

GRÜNDUNGSTAGE
2023
Einfach Gründen.

20.
UND
21.11.

Von Idee zu Umsatz

> wko.info/wien-gruendungstage KommR Ing. Ernst Steininger



Von Idee zu Umsatz

Ihr Guide zur erfolgreichen Webshop-Gründung

Vortragender: KommR Ing. Ernst Steininger
eCommerce Evangelist
Sachverständiger für E-Commerce
Vorsitzender des Versand- und Internethandel der WKW
[linkedin.com/in/ernststeininger](https://www.linkedin.com/in/ernststeininger)



> wko.info/wien-gruendungstage

Einführung

Haben Sie sich jemals gefragt, wie Sie Ihre brillante Geschäftsidee in einen blühenden Online-Shop verwandeln können?

Möchten Sie wissen, welche Schritte und Strategien Ihnen helfen können, in der Welt des E-Commerce erfolgreich zu sein?



Alle Grafiken in diesem Vortrag sind von der KI DALL-E speziell für das jeweilige Thema generiert

WIRTSCHAFTSRAUM
2023
Erfolgreich gründen.

> wko.info/wien-gruendungstage

- „Stellen Sie sich vor, Ihre Geschäftsidee wächst und gedeiht im digitalen Raum, wo sie rund um die Uhr Kunden erreichen und begeistern kann. Heute gehen wir den Weg von der initialen Idee bis hin zum erfolgreichen Online-Shop gemeinsam durch.“
- „Wir werden Schritt für Schritt erkunden, welche konkreten Maßnahmen und Strategien notwendig sind, um in der dynamischen Welt des E-Commerce erfolgreich zu sein. Von der Marktanalyse über die Planung bis hin zur Umsetzung.“
- „Erfahren Sie, wie Sie Ihre Vision in die Tat umsetzen können, welche digitalen Werkzeuge Ihnen zur Verfügung stehen und wie Sie die Herausforderungen des Online-Marktes meistern können, um einen nachhaltigen und profitablen E-Commerce-Betrieb aufzubauen.“

Die Produktidee - Kreativitätstechniken

- 1. Brainstorming**
 - Definition und Grundprinzipien
 - Vorteile: Freies Denken, große Mengen an Ideen generieren
 - Tipps: Keine Kritik während des Brainstormings, Mengenziel festlegen
- 2. Mindmapping**
 - Visuelle Technik zur Darstellung von Ideen
 - Verknüpfung von Haupt- und Unterthemen
 - Verwendung von Farben und Symbolen zur Hervorhebung von Schlüsselideen



> wko.info/wien-gruendungstage

Brainstorming:

- „Das Brainstorming ist eine Methode, die darauf abzielt, in einer Gruppe ohne vorschnelle Bewertung eine Vielzahl von Ideen zu entwickeln. Es geht um Quantität statt Qualität, um den kreativen Raum zu maximieren.“
- „Ein Hauptvorteil des Brainstormings ist die Förderung freien Denkens, wodurch die Teilnehmer ermutigt werden, auch unkonventionelle Ideen einzubringen, die zu innovativen Lösungen führen können.“
- „Ein wichtiger Tipp für effektives Brainstorming ist die Schaffung einer Umgebung, in der Kritik zunächst ausgesetzt wird. Das Setzen eines klaren Mengenziels für Ideen kann dabei helfen, die Produktivität der Sitzung zu steigern.“

Mindmapping:

- „Mindmapping ist eine Technik, die dazu dient, Gedanken und Ideen visuell zu strukturieren. Durch die Verknüpfung von Haupt- und Unterthemen auf einer Mindmap entsteht ein klarer Überblick über das Themengebiet.“
- „Die Verwendung von Farben und Symbolen hilft nicht nur bei der Organisation, sondern auch bei der Hervorhebung von Schlüsselideen und fördert somit das Verständnis und die Merkfähigkeit.“
- „Mindmaps sind besonders nützlich, um die Ergebnisse des Brainstormings zu ordnen und Beziehungen zwischen einzelnen Ideen sichtbar zu machen. Sie können als Sprungbrett für weiterführende Diskussionen oder als Grundlage für Projektpläne dienen.“

Die Produktidee - Kreativitätstechniken

3. 6-3-5 Methode

- Team von sechs Personen schreibt jeweils drei Ideen in fünf Minuten
- Ideen werden weitergegeben und von anderen erweitert oder verbessert

4. Reizwortanalyse

- Zufällige Wörter werden verwendet, um neue Perspektiven und Ideen zu generieren
- Fördert das Denken außerhalb der Box



GRÜNDUNGSJAHRE
2023
Erfolch Gründer.

> wko.info/wien-gruendungstage

6-3-5 Methode:

- „Die 6-3-5 Methode ist eine Brainwriting-Technik, bei der sechs Teilnehmer in einer Runde jeweils drei Ideen in fünf Minuten aufschreiben. Diese Methode fördert die Ideenvielfalt und verhindert Gruppendenken.“
- „Anschließend werden die Blätter weitergereicht, sodass jeder Teilnehmer die Ideen der anderen sehen und darauf aufbauen kann. Dieser Prozess wird fünf Mal wiederholt, was zu einer großen Anzahl an entwickelten und verfeinerten Ideen führt.“
- „Diese Methode ermöglicht es, in kurzer Zeit eine Vielzahl von Ideen zu generieren und durch die kollektive Intelligenz des Teams zu bereichern.“

Reizwortanalyse:

- „Die Reizwortanalyse ist eine kreative Technik, bei der zufällige Wörter als Ausgangspunkt für neue Ideen dienen. Sie hilft, eingefahrene Denkwege zu verlassen und ungewöhnliche Lösungsansätze zu finden.“
- „Durch den Einsatz von unerwarteten Begriffen werden Teilnehmer inspiriert, Assoziationen herzustellen, die sie normalerweise nicht in Betracht ziehen würden. So fördert diese Methode kreatives und innovatives Denken.“
- „Beide Techniken sind wertvoll, um das kreative Potenzial eines Teams voll auszuschöpfen und frische Perspektiven in den Problemlösungsprozess einzubringen.“

Die Produktidee - Kreativitätstechniken

5. SCAMPER-Methode

- Ein Akronym, das für Substitute, Combine, Adapt, Modify, Put to another use, Eliminate und Reverse steht
- Fragen basierend auf diesen Verben helfen, eine Idee oder ein Produkt in verschiedene Richtungen zu denken

6. Osborn Checkliste

- Eine Liste von Fragestellungen, um eine Idee aus verschiedenen Perspektiven zu betrachten und sie weiterzuentwickeln



2023
Entsch. Gründen

> wko.info/wien-gruendungstage

SCAMPER-Methode:

- „SCAMPER steht für ein Akronym, das sieben verschiedene Ansätze für kreatives Denken repräsentiert: Substitute (ersetzen), Combine (kombinieren), Adapt (anpassen), Modify (modifizieren), Put to another use (anderweitig verwenden), Eliminate (eliminieren) und Reverse (umkehren).“
- „Durch das Durchgehen dieser Checkliste mit gezielten Fragen können wir bestehende Produkte oder Dienstleistungen neu denken und innovative Wege finden, um sie zu verbessern oder zu diversifizieren.“
- „Zum Beispiel könnten wir fragen: 'Was können wir ersetzen, um unser Produkt zu verbessern?' oder 'Wie können wir bestehende Funktionen kombinieren oder anpassen, um neuen Nutzen zu schaffen?' „

Osborn-Checkliste:

- „Die Osborn-Checkliste ist eine Sammlung von Fragestellungen, die darauf abzielen, eine Idee aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu betrachten und weiterzuentwickeln.“
- „Diese Technik fördert umfassendes Denken und hilft dabei, mögliche Verbesserungen oder alternative Anwendungsmöglichkeiten für ein Konzept oder Produkt zu identifizieren.“
- „Indem wir Fragen wie 'Können wir die Idee umkehren oder neu anordnen?' stellen, öffnen wir den Raum für kreative Lösungen, die über das Offensichtliche hinausgehen.“

Die Produktidee - Kreativitätstechniken

7. Rollenspiel

- Sich in die Rolle einer anderen Person oder eines Gegenstands versetzen
- Aus dieser Perspektive neue Ideen und Lösungen entwickeln

8. Bilder & Visualisierung

- Verwendung von Bildern oder Skizzen, um Ideen zu generieren und darzustellen
- Fördert das räumliche Denken und die Integration von Konzepten



GRÜNDUNGSSTAGE
2023
Entsch. Gründen.

> wko.info/wien-gruendungstage

Rollenspiel:

- „Das Rollenspiel ist eine kraftvolle Methode, um Empathie zu entwickeln und Probleme aus einer neuen Perspektive zu betrachten. Indem wir uns in die Rolle einer anderen Person oder eines Gegenstands versetzen, öffnen wir unseren Geist für andere Erfahrungen und Sichtweisen.“
- „Diese Technik ermöglicht es, bestehende Annahmen zu hinterfragen und neue Ideen zu generieren, die auf den Bedürfnissen und Erlebnissen derjenigen basieren, für die wir Lösungen entwickeln möchten.“
- „Durch das Rollenspiel können wir Barrieren in unserem Denken abbauen und innovative Lösungen finden, die vielleicht nicht offensichtlich waren, als wir nur aus unserer eigenen Perspektive dachten.“

Bilder & Visualisierung:

- „Visuelle Hilfsmittel wie Bilder und Skizzen sind nicht nur Werkzeuge zur Darstellung von Ideen, sondern auch Katalysatoren für den kreativen Prozess. Sie helfen uns, konzeptionell zu denken und komplexe Informationen verständlich zu machen.“
- „Die Verwendung von Visualisierung fördert das räumliche Denken und hilft uns, Beziehungen und Zusammenhänge zwischen verschiedenen Konzepten zu erkennen und zu verstehen.“
- „Durch den Einsatz von Bildern und Skizzen können wir abstrakte Ideen greifbar machen, was die Diskussion und Weiterentwicklung von Konzepten innerhalb eines Teams erleichtert.“

Bewertung und Auswahl der Idee

- 1. Ziele und Vision klar definieren:**
 - Verstehen Sie, was Sie mit dem Produkt oder der Dienstleistung erreichen möchten. Soll es ein Massenmarktprodukt werden oder ein Nischenprodukt?
- 2. Marktforschung durchführen:**
 - Untersuchen Sie, ob es für Ihre Idee einen Markt gibt.
 - Wer sind Ihre potenziellen Kunden?
 - Welches Problem wird mit Ihrer Idee gelöst?



GRÜNDUNGSJAHRE
2023
Entsch. Gründen.

