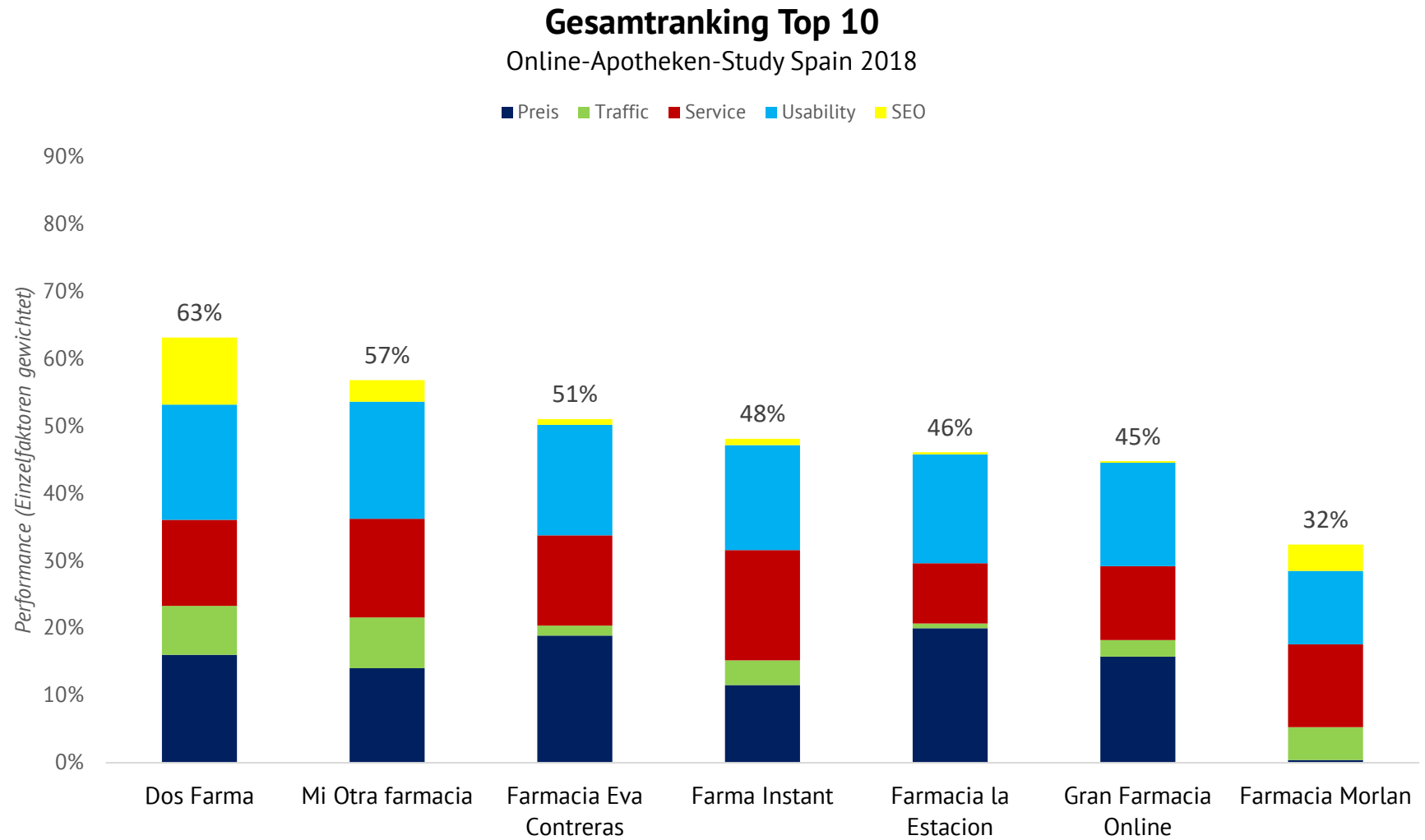
Kombination aus fragebogengestützter Nutzererfahrungen auf den Seiten der Online-Apotheken sowie harten Usability-Kennzahlen. Bewertungskriterien für erstere sind u. a. Design, Produktsuche und Einfachheit des Bestellprozesses. Darüber hinaus wurde analysiert:

- Mobil-Optimierung: Qualität und Umsetzung
- Mobile App: Betriebssysteme, Nutzungszahlen, Bewertungsschnitt
- Bestellformular- und Anmeldeprozess-Analyse

