



DeepL

Abonnieren Sie DeepL Pro, um größere Dateien zu übersetzen.
Weitere Informationen finden Sie unter www.DeepL.com/pro

Modul 2: Elektronischer Geschäftsverkehr

Auswirkungszirkel

Modul 2: Elektronischer Geschäftsverkehr

Einheit 1	Wie man online verkauft
Thema 1	Marktforschung
Thema 2	Ermittlung des Wettbewerbspreises
Thema 3	Erstellung eines Marketingplans
Thema 4	Wahl einer Plattform und Wahl eines Geschäftsmodells
Thema 5	Lagerung, Verpackung und Lieferung
Thema 6	Erstellen einer Website und Zahlungsoptionen
Thema 7	Erstellung von Website-Inhalten & SEO
Thema 8	Aufbau digitaler Marketingkanäle

Modul 2: Elektronischer Geschäftsverkehr

Einheit 2	Wie man Preise richtig setzt
Thema 1	Preisgestaltung
Thema 2	Den richtigen Preis finden
Thema 3	Finden Sie Ihren gewünschten Gewinn
Thema 4	Studieren Sie die Preise Ihrer Konkurrenten
Thema 5	Festlegung der Groß- und Einzelhandelspreise

Modul 2: Elektronischer Geschäftsverkehr

Einheit 3	Effiziente Lieferung und Verpackung
Thema 1	Versand und Verpackung
Thema 2	Finden Sie den richtigen Versandpartner und führen Sie ordentliche Versandunterlagen
Thema 3	Mit Ihrer Verpackung einen guten Eindruck machen
Thema 4	Beachtung der Zahlungsmodalitäten

Modul: Lernergebnisse

Modul 2 - Elektronischer Geschäftsverkehr

Einführungstext: In diesem Modul lernen Sie die Grundlagen des E-Commerce kennen und erfahren, woraus er besteht. E-Commerce-Kurse können von unschätzbarem Wert sein, um Ihr Unternehmen auf den richtigen Weg zu bringen. Die Fähigkeiten, die Sie in diesem Modul erlernen, werden Ihnen dabei helfen, Ihr E-Commerce-Geschäft aufzubauen und erfolgreich zu werden, und Sie werden Spaß daran haben, den Kurs abzuschließen und alles in die Tat umzusetzen. in die Praxis umsetzen!

Wissen

Aussagen darüber, was ein Lernender weiß:

- Der Lernende erwirbt grundlegende Kenntnisse über Marketing und elektronischen Handel, lernt mehr über die Bedeutung der Marktforschung und die Erstellung eines Marketingplans und Preise und Versand

Fertigkeiten

Erklärungen von was ein Lernender versteht:

- E-Commerce, Marketing, Kundenbetreuung, Marketing-Analytik

Zuständigkeiten

Aussagen darüber, was ein Lernender nach Abschluss eines Lernprozesses zu tun in der Lage ist:

- Der Lernende ist fähig, Probleme zu lösen, Teams zu bilden und Entscheidungen zu treffen.

- der Lernende erfährt mehr über Gewinnwachstum und eine genauere Ausrichtung auf den Verbraucher

- Zeitmanagement, kritisches Denken

- der Lernende wird unternehmerische Fähigkeiten besitzen und digitale Kompetenz

Einführungsvideo

Hallo zusammen!

In diesem Video zu Modul 2 werden wir die Grundlagen des E-Commerce behandeln. Am Ende der Lektionen werden Sie in der Lage sein, Marktforschung zu betreiben, einen Marketingplan zu erstellen und eine Website einzurichten sowie die Preisgestaltung und den Versand zu verstehen - und dabei Spaß haben 😊 .