> wko.info/wien-gruendungstage

Ziele und Vision klar definieren:

- „Der erste Schritt zur Verwirklichung Ihrer Geschäftsidee ist die klare Definition Ihrer Ziele und Ihrer Vision. Fragen Sie sich: Was ist der Kernnutzen Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung?“
- „Entscheiden Sie, ob Ihr Angebot den Massenmarkt ansprechen oder eine spezifische Nische bedienen soll. Dies wird weitreichende Implikationen für Ihr Marketing, Ihre Produktentwicklung und Ihre Vertriebsstrategien haben.“
- „Eine klare Vision fungiert als Leitstern und hilft Ihnen, strategische Entscheidungen zu treffen, die auf langfristigen Zielen basieren und nicht nur auf kurzfristigen Gewinnen.“

Marktforschung durchführen:

- „Die Durchführung einer gründlichen Marktforschung ist entscheidend, um zu verstehen, ob und wo es für Ihre Idee einen Markt gibt. Dies beinhaltet die Analyse der Marktdynamik, der Wettbewerbssituation und der aktuellen Trends.“
- „Identifizieren Sie Ihre Zielkunden. Wer wird von Ihrem Angebot am meisten profitieren? Verstehen Sie deren Bedürfnisse, Verhaltensweisen und Präferenzen.“
- „ Klären Sie, welches spezifische Problem Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung löst. Eine erfolgreiche Idee adressiert oft ein Problem, das bisher nicht oder nur unzureichend gelöst wurde.“

Bewertung und Auswahl der Idee

3. Kosten-Nutzen-Analyse:

- Rechnet sich die Umsetzung der Idee finanziell? Wie hoch sind die voraussichtlichen Kosten und welchen Gewinn können Sie erwarten?

4. Machbarkeit prüfen:

- Ist es technisch und organisatorisch möglich, die Idee umzusetzen? Welche Ressourcen und Kompetenzen benötigen Sie?

5. Risikobewertung:

- Welche Risiken sind mit der Idee verbunden und wie können diese minimiert werden?



> wko.info/wien-gruendungstage

Kosten-Nutzen-Analyse:

- „Die Kosten-Nutzen-Analyse ist ein essenzieller Schritt, um die finanzielle Tragfähigkeit Ihrer Idee zu beurteilen. Sie sollten alle anfallenden Kosten detailliert erfassen und den erwarteten Gewinn realistisch einschätzen.“
- „Berücksichtigen Sie bei der Kalkulation sowohl einmalige Kosten für die Entwicklung und Markteinführung als auch laufende Betriebskosten. Vergleichen Sie diese mit den prognostizierten Umsätzen über einen sinnvollen Zeitraum.“

Machbarkeit prüfen:

- „Die technische und organisatorische Machbarkeit entscheidet darüber, ob eine Idee von der Theorie in die Praxis überführt werden kann. Prüfen Sie, welche technischen Voraussetzungen erfüllt sein müssen und ob Ihre Organisation die notwendigen Kompetenzen besitzt oder entwickeln kann.“
- „Denken Sie auch über notwendige Ressourcen wie Personal, Technologie, Materialien und Finanzen nach. Stellen Sie sicher, dass Sie Zugang zu diesen Ressourcen haben oder sie beschaffen können.“

Risikobewertung:

- „Jede Geschäftsidee birgt Risiken – sei es finanziell, rechtlich, marktbezogen oder technologisch. Eine umfassende Risikobewertung hilft dabei, potenzielle Probleme frühzeitig zu identifizieren und Gegenmaßnahmen zu planen.“
- „Überlegen Sie, welche Risiken Ihre Idee mit sich bringt und wie wahrscheinlich deren Eintreten ist. Entwickeln Sie Strategien, um diese Risiken zu minimieren, zum Beispiel durch Risikostreuung, Versicherungen oder rechtzeitige Anpassungen im Projektplan.“

Bewertung und Auswahl der Idee

6. Feedback einholen:

- Präsentieren Sie Ihre Idee einem vertrauenswürdigen Kreis oder einer Testgruppe. Konstruktive Kritik kann Ihnen helfen, Schwachstellen zu erkennen und die Idee zu verfeinern.

7. SWOT-Analyse:

- Erkennen Sie die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken Ihrer Idee. Dies gibt Ihnen einen umfassenden Überblick und hilft Ihnen, strategische Entscheidungen zu treffen.



> wko.info/wien-gruendungstage

Feedback einholen:

- „Das Einholen von Feedback ist ein kritischer Schritt in der Entwicklung Ihrer Idee. Wählen Sie einen Kreis von Personen, die Ihre Zielgruppe repräsentieren oder die relevantes Fachwissen besitzen, um fundiertes Feedback zu erhalten.“
- „Konstruktive Kritik ist essenziell, um blinde Flecken in Ihrer Planung zu entdecken und bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihre Idee aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten und zu verbessern.“
- „Seien Sie offen für Anregungen und nutzen Sie das Feedback, um Ihre Idee weiterzuentwickeln, Anpassungen vorzunehmen und sie letztlich marktreifer zu gestalten.“

SWOT-Analyse:

- „Die SWOT-Analyse ist ein bewährtes Instrument, um die Stärken und Schwächen Ihrer Idee systematisch zu analysieren sowie die sich bietenden Chancen und potenziellen Risiken zu identifizieren.“
- „Durch das Erkennen und Verstehen dieser vier Elemente können Sie sicherstellen, dass Ihre Idee gut positioniert ist, um die besten Möglichkeiten zu nutzen und sich gegenüber Wettbewerbern durchzusetzen.“
- „Die Ergebnisse der SWOT-Analyse bieten Ihnen eine solide Grundlage für die Ausarbeitung einer strategischen Planung und für fundierte Entscheidungen, die die Wahrscheinlichkeit des Erfolgs Ihrer Idee erhöhen.“

Bewertung und Auswahl der Idee

8. Skalierbarkeit prüfen:

- Kann die Idee erweitert werden, wenn sie erfolgreich ist?
Wie kann das Wachstum in der Zukunft aussehen?

9. Differenzierung zu Konkurrenzprodukten:

- Was macht Ihre Idee einzigartig im Vergleich zu bereits existierenden Produkten oder Dienstleistungen? Welchen Mehrwert bietet sie?



> wko.info/wien-gruendungstage

Skalierbarkeit prüfen:

- „Ein entscheidender Aspekt für den langfristigen Erfolg ist die Skalierbarkeit Ihrer Idee. Fragen Sie sich: 'Können wir die Reichweite unserer Idee ausbauen, wenn sie sich am Markt etabliert hat?' „
- „Überlegen Sie, welche Prozesse, Ressourcen und Systeme angepasst oder erweitert werden müssen, um das Wachstum zu unterstützen, ohne die Qualität oder den Kundenwert zu beeinträchtigen.“
- „Die Entwicklung eines skalierbaren Geschäftsmodells ist essentiell, um auf Veränderungen am Markt flexibel reagieren zu können und Wachstumspotenziale voll auszuschöpfen.“

Differenzierung zu Konkurrenzprodukten:

- „In einem umkämpften Markt ist die klare Differenzierung Ihrer Idee gegenüber Konkurrenzprodukten ausschlaggebend. Identifizieren Sie, was Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung einzigartig macht – sei es durch Design, Funktionalität, Nachhaltigkeit oder Kundenservice.“
- „Stellen Sie die Alleinstellungsmerkmale und den Mehrwert, den Ihre Idee bietet, in den Vordergrund. Dadurch schaffen Sie eine Wertvorstellung, die Kunden überzeugt und bindet.“
- „Nutzen Sie Feedback und Marktanalysen, um Ihre USPs (Unique Selling Propositions) kontinuierlich zu schärfen und sich von Wettbewerbern abzuheben. Das ist der Schlüssel zur Schaffung einer starken Marke und eines loyalen Kundenstamms.“

Patente und Marken

Wenn Sie darüber nachdenken, ein Produkt oder eine Dienstleistung auf den Markt zu bringen, ist es wichtig, das geistige Eigentum zu schützen und sicherzustellen, dass Sie keine bestehenden Markenrechte oder Patente verletzen.

- Gibt es Patente oder andere rechtliche Hürden, die Sie kennen sollten?
- Wie können Sie Ihr geistiges Eigentum schützen?

<https://www.patentamt.at/quicklinks/wiki-faqs>



> wko.info/wien-gruendungstage

Patente und Marken

1. Marken überprüfen:

- In Deutschland können Sie das [DPMRegister](#) des Deutschen Patent- und Markenamts verwenden, um nach eingetragenen Marken zu suchen.
- In Österreich bietet das [Österreichische Patentamt](#) eine Markenrecherche an.

2. Patente überprüfen:

- Das [Europäische Patentamt \(EPO\)](#) bietet mit "Espacenet" eine umfangreiche Datenbank zur Recherche von Patenten in Europa und international.

> wko.info/wien-gruendungstage



Markenüberprüfung:

In vielen Ländern können Sie Marken in offiziellen Markenregistern überprüfen. Für den deutschsprachigen Raum können Sie z.B. folgende Datenbanken verwenden:

- Deutschland: [DPMRegister](#)
- Österreich: [Österreichisches Patentamt](#)
- Schweiz: [Swissreg](#)

Patente:

Patente schützen technische Erfindungen. Überprüfen Sie, ob es bestehende Patente gibt, die Ihre Produktidee oder -entwicklung beeinflussen könnten.

- Deutschland: [DEPATISnet](#)
- Österreich: [eSearch plus](#)
- Schweiz: [Swisspat](#)

Patente und Marken

Ihr geistiges Eigentum schützen

- **Markenschutz:** Wenn Sie eine Marke haben (z.B. einen Namen, ein Logo), sollten Sie überlegen, sie als Marke anzumelden. Dies gibt Ihnen das exklusive Recht, die Marke in den registrierten Klassen und Regionen zu verwenden.
- **Patentschutz:** Haben Sie eine neue Erfindung oder Technologie, sollten Sie ein Patent in Betracht ziehen. Dies verhindert, dass andere Ihre Erfindung kommerziell nutzen können.
- **Geschmacksmuster/Designschutz:** Schützt das Design oder das Aussehen eines Produkts.
- **Urheberrecht:** Dies schützt Werke wie Texte, Fotos, Musik und Software.

> wko.info/wien-gruendungstage



Designschutz:

- Dies schützt das Design oder das Erscheinungsbild eines Produkts.
 - Deutschland: [DPMAregister Designs](#)
 - Österreich und Schweiz: Die genannten Patentämter bieten auch Informationen und Datenbanken zum Designschutz.

Urheberrecht:

- Dies schützt Werke wie Texte, Fotos, Musik und Software. Es gibt keine offizielle Registrierung wie bei Marken oder Patenten, aber Sie sollten sicherstellen, dass Sie keine urheberrechtlich geschützten Werke ohne Erlaubnis verwenden.

Schutz Ihres geistigen Eigentums:

- Neben der Registrierung von Marken, Patenten und Designs sollten Sie auch an vertragliche Vereinbarungen denken, wie z.B. Geheimhaltungsvereinbarungen mit Mitarbeitern oder Geschäftspartnern.
- Bei Online-Inhalten kann das Verwenden von Wasserzeichen oder digitalen Rechten Management-Tools helfen, Ihr geistiges Eigentum zu schützen.

Es ist auch ratsam, sich rechtlich beraten zu lassen, besonders wenn Sie in mehreren Ländern tätig sind oder dies planen.

Marktforschung

1. Konkurrenzanalyse

- Wer sind die Hauptkonkurrenten?
- Was sind ihre Stärken und Schwächen?
- Welche Marktanteile haben sie?

