

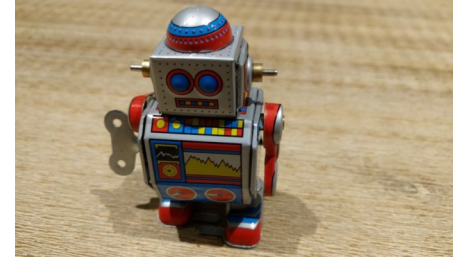
Herzlich
Willkommen!

Vorbereitungs-
Lehrgang



Fachwirt:in
im E-Commerce

Termine



Vorbereitungslehrgang **Fachwirt:in im E-Commerce (IHK)**

Termine:

- **Mittwoch** **11.8.21** **19:00 bis ca. 21:00 Uhr**
- **Donnerstag** 12.8.21 19:00 bis ca. 21:00 Uhr
- **Sonntag** 15.8.21 09:00 bis 18:00 Uhr

Kurze Vorstellungsrunde

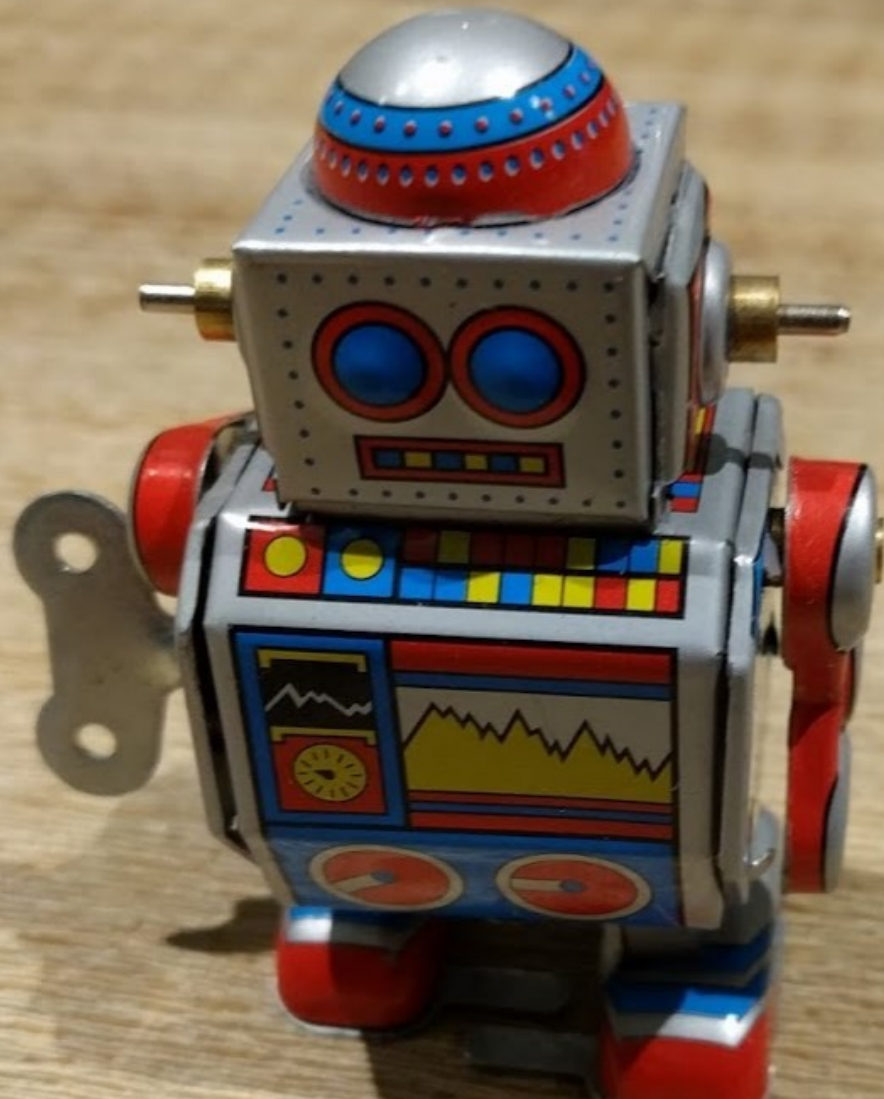
- Name und Wohnort
- Unternehmen (falls gewünscht)
- Vorherige Ausbildungen
- Kurze Information über folgende Kenntnisse:
 - **E-Commerce-Software** (z. B. WooCommerce, Websale, Magento ...)
 - **Analysetools** (z. B. Google Analytics, Matomo, ...)
 - **Social Media** (z. B. Facebook, Instagram, Twitter, YouTube ...)
 - **Newsletter** (z. B. MailChimp, CleverReach, MailPoet, ...)
 - **Kollaborations-Software** (z. B. Slack, Trello, ...)
 - **CMS** (z.B. WordPress, TYPO3, Drupal, ...)
 - **Sonstiges** (z. B. HTML, CSS, PHP, Audio, Video ...)