Einheit 1: Wie man online verkauft

Thema 1: Marktforschung

- Sie besteht darin, Informationen über die Bedürfnisse und Vorlieben potenzieller Kunden zu sammeln.
- Definition von Zielgruppen - dies ermöglicht es den Vermarktern, sich auf diejenigen zu konzentrieren, die das Produkt am ehesten kaufen würden (dies kann durch Umfragen und Kundenfeedback geschehen, wobei man sich darüber im Klaren sein muss, dass ein Produkt nicht für jedermann geeignet ist und man seine Zielgruppe kennen muss)
- Ermittlung der Vorteile Ihres Angebots - zum Beispiel durch Beobachtung der Preise der Konkurrenz
- Wettbewerbsanalyse (Ermittlung der Konkurrenten, Sammlung von Informationen

über sie, Analyse der Stärken und Schwächen und Bestimmung Ihres Wettbewerbsvorteils)

Thema 2: Bestimmung des Wettbewerbspreises

- Eine wettbewerbsfähige Preisgestaltung ist eine Strategie, bei der der Preis eines Produkts in Übereinstimmung mit den Preisen der Wettbewerber festgelegt wird.
- Kunden sind nichtdenken über die Produktion Kosten, sie sind subjektiv beurteilen, was ein Produkt wert ist

Thema 3: Erstellung eines Marketingplans

- Es geht darum, zu formalisieren, wie Sie beabsichtigen, den Verkehr auf eine Website zu lenken und ihn von potenzielle Nutzer zu Kunden
- der Plan legt genau fest, wie ein Unternehmen die Marketingkanäle des elektronischen Geschäftsverkehrs nutzen will, um Kunden anzuziehen, zu konvertieren und zu binden

Thema 4: Wahl einer Plattform und eines Geschäftsmodells

- Bei der Wahl einer Plattform sind einige Faktoren zu berücksichtigen, z. B. bestimmte demografische Merkmale des Publikums, da einige Plattformen bestimmte Bevölkerungsgruppen effektiver ansprechen als andere.
- Auswahl eines Geschäftsmodells - Dropshipping vs. Fulfillment vs. Inventarmodell

Thema 5: Lagerung, Verpackung und Lieferung



Thema 6: Erstellen einer Website und Zahlungsoptionen

Erstellen einer Website

- die Bestimmung der erforderlichen Merkmale und Funktionen der Website hängt vom Geschäftsmodell und den individuellen Bedürfnissen ab
- Erstellung einer Liste von Funktionen, die die E-Commerce-Website benötigt

Zahlungsmöglichkeiten

- Bei der Erstellung eines Online-Shops ist es wichtig zu wissen, welche Zahlungsarten möglich sind.

Kunden nutzen oder bevorzugen

Thema 7: Erstellung von Website-Inhalten und SEO

- für Beispiel, ebooks, Produkte Broschüren, Blog Beiträge, soziale Medien, Videos



Thema 8: Aufbau von Marketingkanälen

- Meta (FB, IG), Google, YouTube, TikTok
- Unternehmen können mit ihren Kunden in Echtzeit in Kontakt treten und so Vertrauen und Loyalität unter den Kunden aufbauen.
- Es trägt auch zur Steigerung des Verkehrsaufkommens, der Leads und des Umsatzes bei, indem es den Unternehmen ermöglicht, ein breites Reichweite von Zielgruppen Zielgruppen auf a Kosten kostengünstig .

Einheit 2: Wie man Preise richtig setzt

Thema 1: Preisgestaltung

- Die Preisgestaltung kann dazu beitragen, herauszufinden, wie viel Gewinn jemand mit seinen Verkäufen machen wird. Der Preis der Artikel ist etwas, worauf jeder Kunde achten wird. Er kann bestimmen wie erfolgreich jemandes Geschäft ist.



Thema 2: Den richtigen Preis finden

- Es gibt 3 Aspekte der Produktionskosten, die berücksichtigt werden müssen:
 - Kosten der Materialien
 - Arbeitskosten (die Zeit und das Geld, die für die Arbeit an den Produkten benötigt werden - berücksichtigen Sie Dinge wie die Verwaltung des Versands und des Kundendienstes)
 - Zusätzliche Kosten (führen Sie alle Betriebskosten auf, die sich auf ein bestimmtes Produkt auswirken, von Marketing bis Kassentinte)
- Addieren Sie nun Material, Arbeit und Ausgaben, um die Gesamtproduktionskosten für einen bestimmten Artikel zu ermitteln. Überlegen Sie dann, welche Menge des Artikels Sie verkaufen können, und teilen Sie die Gesamtproduktionskosten durch diese Menge, um den Break-even-Preis zu ermitteln (dies ist der niedrigste Preis, zu dem Sie den Artikel verkaufen können, ohne Geld zu verlieren).

