
Praxiswissen E-Commerce

Tobias Kollwe and Michael Keukert

O'REILLY®

Beijing • Cambridge • Farnham • Köln • Sebastopol • Tokyo

Inhalt

1	Über dieses Buch	1
	Einführung	1
	Was ist eigentlich ein Online-Shop?	2
	Online-Handel in Europa: Zahlen und Fakten	4
	Über die Autoren	5
	Das Blog zum Buch	5
	Danke!	6
<hr/>		
	Teil I: Pre-Sales: Shop-Planung und -Konzeption	7
2	Pre-Sales: Shop-Planung und -Konzeption	9
	Am Anfang steht die Idee	9
	Ideenfindung und Brainstorming	9
	Das Ziel definieren	10
	Elevator Pitch	11
	Niemand klaut Ihre Idee!	12
	Zielgruppendefinition	13
	Privatkunden	13
	Gewerbliche Kunden	14
	Business-Plan	14
	Einmalige Kosten	15
	Laufende und variable Kosten	25
	Weiterentwicklung des Online-Shops	25
	Webhosting, Server und Infrastruktur	26
	Versand- und Verpackungskosten	27
	Payment-Gebühren	28
	Bewertungsportale	30
	Wartung der Shop-Software	32
	Werbung	33

Benefits	160
Produkte in den Warenkorb legen	161
Fazit	162
Produktsuche	163
Was wird gesucht?	163
Fehlertoleranz	163
Auto-Fill	164
Suchergebnisseite	164
Auswertung der Suchbegriffe	167
Externe Anbieter von Suchfunktionen	167
Checkout-Prozess	169
Conversion-Funnel	169
Design des Checkout-Prozesses	170
Warenkorbansicht	171
Registrierung/Anmeldung	175
Adressangabe	177
Auswahl der Zahlungsart	183
Auswahl der Versandart	187
Übersichtsseite	187
Danke-Seite/Kaufabschluss	190
Multistep- oder One-Page-Checkout	191
Schnellerer Checkout mittels PayPal-Express	191
Bestelleingang per Mail bestätigen	194
Telefonische Bestellannahme	197
Logistik	199
Versanddienstleister	199
Versandkosten	210
Retouren-Management	222
Rechtliche Situation	222
Ablauf einer Retoure	223
Retourenschein zur Vereinfachung	224
Retourenversand und Retourenlabel	226
Retourenempfang	228
Dropshipping	230
Lieferant und Produkteinkauf	231
Dropshipping-Retouren	231
Zahlungsabwicklung	233
Zahlungsarten	233
Kauf auf Rechnung (Factoring)	234
Ratenzahlung mittels Factoring	235
Vorkasseüberweisung	235

Kreditkarte	237
Online-Überweisung mit Sofortüberweisung.de oder Giropay	238
SEPA-Lastschrift	241
PayPal	243
Nachnahme	245
Weitere Zahlungssysteme	246
Zahlungen annehmen	247
Voraussetzungen für die Annahme von Zahlungen	247
Entscheidungskriterien	250
Wann ist das Geld für den Händler verfügbar?	257
Fazit	259
Zahlungsausfall	260
Risikomanagement	260
Was tun bei (drohendem) Zahlungsausfall	260
Schritte des Mahnverfahrens	261
Fazit	272
Rechtliche Aspekte	273
Abmahnung	273
Allgemeine Geschäftsbedingungen	275
Impressum	276
Datenschutzerklärung	280
Informationspflichten seit Juni 2014	284
Markenrecht	289
Internationalisierung	292
Fazit	293
Interview mit Rechtsanwalt Christoph Schmitz-Schunken	293
Teil III: After-Sales: Werbung und Marketing	303
4 After-Sales: Werbung und Marketing	305
Customer-Lifecycle-Management	305
Marketing	306
Vertrieb	306
Kundenservice	307
Kundenservice im Online-Shop	307
Rabattanfragen	307
Umgang mit Beschwerden und Retouren	308
Produkt-Support anbieten	311
Werbung und Marketing	313
Neukunden	313

Bestandskunden	314
Cross-Media-Strategie	314
Offline-Werbung	315
Paket-Design	315
Paketbeileger	316
Flyer für das Ladenlokal	322
Mailings	322
Plakate	328
Zeitung und Zeitschriften	331
Mediadaten	334
Online-Werbung	341
Suchmaschinenoptimierung (SEO)	342
Landingpages	348
Blog zum Online-Shop	349
Microsites, Produkttest-Webseiten/-Blogs	352
Google AdWords	353
Google-Shopping	371
Affiliate-Marketing	383
Checkout-Marketing	394
Preisvergleichsportale	396
E-Mail-Marketing	403
Technische Umsetzung	414
Bewertungen	433
Gutscheine und Aktionen	455
Social Media	473
Social Media und Recht	496
Shop-Controlling	497
Shop-Internationalisierung	509
Verkauf auf anderen Plattformen und Marktplätzen	521
5 Nach dem Shop ist vor dem Shop	529
Schwachstellenanalyse und Audit	529
Relaunch des bestehenden Shops	529
Last but not least	530
6 Abspann	531
Linktipps und Buchempfehlungen	531
URLs in diesem Buch	532
Index	535