Datenschutz

Vorbereitungslehrgang **Fachwirt:in im E-Commerce (IHK)**

- Voraussetzung zur Aufzeichnung des Seminars durch den mediacampus frankfurt ist die **Einverständniserklärung aller Teilnehmenden.**
- Es ist nicht gestattet, eigene Aufzeichnungen in Ton oder Bild anzufertigen.
- Das Unterrichtsmaterial ist nur für den privaten Gebrauch bestimmt.



Aufzeichnung
starten!

Themenfelder des heutigen Seminars



E-Commerce-Strategie

Strategieentwicklung | Innovationsentwicklung
Geschäftsmodelle | Vertriebsmärkte und B2B, B2C
Vertriebsmodelle | Business Model Canvas
Design Thinking | Szenarioplanung
Corporate-Identity | Sortimentsstruktur



Online-Marketing

SEO, SEA | Analytics | Social Media
Zielgruppen | Marktforschung
CRM | Customer Journey | Digitale Touchpoints
Content Marketing | Kommunikation | Storytelling
Markenauftritt | Corporate Design | PR



Online Shop und Technologie

Shop-Architektur | Usability | UX-Design
Shopsysteme | ERP-Systeme | Technologietrends
Support und Kundenservice | Logistik und Fulfillment
Beschwerdemanagement | Data Management
Marketplace



Management

Nachhaltigkeit | Controlling | Planungstools | Kennzahlen
Zielsysteme | Qualitätsmanagement | Risikomanagement
KVP | Projektmanagement | SCRUM
Business Intelligence | Portfolioplanung Benchmarking
Dienstleistermanagement | Präsentation | Moderation



Personalmanagement

Berufsausbildung | Personalauswahl
Personalplanung | Personalentwicklung
Konfliktmanagement | Zeit-/Selbstmanagement
Arbeitsschutz und Sicherheit | Führungsmethoden



Recht

Datenschutz | Vertragsrecht | Fernabsatzrecht
Widerrufsrecht | AGB-Recht | Arbeitsrecht | Compliance
Service-Level-Agreement | Agile Vertragsgestaltung
Markenrecht | Urheberrecht | Wettbewerbsrecht

Übersicht für den Bereich 1 und das Lernfeld 1.2

Bereich 1: Entwickeln von Strategien für den E-Commerce
LF 1.2: **Auswerten von Markt- und Zielgruppenanalysen**

1.2 Auswerten von Markt-und Zielgruppenanalysen

1.2.1 Marktsegmentierung

1.2.1.1 Zielgruppen optimieren

1.2.1.2 E-Commerce-spezifisches Kaufverhalten berücksichtigen

1.2.2 Weiteren Informationsbedarf festlegen

1.2.3 Informationen aus primären und sekundären Datenquellen berücksichtigen

1.2.4 Prognosetechniken einsetzen

Methoden in diesem Seminar

- Lehrgespräch
- Gruppenarbeit
- Projektarbeit und Planspiele – hierzu verwenden wir Demoshops auf Basis von WordPress und WooCommerce, die via tastewp.com von den Teilnehmenden erstellt werden
- Zwischenfragen sind erlaubt und erwünscht

Warum sind Zielgruppen notwendig?

Aufgabe 1:
Begründen Sie die Notwendigkeit
der Bildung von Zielgruppen -
allgemein und besonders im
E-Commerce

Aufgabe 2:
Bewerten Sie die Konzeption und
Segmentierung des Newsletters
im Bild

Aufgabe 3:
Finden Sie eine Lösung für
etwaige Probleme

Tickets | Sicher reisen Login



The advertisement features the DB logo in the top left corner. The main headline reads 'Noch für kurze Zeit: das Sommer-Ticket für alle unter 27.' Below this, a red button says 'Zum Sommer-Ticket'. On the right side, a circular badge indicates '4 Fahrten für nur 22,50 Euro pro Fahrt'. The background image shows a stone castle on a hillside.

