

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