Thema 3: Finden Sie Ihren gewünschten Gewinn

- Wenn Sie den niedrigsten Preis kennen, den Sie möglicherweise verlangen können, müssen Sie herausfinden, wie viel Gewinn Sie machen wollen. Finden Sie den Gesamtgewinn, mit dem Sie ein vernünftiges Ziel unter a angemessenen Zeit Rahmen.

Thema 4: Studieren Sie die Preise Ihrer Konkurrenten

- Wenn Sie stets darauf achten, dass Ihre Preise marktgerecht sind, wird die Wahrscheinlichkeit, dass sich die Kunden an Ihre Konkurrenten wenden, geringer und die Wahrscheinlichkeit, dass sie die Waren und Dienstleistungen Ihres Unternehmens kaufen, größer.



Thema 5: Festlegung der Groß- und Einzelhandelspreise

- Der Großhandelspreis ist der Betrag, den ein Großhändler oder Vertriebshändler an einen Hersteller für seine Waren.
- Der Verkaufspreis, den Sie für einen bestimmten Artikel festlegen, muss die Kosten des Artikels sowie alle Aufschläge Sie machen auf profitieren von Verkauf von es.

Referat 3: Effiziente Lieferung und Verpackung

Thema 1: Versand und Verpackung

- Es ist wichtig, verschiedene Versandoptionen zu prüfen und eine fundierte Entscheidung zu treffen, was für Ihre Kunden und Ihr Unternehmen am besten geeignet ist. Achten Sie beim Verpacken darauf, dass alles unbeschädigt ankommt. Beschränken Sie die Größe und das Gewicht so weit wie möglich, damit die Karton proportional zu Ihrem Paket

Thema 2: Finden Sie den richtigen Versandpartner und führen Sie ordentliche Versandunterlagen

- Achten Sie bei der Suche nach Partnern darauf, wie schnell sie Ihre Pakete an Ihre Kunden liefern können und welchen Preis sie Ihnen in Rechnung stellen werden. Suchen Sie nach Partnern, die Ihnen helfen können, die Kosten zu minimieren. Viele Versender berechnen weniger, wenn Sie Ihre eigenen Etiketten drucken oder online bezahlen.
- Führen Sie eine Liste der Bestellungen, die versandt werden, einschließlich Versanddatum und Kontrollnummern.

Thema 3: Machen Sie mit Ihrer Verpackung einen guten Eindruck

- Je mehr Sie auf den Stil Ihrer Verpackung achten, desto wahrscheinlicher ist es, dass sich Ihre Kunden mit dem, was sie gekauft haben, wohl fühlen und wieder bei Ihnen kaufen. Seien Sie kreativ.

Thema 4: Beachten Sie die Zahlungsmodalitäten

- Kreditkarten sind in einigen Ländern die beliebteste Form der Online-Zahlung. Für diejenigen, die keine Kreditkarte oder kein Bankkonto haben, sind Online-Banküberweisungen, mobile Websites und bargeldlose Zahlungsmöglichkeiten einige alternative Methoden für einen einfachen Online-Einkauf. Es ist wichtig zu wissen, wie Ihre Kunden gerne bezahlen.



