



E-Commerce

erfolgreich starten

Ein Service Ihrer IHK



München und
Oberbayern

E-Commerce-Canvas

Vision & Ziel



- Was ist meine persönliche Motivation, E-Commerce zu betreiben?
- Warum ist E-Commerce für mich sinnvoll?
- Welchen Mehrwert erhoffe ich mir von einem Online-Shop?
- Wo sehe ich mögliche Alleinstellungsmerkmale für meinen Online-Handel?
- Was will ich mit meinem Online-Shop erreichen?

Marktanalyse & Positionierung



- Warum sollte jemand bei mir einkaufen?
- Was ist das Besondere an meinem Online-Shop (Produkte, Service, Beratung, Preise etc.)?
- Garantiere ich eine zuverlässige Bestellmöglichkeit (z. B. garantierte Verfügbarkeit)?
- Erfolgt der Bestellvorgang besonders intuitiv und mit wenigen Klicks?
- Erfolgt die Bestellung besonders schnell und kostenfrei?

Merke



Handelsplattformen oder ein Miet-Shop statt speziell entwickelter Shop-Software ermöglichen den kostengünstigen Einstieg sowie das Testen der Nachfrage und einzelner Produkte.



An welche Kunden ist mein Online-Shop adressiert?

- Endverbraucher oder Unternehmen (B2C, B2B)?
- Nischen- oder Massenmarkt?
- Regionale oder internationale Kunden?
- (Noch-)Offliner oder Online-Shopper?
- Besondere Ausrichtung bezüglich Gender oder Alter?

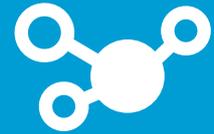


Welche ungenutzten Ressourcen habe ich?

- Besondere Produkte, Restbestände o.Ä.
- Ungenutzte Lagerfläche
- Schutzrechte (Patente, Marken...)
- Interessante Geschichte, Fotos, Videos zu Produkten, zum Shop, zu Menschen etc.
- Kapital

Gibt es personelle Ressourcen?

- Mitarbeiter mit Online-Shop-Erfahrung
- Spezielle Logistikerfahrung
- Besondere Branchenkenntnisse



- Welche Aufgaben kann ich oder können meine Mitarbeiter beim Neuaufbau des Online-Shops effizient einbringen (Technik, Design, Abläufe etc.) und welche können Dritte (Dienstleister, Lieferanten etc.) kostengünstig übernehmen?
- Liegt mein Fokus mehr auf dem operativen Aspekt meines Online-Shops (z. B. technischer Betrieb, Design, Rechtsfragen) oder auf strategischen Fragen (Produktentwicklung, Branchenvernetzung, Marketing etc.)?
- Habe ich wirklich alle Arbeitsschritte beachtet, die durch einen Online-Shop anfallen (Bestellentgegennahme, Einpflegen der Produkte, Versand, Zahlungsbewegungen etc.)?



Wie kommuniziere ich mit Interessenten und Kunden?

- Für welche Kommunikationsformen sind meine Kunden besonders zugänglich?
- Kann ich meine Kunden in die Produktentwicklung einbinden (Crowdsourcing, Shareconomy)?
- Wie bleibe ich online im Kontakt mit den Kunden (E-Mail-Newsletter, Gewinnspiele, nutzwertige Inhalte etc.) und wie prüfe ich das Nutzerverhalten (Webcontrolling, Usability-Tests etc.)?
- Wie spreche ich mit Interessenten und Kunden: sachlich oder emotional? Soll Exklusivität vermittelt werden?

Kunden finden



- Wie lotse ich Nutzer auf meinen Online-Shop?
- Warum sollten Blogger, Fachzeitschriften oder andere Websites mein Online-Angebot empfehlen und verlinken (z.B. besondere Produkte oder Inhalte)?
- Wie nutzen meine Wunschkunden Social Media, E-Mail, Newsletter, SMS etc. und wie kann ich dort Aufmerksamkeit erzeugen?
- Welche Suchbegriffe bringen Nutzer auf meinen Online-Shop und ist mein Online-Shop dafür optimiert (SEO)? Kann ich für diese Suchbegriffe in den Suchmaschinen Werbung schalten (SEA)?

Merke



Wie werde ich online gefunden? – Während im realen Leben die Lage des Ladens feststeht, können Sie im Internet an der Aufmerksamkeit für den Online-Shop arbeiten und damit Ihren Laden quasi zum Kunden bringen. Überlegen Sie sich, wo im Internet Ihre Wunschkunden aktiv sind: Dort müssen Sie Ihre Kunden abholen und für Ihr Angebot gewinnen.

Kostenkalkulation



- Wie viel kostet die Umsetzung des Projekts?
- Wie hoch sind die Startkosten für Aufbau und Entwicklung?
- Wie hoch sind die laufenden Kosten (Betrieb, Personal, Marketing etc.)?
- Ist Crowdfunding eine Option?

Merke



Die Marge entscheidet. Testen Sie, welche Produkte besonders für den Online-Verkauf geeignet sind (unter Einbeziehung von Marketing-, Versand-, Rücksendekosten etc.).



München und
Oberbayern

Bei der IHK für München und Oberbayern finden Sie vielfältige Unterstützung, Adressen und Ansprechpartner für Neuaufbau oder Weiterentwicklung Ihres E-Commerce-Angebots.

Der „E-Commerce-Canvas“ hilft Ihnen, sich Ihr Geschäftsmodell genauer und strukturierter anzusehen – egal ob Sie schon einen Online-Shop betreiben oder damit durchstarten wollen:

- Was ist das Besondere an meinem Online-Shop?
- Was will ich mit meinem Online-Shop erreichen?
- Welche Kunden adressiert mein Online-Shop?
- Welche Ressourcen habe ich?
- Was werde ich selbst tun? Was sollen Dienstleister/Lieferanten erledigen?
- Kunden finden: Wie werde ich online gefunden?
- Kunden binden: Wie kommuniziere ich mit meinen bestehenden Kunden?
- Finanzen: Einnahmen & Ausgaben

Was kommt auf den E-Commerce-Projektstarter zu?

- Starthilfen für mein E-Commerce-Geschäftsmodell
- Was ist für meinen Online-Shop generell wichtig?
- Dienstleister- und Lieferantensuche
- International: Export, Länder und Märkte
- Finanzierungs- und Förderberatung
- Rechtliche Grundlagen

Die Beratungen sind kostenlos und auf Anfrage möglich:

@ info@muenchen.ihk.de

☎ 089 5116-0

Weitere Informationen unter:

🌐 ihk-muenchen.de

🌐 Folgen Sie uns!		
	ihk-muenchen.de/newsletter	
	/ihk.muenchen.oberbayern	
	@IHK_MUC	
	xing.com/net/muenchenihk	
		ihk-muenchen.de