SEO

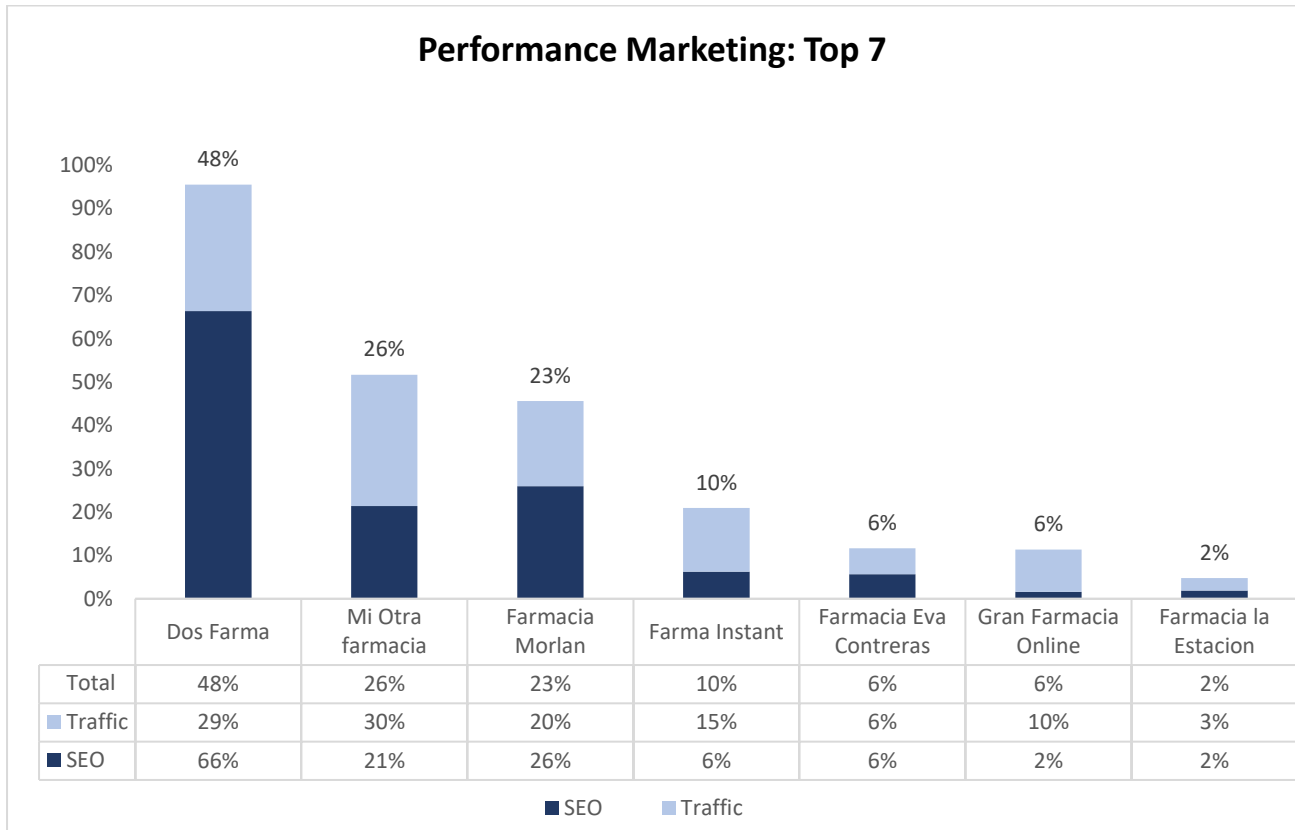
15%

Aktuelle Sichtbarkeit und Entwicklung der Versandapotheken bei Suchanfragen zu Arzneimitteln, Medikamenten und Versandapotheken im Allgemeinen auf Google innerhalb der letzten 24 Monate, gestützt auf Daten der führenden Anbieter in diesem Segment. Zusätzliche Bewertung der Verweise auf die jeweilige Versandapotheke sowie der Domänenpopularität.



