

100%
Markt+Technik



NEU!



Der Online Shop

Handbuch für Existenzgründer

Businessplan, eShop-Systeme, Google-Marketing, Behörden, Online-Recht u.v.m.

SUSANNE ANGELI WOLFGANG KUNDLER



Markt+Technik



>> Inhaltsverzeichnis

	Herzlich willkommen ...	13
Teil I	Unternehmensgründung und Unternehmensführung	22
Kapitel 1	Existenzgründung	24
1.1	Selbstständig machen – na klar!	26
	1.1.1 Grundsätzliches zur Selbstständigkeit	27
	1.1.2 Bin ich ein Unternehmertyp?	32
	1.1.3 Beratungsmöglichkeiten für Existenzgründer	39
1.2	Grundlagen des Unternehmenskonzepts	43
	1.2.1 Neue Geschäftsideen aufspüren	43
	1.2.2 Wahl des Firmennamens	48
	1.2.3 Wichtige Rechtsformen für Existenzgründer	55
	1.2.4 Förderprogramme zur Gründungsfinanzierung	61
1.3	Der Business-Plan	67
	1.3.1 Der Business-Plan als Erfolgsgrundlage für die Existenzgründung	67
	1.3.2 Bestandteile eines übersichtlichen Business-Plans	71
	1.3.3 Business-Plan mit BMWi-Softwarepaket	79
Kapitel 2	Unternehmensstart	84
2.1	Anmeldeformalitäten – es geht los!	86
	2.1.1 Gründungsarten	86
	2.1.2 Anmeldungen und Genehmigungen.	91
	2.1.3 Eigene Mitarbeiter.	97
2.2	Steuern, Vorschriften und Pflichten	101
	2.2.1 Steuerarten und -pflichten für Unternehmen.	102
	2.2.2 Termine für Steuererklärungen und -zahlungen	108
	2.2.3 Vorschriften und Pflichten zur Buchführung	112
2.3	Kleinbetriebliche und kaufmännische Buchführung	123
	2.3.1 Art der Buchführung	124
	2.3.2 Erleichterungen für Existenzgründer	131
	2.3.3 Rechnungs- und Mahnwesen organisieren.	136

Kapitel 3	Geschäftsführung	146
3.1	Büroorganisation und Geschäftsabläufe	148
3.1.1	Büroarbeit effizient organisieren	149
3.1.2	Abläufe im Online-Handel verbessern	155
3.2	Controlling – planen, kontrollieren, lenken	159
3.2.1	Controlling systematisch einsetzen	160
3.2.2	Rentabilität ist planbar	169
3.2.3	Balanced Scorecard als Strategieleitfaden	184
3.3	Risiken kennen und absichern	189
3.3.1	So bekommen Sie Krisen in den Griff.	190
3.3.2	Versicherungen gegen Risiken	199
3.3.3	Betriebliches Mahnwesen im praktischen Einsatz	207
Teil II	Der Online-Shop	218
Kapitel 4	Voraussetzungen	220
4.1	Basiswissen für Online-Händler	222
4.1.1	Was unterscheidet eBusiness von eCommerce?	223
4.1.2	Die passende Domain- und Provider-Wahl	228
4.2	eCommerce verstehen und planen	237
4.2.1	Lohnt sich ein Online-Shop?	238
4.2.2	Startprobleme vermeiden	243
4.2.3	Wie ein Online-Shop funktioniert	246
4.2.4	Strategieleitfaden zum eigenen Online-Shop	250
4.3	Datensicherheit	257
4.3.1	Entwickeln Sie ein Sicherheitskonzept	258
4.3.2	Nur ein aktiver Virenschutz ist ein guter Virenschutz	267
4.3.3	Spam vermindern	275
Kapitel 5	Shop-Systeme	284
5.1	Shop-Lösungen im Überblick	286
5.1.1	Vor- und Nachteile verschiedener Shop-Lösungen	287
5.1.2	Grundlagen der Shop-Konfiguration	296
5.2	Shop einrichten	303
5.2.1	1&1 Perfect Shop installieren und konfigurieren	303
5.2.2	Mondo Shop 3 StartUp installieren und konfigurieren	325
5.2.3	xt:Commerce 3.0.4. SP2.2 installieren und konfigurieren	354

