

Überblick

	Wir grüßen Sie!	13
Teil 1	Unternehmensgründung und Unternehmensführung	21
Kapitel 1	Existenzgründung	23
Kapitel 2	Unternehmensstart	79
Kapitel 3	Geschäftsführung	137
Teil 2	Der Online-Shop	201
Kapitel 4	Voraussetzungen	203
Kapitel 5	Shop-Systeme	263
Kapitel 6	eBusiness	329
Kapitel 7	Online-Recht	417
Teil 3	Marketing und Webdesign	461
Kapitel 8	Webseitengestaltung	463
Kapitel 9	Suchmaschinen-Optimierung	525
Kapitel 10	Online-Marketing	601
Kapitel 11	Social Media	669
Teil 4	Anhang	741
Anhang A	Inhalt der CD	743
Anhang B	Glossar	745
	Index	757

Inhalt

	Wir grüßen Sie!	13
Teil 1	Unternehmensgründung und Unternehmensführung	21
Kapitel 1	Existenzgründung.	23
1.1	Selbstständig machen – na klar!	23
	Grundsätzliches zur Selbstständigkeit	24
	Bin ich ein Unternehmertyp?	29
	Beratungsmöglichkeiten für Existenzgründer	35
1.2	Grundlagen des Unternehmenskonzepts	39
	Neue Geschäftsideen aufspüren	40
	Wahl des Firmennamens	44
	Wichtige Rechtsformen für Existenzgründer	50
	Förderprogramme zur Gründungsfinanzierung	57
1.3	Der Business-Plan	62
	Der Business-Plan als Erfolgsgrundlage für die Existenzgründung	62
	Bestandteile eines übersichtlichen Business-Plans.	66
	Business-Plan mit BMWi-Softwarepaket	74
Kapitel 2	Unternehmensstart.	79
2.1	Anmeldeformalitäten – es geht los!	79
	Gründungsarten	80
	Anmeldungen und Genehmigungen	85
	Eigene Mitarbeiter	91

2.2	Steuern, Vorschriften und Pflichten	94
	Steuerarten und -pflichten für Unternehmen	95
	Termine für Steuererklärungen und -zahlungen	101
	Vorschriften und Pflichten zur Buchführung	105
2.3	Kleinbetriebliche und kaufmännische Buchführung	115
	Art der Buchführung	116
	Erleichterungen für Existenzgründer	123
	Rechnungs- und Mahnwesen organisieren.	127
Kapitel 3	Geschäftsführung	137
3.1	Büroorganisation und Geschäftsabläufe	137
	Büroarbeit effizient organisieren	138
	Abläufe im Online-Handel verbessern	143
3.2	Controlling – planen, kontrollieren, lenken	147
	Controlling systematisch einsetzen	147
	Rentabilität ist planbar	156
	Balanced Scorecard als Strategieleitfaden	170
3.3	Risiken kennen und absichern	175
	So bekommen Sie Krisen in den Griff	176
	Versicherungen gegen Risiken	183
	Betriebliches Mahnwesen im praktischen Einsatz	190
Teil 2	Der Online-Shop	201
Kapitel 4	Voraussetzungen	203
4.1	Basiswissen für Online-Händler	203
	Was unterscheidet eBusiness von eCommerce?	205
	Die passende Domain- und Provider-Wahl.	209
4.2	eCommerce verstehen und planen	218
	Lohnt sich ein Online-Shop?	219
	Startprobleme vermeiden	223
	Wie ein Online-Shop funktioniert	227
	Strategieleitfaden zum eigenen Online-Shop.	231

