

Dr. Ernst Stahl
Thomas Krabichler
Markus Breitschaft
Georg Wittmann

E-Commerce-Leitfaden

Erfolgreicher im elektronischen Handel

2., überarbeitete und erweiterte Auflage

Inhalt

Geleitworte	10
Geleitwort des Bundesverbandes der Dienstleister für Online-Anbieter (BDOA).....	10
Geleitwort des Bundesverbandes des Deutschen Versandhandels (bvh)	11
Geleitwort der Industrie- und Handelskammer Regensburg.....	12
Geleitwort von Prof. Dr. Dieter Bartmann	13
Geleitwort des Projektträgers „Arbeitsgestaltung und Dienstleistung“ im DLR e. V., Projektträger für das BMBF	14
Vorwort der Autoren	16
1. Über den E-Commerce-Leitfaden	20
2. Im Internet verkaufen – aber richtig!	26
2.1 „Was, Sie verkaufen noch nicht im Internet?“	27
2.2 E-Commerce: ja – aber wie?.....	32
Viele Wege führen ins Internet.....	32
Mehrwerte durch online + offline.....	38
2.3 Ohne Pannen und Umwege ans Ziel – was bei der Umsetzung zu beachten ist	42
Gut geplant ist halb gewonnen!	43
Shop-Lösungen – welche ist die richtige?.....	45
Die Domain – Ihr guter Name im Internet	48
Gefunden – Bekanntmachung des Internet-Angebots.....	54
Abmahnungen vermeiden – Ihre Pflichten im E-Commerce	59
Vor dem Start – testen, testen, testen!	78
3. Lasst Zahlen sprechen – kontinuierliche Verbesserung durch Web-Controlling	82
3.1 Wissen Sie, wohin Sie wollen? Am Anfang stehen die Ziele.....	83
3.2 Erfolg braucht Wissen – wichtige Kennzahlen und Instrumente für Online-Händler	85
Zauberwort „Konversion“ – so werden Besucher zu Käufern	85
Marketing-Controlling – mehr Erfolg für weniger Geld.....	89
3.3 Wer falsch misst, misst Mist – Verfahren zur Nutzeranalyse	94
Spuren sichtbar machen – Logfile-Analyse.....	94
Kleine Gehilfen – Zählpixel-Analyse	98
Kennen wir uns? Möglichkeiten und Grenzen der Wiedererkennung von Besuchern	98
3.4 Auf los gehts los – Auswahl und Einführung von Web-Controlling-Tools	100

4. Zahlen bitte – einfach, schnell und sicher!	108
4.1 Zahlungsverfahren für den E-Commerce.....	109
Klassisch: Rechnung, Vorkasse oder Nachnahme.....	112
Beliebt: Lastschrift.....	116
International: Kreditkarte.....	117
Innovativ: E-Payment-Verfahren.....	118
Alles E-? Welche Zahlungsverfahren im Internet zum Einsatz kommen.....	124
4.2 So kommen Sie an Ihr Geld – Auswahl und Integration von Zahlungsverfahren.....	128
Auswahl von Zahlungsverfahren.....	128
Voraussetzungen für das Angebot von Zahlungsverfahren.....	133
Organisatorische und technische Abwicklung von Zahlungen.....	144
5. Keine Chance ohne Risikomanagement – schützen Sie sich vor Zahlungstörungen	156
5.1 Lug und Trug im Online-Handel – was da alles schiefgehen kann.....	157
Nachnahme – ein unverhofftes Wiedersehen.....	157
Rechnungskauf – Hoffen und Bangen.....	158
Lastschrift – wenn der Schein trügt.....	160
Kreditkarte – was heißt hier „Chargeback“?.....	162
5.2 Vorbeugen ist besser als Heilen – Risikomanagement im E-Commerce.....	165
Auf Antrieb zur Zahlung – vermeiden Sie Fehler und Reklamationen.....	165
Glaube(n) allein genügt nicht – führen Sie Risikoprüfungen durch.....	168
Geschickt gestrickt – die Abfrage- und Entscheidungslogik.....	179
Rundum sorglos – Dienstleistungen externer Anbieter.....	192
5.3 Was passiert, wenns kracht – so kommen Sie zu Ihrem Recht.....	196
Chargeback oder Rücklastschrift – was nun?.....	198
Richtig mahnen – (k)lein Buch mit sieben Siegeln.....	200
Professionelle Partner – Rechtsanwälte und Inkasso-Unternehmen.....	203
Wenn alles nichts hilft – knallhart ins Gericht.....	212
Unbekannt verzogen – was nun?.....	214
6. Versand – vom Shop zum Kunden	220
6.1 Verkauft ist noch nicht geliefert.....	221
6.2 Der Versandprozess – das ganze Paket im Überblick.....	224
Auftragsannahme – vielen Dank für die Bestellung.....	224
Versandabwicklung – so „verzetteln“ Sie sich nicht.....	225
Auslieferung – vom Hochregal ins Wohnzimmer.....	228
Retourenmanagement – das Beste daraus machen.....	234

7. Geschäfte ohne Grenzen – im Ausland verkaufen	242
7.1 Neue Umsätze durch Internationalisierung – über das Internet!	243
7.2 Alles anders, oder wie? Was bei der Expansion ins Ausland zu beachten ist	246
Internationalisierungsstrategie – (k)lein Unwort	246
Nicht nur die Sprache ändert sich – Internationalisierung des Shops	249
Haben Sie’s passend? Zahlungsverfahren für ausländische Kunden	251
Gefunden werden ist kein Zufall – Werbung und Marketing im Ausland	254
Von Castrop-Rauxel nach Shanghai – Lieferungen ins Ausland	254
Länderprofile im Überblick	256
7.3 Der einheitliche Euro-Zahlungsverkehrsraum (SEPA) – ein Ausblick	260
Einfach kassieren – Vorteile von SEPA für Online-Händler	263
Jetzt „SEPA-ready“ werden – woran Sie denken müssen	268
Anhang	271
Abkürzungen	272
Literatur	274
Abbildungen	278
Checklisten	281
Infoboxen	282
Experten der Interviews	284
BMBF-Forschungsprojekt KMUFinanz	287
Glossar	288
Partner des Leitfadens	304
Unterstützer	309
Über das Competence Center E-Business	310
Haftungsausschluss	312
Infoanforderung	313