

Lehrgang E-Commerce auf Microsoft Teams

Modul 1: Grundlagen, Unternehmerwissen

- Grundlagen des E-Commerce (Zahlen, Fakten, Trends)
 - Was bedeutet E-Commerce?
 - Welche Voraussetzungen braucht es zum Einstieg in E-Commerce?
- Strategie, Businessplan, Konzept
 - Wie entwickle ich eine solide E-Commerce-Strategie?
 - Grundlagen eines E-Commerce-Businessplan
 - Online vs. Offline - Omnichannel als Basis für E-Commerce
 - Strategische und funktionelle Konzeption eines E-Commerce-Projektes
- B2B, B2C - Zielgruppen und Personas
 - Analyse des Marktes und der sinnvollen Zielgruppen
 - Ausarbeitung von Persona-Modellen
- Prozess- und Projektmanagement im Onlinevertrieb
 - Welche Prozesse im Unternehmen braucht es für E-Commerce?
 - Wie wird E-Commerce in ein bestehendes Geschäft eingebunden?
 - E-Commerce als Startup - Prozesse und Herangehensweise
- Konsumentenschutz, Produkthaftung
 - Rechtliche Aspekte zum Thema E-Commerce
 - Steuerrechtliche und buchhalterische Kenntnisse (ERP)
 - Finanzielle und steuerliche Aspekte zum Thema E-Commerce
- Logistik (Einkauf, Lagerung, Verpackung, Versand)
 - Welche Logistik-Prozesse sind für E-Commerce zu bedenken?
 - Produkt, Verpackung, Versandpartner & Co.
- Kundensupport
 - Customer Care auf allen Kanälen
 - 24/7 - E-Commerce kennt keine Ladenzeiten

Modul 2: Online Shop Betreuung

- Shop - Systeme und Templates
 - Welche Shop Systeme gibt es und was muss ich dabei beachten?
 - Was ist ein Template und wie finde ich das passende?
- Einrichtung eines exemplarischen Online-Shops
 - Produktkategorien, Produkte, Eigenschaften
- Technische Bedienung des Onlineshops
 - Grundeinstellungen: Versandkosten, E-Mail Vorlagen
 - Shop-Design, Verkaufspsychologie, Usability, Content, Tracking
 - Wie sehe ich wie viele Benutzer meinen Shop besucht haben?
 - Wie kann ich die Einkäufe steigern (Conversionoptimierung)?
- E-Payment per Chipkarten, Kreditkarten, Onlineüberweisung, Lastschrift, ...
 - Welche Zahlssysteme gibt es und welche eignen sich für den Online Handel?
- Grundlagen HTML5 – Ein Überblick

Modul 3: Online Marketing

- Nachhaltigkeit, Ethik
 - Tods und Donts im Onlinemarketing
 - Langfristige Planung und Reputationsmanagement
- Online-Marketing und Vertriebskonzepte
 - Grundlagen im Online-Marketing
 - Synergien Online vs. Offline
- Online-Vertriebskanäle integrieren
 - Vertriebsstrategie nach Zielgruppe
 - Verbindung Offline & Online Vertrieb (Change-Management)
 - Omnichannel Marketing: Wie kann ich meinen Store mit dem Shop verknüpfen?
- Suchmaschinen, SEO, Keywords
 - Typische SEO-Fehler bei den meisten Onlineshops
 - Seitenstruktur: Wie müssen Kategorie- und Produktdetailseiten aufgebaut sein?
 - Welche Vorteile bringt ein Blog-/Magazin-/Ratgeber-Bereich?
 - Welche strategischen Überlegungen sind wichtig? Von der Keywords-Analyse zum Contentmapping
- Newsletter-Marketing
 - CRM: Kontakte vom Shop in den Newsletter
 - Automatisierte Mailings (anlassbezogene E-Mail Strecken)
 - Tagging und Segmentierung der Empfänger
 - Analyse der Customer Journey für mehr Umsatz
 - Die richtigen Inhalte vorbereiten für einen höheren ROI
- Einbindung von Social-Media-Plattformen
 - Mehr Umsatz durch Tagging der Produkte in den Social Medias
 - Verknüpfung des Shops mit dem Facebook Katalog
 - Crossmediale Kampagnen planen und umsetzen
 - Influencer Marketing und User Generated Content
- Anbindung an regionale und internationale Online-Marktplätze
 - Welche Marktplätze sind für mich relevant?
 - Wie verwalte ich meine Produkte für mehrere Marktplätze? Bzw., wie kann ich meinen Shop mit verschiedenen Marktplätzen verknüpfen?
 - Wie sollte die Preisstrategie aussehen?
 - Bei welchen Marktplätzen braucht man SEO- und Ads- Kenntnisse?
- Google Analytics Basics & Google Ads (inkl. Shopping)
- Social Media Organic; Facebook Ads Basics