Teildisziplinen

Performance Marketing

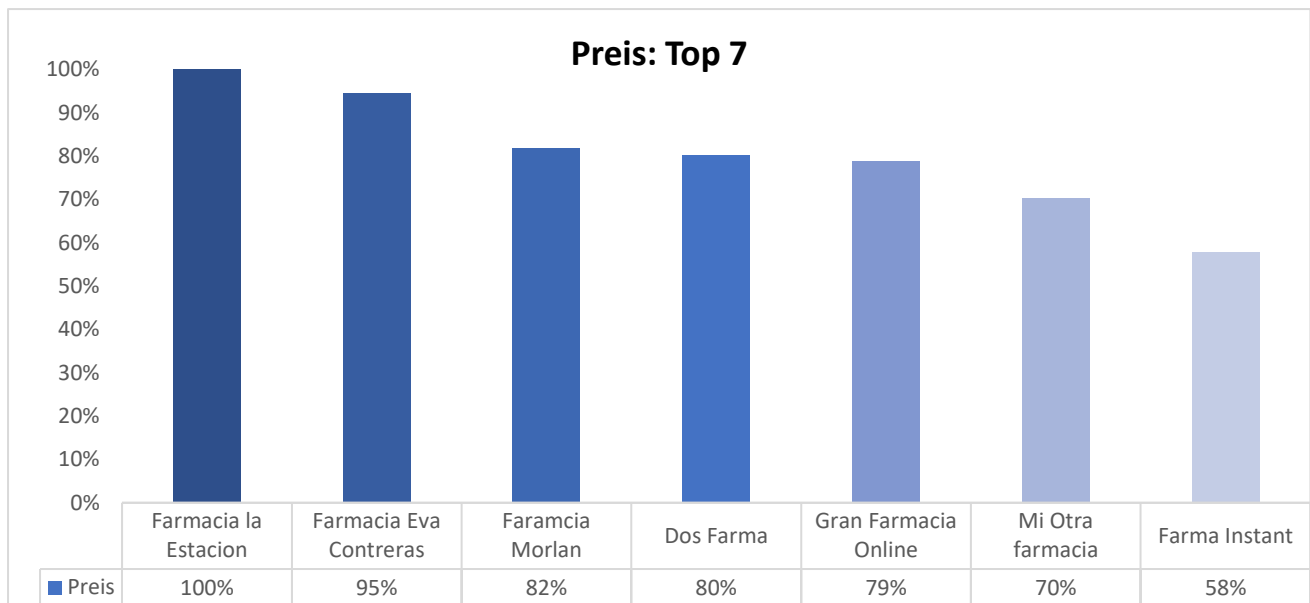


Der Teilbereich Performance Marketing bildet ab, inwieweit es Versandapotheken gelingt, durch nicht-bezahlte Maßnahmen Besucher auf den eigenen Shop zu leiten und diese zu Käufern umzuwandeln. Insgesamt fußt der Wert auf zwei Kernkategorien.

Erste Kernkategorie ist Traffic, also der tatsächliche Besucherwert, der sich in der jeweiligen Versandapotheke wiederfindet. Aufbauend auf Panel-Daten von Millionen von Verbrauchern in Kooperation mit führenden Business Intelligence Datenbankanbietern können die tatsächlichen Besucher der jeweiligen Online-Apotheke geschätzt werden. Erfahrungsgemäß spiegeln diese Werte die Realität ziemlich genau wider. Die Daten können daher als belastbar angesehen werden. Zusammen mit dem Preis wird dem Traffic die höchste Gewichtung innerhalb der Versandapothekenstudie zuteil.

Zweite Kernkategorie ist SEO (Search Engine Optimization, zu Deutsch Suchmaschinenoptimierung). In der Kategorie SEO wird anhand eines umfangreichen Keyword-Sets (eine Auswahl relevanter Suchbegriffe) erfasst, an welcher Position eine Versandapotheke beim jeweiligen Suchbegriff von Google in den Suchergebnissen gelistet wird. Zusätzlich werden die eingehenden Verweise (Backlinks) auf die jeweilige Versandapotheke gezählt und ausgewertet. Diese zeigen anschaulich, wie hoch die Bekanntheit der jeweiligen Versandapotheke im Internet ist.

