

E-COMMERCE

Begriffe:

e-commerce:	" electronic commerce ", deutsch: "elektronischer Geschäftsverkehr" / "elektronischer Handel/Handelsverkehr"
Consumer-to-Consumer:	C2C ; Geschäftsbeziehungen zwischen Privatpersonen
Business-to-Consumer:	B2C (auch: auch Business-to-Client) Geschäftsbeziehungen (Kommunikation, Handel) zwischen Unternehmen und Privatpersonen
Administration-to-Consumer:	A2C , ist eine Handlung im E-Business zwischen einer staatlichen Stelle (z. B. öffentlichen Verwaltung) und dem Bürger (Endkunden)
Multichannel-Marketing:	strategischer Ansatz des Handels und der Dienstleister, die (potenziellen) Konsumenten auf mehreren verschiedenen Kommunikationskanälen zu erreichen
Integrität/Datenintegrität:	(von lat. integritas „Unversehrtheit“, „Reinheit“, „Unbescholtenheit“): neben Verfügbarkeit und Vertraulichkeit eines der drei klassischen Ziele der Informationssicherheit <ul style="list-style-type: none">▪ (korrekter Inhalt▪ unmodifizierter Zustand▪ Erkennung von Modifikation▪ temporale Korrektheit

Fakten:

- E-Commerce-Systeme beinhalten alles von der Bestellung digitalen Inhalts für den sofortigen Konsum, bis hin zur Bestellung von konventionellen Waren und Dienstleistungen und andere Arten, die den elektronischen Geschäftsverkehr erleichtern.
- In der Regel: Onlineshop, Online-Marktplätze
- ermöglicht so das Einkaufen rund um die Uhr
- Online-Shops und Marktplätze sind in der Regel an ein Warenwirtschaftssystem angeschlossen
- Geschäftsmodelle haben sich drastisch verändert
- wichtiges Werkzeug für viele Unternehmen

Open-Source-Shopsysteme

- [Magento](#)
- [Shopware](#)
- [OpenCart](#)
- [OsCommerce](#)
- [Prestashop](#)
- [xt:Commerce](#)

Einsteiger: geringe Anforderungen an Schnittstellen, wenig Produkte, geringes Budget

Profiklasse: hohe bis sehr hohe Anforderungen an Performance und Funktionsvielfalt, am weitesten verbreitet

Groß-Unternehmen: extrem teuer, Verwaltung mehrerer hundert Seiten

Virtueller Marktplatz

- virtueller Marktraum innerhalb eines übergeordneten Datennetzes, innerhalb dessen virtuelle Geschäftstransaktionen durchgeführt werden
- vorwiegend B2B und C2C
- Marktplatzbetreiber erfüllt eine Übersichtsfunktion, führt das Angebot und die Nachfrage in qualitativer und quantitativer Weise zusammen, übernimmt dabei die technische Abwicklung
-

Multichannel-Marketing:

- Umsatzsteigerung möglich durch den parallelen Verkauf auf verschiedenen Plattformen
- Rationalisierung von Arbeitsprozessen und Logistik
- Maximale Automatisierung durch Nutzung von Warenwirtschaftssystemen
- Möglichkeit der Erhöhung der Stammkundenanzahl bei schnellem und zuverlässigem Kundenservice

Mögliche Verkaufskanäle:

- Ladengeschäft
- Direktvertrieb
- Internet; hier z. B.:
- amazon.com
- ebay.com
- facebook.com
- rakuten.de
- yatego.de
- u. a.

Internet-Werbung

Viele Unternehmen erheben Nutzungsdaten zum Zwecke nutzungsbasierter Online Werbung.

Es besteht die Möglichkeit einer [Deaktivierung](#). Diese sorgt dafür, dass die Online-Werbung, die Sie auf den Webseiten sehen, nicht auf der Basis Ihrer vermeintlichen Interessen oder Vorlieben (abgeleitet von Ihrer Internetnutzung) angepasst wird.

E-commerce Bezahlssysteme

- Zahlung per Vorkasse, Nachnahme, Lastschrift, Kreditkarte und Rechnung
- E-Commerce-Einsteiger sollten ihren Kunden möglichst viele dieser Bezahlverfahren anbieten, später können weniger effektive Systeme gelöscht werden
- Daten sollten in jedem Fall SSL-verschlüsselt übertragen und der Kunde auf die Verschlüsselung hingewiesen werden