

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Die Theorie .....</b>	<b>11</b>
1.1	<b>Das Unternehmen präsentieren und die eigene Rolle mitgestalten.....</b>	<b>11</b>
1.1.1	Das Unternehmen im Zeitalter der Digitalisierung.....	11
1.1.2	Die Präsentation des Unternehmens in der Öffentlichkeit.....	13
1.1.3	Rollen- und Aufgabenverteilung im Unternehmen .....	17
1.1.4	Kaufleute am Puls der Zeit .....	19
1.2	<b>Onlinesortimente gestalten und die Beschaffung unterstützen .....</b>	<b>21</b>
1.2.1	Die Pflege der Produktdaten .....	21
1.2.2	Produktbeschreibungen optimieren .....	24
1.2.3	Produktbilder richtig einsetzen .....	26
1.2.4	Rechtssicherheit bei Preisangaben und Sortimenten .....	36
1.2.5	Unterstützung bei der Warenbeschaffung.....	40
1.3	<b>Verträge im Onlinevertrieb anbahnen und bearbeiten .....</b>	<b>43</b>
1.3.1	Grundlagen des Vertragsrechts .....	44
1.3.2	Vertragsanbahnung und Vertragsschluss im E-Commerce .....	45
1.3.3	Der Kaufbutton.....	47
1.3.4	Verträge bearbeiten und erfüllen .....	48
1.4	<b>Werteströme erfassen, auswerten und beurteilen.....</b>	<b>52</b>
1.4.1	Basiswissen betriebliche Kennzahlen .....	52
1.4.2	Basiswissen Buchführung.....	55
1.4.3	Basiswissen Bilanz und Kosten- und Leistungsrechnung .....	58
1.4.4	Werteströme im E-Commerce messen .....	61
1.4.5	Messungen mit Google Analytics .....	64
1.5	<b>Rückabwicklungsprozesse und Leistungsstörungen bearbeiten .....</b>	<b>69</b>
1.5.1	Rechtsquelle für den Widerruf .....	69
1.5.2	Rücksendungen abwickeln .....	76
1.5.3	Mängel und Mängelhaftung .....	82
1.5.4	Gewährleistung und Garantie .....	87
1.5.5	Transportschäden .....	90
1.5.6	Streitschlichtung .....	92
1.5.7	Zahlungserinnerung und Mahnverfahren .....	95
1.6	<b>Servicekommunikation kundenorientiert gestalten .....</b>	<b>100</b>
1.6.1	Kundenorientierte Information.....	100
1.6.2	Beratung und Beratungskanäle.....	107
1.6.3	Guter Service.....	110
1.7	<b>Onlinemarketingmaßnahmen umsetzen und bewerten .....</b>	<b>113</b>
1.7.1	Marketing über das Produkt.....	114
1.7.2	Marketing über den Preis.....	116

1.7.3	Marketing über den Vertrieb .....	120
1.7.4	Marketing über Promotion und Gewinnspiele.....	122
1.7.5	Personalisierung über Storytelling .....	126
1.7.6	Marketingmaßnahmen analysieren und bewerten .....	128
<b>1.8</b>	<b>Wertschöpfungsprozesse erfolgsorientiert steuern .....</b>	<b>131</b>
1.8.1	Die Wertschöpfungskette.....	132
1.8.2	Die Wertschöpfungskette im E-Commerce .....	134
1.8.3	Wertschöpfungsketten effektiv steuern .....	134
<b>1.9</b>	<b>Onlinevertriebskanäle auswählen.....</b>	<b>135</b>
1.9.1	Der eigene Onlineshop .....	135
1.9.2	Vertrieb über eBay.....	136
1.9.3	Vertrieb über Amazon .....	139
1.9.4	Vertrieb über andere Marktplätze .....	143
<b>1.10</b>	<b>Den Onlinevertrieb kennzahlengestützt optimieren .....</b>	<b>144</b>
1.10.1	Die Echtzeitanalyse .....	145
1.10.2	Geografische Herkunft analysieren .....	148
1.10.3	Akquisition und Endgeräte .....	149
1.10.4	Verhaltensfluss analysieren .....	152
<b>1.11</b>	<b>Gesamtwirtschaftliche Einflüsse bei unternehmerischen Entscheidungen berücksichtigen .....</b>	<b>153</b>
1.11.1	Die Bevölkerungsentwicklung .....	153
1.11.2	Einkommen, Einkommensentwicklung und Kaufkraft.....	156
1.11.3	Konjunktur und Konjunkturzyklen .....	158
1.11.4	Die wichtigsten Konjunkturindikatoren .....	160
<b>1.12</b>	<b>Berufsbezogene Projekte durchführen und bewerten.....</b>	<b>162</b>
1.12.1	Projekt und Kampagne .....	162
1.12.2	Ziel und Strategie .....	165
1.12.3	Die Followerkampagne .....	167
1.12.4	Die Produktkampagne.....	169
1.12.5	Name, Keywords und Branded Hashtags definieren .....	172
1.12.6	Die Kampagne forcieren .....	174
1.12.7	Kampagne auswerten .....	175
1.12.8	Checkliste Projekt und Kampagne.....	175
<b>2</b>	<b>Die Praxis .....</b>	<b>177</b>
<b>2.1</b>	<b>Einen Übungsshop einrichten .....</b>	<b>177</b>
2.1.1	Shopsysteme im Vergleich .....	177
2.1.2	Provider und Webspace für einen Shop .....	186
2.1.3	Upload via FTP.....	190
2.1.4	Ein Übungsshop mit WordPress .....	194
<b>2.2</b>	<b>Workshops aus der Praxis .....</b>	<b>210</b>
2.2.1	Cross- und Up-Selling .....	210
2.2.2	Geschenke ab einem bestimmten Bestellwert.....	211
2.2.3	Optionen für Kundenkonten .....	215
<b>2.3</b>	<b>Kommunikationskanäle auswählen und bespielen .....</b>	<b>216</b>

