

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	7
1.9	Umsatzziel	8
1.10	Rahmen	8
1.11	Alternative: Business Model Canvas	9
2	Software – Technologie – Hosting – SSL.	11
2.1	Die Wahl des Shopsystems	11
2.2	Technische Grundlagen	12
2.3	Das richtige System wählen.	15
2.3.1	WooCommerce	16
2.3.2	Shopify	16
2.3.3	JTL	18
2.3.4	Prestashop	19
2.3.5	Oxid	19
2.3.6	Plentymarkets	20
2.3.7	Shopware	21
2.3.8	Magento	22
2.3.9	Salesforce Commerce Cloud und SAP Commerce Cloud.	23
2.3.10	Marktanteile Shopsysteme in Deutschland	24
2.4	Serverwahl	25
2.5	Die SSL-Verschlüsselung.	26

3	Der gelungene Auftritt: Logo – Design und Corporate Identity	29
3.1	Der optische Auftritt: perfekt auf die Zielgruppe abgestimmt	29
3.2	Das Logo	30
3.3	Design und CD	31
3.4	Unverzichtbar: Responsive Design	32
4	Usability als wichtiger Faktor für den Erfolg von Onlineshops	35
4.1	One Click!	35
4.2	Usability als unverzichtbares Kundenbindungsinstrument	36
4.3	Intuitives Shopperlebnis = Umsatzsteigerung	37
4.4	Weitere Vorteile einer guten Usability	39
4.4.1	Loyalität und Empfehlungen	39
4.4.2	Vorteile im Wettbewerb	39
4.5	Vorteile ausspielen – Produktverlinkung und Cross-Selling	39
4.6	Kosteneinsparung dank guter Usability	40
4.7	Usability-Kriterien	40
4.7.1	Seitengestaltung	40
4.7.2	Produktpräsentation	41
4.7.3	Überblick und Kontrolle	42
4.7.4	Warenkorb und Check-out	43
4.7.5	Gamification	44
4.8	Usabilityanalyse	45
4.9	Die Entwicklung in die Hände von Profis geben	46
5	Umsetzung und rechtliche Fragen	47
5.1	Professionelle Unterstützung	48
5.2	Konzeptarbeit	49
5.3	Lasten- und Pflichtenheft	50
5.4	Rechtliche Vorgaben	51
5.4.1	Die Impressumspflicht	52
5.4.2	Weitere Informationspflichten im Fernabsatzgeschäft	54
5.4.3	Die „Button-Lösung“ – Ihre Informationspflicht auf der Bestellseite	55
5.4.4	Preisangabenverordnung	56
5.4.5	Allgemeine Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr	57
5.4.6	Abschriften und Bestätigungen	57
5.4.7	Widerrufsrecht	58
5.4.8	Die allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB)	59
5.4.9	Datenschutz	60
5.4.10	Wettbewerbsrecht	61
5.4.11	Urheber- und Markenrechtsschutz	61
5.4.12	Abmahnungen	62

- 6 Es geht ums Geld – der Zahlungsprozess 63
 - 6.1 Die verschiedenen Zahlungsmöglichkeiten 64
 - 6.1.1 Zahlung auf Rechnung 64
 - 6.1.2 Zahlung per Vorkasse und Nachnahme 66
 - 6.1.3 Zahlung per Lastschriftverfahren und Direktüberweisung 67
 - 6.1.4 Zahlung per Kreditkarte 68
 - 6.1.5 Zahlung mit PayPal 68
 - 6.1.6 Was kostet es? 69
- 7 Versandabwicklung. 71
 - 7.1 Vor dem Versand 72
 - 7.2 Die Wahl des richtigen Dienstleisters 72
 - 7.2.1 Dienstleister im Vergleich 74
 - 7.2.2 Versand ins Ausland. 76
 - 7.3 Die Kommissionierung – reibungslose Abwicklung ist Pflicht 76
 - 7.4 Retourenmanagement 78
- 8 Suchmaschinenoptimierung (SEO) 81
 - 8.1 SEO 82
 - 8.2 On-Page-Optimierung 83
 - 8.2.1 Technische Aspekte der On-Page-Optimierung 83
 - 8.2.2 Inhaltliche Aspekte der On-Page-Optimierung 85
 - 8.3 Off-Page-Optimierung 85
 - 8.3.1 Links 85
 - 8.3.2 Qualität, nicht Quantität – die Wichtigkeit von qualitativen Links. 86
 - 8.3.3 Wer verlinkt mich da? 87
 - 8.3.4 Social Signs 88
 - 8.3.5 Maßnahmen für Links 88
 - 8.4 Sauber bleiben: der Unterschied zwischen White-Hat-SEO und Black-Hat-SEO 90
 - 8.5 Die Google Search Console 91
 - 8.5.1 Funktionen der Google Search Console 91
 - 8.5.2 Statistik-Tools 92
- 9 Marketing 95
 - 9.1 Das A und O: die Zielgruppe 95
 - 9.2 Werbemöglichkeiten für Onlineshops 96
 - 9.2.1 Aktualität der eigenen Seite 96
 - 9.2.2 Online- und Social-Media-Aktivitäten 97
 - 9.3 Affiliate Marketing. 98
 - 9.3.1 Suchmaschinen-Werbung. 99
 - 9.3.2 Remarketing. 100

9.3.3	E-Mail-Marketing	100
9.3.4	Pressearbeit	101
9.3.5	Eintragung auf Preisvergleichsseiten	101
9.3.6	Zusammenarbeit mit Bloggern und Influencer	102
9.4	Kosten	102
10	Auswertung – von der Google Analytics-Statistik bis zum	
	Kundenfeedback	103
10.1	Google Analytics	103
10.1.1	Das Datenschutzproblem	105
10.1.2	Die Implementierung mit Google Tag Manager	105
10.1.3	Ziele und Key Performance Indicators	106
10.1.4	Die Funktionen von Google Analytics	107
10.2	Kundenfeedback	109
10.2.1	Der Feedbackbutton	110
10.2.2	Befragung des Kundenstamms	111
10.2.3	Produktbewertungen	111
10.3	A/B-Testing	112
	Stichwortverzeichnis	113