Preis

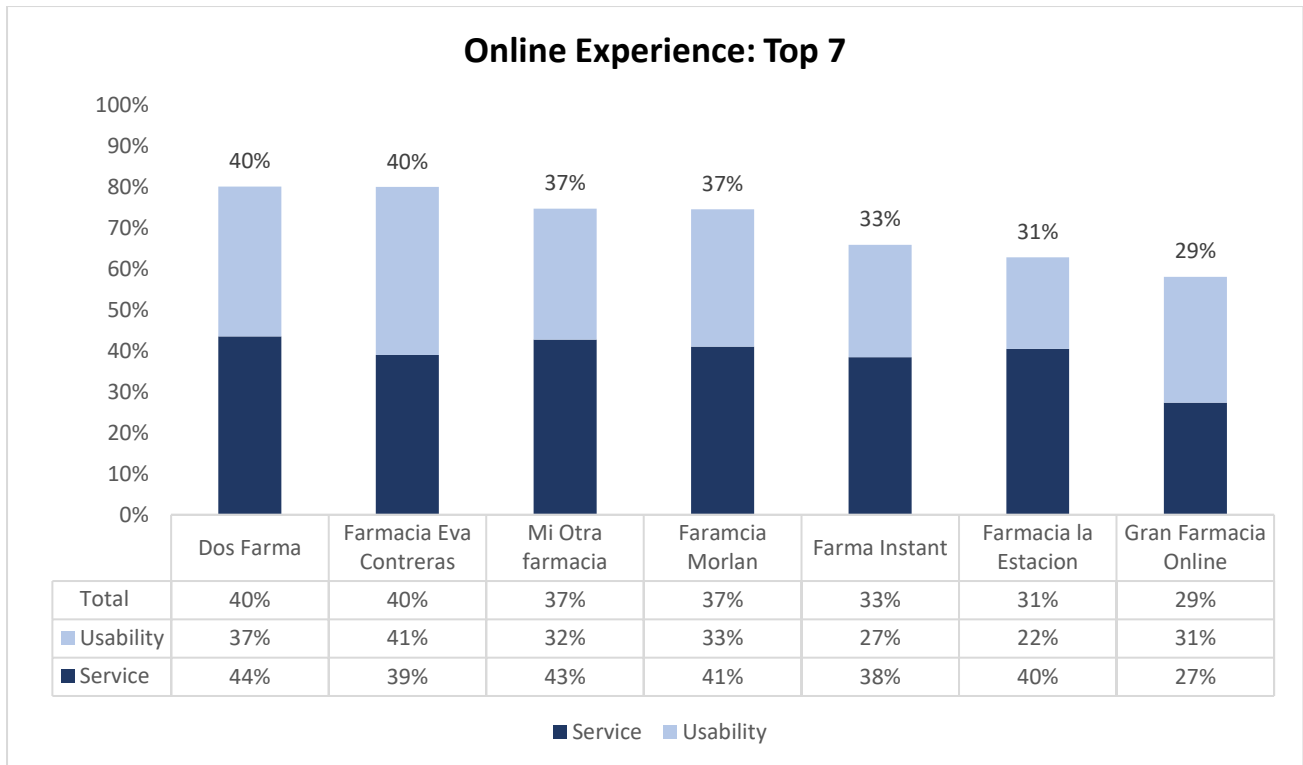


Ein nach wie vor **entscheidender Faktor bei der Kaufentscheidung ist der Preis**. Preisbewusste Käufer entscheiden teilweise ausschließlich anhand des Preises, welche Versandapotheke den „Zuschlag“ erhält.

Durch Zusammenstellung eines breit aufgestellten Warenkorbs mit einem großen Anteil an häufig nachgefragten Produkten wurde ausgewertet, welche Versandapotheke in Summe den günstigsten Gesamtpreis bietet.

Farmacia la Estacion, Farmacia Eva Contreras und Farmacia Morlan sind die drei günstigsten Versandapotheken im Test. Die folgenden Versandapotheken liefern sich ein sehr enges Rennen auf Augenhöhe um den günstigsten Preis. Das ist ein Indiz dafür, dass beim Wettbewerb um den günstigsten Preis die Schmerzgrenzen erreicht sind.

Online Experience



Doch nicht jeder User macht seinen Kauf alleine vom Preis abhängig. Der Wunsch nach schnellen, auch via Smartphone oder Tablet leicht zu bedienenden und übersichtlichen Shop-Seiten wird immer stärker. Der Grund: Andere Shops zeigen wie und das es geht. Auch hat der Kunde ein immer höheres Bedürfnis an Service. So sollte die Hotline möglichst kostenlos und am besten 24/7 erreichbar sein. Auf Anfragen an die Serviceadresse sollte im Idealfall innerhalb weniger Stunden geantwortet werden. Wer hier die gleiche Beratung wie in einer stationären Apotheke bieten kann, hat die Nase vorne.

Basierend auf fragebogengestützten Einkaufserlebnissen und Usability-Tests mit ausgewählten Personengruppen wurde die Online Experience in zwei Kategorien unterteilt. Usability (z. B. Design, Benutzerfreundlichkeit, Bestellprozess) und Service (z.B. Erreichbarkeit der Hotline, Informationsangebot sowie Qualität der medizinischen Auskunft).

Die
Studienergebnisse
im Detail

Gran Farmacia Online



<https://www.granfarmaciaonline.es/es/>

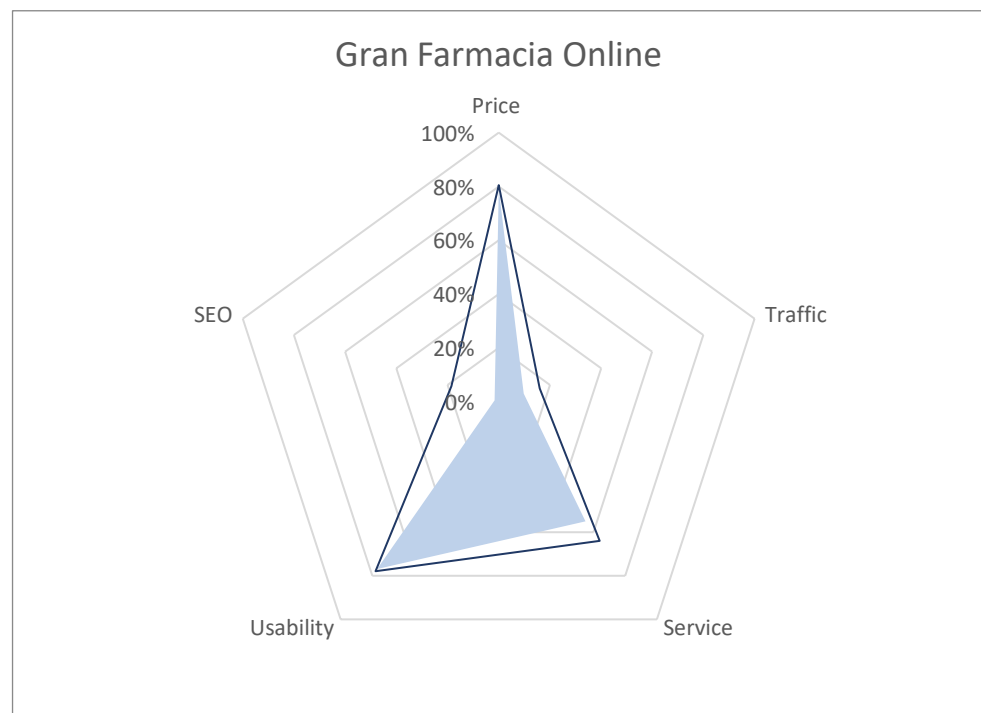


Scores

Preis	79%
Traffic	10%
Service	55%
Usability	77%
SEO	2%



Ø Top 7
pro Disziplin



Mit guter Usability und attraktiven Preisen sowie guten Werten im Bereich Service verteidigt die Gran Farmacia Online den siebten Platz.