Lernaktivität 1: Titel

Bitte stellen Sie hier relevante praktische Hilfsmittel und Übungen für den jeweiligen Abschnitt zur Verfügung und erarbeiten Sie ein Mini-Toolkit (3-5 Lernaktivitäten pro Modul, idealerweise -1 pro Einheit). Die folgende Tabelle bietet eine Struktur für die Aktivitäten. Bitte beschreiben Sie jede Aktivität innerhalb der Tabelle. Geben Sie zusätzliche Materialien für eine Aktivität als Linkliste oder als Anhang an (z. B. Handouts, Bilder, Grafiken, Diagramme, Präsentationen, Spiele, Mindmaps, Videos usw.). Die Tabelle ist mit einem Beispiel gefüllt.

Bildung Ziel	Art der Tätigkeit	Inhalt	Zusätzliche Materialien
Kenntnisse und Fähigkeiten im Zusammenhang mit dem elektronischen Geschäftsverkehr - Wie man online verkauft und die Preise richtig festlegt	Individuelle Übung / Simulation	Nach der Überarbeitung des Moduls 2 führen Sie eine Marktforschung durch - sammeln Sie Informationen über die Bedürfnisse und Vorlieben der potenziellen Kunden und schreiben Sie, wie Sie den richtigen Preis für	https://www.youtube.com/watch?v=mUIYuYooV5Y https://www.youtube.com/watch?v=H3r9M3QhnNQ

		Ihr Produkt finden würden	
--	--	------------------------------	--

Bewertung

Frage 1:

Worin besteht die Marktforschung?

- a) Manipulation des Kaufverhaltens
- b) Sammeln von Informationen über die Bedürfnisse und Vorlieben potenzieller Kunden
- c) Erklärung des Verbraucherverhaltens

Richtige Antwort: b) Sammeln von Informationen über die Bedürfnisse und Vorlieben potenzieller Kunden

Frage 2:

Was ist eine wettbewerbsfähige Preisgestaltung als Geschäftsstrategie?

- a) Festsetzung eines Preises, der deutlich über dem der Wettbewerber liegt, um einen Premiumwert zu vermitteln
- b) Festsetzung eines Preises auf der Grundlage der Produktionskosten des Produkts
- c) Festsetzung eines Preises, der den Preisen der Wettbewerber entspricht, um auf dem Markt wettbewerbsfähig zu bleiben
- d) Festsetzung eines niedrigeren Preises als die Konkurrenz, um preisbewusste Kunden anzuziehen

Richtige Antwort: c) Festsetzung eines Preises, der den Preisen der Wettbewerber entspricht, um auf dem Markt wettbewerbsfähig zu bleiben.

Frage 3:

Welche Bedeutung hat die Preisgestaltung für ein Unternehmen?

- a) Die Preisgestaltung bestimmt den Umfang des Wettbewerbs auf dem Markt.
- b) Die Preisgestaltung wirkt sich unmittelbar auf die Qualität der angebotenen Produkte oder Dienstleistungen aus.
- c) Die Preisgestaltung trägt dazu bei, den finanziellen Gesamterfolg eines Unternehmens zu bestimmen, indem sie die Gewinnspanne beeinflusst.
- d) Die Preisgestaltung beeinflusst die Anzahl der Kunden, die ein Unternehmen anziehen kann.

Richtige Antwort: c) Die Preisgestaltung trägt dazu bei, den finanziellen Gesamterfolg eines Unternehmens zu bestimmen, indem sie die Gewinnspanne beeinflusst.

Frage 4:

Welche der folgenden Aspekte der Produktionskosten sind ausgenommen?

- a) Zusätzliche Kosten
- b) Kosten der Forschung
- c) Arbeitskosten
- d) Kosten der Materialien

Richtige Antwort: b) Forschungskosten

Frage 5:

Was ist in einigen Ländern die beliebteste Form der Online-Zahlung?

- a) Debitkarten
- b) Banküberweisungen
- c) Nachnahme
- d) Kreditkarten

Richtige Antwort: d) Kreditkarten.

Zusammenfassung

Bitte nennen Sie hier die wichtigsten Erkenntnisse, Ergebnisse oder auch Tipps/Ratschläge, die der Begünstigte nicht vergessen sollte, wenn er zum nächsten Schritt im Prozess übergeht. Bitte halten Sie das Format der Aufzählungspunkte ein.