2. Potenzielle Zielgruppen

- Demografische Daten (Alter, Geschlecht, Bildung, etc.)
- Kaufverhalten und Vorlieben
- Bedürfnisse und Probleme



Entrepreneur's 2023
Entsch. Gründer

> wko.info/wien-gruendungstage

Konkurrenzanalyse

- „Es ist wichtig, die Landschaft zu kennen. Wer sind die großen Player? Was machen sie gut und wo gibt es Lücken, die wir nutzen können?“
- „Ein nützliches Tool hierfür ist SEMrush – es bietet Einblicke in die Online-Präsenz von Konkurrenten und hilft, ihre Stärken und Schwächen zu identifizieren.“
- „Die Marktanteile können uns zeigen, wie groß der Markt ist und wie viel Raum für Wachstum vorhanden ist.“

Potenzielle Zielgruppen

- „Bevor wir ein Produkt auf den Markt bringen oder eine Kampagne starten, müssen wir genau wissen, an wen wir uns richten.“
- „Hierfür können wir Tools wie Google Analytics oder Statista verwenden, um demografische Daten zu erhalten und das Kaufverhalten zu verstehen.“
- „Umfragen oder Fokusgruppen können ebenfalls nützlich sein, um die Bedürfnisse und Probleme unserer Zielgruppe besser zu verstehen.“

Marktforschung

TOOLS

1. Konkurrenzanalyse [semrush.com](https://www.semrush.com) (kostenpflichtig)
2. Potentielle Zielgruppen
 - [Google Analytics](https://analytics.google.com/) oder
 - [Statista](https://www.statista.com/) (tlw. kostenpflichtig)

Eine Übersicht von einigen Tools findet man auf t3n.de/news/konkurrenzanalyse-tools-560175/



SPONSOR DER WKO
2023
Entsch. Gründer

> wko.info/wien-gruendungstage

Konkurrenzanalyse mit Semrush:

- „Semrush ist ein umfassendes Tool, das Ihnen tiefgreifende Einblicke in die Online-Präsenz Ihrer Wettbewerber bietet. Es hilft Ihnen, deren Suchmaschinen-Rankings, Werbestrategien und Content-Marketing-Aktivitäten zu analysieren.“
- „Obwohl Semrush kostenpflichtig ist, kann die Investition durch die gewonnenen Erkenntnisse über Konkurrenten und Marktchancen gerechtfertigt sein. Es ermöglicht Ihnen, strategische Entscheidungen auf Basis von Daten zu treffen.“

Zielgruppenbestimmung mit Google Analytics und Statista:

- „Google Analytics ist ein unverzichtbares Tool für jeden Webseitenbetreiber. Es ermöglicht Ihnen, die Besucher Ihrer Website zu verstehen – woher sie kommen, wie sie interagieren und was sie suchen.“
- „Statista bietet umfangreiche Daten zu einer Vielzahl von Branchen und Märkten. Einige Informationen sind frei zugänglich, während tiefere Daten kostenpflichtig sind. Diese können jedoch wertvoll für die Definition und das Verständnis Ihrer Zielgruppen sein.“

Der Businessplan

1. **Ziele setzen**
 - Kurzfristige vs. langfristige Ziele
 - SMART-Kriterien (Spezifisch, Messbar, Akzeptiert, Realistisch, Terminiert)
2. **Ressourcenplanung**
 - Finanzielle Ressourcen und Budgetierung
 - Personal, Technologie und Zeit



> wko.info/wien-gruendungstage

GRÜNDUNGSJAHRE
2023
Erfolch Gründer.

Ziele setzen

- „Ziele sind das Rückgrat eines jeden Businessplans. Sie geben uns eine Richtung und helfen uns, unseren Fortschritt zu messen.“
- „Die SMART-Kriterien sind ein bewährtes Mittel, um sicherzustellen, dass unsere Ziele klar, realistisch und erreichbar sind.“
- „Webseiten wie Trello oder Asana können helfen, Ziele zu organisieren und den Fortschritt zu verfolgen.“

Ressourcenplanung

- „Ein Businessplan ist nur so gut wie seine Umsetzung. Hier kommt die Ressourcenplanung ins Spiel.“
- „Tools wie Microsoft Excel oder Google Sheets sind hervorragend geeignet, um Budgets zu erstellen und zu verwalten.“
- „Für die Personalplanung könnten Tools wie Monday.com oder Workable nützlich sein.“

Der Businessplan

Resourcen

- Webseiten wie [Trello](#) oder [Asana](#) können helfen, Ziele zu organisieren und den Fortschritt zu verfolgen.
- Tools wie [Microsoft Excel](#) oder [Google Sheets](#) sind hervorragend geeignet, um Budgets zu erstellen und zu verwalten
- Für die Personalplanung könnten Tools wie [Monday.com](#) oder [Workable](#) nützlich sein.
- Unterstützung und Businessplan-Vorlagen findet man auf [gruenderservice.at](#) oder [i2b.at](#)



GRÜNDERSERVICE.AT
2023
Entsch. Gründer.

> wko.info/wien-gruendungstage

Projektmanagement-Tools:

„Um die Übersicht über Ihre Ziele zu behalten und den Fortschritt Ihres Projekts effektiv zu verfolgen, bieten sich Projektmanagement-Tools wie Trello oder Asana an. Diese ermöglichen es Ihnen, Aufgaben zu erstellen, zu delegieren und Fristen zu überwachen.“

Budgetierungs-Tools:

„Für die Erstellung und Verwaltung von Budgets sind Tools wie Microsoft Excel oder Google Sheets unerlässlich. Sie bieten die Flexibilität, Finanzmodelle anzupassen, und erleichtern die Übersicht über Ihre Finanzen durch benutzerfreundliche Funktionen.“

Personalplanungs-Tools:

„Für die Strukturierung und Planung Ihres Teams können Tools wie Monday.com oder Workable helfen, den Rekrutierungsprozess zu organisieren und die Personalressourcen effizient zu verwalten.“

Businessplan-Unterstützung:

„Für die Erstellung eines fundierten Businessplans finden Sie auf Plattformen wie gruenderservice.at oder i2b.at wertvolle Ressourcen. Diese Seiten bieten Vorlagen und Leitfäden, die Sie durch den Prozess der Businessplan-Erstellung führen.“

Die E-Commerce-Strategie

1. **Webshop vs. Marktplätze**
 - Eigene Branding-Möglichkeiten vs. große Reichweite
 - Kontrolle vs. Gebühren
 - SEO & Individualität vs. Fertige Infrastruktur
2. **Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells**
 - Unique Selling Proposition (USP)
 - Langfristige Kundenbindung
 - Skalierbarkeit und Anpassungsfähigkeit



> wko.info/wien-gruendungstage

Webshop vs. Marktplätze

- „Bei einem eigenen Webshop haben wir volle Kontrolle über das Design, die Benutzererfahrung und das Branding. Dies ermöglicht uns, eine einzigartige Markenidentität aufzubauen und unsere Kunden gezielt anzusprechen.“
- „Marktplätze wie Amazon oder eBay bieten eine immense Reichweite und eine fertige Infrastruktur. Allerdings sind wir dort oft eingeschränkt in Bezug auf Individualisierung und müssen Gebühren entrichten.“
- „Eine Mischstrategie, also der eigene Webshop kombiniert mit Präsenz auf Marktplätzen, kann ebenfalls eine Überlegung wert sein.“

Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells

- „Um im E-Commerce langfristig erfolgreich zu sein, benötigen wir einen klaren USP. Was unterscheidet uns von der Konkurrenz? Welchen Mehrwert bieten wir unseren Kunden?“
- „Kundenbindung ist essentiell. Dies kann durch hervorragenden Kundenservice, Treueprogramme oder regelmäßige Content-Updates erreicht werden.“
- „Unser Geschäftsmodell muss skalierbar sein, damit wir mit wachsendem Erfolg expandieren können. Es muss aber auch flexibel sein, um auf Marktveränderungen reagieren zu können.“
- Wichtig ist es, die richtige Balance zwischen der Unabhängigkeit eines eigenen Webshops und der Reichweite von Marktplätzen zu finden. Ebenso zentral ist die Entwicklung eines soliden, nachhaltigen Geschäftsmodells, das auf den Stärken des Unternehmens basiert und sich an die sich ständig verändernde E-Commerce-Landschaft anpassen kann.

Vorteile des E-Commerce

- 1. Globaler Markt**
 - Erreichbarkeit von Kunden weltweit
 - Expansion ohne physische Präsenz
- 2. Rund um die Uhr verfügbar**
 - 24/7 Shopping-Erlebnis
 - Keine Öffnungszeiten und dadurch höhere Flexibilität für Kunden



WIRTSCHAFTSUNIVERSITÄT WIEN
2023
Erfolich Gründen.

> wko.info/wien-gruendungstage

Globaler Markt

- „Durch E-Commerce können wir einen Markt bedienen, der weit über lokale oder nationale Grenzen hinausgeht. Das Internet bietet die Möglichkeit, Kunden aus aller Welt zu erreichen, was wiederum das Potential für Umsatzsteigerungen erhöht.“
- „Dieser globale Zugang bedeutet, dass Unternehmen nicht unbedingt physische Geschäfte oder Büros in anderen Ländern eröffnen müssen, um dort präsent zu sein. Das reduziert Kosten und erhöht die Geschwindigkeit der Markteinführung in neuen Regionen.“

Rund um die Uhr verfügbar

- „Ein weiterer unschlagbarer Vorteil des E-Commerce ist die ständige Verfügbarkeit. Kunden sind nicht mehr an Öffnungszeiten gebunden und können nach Belieben einkaufen, egal ob früh am Morgen oder spät in der Nacht.“
- „Diese ständige Verfügbarkeit verbessert das Kundenerlebnis erheblich und bietet einen klaren Wettbewerbsvorteil gegenüber traditionellen Geschäften.“

Betonen, wie entscheidend diese Vorteile in der heutigen digitalen Landschaft sind. Die Möglichkeit, einen globalen Markt zu erreichen und dabei immer verfügbar zu sein, kann den Unterschied zwischen einem durchschnittlichen und einem sehr erfolgreichen Online-Geschäft ausmachen. Es bietet auch die Chance, Marketingkampagnen gezielter und effizienter zu gestalten, indem man unterschiedliche Zeitzonen und kulturelle Präferenzen berücksichtigt.

Aufbau des Webshops

1. **Gehostete Lösungen**
 - Plug & Play
 - Monatliche Gebühren, inklusive Support
 - Beispiele: Shopify, Wix, BigCommerce
2. **Open Source Lösung**
 - Flexibel und anpassbar
 - Technisches Know-how benötigt
 - Beispiele: WooCommerce, Gambio, Shopware, Magento, PrestaShop



GRÜNDUNGSSTAGE
2023
Erfolgreich gründen

> wko.info/wien-gruendungstage

Gehostete Lösungen

- „Für Einsteiger oder kleine bis mittelgroße Unternehmen können gehostete Lösungen ideal sein. Sie sind benutzerfreundlich und bieten oft Drag & Drop-Editoren. Man muss sich weniger um technische Aspekte kümmern, da Updates, Sicherheit und Hosting oft im Paket enthalten sind.“
- „Allerdings sind sie oft weniger flexibel als andere Lösungen und können bei wachsendem Geschäftsvolumen teurer werden.“

Open Source Lösung

- „Open Source Lösungen bieten mehr Flexibilität und Anpassungsmöglichkeiten. Wenn Sie spezielle Anforderungen haben oder planen, Ihren Shop stark zu individualisieren, könnte dies die richtige Wahl sein.“
- „Denken Sie jedoch daran, dass Sie möglicherweise einen Entwickler oder ein technisch versiertes Team benötigen, um den Shop einzurichten und zu warten.“

Aufbau des Webshops

3. Individuelle Entwicklung

- Maßgeschneiderte Lösungen
- Höhere Anfangsinvestitionen
- Volle Kontrolle über Funktionen und Design



> wko.info/wien-gruendungstage

GRÜNDUNGSTAGE
2023
Einfach gründen.