Wenn der Versender das Thema SEO in Angriff nimmt und die Besucherzahl erhöhen kann, ist eine Platzierung unter den Top Five mit Sicherheit möglich.

Farmacia La Estacion



<https://www.farmacialaestacion.com>

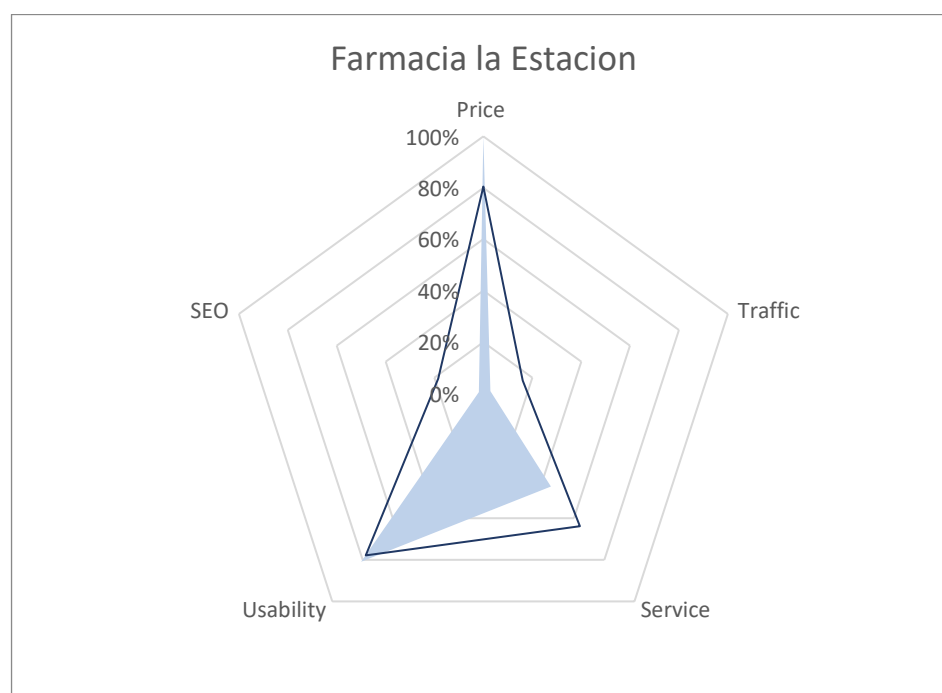


Scores

Preis	100%
Traffic	3%
Service	45%
Usability	81%
SEO	2%



Ø Top 7
pro Disziplin



Die Farmacia la Estación erzielt in der Kategorie Preis das beste Ergebnis und landet insgesamt auf dem Platz 6. Die Bedienbarkeit kann durchaus überzeugen. Der Service punktet mit einer mittleren Bewertung.

Vor allem die Bereiche SEO und Traffic lassen große Chancen für eine künftige Verbesserung offen.