Sehr geehrter Herr Schmitt,

Sie sind unter 27 und haben Lust auf einen abwechslungsreichen Urlaub?

Ob Trips zu schönen Burgen, Stränden oder in deutsche Großstädte - das und vieles mehr geht mit dem Sommer-Ticket: **4 Fahrten für nur 22,50 Euro pro Fahrt.** Jetzt noch bis 15. August 2021 buchen und bis 26. September 2021 reisen.

Sommer-Ticket sichern

Übungswebsite & Shop einrichten



Übung: Demosite auf *tastewp.com* erstellen & URL hier mitteilen

- Im Backend *Plugins* und *Installieren* klicken
- Statistikplugin *Statify* suchen und *installieren*
- Statistiken abrufen ...
- Gegenseitige Besuche durchführen oder Browser wechseln
- Statistiken noch einmal abrufen

Übungswebsite & Shop einrichten



Hinweis: die Demosites werden nach 48 Stunden automatisch gelöscht und können – auch vorher – jederzeit neu angelegt werden. Experimentieren mit Plugins und Themes ist also erlaubt – und erwünscht.

Auswertung von Markt- und Zielgruppenanalysen

Marktsegmentierung

Auswertung von Zielgruppenanalysen

Die Marktsegmentierung

Definition: Markt

Markt = Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage, von Verkäufern und Käufern. Auf dem Markt findet eine Preisbildung statt.

Definition: Segment

Segment = Abschnitt, Teilbereich

Definition: Marktsegmentierung

Der gesamte Markt lässt sich nach bestimmten Kriterien aufteilen.

Mit Marktsegmentierung wird in der Regel die Einteilung nach Käufergruppen bezeichnet – und **nicht** etwa die Einteilung nach Warengruppen.

Üblich sind: Demografische, geografische, psychografische und verhaltensorientierte Segmentierung.

Tipp für die Bearbeitung von Prüfungsaufgaben

Vor der Bearbeitung klären:

Ist in der Fragestellung ein Marktsegment (z. B. Jugendliche) oder ein Teilmarkt (z. B. Hochzeitsmode als Teil des Textilmarkts) gemeint?

Achtung: Auch ein Teilmarkt wird zuweilen als Segment bezeichnet, beispielsweise in der **Ansoff-Matrix!**

Wiederholung: Ansoff-Matrix

	Bestehende Produkte	Neue Produkte
Bestehende Märkte	Marktdurchdringung	Produktentwicklung
Neue Märkte	Marktentwicklung	Diversifikation

Vermengt werden unterschiedliche Bedeutungen des Begriff der Segmentierung allerdings im Modell der Ansoff-Matrix.

Beispiel: **Marktentwicklung** beinhaltet die Erschließung neuer **Zielgruppen**,
Diversifikation die Entwicklung neuer **Produkte**

Auswertung von Markt- und Zielgruppenanalysen

Zielgruppen optimieren

Kundenzufriedenheit

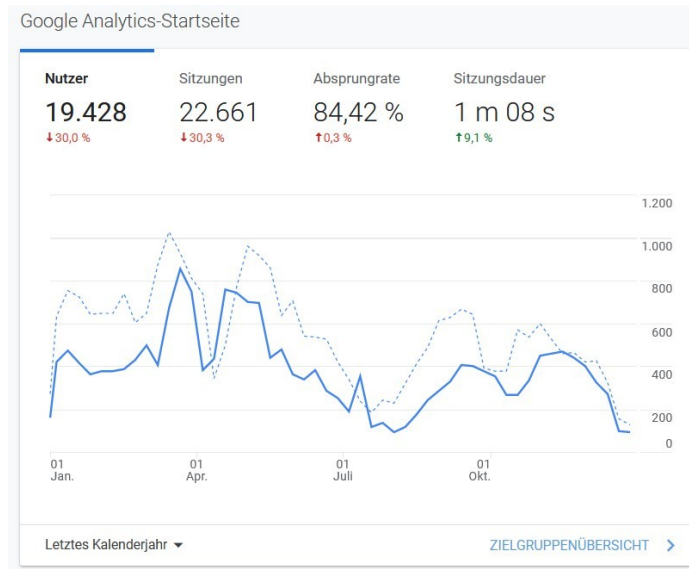
Sind die Besucher einer Website / eines Webshops zufrieden?

