

Inhaltsverzeichnis

- 1 Idee – Konzept – Budget..... 1**
 - 1.1 Der Businessplan – kein Start ohne Konzept..... 2
 - 1.2 Das Produktsortiment..... 3
 - 1.3 Die Frage nach der Zielgruppe 4
 - 1.4 Das Shopsystem 5
 - 1.5 Marktanalyse..... 5
 - 1.6 Marketingmaßnahmen 6
 - 1.7 Servicekonzept..... 6
 - 1.8 Festlegung des Budgetrahmens..... 6
 - 1.9 Umsatzziel..... 7
 - 1.10 Geländer – keine Betonbande 8
 - Literatur 8
- 2 Software – Technologie – Hosting – SSL..... 9**
 - 2.1 Die Wahl des Shopsystems 9
 - 2.2 Technische Grundlagen..... 10
 - 2.3 Das richtige System wählen..... 11
 - 2.3.1 Magento 12
 - 2.3.2 Oxid..... 13
 - 2.3.3 Plentymarkets..... 13
 - 2.3.4 Prestashop 14
 - 2.3.5 Shopware..... 15
 - 2.3.6 WooCommerce..... 16
 - 2.4 Shops im Vergleich 17
 - 2.5 Serverwahl 17
 - 2.6 Die SSL-Verschlüsselung..... 18
- 3 Der gelungene Auftritt: Logo – Design und Corporate Identity 21**
 - 3.1 Der optische Auftritt: perfekt auf die Zielgruppe abgestimmt..... 21
 - 3.2 Das Logo..... 22
 - 3.3 Design und CD..... 23
 - 3.4 Unverzichtbar: Responsive Design 24

4 Usability als wichtiger Faktor für den Erfolg von Onlineshops	25
4.1 One Click!.....	25
4.2 Usability als unverzichtbares Kundenbindungsinstrument.....	26
4.3 Intuitives Shopperlebnis = Umsatzsteigerung	27
4.4 Weitere Vorteile einer guten Usability	29
4.4.1 Loyalität und Empfehlungen.....	29
4.4.2 Vorteile im Wettbewerb.....	29
4.5 Vorteile ausspielen – Produktverlinkung und Cross-Selling.....	29
4.6 Kosteneinsparung dank guter Usability	30
4.7 Usability-Kriterien	30
4.7.1 Seitengestaltung	30
4.7.2 Produktpräsentation	31
4.7.3 Überblick und Kontrolle	32
4.7.4 Warenkorb und Checkout.....	33
4.7.5 Gamification.....	33
4.8 Usabilityanalyse	35
4.9 Die Entwicklung in die Hände von Profis geben	35
Literatur	36
5 Umsetzung und rechtliche Fragen.....	37
5.1 Professionelle Unterstützung	38
5.2 Konzeptarbeit	39
5.3 Lasten- und Pflichtenheft	40
5.4 Rechtliche Vorgaben	41
5.4.1 Die Impressumspflicht	41
5.4.2 Weitere Informationspflichten.....	43
5.4.3 Die „Button-Lösung“ – Ihre Informationspflicht auf der Bestellseite	44
5.4.4 Preisangabenverordnung	45
5.4.5 Allgemeine Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr	46
5.4.6 Abschriften und Bestätigungen.....	46
5.4.7 Widerrufsrecht	47
5.4.8 Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB).....	48
5.4.9 Die Datenschutzerklärung.....	49
5.4.10 Wettbewerbsrecht	49
5.4.11 Urheber- und Markenrechtsschutz	50
5.4.12 Abmahnungen	50
6 Es geht ums Geld – der Zahlungsprozess	51
6.1 Die verschiedenen Zahlungsmöglichkeiten	52
6.1.1 Zahlung auf Rechnung	52
6.1.2 Zahlung per Vorkasse und Nachnahme.....	54
6.1.3 Zahlung per Lastschriftverfahren und Direktüberweisung	55

6.1.4	Zahlung per Kreditkarte	55
6.1.5	Zahlung mit PayPal	56
6.1.6	Was kostet es?	56
	Literatur	57
7	Versandabwicklung	59
7.1	Vor dem Versand	60
7.2	Die Wahl des richtigen Dienstleisters	60
7.2.1	Dienstleister im Vergleich	62
7.2.2	Versand ins Ausland	62
7.3	Die Kommissionierung – reibungslose Abwicklung ist Pflicht	64
7.4	Retourenmanagement	65
	Literatur	67
8	Suchmaschinenoptimierung (SEO)	69
8.1	SEO	70
8.2	On-Page-Optimierung	70
8.2.1	Technische Aspekte der On-Page-Optimierung	71
8.2.2	Inhaltliche Aspekte der On-Page-Optimierung	73
8.3	Off-Page-Optimierung	73
8.3.1	Links	73
8.3.2	Qualität, nicht Quantität – die Wichtigkeit von qualitativen Links	74
8.3.3	Wer verlinkt mich da?	75
8.3.4	Social Signs	75
8.3.5	Maßnahmen für Links	76
8.4	Sauber bleiben: der Unterschied zwischen White-Hat-SEO und Black-Hat-SEO	78
8.5	Die Google Search Console	78
8.5.1	Funktionen der Google Search Console	79
8.5.2	Statistik-Tools	80
	Literatur	81
9	Marketing	83
9.1	Das A und O: die Zielgruppe	83
9.2	Werbemöglichkeiten für Onlineshops	84
9.2.1	Aktualität der eigenen Seite	84
9.2.2	Online- und Social-Media-Aktivitäten	85
9.2.3	Affiliate Marketing	85
9.2.4	Suchmaschinen-Werbung	86
9.2.5	Remarketing	87
9.2.6	Email-Marketing	88
9.2.7	Pressearbeit	89

9.2.8	Eintragung in Onlineverzeichnissen und auf Preisvergleichsseiten	89
9.2.9	Zusammenarbeit mit Bloggern	89
9.3	Kosten	90
	Literatur	90
10	Auswertung – von der Google Analytics-Statistik bis zum Kundenfeedback	91
10.1	Google Analytics	91
10.1.1	Das Datenschutzproblem	92
10.1.2	Die Implementierung von Google Analytics	94
10.1.3	Ziele und Key Performance Indicators	94
10.1.4	Die Funktionen von Google Analytics	95
10.2	Kundenfeedback.....	98
10.2.1	Der Feedbackbutton.....	98
10.2.2	Befragung des Kundenstamms	100
10.2.3	Produktbewertungen	100
10.3	A/B-Testing.....	100
	Literatur	101
	Stichwortverzeichnis	103