Farma Instant



<http://www.farmainstant.com/es/>

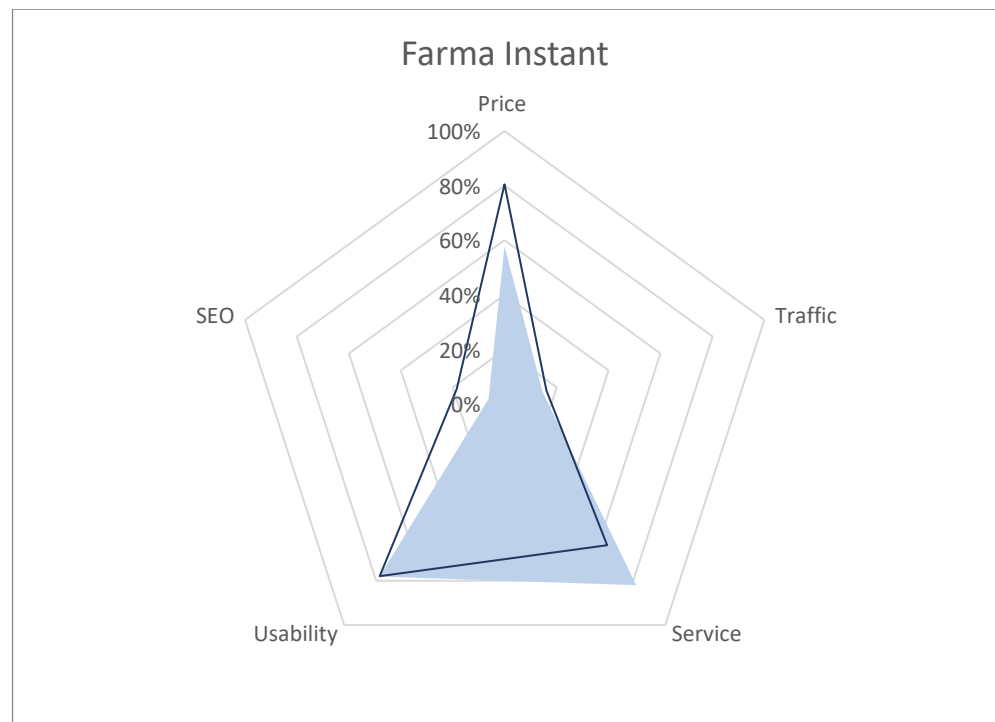


Scores

Preis	58%
Traffic	15%
Service	82%
Usability	78%
SEO	6%



Ø Top 7
pro Disziplin



Für eine Platzierung in den Top Five reicht es für die Farma Instant. Der Versender schneidet in den Bereichen Service und Usability sehr gut ab. Auch in der Kategorie Preis kann mit einer mittleren Bewertung gepunktet werden. Allerdings bleiben auch hier große Chancen ungenutzt, wenn es um SEO-Maßnahmen und die Generierung von Traffic geht.

Farmacia Morlan

farmacia-morlan.com

<https://www.farmacia-morlan.com/>

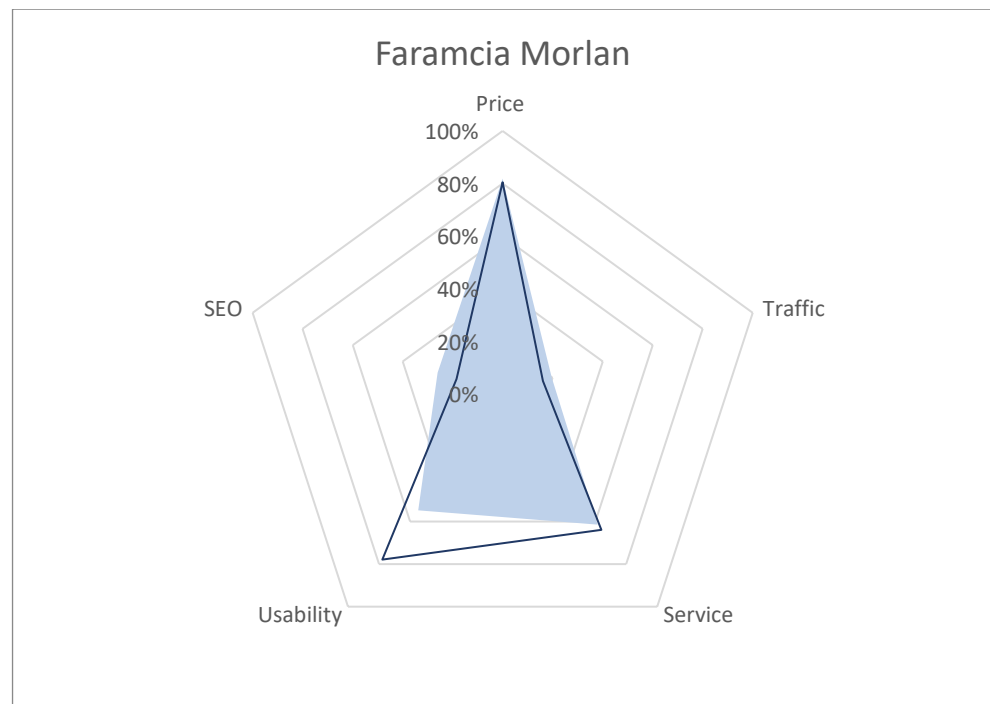


Scores

Preis	82%
Traffic	20%
Service	61%
Usability	55%
SEO	26%



Ø Top 7
pro Disziplin



Die Farmacia Morlan zeigt gute Ansätze in SEO und kann zahlreiche Besucher auf, die die Shopseite ziehen. Besonders gute Bewertung erhält die Online-Apotheke für die Kategorie Preis. Auch der Service und die Usability können sich sehen lassen.