Besonders aussagekräftig ist hier, neben den Umsatzzahlen, die On-Page-Analyse:

- Seitenaufrufe pro Besucher
- Verweildauer
- Absprungrate
- Verhaltensfluss

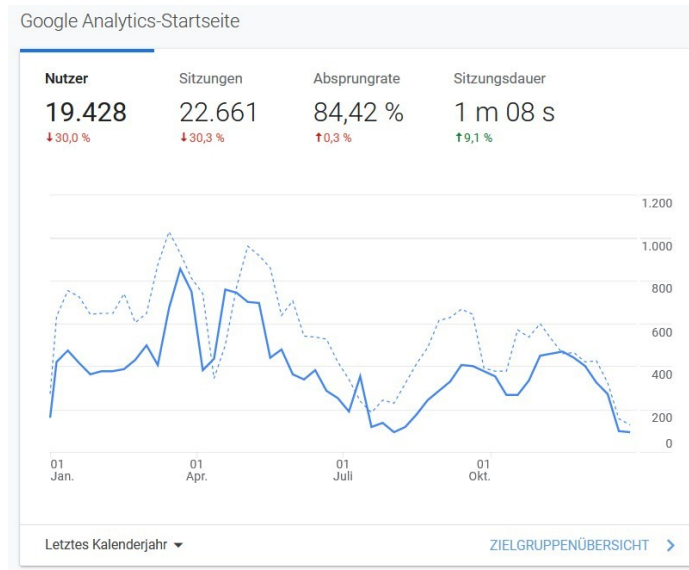
Aufgabe: Erläutern Sie den Begriff Verhaltensfluss und nennen Sie eine Methode zur Messung.

Kundenzufriedenheit



Umfangreiche Einsichten zum Besucherverhalten bietet das Tracking-Programm Google Analytics

Kundenzufriedenheit



Aufgabe: Beurteilen Sie die Zufriedenheit der Besucher einer Website anhand der obigen Zahlen und schlagen Sie Maßnahmen zur Verbesserung vor!

Eine Zielgruppe definieren



Bildquelle: https://de.wikipedia.org/wiki/Maske#/media/Datei:Musee_de_la_bible_et_Terre_Sainte_001.JPG

Lizenz: Gryffindor, CC BY-SA 3.0.

Steinmaske, präkeramisches Neolithikum, 7000 v. Chr., Stein. Paris VIe arrondissement, Institut Catholique, Musée Bible et Terre Sainte.

Ein guter Ansatz zur Definition von Zielgruppen ist die Bildung von **Personas**.

Personas

Definition:

lat. personare = Hindurchtönen des Schauspielers durch eine Maske

Ein Person spielt eine bestimmte Rolle, nimmt also eine bestimmte Identität ein.

Beispiele: Held, Rächer, Verlierer, Bösewicht, Vamp, Schalk



Personas in der Wirtschaft

Definition:

Buyer Persona = Der erfundene Charakter des idealen Käufers. Der ideale Käufer steht für die ideale Nutzergruppe. Anhand der Buyer Persona werden die Erwartungen der Nutzerschaft (Inhalte, Funktionen) eines Webshops konkretisiert. Anhand der Persona kann im laufenden Projekt ein **Soll-Ist-Vergleich** erstellt werden.

Wunschkunden-Merkmale:

- Geschlecht, Alter, Familienstand, Wohnort
- Ziele und Wünsche
- Bedürfnisse
- Kaufverhalten
- Einwände und Lösungen



Personas in der Wirtschaft

Aufgabe:

Entwerfen Sie drei Buyer Personas für einen Webshop mit dem Sortiment Ihrer Wahl und präsentieren Sie diese!

Zeit für Ausarbeitung: 10 Minuten

Zeit für Präsentation: 2-3 Minuten

Wunschkunden-Merkmale:

- Geschlecht, Alter, Familienstand, Wohnort
- Ziele und Wünsche
- Bedürfnisse
- Kaufverhalten
- Einwände und Lösungen



Vielen Dank

für die Aufmerksamkeit

