

INTERNET WORLD Business Shop-Award 2016 startet

Die Ausschreibung für den "INTERNET WORLD Business Shop-Award 2016" ist angelaufen. Bis 12. Januar 2016 können Händler und Agenturen sich für den renommierten Preis bewerben. Zum inzwischen fünften Mal sucht die Redaktion der E-Commerce-Fachzeitschrift INTERNET WORLD Business die besten Online-Shops im deutschsprachigen Raum.

Für den renommierten Preis können Händler und Agenturen Shops aus Deutschland, Österreich und der Schweiz einreichen, die in punkto Design, Zielgruppenansprache, Sortiment, Produktdarstellung, Kanalverknüpfung, Usability, Idee und/oder Service einzigartig sind.

Gesucht werden Shops in den folgenden sieben Kategorien:

- Bester Online-Pure-Player
- Bester Multichannel-Anbieter
- Bester Online-Shop eines Markenherstellers
- Bester B-to-B-Shop
- Bester Mobile Shop
- Beste Produktpräsentation
- Höchster Innovationsgrad

Unter allen Einreichungen wird zudem der Sonderpreis "Best of Show" vergeben. Alle Shortlist-Teilnehmer und natürlich auch die Gewinner werden im Rahmen einer breiten Berichterstattung auf Internetworld.de und in der Printausgabe von INTERNET WORLD Business ausführlich präsentiert.

Für die Einreichung berechnen wir in diesem Jahr erstmals pro Shop eine Bearbeitungsgebühr von 79 Euro (zzgl. MwSt.).

Alle Einreichungen bewertet zunächst die Redaktion der INTERNET WORLD Business mittels eines standardisierten Fragebogens. Berücksichtigt werden dabei folgende Kriterien in folgender Gewichtung:

Idee (5 Prozent)

Ist das Shop-Konzept oder das Sortiment besonders originell oder einzigartig?

Design (30 Prozent)

Ist die Umsetzung des Shops stimmig und up to date? Wie ist die Startseite gestaltet, wie hochwertig ist die Bildsprache, wie werden Calls-to-Action grafisch umgesetzt, wirkt der Shop vertrauenserweckend?

Usability (40 Prozent)

Lässt sich der Shop intuitiv bedienen, lässt sich der Kaufprozess von der Startseite bis zum Klick auf den Kaufen-Button ohne technische Probleme umsetzen, wie funktioniert die Suche, wie sind Navigation und Menüstruktur gelöst, lassen sich alle Shop-Features intuitiv bedienen, findet der Nutzer alles, was er im Shop sucht (z.B. AGB, Retourenbelehrung etc.) auf Anhieb, wie simpel ist der Checkout, welche Zahlungsarten sind integriert, wie erfolgt die Kundenbetreuung nach dem Klick auf den Kaufen-Button (Paketverfolgung, Versandbenachrichtigung per Mail etc.)

Zielgruppenansprache (5 Prozent)

Trifft der Shop die Tonalität bei der Zielgruppenansprache, werden für verschiedene Zielgruppen unterschiedliche Produkteinstiege geboten?

Produktpräsentation (10 Prozent)

Wie werden Produkte im Shop präsentiert, wie viele unterschiedliche Produktansichten gibt es, wie gut ist die Qualität der Produktfotos, wie liebevoll ist die Produktbeschreibung, werden alle Fragen des Käufers beantwortet, gibt es sortimentspezifische Features, die die Produktberatung unterstützen (Konfiguratoren, Produktberater etc), werden Videos zur Erklärung eingesetzt, gibt es dreidimensionale Darstellungen?

Performance (5 Prozent)

Wie schnell sind die Ladezeiten im Shop – stationär und mobil?

Joy of Use (5 Prozent)

Bietet der Shop durch spezielle Features oder seine generelle Gestaltung ein besonders gelungenes Einkaufserlebnis?

Die jeweils fünf am besten bewerteten Shops pro Kategorie qualifizieren sich für die Shortlist, die anschließend einer Jury aus namhaften E-Commerce-Experten zur Beurteilung überlassen wird. Diese vergeben pro Kategorie ein bis fünf Punkte an die Shortlist-Kandidaten. Aus den errechneten Durchschnittswerten werden die Sieger ermittelt.

Die Bewerbungsfrist endet am 12. Januar 2016. Die Preisverleihung findet am Abend des 29. Februar 2016 im Rahmen einer glanzvollen Gala im Münchner Event-Lokal "GOP" statt. Erwartet werden rund 250 hochkarätige Köpfe der E-Commerce- und Online-Marketing-Branche.

Hier geht's zur Website mit weiteren Informationen, Impressionen aus dem Vorjahr und dem Bewerbungsformular.