4.3	Datensicherheit	238
	Entwickeln Sie ein Sicherheitskonzept.	239
	Nur ein aktiver Virenschutz ist ein guter Virenschutz	248
	Spam vermindern	256
Kapitel 5	Shop-Systeme	263
5.1	Shop-Lösungen im Überblick	264
	Vor- und Nachteile verschiedener Shop-Lösungen.	265
	Grundlagen der Shop-Konfiguration	274
5.2	Mondo Shop einrichten	280
	Mondo Shop installieren	280
	Online-Shop-Konfiguration	288
	XAMPP als lokale Testumgebung	307
5.3	Spezielle Shop-Lösungen	309
	Facebook Shop-Systeme	310
	Semantic eCommerce	315
	Mobile Shopping.	322
Kapitel 6	eBusiness	329
6.1	Zahlungsabwicklung und ePayment	329
	Zahlungssysteme im Überblick	331
	Einsatz ausgewählter Zahlungsverfahren.	344
6.2	Schnittstellen zur Auftragsbearbeitung	358
	Warenwirtschaftsprogramm anbinden	358
	Produkt- und Zahlungsdaten abgleichen	369
	Tools zur Versandabwicklung	374
6.3	Cloud im eCommerce	384
	Cloud-Computing-Hardware	390
	Serverdienste	396
	Software as a Service	402
	Datenschutz in der Cloud.	410

Kapitel 7	Online-Recht	417
7.1	Recht im Internet	417
	Informationspflichten im Internet	419
	Spezielle rechtliche Aspekte im Online-Handel	431
	Schutz vor Datenmissbrauch	443
	Auswirkungen auf den Online-Handel	451
Teil 3	Marketing und Webdesign	461
Kapitel 8	Webseitengestaltung	463
8.1	Webseiten von heute	464
8.2	Grundlegende Tipps zum Webdesign	465
	Bedienung und Navigation	466
	Einheitlichkeit in der Website-Gestaltung	469
	Typografische Gestaltung zur besseren Lesbarkeit	474
8.3	Techniken und Tools fürs Webdesign	478
	Einsatzgebiete und Gefahrenquellen aktiver Inhalte	479
	Gängige Browser und Seitengrößen im Usability-Test	480
	Hilfreiche Designtools	484
8.4	Farben und Grafiken professionell einsetzen	491
	Eine kurze Farbenlehre	491
	Meta-, Pixel- und Vektorformate	500
	Digitale Produktbilder und Fotografie	510
8.5	Webdesign und -technologien kritisch betrachtet	516
	Überblick über typische Webdesign-Fehler	517
	Für und Wider gängiger Webtechnologien	521
Kapitel 9	Suchmaschinen-Optimierung	525
9.1	Einstieg in die HTML-Programmierung	525
	HTML-Einstieg mit Editoren und Tools	526
	Formular mit HTML, CSS und JavaScript	536

9.2	Suchmaschinen und Webkataloge	548
	Funktionsweise von Suchdiensten	550
	Grundlagen der Suchmaschinen-Optimierung	561
	Website bei Suchdiensten anmelden	568
9.3	Onpage-Optimierung	574
	Häufige SEO-Fehler	575
	Tipps zu SEO in Online-Shops	583
Kapitel 10	Online-Marketing	601
10.1	Neukundengewinnung	602
	Marketinginstrumente im Online-Handel	603
	Was Kunden von Online-Shops erwarten	612
	Der richtige Marketing-Mix	622
10.2	Produktmarketing im Internet	632
	Exportfunktionen für das Produktmarketing	634
	Keyword Advertising und Sponsored Links	641
	Affiliate- und Partnerprogramme	648
10.3	Kundenbindung und -gewinnung	654
	Customer Relationship Management	655
	Kundenbindungsprogramme	664
Kapitel 11	Social Media	669
11.1	Social Media Marketing	670
	SMO, SEM & SEO	670
	Social-Media-Strategie	678
	Erfolgreiche Fallstudien	685
11.2	Online-Reputation-Management	691
	Soziale Netze und Business-Netzwerke	692
	Blogs, Microblogs, Foren und Wikis	700
	Content-Portale im Web 2.0	710
11.3	Social-Media-Hilfsmittel	719
	Social Media Marketing Tools	720
	Social Media Management Tools	728
	Social Media Monitoring-Werkzeuge	734

Teil 4	Anhang	741
Anhang A	Inhalt der CD	743
Anhang B	Glossar	745
	Index	757