Individuelle Entwicklung

- „Für große Unternehmen oder sehr spezifische Geschäftsmodelle könnte eine individuelle Entwicklung sinnvoll sein. Hierbei wird der Shop genau nach Ihren Vorgaben und Bedürfnissen erstellt.“
- „Während dies die teuerste Option ist, bietet sie auch die höchste Flexibilität und kann langfristig Kosten sparen, da Sie genau das bekommen, was Sie brauchen, ohne überflüssige Funktionen.“

Aufbau des Webshops

Anbieter gehostete Shoplösungen in DE und EU

- 1.Shopware:** Ein in Deutschland sehr beliebtes System, das eine gehostete Lösung (Shopware Cloud) sowie eine selbst gehostete Variante bietet.
- 2.Gambio:** Ein deutscher Anbieter, der sich vor allem an kleine und mittelständische Unternehmen richtet.
- 3.VersaCommerce:** Ein gehostetes Shopssystem aus Deutschland mit Fokus auf Benutzerfreundlichkeit.
- 4.Strato:** Der Webhosting-Anbieter Strato bietet auch einen Webshop-Baukasten an, der vor allem für Einsteiger geeignet ist.
- 5.epages:** Ein in Europa weit verbreitetes Shopssystem, das von verschiedenen Hosting-Anbietern als gehostete Lösung angeboten wird.
- 6.Jimdo:** Ursprünglich als Baukastensystem für Websites gestartet, bietet Jimdo mittlerweile auch eine einfache E-Commerce-Lösung an.
- 7.Wix:** Auch wenn Wix ursprünglich aus Israel kommt und global agiert, ist es in Europa sehr beliebt. Es bietet neben der Erstellung von Websites auch gehostete Shop-Lösungen.
- 8.1&1 IONOS:** Der Webhoster 1&1 IONOS bietet mit "1&1 E-Shop" auch eine gehostete E-Commerce-Lösung speziell für den europäischen Markt an.

> wko.info/wien-gruendungstage



Aufbau des Webshops

Anbieter Opensource Shoplösungen in DE und EU

1. **Shopware (Community Edition)**: Eine sehr populäre Lösung aus Deutschland. Die Community Edition ist die kostenfreie Open-Source-Variante von Shopware und bietet viele Funktionen und Erweiterungsmöglichkeiten.
2. **Gambio** bietet seine Cloudlösung auch zur lokalen Installation an. Dort ist sie dadurch auch stark anpassbar.
3. **OXID eShop (Community Edition)**: Ein weiteres deutsches System, das in seiner Community Edition als Open-Source-Variante zur Verfügung steht.
4. **PrestaShop**: Dieses System stammt aus Frankreich und ist in Europa weit verbreitet. Es bietet viele Funktionen und ist durch zahlreiche Plugins erweiterbar.
5. **Magento (Open Source)**: Magento ist eines der bekanntesten E-Commerce Systeme weltweit. Es wurde ursprünglich in den USA entwickelt, ist aber in Europa ebenfalls sehr populär. Die Open-Source-Variante bietet viele Funktionen und kann stark individualisiert werden.
6. **osCommerce**: Ein klassisches und älteres E-Commerce System aus Deutschland, das aber immer noch verwendet und weiterentwickelt wird.
7. **xt:Commerce (Free Edition)**: Ursprünglich basierend auf osCommerce, hat sich xt:Commerce zu einer eigenständigen Lösung entwickelt. Die Free Edition ist die kostenfreie Open-Source-Variante.
8. **Thelia**: Ein Open-Source E-Commerce System aus Frankreich, das weniger bekannt ist als Magento oder PrestaShop, aber dennoch eine solide Basis bietet.



> wko.info/wien-gruendungstage

Es ist wichtig zu beachten, dass, obwohl diese Systeme als Open Source kostenlos verfügbar sind, die tatsächlichen Kosten für den Aufbau und Betrieb eines Webshops, insbesondere in Bezug auf Hosting, Entwicklung, Anpassung und Erweiterungen, variieren können. Es empfiehlt sich, vor der Auswahl eines Systems dessen Community, verfügbare Plugins und Dokumentation zu überprüfen.

Design & Usability

1. **Benutzerfreundlichkeit**
 - Intuitive Navigation
 - Klare Call-to-Action-Elemente
 - Einfacher Checkout-Prozess
2. **Mobile Optimierung**
 - Responsives Design
 - Touch-optimierte Bedienelemente
 - Schnelle Ladezeiten auf Mobilgeräten



BRUNNEN
2023
Entsch. Gründen.

> wko.info/wien-gruendungstage

Benutzerfreundlichkeit

- „Ein benutzerfreundliches Design ist essentiell, um die Conversion-Rate zu erhöhen. Kunden sollten sich schnell zurechtfinden und ohne Hindernisse zum Kaufabschluss kommen.“
- „Eine klare und intuitive Navigation hilft dem Kunden, das gewünschte Produkt schnell zu finden. Klare Call-to-Action-Elemente, wie 'In den Warenkorb' oder 'Jetzt kaufen', führen den Kunden durch den Kaufprozess.“
- „Ein einfacher und verständlicher Checkout-Prozess reduziert die Abbruchrate. Hier sollten so wenige Schritte wie möglich notwendig sein, und alle Informationen müssen transparent sein.“

Mobile Optimierung

- „Da immer mehr Menschen über Mobilgeräte einkaufen, ist eine mobile Optimierung unerlässlich. Ein responsives Design stellt sicher, dass der Shop auf allen Gerätegrößen gut aussieht und funktioniert.“
- „Touch-optimierte Bedienelemente und eine an mobile Geräte angepasste Darstellung verbessern das Einkaufserlebnis erheblich.“
- „Besonders wichtig sind schnelle Ladezeiten auf Mobilgeräten, da hier oft mit eingeschränkter Internetverbindung geshoppt wird.“

Zu betonen gibt es, dass das Design und die Usability eines Webshops maßgeblich darüber entscheiden, ob ein Besucher zum Kunden wird oder den Shop vorzeitig verlässt. Ein benutzerfreundlicher und mobil optimierter Shop erhöht nicht nur die Kundenzufriedenheit, sondern wirkt sich direkt auf den Umsatz aus.

Zahlung & Versand

- 1. Auswahl der Zahlungsmethoden**
 - Kreditkarte, PayPal, SEPA-Lastschrift, Rechnung, Vorkasse
 - Zahlungsanbieter: Nexi Pay, Mollie, Stripe, Klarna, Payone, Global Payments, Sofortüberweisung
- 2. Versandoptionen und -partner**
 - Standardversand, Expressversand, Click & Collect
 - Versandpartner: DHL, Hermes, UPS, DPD
 - Externes Lager & Fulfillment-Dienstleister



GRÜNDUNGSSTAGE
2023
Entsch. Gründer.

> wko.info/wien-gruendungstage

Auswahl der Zahlungsmethoden

- „Die Auswahl der richtigen Zahlungsmethoden ist entscheidend für den Kaufabschluss. Kunden bevorzugen oft bestimmte Zahlungsarten und brechen den Kauf ab, wenn diese nicht verfügbar sind.“
- „Wichtig ist auch die Sicherheit: Die Kunden müssen sich darauf verlassen können, dass ihre Zahlungsdaten sicher sind. Zahlungsanbieter wie Stripe oder Klarna bieten hier sowohl eine breite Auswahl an Zahlungsmethoden als auch hohe Sicherheitsstandards.“

Versandoptionen und -partner

- „Der Versand ist oft ein entscheidender Punkt im E-Commerce. Kunden möchten ihre Bestellungen schnell und zuverlässig erhalten. Hier bieten sich verschiedene Versandoptionen an, je nach Zielgruppe und Produkt.“
- „Die Wahl des richtigen Versandpartners ist ebenso wichtig. Zuverlässigkeit, Geschwindigkeit und Kundenservice sind hier entscheidende Faktoren.“
- „Ein externes Lager oder ein Fulfillment-Dienstleister kann helfen, den Versand effizienter zu gestalten, besonders wenn das Bestellvolumen steigt.“

Zahlung und Versand sind zwei der wichtigsten Aspekte im E-Commerce. Beide haben direkten Einfluss auf die Kundenzufriedenheit und die Conversion-Rate. Es ist daher wichtig, sich genau zu überlegen, welche Optionen angeboten werden und mit welchen Partnern man zusammenarbeitet. Hier gilt es, ein Gleichgewicht zwischen Kosten, Effizienz und Kundenservice zu finden.

Sicherheit und Vertrauen im E-Commerce

- 1. Vertrauenselemente einfügen**
 - Überschrift: "Sicherheit und Vertrauen als Eckpfeiler des Online-Erfolgs"
 - Ein einprägsames Bild, das Sicherheit symbolisiert, wie ein Schloss oder ein Schild
- 2. Gütesiegel und Zertifikate**
 - Bilder von bekannten Gütesiegeln wie Österreichisches E-Commerce Gütezeichen, Trusted Shops, TÜV und SSL-Zertifikate
 - Kurze Erläuterung: "Gütesiegel als Zeichen für geprüfte Sicherheit"



> wko.info/wien-gruendungstage

- „Vertrauen ist das Fundament jeder Geschäftsbeziehung, besonders im Online-Handel. Es gilt, das Vertrauen Ihrer Kunden von Anfang an zu gewinnen und dauerhaft zu erhalten.“
- „Gütesiegel und Zertifikate, wie das Trusted Shops Siegel oder SSL-Zertifikate, signalisieren Sicherheit und Seriosität. Sie zeigen dem Kunden, dass Ihr Webshop geprüfte Qualität bietet und sicher ist.“
- „Transparente Verlinkungen zu öffentlichen Firmeneinträgen, wie das Handelsregister, sowie klar kommunizierte Kontaktinformationen stärken das Vertrauen in Ihre Unternehmensidentität.“
- „Ergänzen Sie Ihre Website um Kundenbewertungen und Testimonials, um potenziellen Kunden authentische Erfahrungsberichte zu präsentieren. Authentizität und Transparenz sind Schlüssel zum Aufbau einer vertrauensvollen Kundenbeziehung.“

Sicherheit und Vertrauen im E-Commerce

- 3. Transparenz und Offenheit**
 - Icons oder kleine Screenshots von Handelsregistrauszügen oder Impressumsseiten
 - Stichpunkt: "Transparente Geschäftsinformationen schaffen Vertrauen"
- 4. Kundenstimmen**
 - Visualisierung durch Sternebewertungen oder Zitate zufriedener Kunden
 - Stichpunkt: "Echte Kundenbewertungen erhöhen Glaubwürdigkeit"



> wko.info/wien-gruendungstage

Sicherheit und Vertrauen im E-Commerce

5. Kontaktoptionen

- Icons für Telefon, E-Mail, Kontaktformular, evtl. Chatbot
- Stichpunkt: "Klare Kontaktwege für schnelle und direkte Kommunikation"

6. Handlungsaufforderung

- Kurzer Text: "Investieren Sie in Vertrauen – der Schlüssel zu langfristigen Kundenbeziehungen im digitalen Handel."



