

# VERKÄUFER\*IN 4.0

## Seminarinhalte

### 1. Spezialisten für den digitalen Handel werden

#### 1.1. Die wichtigsten und erfolgreichsten Online-Marketing-Maßnahmen kennen

##### *1.1.1. Unternehmen im Internet: Positionierung und Ziel*

- Grundlagen der strategischen Positionierung und Zielsetzung von Webseiten
- Bestandsaufnahme: IST-Analyse Ihres Unternehmens
- Online-Marketing-Instrumente und deren richtiger Einsatz

##### *1.1.2. Planen von Online-Marketing-Maßnahmen in der Praxis*

- Zielgruppen definieren und zielgerichtet bzw. handlungsorientiert ansprechen
- Auswahl der richtigen Maßnahmen und Online-Marketing-Komponenten
- Kampagnen planen, umsetzen, kontrollieren und optimieren

##### *1.1.3. Die eigene Webseite*

- Die optimale Unternehmenswebseite als Basis für erfolgreiches Online-Marketing
- Tipps und Tricks - Grundregeln des Webdesigns
- Die verschiedenen Typen von Webseiten
- ‚Mobilegeddon‘ und die Folgen für das Unternehmen und deren Kunden
- Content-Management-Systeme und deren Benutzung

##### *1.1.4. Web-Analyse: Auswertungen, Besucherverhalten und Statistiken*

- Grundlagen der Web-Analyse
- Korrektes Lesen und Interpretieren von Web-Analyse-Daten
- Optimierungspotenziale erkennbar machen
- Die besten Werkzeuge & Tools

##### *1.1.5. Inhalte, Landingpages und Usability: Gebrauchstauglichkeit*

- Die Bedienerfreundlichkeit von Webseiten auf dem Prüfstand
- Authentizität von Unternehmen analysieren und stärken

# VERKÄUFER\*IN 4.0

## Seminarinhalte

### *1.1.6. Suchmaschinenoptimierung (SEO)*

- Der Prozess der Suchmaschinenoptimierung & die richtigen Maßnahmen
- Die Keyword-Analyse – Was suchen Kunden?
- Lokale Suchmaschinenoptimierung für Unternehmen
- Die Onpage- & Offpage-Optimierung

### *1.1.7. Suchmaschinenwerbung (SEA)*

- Gründe für Keyword-Advertising
- Wie funktioniert Keyword-Advertising?
- Tipps und Tricks beim Keyword Advertising
- Google Ads (Anzeigen, Keywords, Kampagnen, Ziele und Strategien)

## **1.2. Online-Shops verstehen und optimieren**

### *1.2.1. Online-Shops aufbauen*

- Wichtige Schritte vor dem Start mit dem eigenen Onlineshop
- Welcher Shop ist der richtige? Shop-Systeme und Shop-Software
- Wie animiert man Kunden zum Kaufen
- Online-Marketing für Onlineshops

### *1.2.2. Online-Shop Optimierung*

- Conversion-Optimierung – pro Kunde einfach mehr verkaufen
- Bewertungsportale (deren Nutzen und die direkte Einbindung in Webseite & Shop)
- Content-Optimierung: Welche Aufgabe möchte Ihr Nutzer bei Ihnen lösen?
- Erfolgsfaktor Kundenbindung

## **1.3. Social-Media-Marketing**

- Die möglichen Marketingkanäle: Was macht für welche Ziele Sinn?
- Social Media zur Kundengewinnung und -pflege nutzen
- Social-Media-Strategien entwickeln
- Facebook- & Instagram-Ads und die richtige Nutzung für meine Unternehmensziele

# VERKÄUFER\*IN 4.0

## Seminarinhalte

### 2. Herausforderungen und Chancen für den Handel 4.0

#### 2.1. Entwicklungen und Strategien im Online-Handel kennen

- Entwicklung des Onlinehandels: Zahlen, Daten und Fakten
- Strategien im Onlinehandel kennen

#### 2.2. Zielgruppe und Persona

- Analyse der eigenen Zielgruppen
- Erstellung von Persona als Grundlage für Zielgruppendefinition

#### 2.3. Unternehmen im Markt positionieren

- Das eigene Unternehmen unter die Lupe nehmen und seinen Charakter ermitteln.
- Eigene Position im Markt analysieren und Ansätze der Kundenansprache skizzieren
- Zielkorridor entwickeln mit konkreten Schritten, das Unternehmen kundenorientiert ausrichten (Projektplan)

#### 2.4. Content-Marketing aufbauen

- Zielgruppenspezifische Themen finden
- Storytelling – Anleitung und Beispiele
- Aufbau eines kundenrelevanten Erzählstranges

### 3. Rechtliche Rahmenbedingungen im E-Commerce kennen

- Neue Gewährleistung
- Verbraucherschutz
- Verträge zu digitalen Inhalten
- Kompakt: Datenschutz, Markenrecht, Urheberrecht

### 4. ESF-Förderung: Voraussetzungen und Ziele

- Voraussetzungen
- Ziele