- In der Marktforschung ist es wichtig, Zielgruppen zu definieren, den Nutzen Ihrer anbieten und den Wettbewerb analysieren.
- Der Marketingplan legt genau fest, wie ein Unternehmen die Marketingkanäle des elektronischen Handels nutzen will, um Kunden anzuziehen, zu konvertieren und zu binden
- 3 Aspekte der Produktionskosten sind Materialkosten, Arbeitskosten und zusätzliche Kosten
- Je mehr Sie auf den Stil Ihrer Verpackungen achten, desto wahrscheinlicher ist es, dass Ihre Kunden ein gutes Gefühl beim Kauf haben und wieder bei Ihnen kaufen.

Weiteres Material

- *Bitte machen Sie Vorschläge für weiterführende Literatur, hilfreiche Quizfragen, Videomaterial zu sehen, oder was sonst geeignet erscheint, den Lernprozess zu unterstützen.*

https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=AghLJOlpRrwC&oi=fnd&pg=PR9&dq=how+to+sell+online&ots=5xYATrdA9c&sig=1593nrJUbgpwiuRthKuxvF2dyp0&redir_esc=y#v=onepage&q=how%20to%20sell%20online&f=false

https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=49uADQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=how+to+sell+online&ots=Lnq3v4tqAg&sig=VdCiGGfW5KvnO0x3eDEafsg13Ps&redir_esc=y#v=onepage&q=how%20to%20sell%20online&f=false

Referenzen

Beispiele für die APA-Referenzierung (7. Auflage):

Für Artikel:

Nachname, A. A. (Jahr). Titel der Arbeit. *Titel der Veröffentlichung in Kursivschrift, Band in Kursivschrift* (Ausgabe), Seiten. doi oder Link

Oliver, K. L., & Lalik, R. (2004). Kritische Untersuchung des Körpers im Sportunterricht von Mädchen: Eine kritische poststrukturelle Perspektive. *Journal of Teaching in Physical Education*, 23(1), 162 -195. <https://doi.org/10.1123/jtpe.23.2.162>

Für Bücher:

Nachname, A. A. (Jahr). *Titel in Kursivschrift*. Herausgeber.

Spiegel, D. (1981). *Lesen zum Vergnügen: Leitlinien*. International Reading Association.

Für Buchkapitel:

Nachname, A. A., & Nachname, A. A. (Jahr). Titel des Kapitels. In A. Nachname & A. A. Nachname (Eds.), *Titel des Buches in Kursivschrift* (pp. xx-xx). Herausgeber.

Aron, L., Botella, M., & Lubart, T. (2019). Culinary Arts: Talente und ihre Entwicklung. In R. F. Subotnik, P. Olszewski-Kubilius, & F. C. Worrell (Eds.), *The psychology of high performance: Die Entwicklung des menschlichen Potenzials zu bereichsspezifischem Talent* (S. 345-359). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000120-016>

Zitate im Text

Beispiele für APA 7th Edition Zitate:

Bei **1 oder 2 Autoren** müssen bei der ersten und jeder weiteren Nennung alle Autoren genannt werden.

Bei **3 oder mehr Autoren** den Nachnamen des Erstautors und "et al." ab der ersten Erwähnung (bei Referenzen werden ALLE AUTOREN zitiert).

PARAPHRASING

Während Verbesserungen der aeroben Kapazität nach 8 bis 12 Wochen Training nachgewiesen wurden (Eather et al., 2016; Goins, 2014; Heinrich et al., 2014; Murawska-Cialowicz et al., 2015; Smith et al., 2013), erzielte nur Goins (2014) signifikante Verbesserungen der anaeroben Kapazität nach 6 Wochen CrossFit-Programm.

ZITATE

Díaz und Hernández (2010) sind der Ansicht, dass kooperatives Lernen "der pädagogische Einsatz einer kleinen Gemeinschaft ist, in der die Schüler zusammenarbeiten, um ihre Ausbildung und die der anderen Mitglieder zu verbessern" (S. 87).