> wko.info/wien-gruendungstage

Marketingplan

1. Zielgruppenansprache

- Kundenprofile definieren (Alter, Interessen, Kaufverhalten)
- Passende Marketingkanäle auswählen (Social Media, E-Mail, SEA)
- Personalisierte Ansprache durch Segmentierung

2. Budgetplanung

- Kostenschätzung pro Kanal und Kampagne
- ROI-Berechnung (Return on Investment)
- Anpassung und Optimierung basierend auf Performance

The infographic features a central circular diagram with 'ZIELGRUPPEN ANSICHT' (Target Group View) in the center. It is surrounded by various icons representing marketing channels and metrics. At the bottom right, there is a circular badge with '2023' and 'Entsch. Gründer' (Decision Maker/Entrepreneur).

> wko.info/wien-gruendungstage

Zielgruppenansprache

- „Um effektives Marketing zu betreiben, müssen wir zuerst unsere Zielgruppe genau kennen. Das bedeutet, Kundenprofile zu erstellen und zu verstehen, was unsere Kunden wirklich wollen und benötigen.“
- „Auf Basis dieser Profile wählen wir dann die passenden Marketingkanäle aus. Nicht jeder Kanal ist für jede Zielgruppe geeignet. Während jüngere Kunden vielleicht über Instagram erreicht werden können, sind für andere Zielgruppen E-Mails oder Suchmaschinenwerbung effektiver.“
- „Die Segmentierung ermöglicht es uns, unsere Kommunikation zu personalisieren und damit relevanter für den Einzelnen zu machen.“

Budgetplanung

- „Ein gut durchdachter Marketingplan berücksichtigt natürlich auch das Budget. Hier gilt es abzuwägen, wie viel in welche Maßnahmen investiert wird und welche Rendite erwartet wird.“
- „Durch die Berechnung des ROI können wir nachvollziehen, welche Maßnahmen besonders erfolgreich sind und wo eventuell nachjustiert werden muss.“
- „Wichtig ist, dass das Marketingbudget nicht starr ist, sondern basierend auf der Performance der verschiedenen Maßnahmen angepasst wird.“

Ein guter Marketingplan berücksichtigt sowohl die Zielgruppe als auch das Budget. Es ist essenziell, ständig zu messen, zu analysieren und zu optimieren, um sicherzustellen, dass die Marketingaktivitäten effektiv sind und den gewünschten ROI liefern. Der Plan sollte flexibel sein und sich an Marktveränderungen, Trends und die Performance der durchgeführten Maßnahmen anpassen können.

SEO

- 1. Keywords und Content-Strategie**
 - Recherche relevanter Suchbegriffe
 - Erstellung qualitativ hochwertiger Inhalte
 - Fortlaufende Anpassung und Aktualisierung
- 2. Technische SEO**
 - Optimierung der Website-Geschwindigkeit
 - Mobile Optimierung und Responsive Design
 - Strukturierte Daten und Schema-Markup



BRUNNEN
2023
Entsch. Gründer

> wko.info/wien-gruendungstage

Keywords und Content-Strategie

- „Um in Suchmaschinen gut zu ranken, müssen wir zuerst herausfinden, wonach unsere Zielgruppe sucht. Das bedeutet, relevante Keywords zu identifizieren und diese in unsere Inhalte zu integrieren.“
- „Es reicht jedoch nicht aus, nur die richtigen Keywords zu verwenden. Der Content muss auch qualitativ hochwertig sein, Mehrwert bieten und die Fragen unserer Kunden beantworten.“
- „SEO ist ein kontinuierlicher Prozess. Das bedeutet, unsere Inhalte regelmäßig zu überprüfen, zu aktualisieren und an die sich ändernden Anforderungen der Suchmaschinen und der Nutzer anzupassen.“

Technische SEO

- „Neben dem Inhalt spielt auch die technische Umsetzung unserer Website eine große Rolle. Eine schnelle Ladezeit verbessert nicht nur das Nutzererlebnis, sondern wird auch von Suchmaschinen positiv bewertet.“
- „Da immer mehr Menschen mit Mobilgeräten surfen, ist eine mobile Optimierung unerlässlich. Unsere Website muss auf allen Gerätetypen fehlerfrei funktionieren und gut aussehen.“
- „Strukturierte Daten helfen Suchmaschinen, den Inhalt unserer Website besser zu verstehen und können unsere Sichtbarkeit in den Suchergebnissen verbessern, zum Beispiel durch sogenannte Rich Snippets.“

Sowohl Content als auch Technik gleichermaßen wichtig sind, um in Suchmaschinen gut sichtbar zu sein. Beide Aspekte müssen kontinuierlich überwacht und optimiert werden, um mit der ständigen Weiterentwicklung von Suchalgorithmen und den Anforderungen der Nutzer Schritt zu halten.

SEO

WEBINARE der Wirtschaftskammer Wien zum Thema

Worauf muss ich bei der Erstellung eines Webshops aus SEO Sicht achten? [PDF](#) + [Video](#)

Wie finde ich die richtigen Suchbegriffe für SEO? [PDF](#) + [Video](#)

Was tun, wenn der Onlineshop nicht auf Platz 1 rankt? [Video](#) und [Unterlage](#) (PDF)

Psychologie im Onlineverkauf [Video](#) und [Unterlage](#) (PDF)

SEO im kommenden Jahr – was wird 2023 wichtig sein [Video](#) und [Unterlage](#) (PDF)

Content-Marketing – Die Erfolgsgeschichte für Ihr Online-Geschäft [Video](#) und [Unterlage](#) (PDF)

Ist ein Blog für einen Onlineshop sinnvoll? [Präsentation](#) (PDF) + [Video](#)

Die 7 häufigsten Fehler bei der SEO [PDF](#) + [Video](#)

Neuer Webshop und wenig Budget – Wie generiere ich Verkäufe? [PDF](#) + [Video](#)



> wko.info/wien-gruendungstage

Keywords und Content-Strategie

- „Um in Suchmaschinen gut zu ranken, müssen wir zuerst herausfinden, wonach unsere Zielgruppe sucht. Das bedeutet, relevante Keywords zu identifizieren und diese in unsere Inhalte zu integrieren.“
- „Es reicht jedoch nicht aus, nur die richtigen Keywords zu verwenden. Der Content muss auch qualitativ hochwertig sein, Mehrwert bieten und die Fragen unserer Kunden beantworten.“
- „SEO ist ein kontinuierlicher Prozess. Das bedeutet, unsere Inhalte regelmäßig zu überprüfen, zu aktualisieren und an die sich ändernden Anforderungen der Suchmaschinen und der Nutzer anzupassen.“

Technische SEO

- „Neben dem Inhalt spielt auch die technische Umsetzung unserer Website eine große Rolle. Eine schnelle Ladezeit verbessert nicht nur das Nutzererlebnis, sondern wird auch von Suchmaschinen positiv bewertet.“
- „Da immer mehr Menschen mit Mobilgeräten surfen, ist eine mobile Optimierung unerlässlich. Unsere Website muss auf allen Gerätetypen fehlerfrei funktionieren und gut aussehen.“
- „Strukturierte Daten helfen Suchmaschinen, den Inhalt unserer Website besser zu verstehen und können unsere Sichtbarkeit in den Suchergebnissen verbessern, zum Beispiel durch sogenannte Rich Snippets.“

Sowohl Content als auch Technik gleichermaßen wichtig sind, um in Suchmaschinen gut sichtbar zu sein. Beide Aspekte müssen kontinuierlich überwacht und optimiert werden, um mit der ständigen Weiterentwicklung von Suchalgorithmen und den Anforderungen der Nutzer Schritt zu halten.

Google AdWords

- 1. Erstellung effektiver Anzeigen**
 - Zielgruppenspezifische Ansprache
 - A/B-Tests zur Optimierung der Anzeigenperformance
 - Einsatz ansprechender Visuals und überzeugender Call-to-Actions (CTAs)
- 2. Kostenkontrolle**
 - Festlegung von Budgets für Kampagnen
 - Nutzung von Cost-per-Click (CPC) oder Cost-per-Impression (CPM) Modellen
 - Monitoring und Anpassung der Ausgaben in Echtzeit



> wko.info/wien-gruendungstage

Erstellung effektiver Anzeigen

- „Für die Schaffung effektiver Anzeigen müssen wir unsere Zielgruppe genau verstehen und die Botschaft entsprechend anpassen. Personalisierung ist hier der Schlüssel zum Erfolg.“
- „A/B-Tests sind ein unverzichtbares Werkzeug, um herauszufinden, welche Ad-Elemente am besten funktionieren – sei es der Text, das Bild oder der Call-to-Action.“
- „Visuelle Inhalte müssen auffällig und markenkonform sein, während CTAs klar kommunizieren sollten, was der Kunde als Nächstes tun soll. „

Kostenkontrolle

- „Ein entscheidender Aspekt bei der Schaltung von Anzeigen ist die Kostenkontrolle. Wir müssen sicherstellen, dass wir unser Budget effizient einsetzen und das beste ROI erzielen.“
- „Durch das Festlegen von Budgetgrenzen und das Bieten auf CPC oder CPM können wir die Ausgaben kontrollieren und Überraschungen vermeiden.“
- „Wichtig ist ein ständiges Monitoring der Kampagnen, um sicherzustellen, dass das Budget dort eingesetzt wird, wo es die größte Wirkung erzielt.“

Social Media

- 1. Plattformauswahl**
 - Zielgruppendefinition und Plattformdemografie
 - Plattformspezifische Formate und Trends
 - Wettbewerbsanalyse und Markenfit
- 2. Content-Planung**
 - Redaktionskalender und Themenvielfalt
 - Formate: Bild, Video, Story, Textbeiträge
 - Engagement und Interaktion fördern



2023
Entsch. Gründen.

> wko.info/wien-gruendungstage

Plattformauswahl

- „Die Wahl der richtigen Social Media Plattformen ist entscheidend und sollte auf einer genauen Analyse der Zielgruppe basieren. Wo hält sich Ihre Zielgruppe auf? Sind es eher visuell orientierte Plattformen wie Instagram oder professionelle Netzwerke wie LinkedIn?“
- „Berücksichtigen Sie die spezifischen Formate und Trends jeder Plattform. Instagram etwa erfordert hochwertige visuelle Inhalte, während Twitter für seine schnellen und direkten Nachrichten bekannt ist.“
- „Schauen Sie, was Ihre Wettbewerber tun, und überlegen Sie, wie Ihre Marke authentisch auf der gewählten Plattform repräsentiert werden kann.“

Content-Planung

- „Ein gut durchdachter Redaktionskalender sorgt für Konsistenz und Relevanz. Planen Sie Themen im Voraus und berücksichtigen Sie saisonale Ereignisse, Produktlaunches und andere wichtige Termine.“
- „Nutzen Sie eine Vielzahl von Formaten, um Ihre Inhalte ansprechend zu gestalten. Videos, Bilder, Stories und Textbeiträge sollten aufeinander abgestimmt sein und die Markenbotschaft stärken.“
- „Das Ziel ist es, Engagement und Interaktion zu fördern. Stellen Sie Fragen, fordern Sie Feedback ein und regen Sie zum Teilen Ihrer Inhalte an. Social Media lebt vom Dialog mit der Community.“