Kapitel 6	eBusiness	386
6.1	Zahlungsabwicklung und ePayment-Systeme	388
	6.1.1 Zahlungssysteme im Überblick	389
	6.1.2 Einsatz ausgewählter Zahlungsverfahren	404
6.2	Schnittstellen für die Auftragsbearbeitung	426
	6.2.1 Warenwirtschaftsprogramm anbinden	426
	6.2.2 Produkt- und Zahlungsdaten abgleichen	440
	6.2.3 Tools zur Versandabwicklung	460
Kapitel 7	Online-Recht	474
7.1	Recht im Internet	476
	7.1.1 Informationspflichten im Internet	477
	7.1.2 Spezielle rechtliche Aspekte im Online-Handel	489
	7.1.3 Schutz vor Datenmissbrauch	499
	7.1.4 Auswirkungen auf den Online-Handel	506
Teil III	Webdesign und Marketing	514
Kapitel 8	Webseitengestaltung	516
8.1	Webseiten von heute	518
8.2	Grundlegende Tipps zum Webdesign	519
	8.2.1 Bedienung und Navigation	520
	8.2.2 Einheitlichkeit in der Website-Gestaltung	523
	8.2.3 Typografische Gestaltung zur besseren Lesbarkeit	528
8.3	Techniken und Tools fürs Webdesign	533
	8.3.1 Einsatzgebiete und Gefahrenquellen aktiver Inhalte	533
	8.3.2 Gängige Browser und Seitengrößen im Usability-Test	535
	8.3.3 Hilfreiche Webdesign-Tools	538
8.4	Farben und Grafiken professionell einsetzen	545
	8.4.1 Eine kurze Farbenlehre	545
	8.4.2 Meta-, Pixel- und Vektorformate	555
	8.4.3 Digitale Produktbilder und Fotografie	564
8.5	Webdesign und -technologien kritisch betrachtet	571
	8.5.1 Überblick typischer Webdesign-Fehler	571
	8.5.2 Für und Wider gängiger Webtechnologien	575

Kapitel 9	Suchmaschinen-Optimierung	580
9.1	Grundlagen der HTML-Programmierung	582
9.1.1	HTML-Einstieg mit Editoren und anderen Tools	582
9.1.2	Formular mit HTML, CSS und JavaScript	591
9.2	Suchmaschinen und Webkataloge	603
9.2.1	Technologien und Richtlinien der Suchdienste	603
9.2.2	Grundlagen der Suchmaschinen-Optimierung	613
9.2.3	Website bei Suchdiensten anmelden	622
9.3	Onpage-Optimierung	627
9.3.1	Keyword-Optimierung	628
9.3.2	Pagedesign- und Quellcode-Optimierung	635
Kapitel 10	Online-Marketing	642
10.1	Neukundengewinnung	644
10.1.1	Marketinginstrumente im Online-Handel	645
10.1.2	Was Kunden von Online-Shops erwarten	653
10.1.3	Der richtige Marketing-Mix	663
10.2	Produktmarketing im Internet	672
10.2.1	Exportfunktionen für das Produktmarketing	674
10.2.2	Keyword Advertising oder Sponsored Links	683
10.2.3	Affiliate- und Partnerprogramme	692
10.3	Kundenbindung und -wiedergewinnung	698
10.3.1	Customer Relationship Management	699
10.3.2	Kundenbindungsprogramme	708
Kapitel 11	Google für den Shop ausreizen	712
11.1	Google-Dienste im Einsatz	714
11.1.1	Besucherzahlen steigern mit Google AdWords	714
11.1.2	Geld verdienen mit Google AdSense	723
11.1.3	Webanalyse mit Google Analytics	729
11.1.4	Informationen einbinden in Google Base	740
11.1.5	Produkt-URLs melden mit der Google Sitemap	748

Anhang A	Abkürzungsverzeichnis	754
Anhang B	Inhalt der CD-ROM	764
Anhang C	Glossar	768
	Stichwortverzeichnis	781