Farmacia Eva Contreras



www.farmaciaecontraeras.com

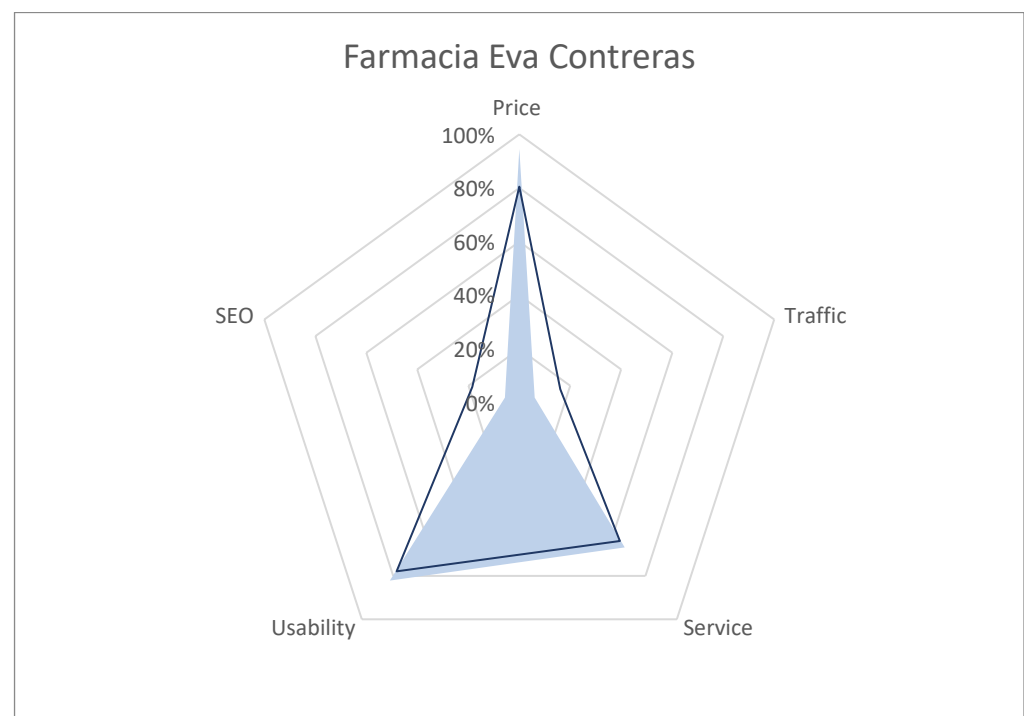


Scores

Preis	95%
Traffic	6%
Service	67%
Usability	82%
SEO	6%



Ø Top 7
pro Disziplin



Die Farmacia Eva Contreras steigt auf dem Platz 3 in das Gesamtranking ein.

Die Bedienbarkeit und der gebotene Service können durchaus überzeugen. Der Preis ist für Kunden sehr attraktiv.

Vor allem die Bereiche SEO und Traffic lassen Chancen für eine künftige Verbesserung erkennen.

Mi Otra Farmacia

MIOTRAFARMACIA.com

<https://www.miotrafarmacia.com/>

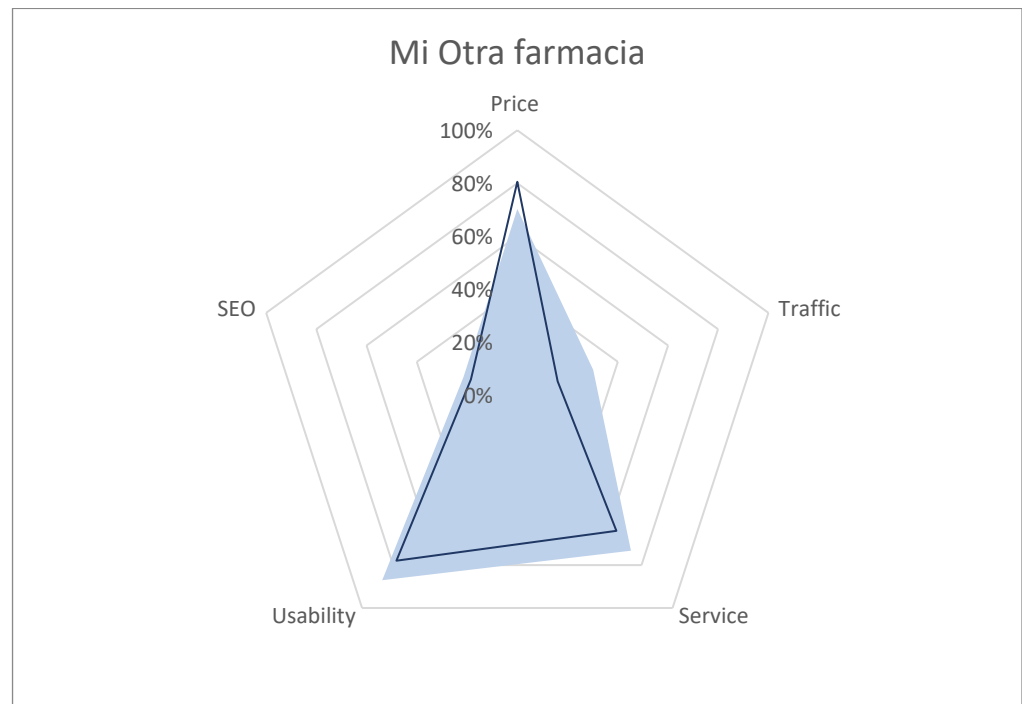


Scores

Preis	70%
Traffic	30%
Service	73%
Usability	87%
SEO	21%



Ø Top 7
pro Disziplin



Auf dem 2. Platz findet sich Mi Otra Farmacia wieder. Sehr gute Bewertungen gab es vorrangig für die Usability. Auch der Service und die Preisstruktur machen dem Shop bei Kunden beliebt.

