



Das Thema e-commerce wird für klein- und mittelständische Unternehmen immer wichtiger – ein Grund sich das neue Buch „E-Commerce für klein- und mittelständische Unternehmen“ des Autors Yannik Süß, kürzlich erschienen im Springer Verlag, einmal anzuschauen. In zehn Kapiteln verspricht das Fachbuch den Weg zu einem erfolgreichen Onlineshop und ich war gespannt ob es hält, was es verspricht.

Von der Idee des Shops bis zur Nutzerfreundlichkeit

Im 1. Kapitel „**Idee/Konzept/Budget**“, wird der zukünftige e-Commerce Unternehmer erst einmal auf den Weg gebracht, um strategisch sauber die Vorgehensweise zu planen. Die ersten entscheidenden Schritte wie Idee und Vorbereitung, professionelle Konzeption und finanziellen Planung werden hier beschrieben. Recht detailliert geht es weiter in Kapitel 2

„**Software/Technologie/Hosting**“. Hier geht es um die optimale Softwarewahl und die richtige Wahl der bestmöglichen Serverlösung, es werden aber auch Fragen zum Thema Verschlüsselung beantwortet. In Kapitel 3 „**Logo/Design/Corporate Identity**“, beschreibt der Autor den so entscheidenden Aspekt der Gestaltung und des Designs eines Onlineshops und gibt Tipps und fachliche Informationen zur Umsetzung des Onlineauftritts. Punkt für Punkt werden alle wichtigen Aspekte, vom Logo bis über das Design abgearbeitet. In Kapitel 4 „**Usability**“, werden alle Aspekte des Themas Nutzerfreundlichkeit beleuchtet und genauestens erklärt, wie man sein E-Commerce-Unternehmen dahin gehend optimiert.

Selbst vor juristischen und finanziellen Themen schreckt der Autor nicht zurück ...

... und gibt in Kapitel 5 „**Umsetzung - Rechtliche Fragen**“ Hinweise und Informationen zu relevanten Rechtsfragen in Bezug auf Umsetzung eines E-Commerce-Unternehmens. Das Thema „**Zahlungsprozesse**“ bearbeitet der Autor in Kapitel 6 und in Kapitel 7 wird das Thema „**Versandabwicklung**“ recht umfassend beleuchtet.

SEO und Marketing

In Kapitel 8 „**Suchmaschinenoptimierung**“, widmet sich der Autor dem heiß umkämpften Platz bei Google und gewährt dem Leser einen Einblick in die weitreichende Thematik der Seo-Optimierung, die letztendlich über Erfolg oder Misserfolg eines Onlineunternehmens entscheiden kann. Das folgende Kapitel 9 „**Marketing**“, rundet dieses Buch mit weiteren Tipps und Ratschlägen für den Leser ab, und beleuchtet ein Vielzahl von Möglichkeiten zur Vermarktung.

Mein Fazit:

Dem Autor Yannik Süß, Geschäftsführer der Intent GmbH - eine Online Agentur die sich auf E-Commerce Lösungen spezialisiert hat - gelingt es durchaus eine komplexe Thematik attraktiv aufbereitet zu verarbeiten. Es liest sich gut und ist auch für den Laien leicht verständlich geschrieben. Auch wenn es sich sicherlich eher an den Neueinsteiger im e-commerce richtet, der hier einen ersten Leitfaden bekommt, so wird der ein oder andere Routinier sicherlich noch etwas Neues daraus ziehen können. Alles in allem ein kurzes,

knappes Ratgeberwerk, welches zuverlässig und professionell von der Idee bis zur Umsetzung eines E-Commerce-Unternehmens führt.

Verpassen Sie keine Beiträge mehr!

Tragen Sie sich in unseren kostenfreien Newsletter ein. **Über 4.500 Kollegen aus Handel, Städten und Industrie** lesen ihn bereits.

[Jetzt anmelden](#)



[Karin Wunderlich](#)

Shopper Marketing Evangelist mit Leidenschaft für Innovationen!

Die Volkswirtin (B.S., USA) war zehn Jahre im Key Account Management und Promotion Management bei führenden FMCG Unternehmen und 13 Jahre Geschäftsführerin bei POPAI DACH e.V. Heute in der Unternehmensberatung und als profilierte Key Note Speakerin tätig.

