

Titelinformationen



Lucas

E-Commerce

Buch

Auflage:	1
Erscheinungsjahr:	2019
Anzahl Seiten:	160 Seiten
ISBN:	978-3-8120-0640-8
Artikelnummer:	0640-01
Preis:	12,00 €

| Zielgruppe | Unterrichtende und Lernende in den Ausbildungsberufen Kauffrau/-mann im Einzelhandel, Kauffrau/-mann im E-Commerce sowie Schulformen, in denen das Thema E-Commerce unterrichtet wird.

| Konzeption | Dieses Buch richtet sich an Leser, die sich neben den aktuellen Entwicklungen auch über zukünftige digitale Herausforderungen im E-Commerce informieren möchten, sowie an Einsteiger und Start-ups, die ein grundsätzliches Interesse an den Konsequenzen und Perspektiven durch die digitale Veränderung im stationären Handel haben. Problem- und Fragestellungen, die sich mit dem Verkauf von Waren und Dienstleistungen über das Internet im klassischen Onlinehandel beschäftigen, sowie neue Trends und praxisorientierte Herausforderungen, die im digitalen Zeitalter durch den technischen Fortschritt einem starken Wandel unterliegen, werden konkret beschrieben und näher analysiert.

Es ist eine erhebliche Zunahme der weltweiten Vernetzung im E-Commerce und ein großer Einfluss von Social-Media-Kanälen zu verzeichnen. Dieser Band soll dem Leser einen Überblick über Online-Vertriebskanäle sowie Fachwissen über neue innovative Marketingformen und -strategien sowie rechtliche Grundlagen und Kennzahlen geben. Viele Inhalte orientieren sich maßgeblich an den Rahmenlehrplänen der Auszubildenden zur/zum Kauffrau/-mann im Einzelhandel und zur/zum Kauffrau/-mann im E-Commerce.

Die Wechselwirkungen zwischen Onlinehandel und stationärem Verkauf werden, beispielsweise durch die Multi-Channel-Strategie mit ihren unterschiedlichen Kommunikations- und Vertriebskanälen sowie den technischen Voraussetzungen für die Auswertung und Analyse von Kundendaten, konkret beschrieben.

E-Commerce ist allgegenwärtig und kein Marktteilnehmer kann sich dieser Thematik mehr entziehen. Wer nach Antworten sucht, die sich inhaltlich mit den Fragestellungen im Bereich des E-Commerce beschäftigen, erhält mit diesem Buch einen kompakten Überblick über:

- Entwicklung und Bedeutung des E-Commerce,
- die derzeitigen Geschäftsmodelle im E-Commerce und deren Entstehung,
- Auswahl geeigneter Bestell-, Zahlungs- und Versandoptionen im Onlineshop,
- Möglichkeiten und Grenzen der Multi-Channel-Strategie,
- Systemlösungen für Onlinehändler im B2B- und B2C-Bereich,
- Onlinemarketing (u.a. unterschiedliche Methoden der Leadgenerierung)
- Datenschutz und E-Commerce – rechtliche Problem- und Fragestellungen,
- die Optimierung und Bewertung wirtschaftlicher Prozesse im Onlinehandel,
- Checklisten, praxisbezogene Handlungssituationen, Statistiken und Grafiken.

| Inhalt | Entwicklung, Bedeutung und Struktur des E-Commerce | Online-Vertriebskanäle im E-Commerce | Bezahlssysteme und Versandoptionen im E-Commerce | kanalübergreifende Vertriebsstrategien | Online-Marketingmaßnahmen | Erfolgsmessung im Onlinehandel | rechtliche Grundlagen und Datenschutz im E-Commerce | Übungsaufgaben mit Lösungen.