Einziger echter Wermutstropfen ist die SEO-Performance. Mehr organische Besucher könnten für ein massives Umsatzplus sorgen.



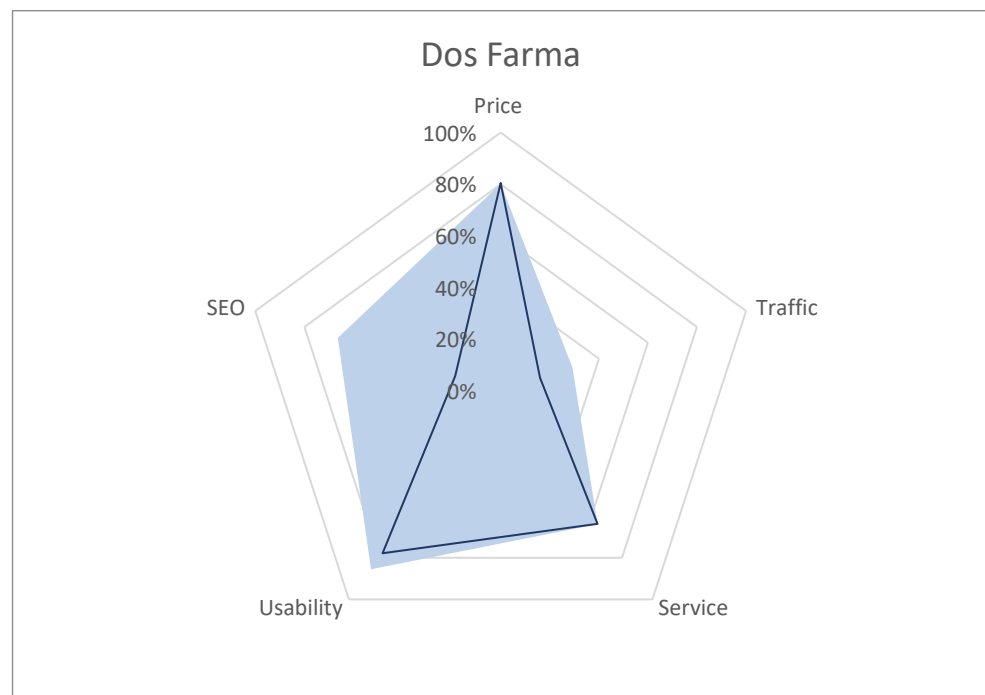
www.dosfarma.com

Scores

Preis	80%
Traffic	29%
Service	64%
Usability	86%
SEO	66%



Ø Top 7
pro Disziplin



Die Nummer 1 im Gesamtranking ist der Online-Shop Dos Farma. Die Kategorien Usability und Preis stechen besonders positiv hervor, aber auch im Service und SEO kann die Apotheke gute Werte erzielen. Noch nicht ausgeschöpftes Potential schlummert im Bereich Traffic.

Kontakt- informationen

Kontakt

Sie haben Fragen, Feedback oder wünschen sich Beratung?

Gerne ist das Dr. Kaske E-Commerce Team für Sie da:



Marie Sophie Kaiser
*Studienautorin &
Marketing and
Communications Manager*
+49 89 242156 516
[Email](#)



Ebru Pekel
*Studienautorin & Content
Marketing Manager*
+49 89 242156 20
[Email](#)



Fabian Kaske
*Studienautor &
Geschäftsführer*
+49 89 242156 517
[Email](#)



Dr. Roland Kaske
*Geschäftsführer &
Gründer*
+49 89 242156 517
[Email](#)



Rafael Adler
*Online Marketing
Manager*
+49 89 242156 12
[Email](#)



Enrico Faidt
Smile Customer Service
+49 89 242156 519
[Email](#)



Kim Lander
*Cross Media Marketing
Manager*
+49 89 242156 25
[Email](#)



Sascha Walk
Smile Projektmanager
+49 89 242156 515
[Email](#)



Sie möchten die Wachstumschance des Online-Handels optimal nutzen?

Smile, unsere Smart Intelligence eCommerce Plattform, macht die eCommerce Analyse zu einem Kinderspiel.

Ihre Vorteile mit Smile

1. **KPIs:** Messung der Online-Performance Ihrer Produkte
2. **360° Konkurrenzbeobachtung:** Messung der Performance Ihrer Wettbewerber
3. **Produkt:** Maximierung der Produktseitenqualität und Kaufwahrscheinlichkeit
4. **Verfügbarkeit und Listung:** Automatisierte Prüfung
5. **Sichtbarkeit:** Maximierung der Auffindbarkeit im Versandhandel
6. **WKZ:** Effizienter Einsatz Ihrer Werbegelder
7. **Preis:** eCommerce Preismonitoring für Marken
8. **Kundenbewertung:** Screening von Produktratings
9. **Arbeitsentlastung:** Massive Zeitersparnis durch Automatisieren manueller Datenprüfprozesse

Jetzt kostenlos informieren:

<https://drkaske.de/smile>