2.3.1	Die wichtigsten Social-Media-Netzwerke.....	217
2.3.2	Social-Media-Netzwerke effektiv bespielen.....	228
2.3.3	Das Firmenblog als Kommunikationskanal.....	236
<b>2.4</b>	<b>Zahlungssysteme auswählen .....</b>	<b>239</b>
2.4.1	Onlinezahlungssysteme im Vergleich .....	239
2.4.2	Der richtige Zahlungsmix .....	247
2.4.3	Zahlungsarten kommunizieren .....	251
<b>2.5</b>	<b>Stripe-Workshop .....</b>	<b>253</b>
2.5.1	Einen Stripe-Account eröffnen .....	253
2.5.2	Eine Testtransaktion durchführen .....	257
2.5.3	Stripe mit dem Shopsystem verbinden.....	260
<b>2.6</b>	<b>Urheber-, Persönlichkeits- und Markenrecht beachten.....</b>	<b>262</b>
2.6.1	Praxistipps zum Urheberrecht.....	262
2.6.2	Praxistipps zu Persönlichkeitsrechten.....	264
2.6.3	Praxistipps zum Markenrecht.....	267
<b>2.7</b>	<b>Umsetzen der EU-Datenschutzgrundverordnung.....</b>	<b>269</b>
2.7.1	Die Neuregelung im Datenschutzrecht .....	269
2.7.2	Die Umsetzung im Unternehmen .....	270
2.7.3	Die Datenschutzerklärung.....	272
<b>2.8</b>	<b>Newsletter-Marketing in der Praxis .....</b>	<b>281</b>
2.8.1	Interne Newsletter-Systeme nutzen.....	282
2.8.2	Externe Newsletter-Anbieter .....	284
2.8.3	Der rechtskonforme Newsletter.....	287
2.8.4	Opt-in und Opt-out .....	287
2.8.5	Newsletter-Knigge .....	289
<b>2.9</b>	<b>Besondere Marketingideen und Geschäftsmodelle .....</b>	<b>294</b>
2.9.1	Gamification .....	294
2.9.2	Kundeninteressen filtern .....	296
2.9.3	Preis auf Nachfrage .....	297
<b>2.10</b>	<b>Fehlentwicklungen identifizieren und kommunizieren .....</b>	<b>298</b>
2.10.1	Die Rechtsfälle .....	298
2.10.2	Der Elefant im Raum .....	299
2.10.3	Das tote Pferd .....	300
<b>2.11</b>	<b>Security im E-Commerce .....</b>	<b>301</b>
2.11.1	Vorbeugungen treffen .....	302
2.11.2	Schutz vor Social Engineering .....	309
2.11.3	Verschlüsselung mit SSL-Zertifikat .....	311
2.11.4	Kunden für Phishing sensibilisieren.....	315
<b>2.12</b>	<b>Kaufmännische Verantwortung.....</b>	<b>318</b>
2.12.1	Unternehmensverantwortung und Profitstreben im Ausgleich.....	319
2.12.2	Leitlinien im Unternehmen .....	320
2.12.3	Die CSR-Richtlinie.....	321
2.12.4	Verantwortung in das Geschäftsmodell einbeziehen .....	323

<b>3</b>	<b>Die Abschlussprüfung .....</b>	<b>327</b>
3.1	Teil 1 der Prüfung .....	327
3.2	Teil 2 der Prüfung .....	328
3.2.1	Geschäftsprozesse im E-Commerce.....	328
3.2.2	Kundenkommunikation im E-Commerce.....	328
3.2.3	Fachgespräch zu einem projektbezogenen Prozess im E-Commerce.....	329
3.2.4	Wirtschafts- und Sozialkunde .....	329
3.3	Prüfungsvorbereitung auf das Fachgespräch .....	329
<b>A</b>	<b>Anhang.....</b>	<b>333</b>
A.1	Nützliche Ressourcen .....	333
A.1.1	Ausbildung Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce .....	333
A.1.2	Shopsysteme .....	333
A.1.3	B2C-Marktplätze.....	333
A.1.4	B2B-Marktplätze .....	334
A.1.5	Verbände und Dienstleister .....	334
A.1.6	Recht allgemein.....	334
A.1.7	Recht für bestimmte Waren und Dienstleistungen .....	334
A.1.8	Zahlung und Mahnung .....	335
A.1.9	Statistiken .....	335
A.1.10	Sicherheit .....	335
A.1.11	Verschiedenes.....	336
A.2	Glossar.....	336
	<b>Stichwortverzeichnis.....</b>	<b>341</b>