Analyse & Optimierung

- 1. Tools zur Analyse**
 - Google Analytics
 - Social Media Monitoring Tools (z.B. Hootsuite, Buffer)
 - SEO-Tracking-Tools (z.B. SEMrush, Ahrefs)
- 2. KPIs (Key Performance Indicators)**
 - Conversion Rate
 - Click-Through-Rate (CTR)
 - Engagement Rate



> wko.info/wien-gruendungstage

Tools zur Analyse

- „Um unsere Online-Marketing-Aktivitäten effektiv zu bewerten, benötigen wir leistungsstarke Analysetools. Google Analytics bietet uns tiefe Einblicke in das Verhalten der Nutzer auf unserer Website.“
- „Für die Analyse unserer Social Media Aktivitäten können wir Tools wie Hootsuite oder Buffer nutzen, um zu verstehen, wie unsere Inhalte performen und wie das Publikum interagiert.“
- „SEO-Tracking-Tools wie SEMrush oder Ahrefs sind entscheidend, um die Sichtbarkeit unserer Website in Suchmaschinen zu überwachen und zu optimieren.“

KPIs (Key Performance Indicators)

- „Um den Erfolg unserer Maßnahmen zu messen, legen wir spezifische KPIs fest. Dazu gehören zum Beispiel die Conversion Rate, die Click-Through-Rate und die Engagement Rate in Social Media.“
- „Diese KPIs helfen uns zu verstehen, welche Aspekte unserer Marketingstrategie funktionieren und wo es Verbesserungspotenzial gibt.“

Analyse & Optimierung

3. Reporting

- Regelmäßige Performance-Berichte
- Datenbasierte Entscheidungsfindung
- Anpassung von Strategien auf Basis von Analyseergebnissen

[Video](#) und [Unterlage](#) (PDF) – Google Analytics



> wko.info/wien-gruendungstage

Reporting

- „Regelmäßige Performance-Berichte sind unerlässlich, um den Überblick über den Erfolg Ihrer Geschäftsaktivitäten zu behalten. Sie ermöglichen es Ihnen, Fortschritte zu messen und zeitnah auf Veränderungen zu reagieren.“
- „Ein datenbasiertes Reporting unterstützt eine objektive Entscheidungsfindung. Es hilft, Emotionen und Vermutungen auszuklammern und stattdessen fundierte Entscheidungen zu treffen, die auf realen Daten und Trends basieren.“
- „Nutzen Sie Analyseergebnisse, um Ihre Strategien anzupassen. Dies kann bedeuten, erfolgreiche Taktiken zu verstärken oder Kurskorrekturen vorzunehmen, wenn die Ergebnisse hinter den Erwartungen zurückbleiben.“

Rechtliche Rahmenbedingungen

Rechtliche Rahmenbedingungen

- Wichtigkeit der Rechtskonformität
- Überblick über relevante Gesetze und Richtlinien

Online Recht Teil 1 [Video](#) und [Unterlage](#) (PDF) Teil 2 [Video](#)
Online Recht Omnibus-Richtlinie, P2B-Verordnung und die neue
Gewährleistung [Video](#) und [Unterlage](#) (PDF)
Stopp, keine Abmahnungen mehr [Video](#) und [Unterlage](#) (PDF)
[E-Commerce Rechtsfibel](#) (PDF)



> wko.info/wien-gruendungstage

- „Wir betrachten jetzt die wichtigsten rechtlichen Rahmenbedingungen, die für den E-Commerce in Österreich gelten.“
- „Die Einhaltung dieser Vorschriften ist nicht nur gesetzlich vorgeschrieben, sondern stärkt auch das Vertrauen Ihrer Kunden.“

Rechtliche Rahmenbedingungen

1. **Konsumentenschutzgesetz (KSchG)**
 - Gewährleistungsrecht
 - Produktgarantie und Haftung
2. **E-Commerce Gesetz (ECG)**
 - Impressumspflicht
 - Informationspflichten



WIRTSCHAFTSRECHT
2023
Einfach Erklärt.

> wko.info/wien-gruendungstage

- „Das KSchG schützt Verbraucher vor unfairen Geschäftspraktiken und regelt unter anderem die Gewährleistungspflichten.“
- „Das ECG bestimmt, welche Informationen ein Online-Händler verpflichtend auf seiner Website anzugeben hat, wie z.B. Firmenname und Kontaktdaten im Impressum.“

Rechtliche Rahmenbedingungen

3. Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz (FAGG)

- Widerrufsrecht und dessen Ausnahmen
- Informationspflichten vor Vertragsabschluss

4. Verbraucherrechte-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (VRUG)

- Erweiterte Informationspflichten
- Gestaltung des Online-Vertragsabschlusses



> wko.info/wien-gruendungstage

- „Das FAGG gibt Kunden das Recht, innerhalb von 14 Tagen vom Vertrag zurückzutreten. Dieses Widerrufsrecht ist ein zentraler Bestandteil des Verbraucherschutzes.“
- „Es ist wichtig, dass Sie als Online-Händler alle Informationen rund um das Widerrufsrecht klar und verständlich kommunizieren.“
- „Das VRUG setzt EU-weite Verbraucherschutzrechte in österreichisches Recht um und stellt erweiterte Anforderungen an die Informationspflichten von Online-Händlern.“

Rechtliche Rahmenbedingungen

5. Mediengesetz (MedienG)

- Pflichtangaben für Mediendienste
- Verantwortung für Inhalte

6. Unternehmensgesetzbuch (UGB)

- Buchführungspflicht
- Handelsrechtliche Bestimmungen



WIRTSCHAFTSRECHT
2023
Einfach. Gründend.

> wko.info/wien-gruendungstage

- „Das MedienG befasst sich unter anderem mit der Offenlegung von Informationen über Medieninhaber und Herausgeber und stellt klar, wer für publizierte Inhalte verantwortlich ist.“
- „Das UGB enthält unter anderem Bestimmungen zur Buchführung und anderen handelsrechtlichen Pflichten, die für E-Commerce-Betreiber relevant sind.“

Rechtliche Rahmenbedingungen

7. Gewerbeordnung

- Gewerbliche Voraussetzungen
- Betriebsanmeldung und -führung

8. Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)

- Rechte der betroffenen Personen
- Pflichten der Datenverarbeiter



> wko.info/wien-gruendungstage

- „Nach der Gewerbeordnung müssen bestimmte Voraussetzungen erfüllt und behördliche Genehmigungen eingeholt werden, bevor ein Gewerbe betrieben werden darf.“
- „Die DSGVO ist ein zentrales Element des Datenschutzes in der EU und gibt strenge Regeln vor, wie mit personenbezogenen Daten umgegangen werden muss, einschließlich der Notwendigkeit einer expliziten Einwilligung zur Datenverarbeitung.“
- „Als Betreiber eines Online-Shops müssen Sie sicherstellen, dass alle Prozesse DSGVO-konform sind und die Rechte der Nutzer respektiert werden.“

Skalierung im E-Commerce

- 1. Expansion in neue Märkte**
 - Marktanalyse und Lokalisierungsstrategien
 - Partnerschaften und rechtliche Rahmenbedingungen
- 2. Automatisierung der Prozesse**
 - Einsatz von CRM- und ERP-Systemen
 - Optimierung von Logistik und Kundenservice



GRÜNDUNGSTAGE
2023
Entsch. Gründen.

> wko.info/wien-gruendungstage

Expansion in neue Märkte

- „Die Expansion in neue Märkte erfordert sorgfältige Recherche und Planung. Marktanalysen helfen dabei, das Potenzial und die Besonderheiten lokaler Märkte zu verstehen.“
- „Lokalisierungsstrategien, die sprachliche und kulturelle Anpassungen umfassen, sind entscheidend für die erfolgreiche Ansprache neuer Kundengruppen.“
- „Es ist ebenfalls wichtig, die rechtlichen Rahmenbedingungen in verschiedenen Märkten zu berücksichtigen und gegebenenfalls lokale Partnerschaften zu etablieren, um den Markteintritt zu erleichtern.“

Automatisierung der Prozesse

- „Die Skalierung eines E-Commerce-Unternehmens geht oft Hand in Hand mit der Automatisierung von Geschäftsprozessen, um Effizienz zu steigern und Fehler zu reduzieren.“
- „Durch den Einsatz von CRM-Systemen (Customer Relationship Management) können Kundendaten zentral verwaltet und Marketingmaßnahmen gezielt gesteuert werden.“
- „ERP-Systeme (Enterprise Resource Planning) helfen dabei, die internen Prozesse, wie etwa die Logistik oder das Bestandsmanagement, zu optimieren und die Kundenzufriedenheit durch einen verbesserten Kundenservice zu erhöhen.“

Optimierung der Kundenbetreuung

- 1. Kundenservice-Optionen**
 - Multichannel-Support (Telefon, E-Mail, Chat)
 - Self-Service-Optionen (FAQs, Foren)
 - Proaktiver Support (Live-Chat auf der Webseite)
- 2. Feedbackmanagement**
 - Sammlung von Kundenfeedback (Umfragen, Reviews)
 - Analyse und Reaktion auf Kundenfeedback
 - Kontinuierliche Verbesserung basierend auf Kundenrückmeldungen



> wko.info/wien-gruendungstage

Kundenservice-Optionen

- „Ein exzellenter Kundenservice ist ein zentraler Baustein für die Kundenzufriedenheit und Kundenbindung. Kunden erwarten heutzutage, dass sie auf verschiedenen Kanälen Support erhalten können.“
- „Durch Self-Service-Optionen wie umfangreiche FAQs und Foren ermöglichen wir den Kunden, Antworten auf ihre Fragen schnell und unkompliziert selbst zu finden.“
- „Proaktiver Support, beispielsweise durch einen Live-Chat, kann die Kundenerfahrung erheblich verbessern und hilft dabei, Verkaufschancen direkt zu nutzen.“

Feedbackmanagement

- „Feedback ist ein Geschenk. Durch aktives Einholen von Kundenfeedback, beispielsweise durch Umfragen oder Reviews, können wir wertvolle Einblicke in die Kundenzufriedenheit gewinnen.“
- „Es ist wichtig, nicht nur Feedback zu sammeln, sondern dieses auch zu analysieren und darauf zu reagieren. Das zeigt den Kunden, dass ihr Input geschätzt wird und ernst genommen wird.“
- „Kontinuierliche Verbesserungen und Anpassungen, die auf Basis von Kundenfeedback durchgeführt werden, tragen maßgeblich zur Optimierung des Kundenservice und des gesamten Einkaufserlebnisses bei.“

Community-Aufbau im E-Commerce

- 1. Kundenbindung**
 - Loyalitätsprogramme und Kundenclubs
 - Personalisierte Kommunikation und Angebote
 - After-Sales-Service und Kundenpflege
- 2. Empfehlungsmarketing**
 - Kunden-werben-Kunden-Aktionen
 - Nutzung sozialer Beweise durch Kundenrezensionen
 - Influencer und Multiplikatoren als Markenbotschafter



Empfehlungsmarketing
2023
Entsch. Grundlagen

> wko.info/wien-gruendungstage

Kundenbindung

- „Der Aufbau einer Community beginnt mit der Bindung der Kunden an die Marke. Loyalitätsprogramme, die Vorteile wie Rabatte oder spezielle Angebote bieten, erhöhen die Kundenbindung.“
- „Durch personalisierte Kommunikation, z.B. via E-Mail-Marketing, können wir unseren Kunden zeigen, dass wir ihre Bedürfnisse und Präferenzen kennen und schätzen.“
- „Ein exzellenter After-Sales-Service sichert nicht nur die Zufriedenheit nach dem Kauf, sondern fördert auch die Mundpropaganda und das Vertrauen in unsere Marke.“

Empfehlungsmarketing

- „Empfehlungsmarketing ist eine der effektivsten Methoden, um neue Kunden zu gewinnen. Zufriedene Kunden, die ihre positiven Erfahrungen teilen, sind glaubwürdige Fürsprecher der Marke.“
- „Kundenrezensionen und Bewertungen bieten sozialen Beweis und können potenzielle Käufer überzeugen. Sie sollten daher aktiv gefördert und sichtbar gemacht werden.“
- „Die Zusammenarbeit mit Influencern und anderen Multiplikatoren kann helfen, die Reichweite zu vergrößern und die Marke in der Community zu etablieren.“

Fallstricke im E-Commerce vermeiden

- 1. Häufige Fehler**
 - Vernachlässigung der Mobiloptimierung
 - Unterschätzung von SEO und Content-Marketing
 - Mangelnde Beachtung von Kundenservice und Nutzererfahrung
- 2. Lösungsstrategien**
 - Kontinuierliche Analyse und Anpassung der Webpräsenz
 - Investition in nachhaltige SEO-Maßnahmen
 - Einrichtung effektiver Kundenservice-Strukturen



2023
Entsch. Gründen

> wko.info/wien-gruendungstage

1. Häufige Fehler

- „Ein verbreiteter Fehler ist die Vernachlässigung der Mobiloptimierung, was gerade in Zeiten des mobilen Internets schnell zu einem Verlust an Kunden führen kann.“
- „SEO und Content-Marketing werden oft unterschätzt, dabei sind sie entscheidend für die Sichtbarkeit und das organische Wachstum eines Online-Shops.“
- „Ein weiterer Stolperstein ist die mangelnde Beachtung des Kundenservice und der Nutzererfahrung, die essentiell für die Kundenbindung sind.“

2. Lösungsstrategien

- „Um diese Fehler zu vermeiden, ist eine kontinuierliche Überprüfung und Anpassung der eigenen Webpräsenz notwendig, insbesondere im Hinblick auf die mobile Nutzung.“
- „Investieren Sie in SEO und Content-Marketing, um langfristig eine starke Online-Präsenz aufzubauen. Nutzen Sie Daten und Kundenfeedback, um Ihre Inhalte zu optimieren.“
- „Stellen Sie sicher, dass Ihr Kundenservice leicht zugänglich ist und effizient funktioniert. Trainieren Sie Ihr Team darin, schnell und lösungsorientiert auf Kundenanfragen zu reagieren.“

Erfolgsmessung im E-Commerce

- 1. Umsatz- und Gewinnanalysen**
 - Performance-Tracking über Zeit
 - Break-Even-Point Berechnung
 - Rentabilität von Marketingkanälen
- 2. Kundenbewertungen**
 - Sammeln und Auswerten von Kundenfeedback
 - Net Promoter Score (NPS) und Kunden-Zufriedenheitsindizes
 - Analyse von Kundenbewertungen für Produkt- und Serviceverbesserungen



BRUNNEN
2023
Entsch. Gründer.

> wko.info/wien-gruendungstage

1. Umsatz- und Gewinnanalysen

- „Umsatz ist ein Indikator für Wachstum, aber Gewinn zeigt uns die Effizienz und Nachhaltigkeit unseres Geschäftsmodells. Regelmäßiges Tracking dieser Kennzahlen ist unerlässlich für die strategische Ausrichtung.“
- „Die Ermittlung des Break-Even-Points hilft uns, zu verstehen, ab wann unser Geschäft profitabel wird. Dies ist besonders wichtig bei der Einführung neuer Produkte oder Dienstleistungen.“
- „Wir müssen auch die Rentabilität unserer Marketingkanäle analysieren, um sicherzustellen, dass unsere Marketingausgaben eine positive Rendite erzielen.“

2. Kundenbewertungen

- „Kundenfeedback ist ein wertvolles Gut. Durch das Sammeln und systematische Auswerten von Kundenbewertungen können wir die Qualität unseres Angebots kontinuierlich verbessern.“
- „Der Net Promoter Score (NPS) oder andere Zufriedenheitsindizes geben uns Aufschluss darüber, wie wahrscheinlich es ist, dass unsere Kunden uns weiterempfehlen würden.“
- „Die tiefere Analyse von Kundenbewertungen ermöglicht es uns, konkrete Ansatzpunkte für Produkt- und Serviceverbesserungen zu identifizieren.“

Der Net Promoter Score (NPS)

Kundenzufriedenheit messen und verstehen

1. **Was ist der NPS?**
 - **Einfache Frage:** "Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen/Produkt/Service weiterempfehlen würden?"
 - Skala von 0 (gar nicht wahrscheinlich) bis 10 (äußerst wahrscheinlich)
2. **Kategorisierung der Kunden**
 - **Promotoren (9-10):** Treue Kunden, die als Botschafter fungieren
 - **Passive (7-8):** Zufriedene Kunden ohne starke Bindung
 - **Detraktoren (0-6):** Unzufriedene Kunden mit Abwanderungsrisiko

> wko.info/wien-gruendungstage



Die Methode ist einfach und liefert schnell Einblicke in die Kundeneinstellung.

So funktioniert der NPS:

Kundenbefragung:

- Kunden werden gefragt: „Auf einer Skala von 0 bis 10, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen/Produkt/Service einem Freund oder Kollegen empfehlen würden?“

Kategorisierung der Antworten:

- **Promotoren (9-10):** Sehr zufriedene Kunden, die mit hoher Wahrscheinlichkeit positive Mundpropaganda betreiben.
- **Passive (7-8):** Zufriedene Kunden, die jedoch anfällig für Angebote der Konkurrenz sein könnten und keine aktive Empfehlung aussprechen.
- **Detraktoren (0-6):** Unzufriedene Kunden, die das Potenzial haben, dem Ruf des Unternehmens zu schaden und negative Mundpropaganda zu verbreiten.

Der Net Promoter Score (NPS)

Kundenzufriedenheit messen und verstehen

3. Berechnung des NPS

- Formel: Prozentsatz der Promotoren minus Prozentsatz der Detraktoren
- Mögliche Werte zwischen -100 und +100

4. Bedeutung des NPS

- Direktes Feedback zur Kundenerfahrung und Loyalität
- Frühwarnsystem für potenzielle Probleme
- Vergleichsstandard für Branchen-Benchmarks

> wko.info/wien-gruendungstage



Berechnung des Scores: Der NPS wird ermittelt, indem der Prozentsatz der Detraktoren von dem Prozentsatz der Promotoren abgezogen wird. Die Passiven werden bei der Berechnung nicht berücksichtigt.

Die Formel lautet: $\text{NPS} = \text{\% Promotoren} - \text{\% Detraktoren}$

Der resultierende Wert kann zwischen -100 (wenn jeder Kunde ein Detraktor ist) und +100 (wenn jeder Kunde ein Promotor ist) liegen. Ein positiver NPS (höher als 0) wird allgemein als gut angesehen, ein NPS von +50 wird als hervorragend betrachtet.

Bedeutung des NPS

Vorteile des NPS:

Einfachheit: Durch die einfache Fragestellung ist es leicht, Antworten zu sammeln und den Score zu berechnen.

Benchmarking: Unternehmen können ihren NPS mit den Werten anderer Unternehmen vergleichen, auch branchenübergreifend.

Prognosefähigkeit: Ein hoher NPS kann ein Indikator für Wachstum sein, da Promotoren häufiger nachkaufen und Neukunden werben.

Der Net Promoter Score (NPS)

Kundenzufriedenheit messen und verstehen

5. Maßnahmen auf Basis des NPS

- Identifikation von Verbesserungspotenzialen
- Gezielte Strategien zur Steigerung der Kundenzufriedenheit
- Förderung der positiven Mundpropaganda



> wko.info/wien-gruendungstage

Anwendungshinweise:

Der NPS sollte regelmäßig gemessen werden, um Veränderungen in der Kundenzufriedenheit zu überwachen.

Für eine detaillierte Analyse ist es hilfreich, zusätzliche Fragen nach den Gründen für die Bewertung zu stellen.

Unternehmen sollten auf Basis des NPS konkrete Maßnahmen ableiten, um die Kundenzufriedenheit und -bindung zu verbessern.

Erfolgsstrategien im E-Commerce

- 1. Expertenmeinungen**
 - Bedeutung von Branchen-Insights
 - Einbeziehung von Beratern und Spezialisten
 - Aktuelle Fallstudien und Best Practices
- 2. Kontinuierliche Weiterbildung**
 - Bedeutung des lebenslangen Lernens
 - Ressourcen für E-Commerce-Fortbildung
 - Networking und Fachveranstaltungen



GRÜNDUNGSTAGE
2023
Erfolch Gründer.

> wko.info/wien-gruendungstage

1. Expertenmeinungen

- „Im dynamischen Feld des E-Commerce ist es entscheidend, auf dem Laufenden zu bleiben und sich Expertenmeinungen zu eigen zu machen. Diese können uns helfen, Fehler zu vermeiden und neue Chancen zu erkennen.“
- „Das Einbeziehen von erfahrenen Beratern und Spezialisten kann eine wertvolle Investition sein, um strategische Entscheidungen zu treffen und Innovationen voranzutreiben.“
- „Schauen wir auf aktuelle Fallstudien und Best Practices, können wir von den Erfahrungen anderer lernen und diese Erkenntnisse auf unser Geschäft anwenden.“

2. Kontinuierliche Weiterbildung

- „Der Markt und die Technologien entwickeln sich ständig weiter. Lebenslanges Lernen ist daher unerlässlich, um wettbewerbsfähig zu bleiben.“
- „Nutzen Sie Online-Kurse, Webinare, Fachbücher und Branchenreports, um Ihr Wissen zu vertiefen und neue Kompetenzen zu entwickeln.“
- „Networking und der Besuch von Fachveranstaltungen sind ebenso wichtige Instrumente, um sich mit anderen Profis auszutauschen und neue Trends und Tools zu entdecken.“

Erfolgreiche Webshops in Österreich

1. Beispiele erfolgreicher Webshops

- "Runtastic": Ein global erfolgreicher Fitness-App-Anbieter aus Österreich.
- "MySugr": Ein Vorreiter im Bereich digitale Gesundheitslösungen für Diabetiker.
- "Dorotheum": Wie Österreichs traditionelles Auktionshaus den Online-Markt eroberte.



> wko.info/wien-gruendungstage

Beispiele erfolgreicher Webshops

- „Runtastic hat sich von einer österreichischen Fitness-App zu einem globalen Player entwickelt, der Nutzer weltweit zur Steigerung ihrer Fitness motiviert.“
- „MySugr ist ein herausragendes Beispiel dafür, wie ein Start-up aus Österreich die digitale Gesundheitsbranche revolutionieren kann. Mit ihrer App zur Diabetes-Verwaltung haben sie gezeigt, wie man spezifische Kundenbedürfnisse erkennt und eine Lösung entwickelt, die weltweit Anklang findet.“
- „Das Dorotheum hat erfolgreich den Schritt von einem traditionellen Auktionshaus zu einem modernen E-Commerce-Unternehmen gemeistert, indem es seine Online-Präsenz ausgebaut und Online-Auktionen eingeführt hat.“

Erfolgreiche Webshops in Österreich

2. Lessons Learned

- Anpassung an Kundenbedürfnisse und lokale Gegebenheiten
- Bedeutung von User Experience und Kundenbetreuung
- Einsatz innovativer Technologien und Marketingstrategien



**GRÜNDUNGSTAGE
2023**
Erfolgreiche Webshops

> wko.info/wien-gruendungstage

3. Lessons Learned

- „Diese Fallstudien zeigen uns, dass die intensive Auseinandersetzung mit den Bedürfnissen und Herausforderungen der Kunden die Basis für den Erfolg im E-Commerce bildet.“
- „Sie unterstreichen die Wichtigkeit einer ausgezeichneten User Experience und Kundenservice, um in einem immer wettbewerbsintensiveren Umfeld zu bestehen.“
- „Ferner lehren sie uns, dass der Einsatz von Datenanalytik und gezieltem, personalisiertem Marketing wesentliche Elemente für Wachstum und Kundenbindung sind. MySugr zum Beispiel nutzt datengestützte Erkenntnisse, um die App kontinuierlich zu verbessern und den Nutzern einen echten Mehrwert zu bieten.“

Einführung in die Zukunft des E-Commerce

Die Zukunft des E-Commerce

- Evolution des digitalen Handels
- Bedeutung der Technologieinnovationen

Aktuelle Trends im E-Commerce

- Künstliche Intelligenz und personalisiertes Shopping
- Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR)
- Nachhaltigkeit und ethischer Konsum



WIRTSCHAFTSUNIVERSITÄT WIEN
2023
Entsch. Gründer.

> wko.info/wien-gruendungstage

- „Der E-Commerce-Markt ist ständig in Bewegung. Neue Technologien, verändertes Verbraucherverhalten und globale Trends prägen die Zukunft.“
- „Wir müssen uns auf die nächsten Wellen der Digitalisierung vorbereiten und Anpassungsstrategien entwickeln, um wettbewerbsfähig zu bleiben.“
- „Künstliche Intelligenz revolutioniert, wie wir Kunden verstehen und ansprechen. Personalisierung ist nicht mehr nur ein Trend, sondern eine Kundenerwartung.“
- „AR und VR bieten neue Möglichkeiten, Produkte zu präsentieren und das Online-Shopping-Erlebnis zu bereichern.“
- „Nachhaltigkeit und ethischer Konsum gewinnen an Bedeutung. Kunden entscheiden sich zunehmend für Marken, die ihre Werte teilen.“

Einführung in die Zukunft des E-Commerce

Technologische Innovationen

- Fortschritte im Bereich der Payment-Lösungen
- Blockchain für Transparenz und Sicherheit
- Internet of Things (IoT) und E-Commerce

Anpassungsstrategien für die Zukunft

- Agile Methoden und flexible Geschäftsmodelle
- Investition in Forschung und Entwicklung
- Partnerschaften und Kollaborationen



GRÜNDUNGSTAGE
2023
Erfolch Gründer.

> wko.info/wien-gruendungstage

- „Zahlungsabwicklungen werden durch Technologien wie Mobile Payments und Kryptowährungen einfacher und sicherer.“
- „Blockchain könnte die Art und Weise, wie wir über Transparenz und Sicherheit in der Lieferkette denken, verändern.“
- „Das Internet of Things eröffnet neue Horizonte für den E-Commerce, von Smart Homes als Verkaufsplattformen bis hin zu vernetzten Verbrauchergeräten.“
- „Agilität ist der Schlüssel, um auf Marktentwicklungen schnell reagieren zu können. Flexible Geschäftsmodelle ermöglichen es uns, Innovationen zu nutzen und auf Veränderungen vorbereitet zu sein.“
- „Die Investition in Forschung und Entwicklung ist entscheidend, um bei technologischen Veränderungen an der Spitze zu bleiben.“
- „Durch Partnerschaften und Kollaborationen können wir unser Netzwerk erweitern, von anderen lernen und Synergien schaffen.“

Einführung in die Zukunft des E-Commerce

Bereit für die Zukunft?

- Kontinuierliches Lernen und Anpassungsfähigkeit
- Kundenorientierung als Kern der Innovation
- Proaktive Gestaltung des Wandels



WIRTSCHAFTSUNIVERSITÄT WIEN
2023
Einfach. Gründend.

> wko.info/wien-gruendungstage

- „Die Zukunft des E-Commerce erfordert von uns, dass wir kontinuierlich lernen und uns anpassen. Es ist ein fortlaufender Prozess, der Flexibilität und Innovationsgeist erfordert.“
- „Eine starke Kundenorientierung wird uns dabei helfen, relevante und innovative Lösungen zu entwickeln, die echten Mehrwert bieten.“
- „Wir sollten nicht nur auf den Wandel reagieren, sondern aktiv daran mitwirken und die Richtung mitbestimmen.“

Künstliche Intelligenz im E-Commerce

Potenzial der KI im digitalen Handel

- Content Creation
- Personalisierung von Kundenerlebnissen
- Automatisierung von Kundenservice und Support
- Optimierung von Logistik und Preisgestaltung



WIRTSCHAFTS UNIVERSITÄT WIEN
2023
Einfach. Gründend.

> wko.info/wien-gruendungstage

- „Künstliche Intelligenz revolutioniert den E-Commerce durch individuelle Produktempfehlungen und personalisierte Erlebnisse, die zu einer höheren Kundenzufriedenheit und Konversionsrate führen.“
- „KI-basierte Chatbots und virtuelle Assistenten ermöglichen einen effizienten und skalierbaren Kundenservice, indem sie Anfragen in Echtzeit beantworten und personalisierte Unterstützung bieten.“
- „In der Logistik ermöglicht KI eine präzisere Vorhersage von Lieferzeiten und eine optimierte Lagerhaltung, während dynamische Preisgestaltungsalgorithmen dabei helfen, die Preise in Echtzeit an Marktbedingungen anzupassen.“

Künstliche Intelligenz im E-Commerce

Strategien für KI-Integration

- Entwicklung von KI-basierten Empfehlungssystemen
- Einsatz von KI für Datenanalyse und Kundenverhalten
- Fortschrittliche Bild- und Spracherkennung für intuitive Suchfunktionen



WIRTSCHAFTS UNIVERSITÄT WIEN
2023
Einfach. Gründend.

> wko.info/wien-gruendungstage

- „Um die Vorteile der KI voll auszuschöpfen, sollten wir in die Entwicklung intelligenter Empfehlungssysteme investieren, die das Surf- und Kaufverhalten der Kunden analysieren und entsprechende Produktvorschläge machen.“
- „Daten sind das neue Gold, und KI ist das Werkzeug, um dieses Gold zu schürfen. Die Analyse von Kundenverhaltensdaten mithilfe von KI kann unschätzbare Einblicke in Optimierungsmöglichkeiten liefern.“
- „Die Implementierung von KI in Suchfunktionen, zum Beispiel durch Bilderkennung oder natürliche Sprachverarbeitung, kann das Einkaufserlebnis erheblich vereinfachen und die Kundenbindung verstärken.“

Künstliche Intelligenz im E-Commerce

KI im Fokus (Veranstaltung vom 23.10.2023)

Vortrag Christoph Cemper - KI für die Masse - geht es "jetzt" schon los? [Video](#) und [Unterlage](#)

Vortrag Jakob Feinböck und Josef Seibl - Automatische Content-erstellung durch KI: Hype oder Revolution? [Video](#) und [Unterlage](#)

Vortrag Martin Haunschmid - Hacker und KI: Neuartige Ansätze in der Schadcodeerstellung. [Video](#) und [Unterlage](#)

Vortrag Felix Kogler - KI im E-Commerce: Wie Sie Ihren KundInnen die Wünsche von den Lippen ablesen können. [Video](#) und [Unterlage](#)



© WKWien

HERZLICH WILLKOMMEN

2023
Entsch. Gründer

> wko.info/wien-gruendungstage

- „Um die Vorteile der KI voll auszuschöpfen, sollten wir in die Entwicklung intelligenter Empfehlungssysteme investieren, die das Surf- und Kaufverhalten der Kunden analysieren und entsprechende Produktvorschläge machen.“
- „Daten sind das neue Gold, und KI ist das Werkzeug, um dieses Gold zu schürfen. Die Analyse von Kundenverhaltensdaten mithilfe von KI kann unschätzbare Einblicke in Optimierungsmöglichkeiten liefern.“
- „Die Implementierung von KI in Suchfunktionen, zum Beispiel durch Bilderkennung oder natürliche Sprachverarbeitung, kann das Einkaufserlebnis erheblich vereinfachen und die Kundenbindung verstärken.“

Weiterführende Links

Überblick zum Thema E-Commerce
<https://www.wko.at/digitalisierung/e-commerce-und-webshop>

Zahlreiche Webinare zum Thema Internethandel
<https://www.wko.at/wien/zahlungsverkehr-e-m-commerce/servicecenter-e-commerce>

Online-Marketing und Social Media
<https://www.wko.at/digitalisierung/online-marketing>

Webinar-Reihe: Multichannel Tuesday
<https://www.wko.at/oe/handeldigital-webinar-reihe-multichannel-tuesday>

HANDELdigital-Wissensplattform
<https://www.wko.at/oe/handel/handeldigital>

> [wko.info/wien-gruendungstage](https://www.wko.at/oe/handel/handeldigital)





Versand-, Internet- und allgemeiner Handel Wien

Wir fördern zahlreiche Aktivitäten und Fortbildungsmaßnahmen unserer Mitglieder

- E-Commerce Führerschein
- WIFI Lehrgänge Marketing & Performance
- Fachspezifische Weiterbildung
- fachbezogene Messebesuche
- E-Commerce Rechtsberatung
- Rechtshilfepaket Onlinehandel
- Digitalisierung & Internet
- Onlinekurs SEO
- Webshop Versicherung
- Unternehmensberatung
- Lehrlingsbonus f. eCommerce-Kauffrau/-Mann
- KI und KI Tools
- ...

(detaillierte Infos in unserem Gutscheineft 2024)



> wko.info/wien-gruendungstage

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

KommR Ing. Ernst Steininger
eCommerce Evangelist
Sachverständiger für E-Commerce
Vorsitzender des Versand- und Internethandel der WK Wien
[linkedin.com/in/ernststeininger](https://www.linkedin.com/in/ernststeininger)
<https://www.it-steininger.com/>
Web: <https://www.wko.at/wien/internethandel>



> wko.info/wien-gruendungstage

- „Wir haben gesehen, dass der Erfolg im E-Commerce von vielen Faktoren abhängt: von der Ideenfindung über die Planung und Umsetzung bis hin zur Skalierung und stetigen Optimierung.“
- „Es ist entscheidend, dass wir die Bedürfnisse unserer Kunden verstehen und stets bereit sind, uns weiterzubilden und neue Technologien zu integrieren, um unseren Webshop erfolgreich zu betreiben.“
- „Ich möchte mich bei Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und Ihr Interesse bedanken. Für weitere Fragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung und ich freue mich auf den Austausch mit Ihnen.“