



Industrie- und Handelskammer
Kassel-Marburg



Zertifikat Online-Marketing und Webshop-Management (IHK)

Industrie- und Handelskammer

Kassel-Marburg

in

Kooperation mit den

Kaufmännischen Schulen Marburg

und der

Deutschen Blindenstudienanstalt e. V.

(Auszug aus dem Curriculum)

INHALT

Ihre Ausgangssituation, Ihre Perspektiven	1
Zielgruppe	1
Zielkompetenzen	1
Lehrgangsaufbau.....	3
Basiskompetenz	3
Aufbaukompetenz.....	3
Damit schließen Sie ab	4

Ihre Ausgangssituation, Ihre Perspektiven

Zielgruppe

Der Zertifikatslehrgang Online-Marketing und Webshop-Management (IHK) richtet sich an Fachkräfte vorwiegend in kleinen und mittelständischen Unternehmen, die ihr Know-How im Bereich E-Commerce und Onlinemarketing erweitern wollen.

Der Lehrgang bietet eine ideale Fortbildung für Interessenten/-innen, die eine kaufmännische Ausbildung in einem Unternehmen absolvieren, das einen eigenen Onlineshop betreibt und/oder Leistungen auf einer Onlineplattform anbietet. Angesprochen sind auch Fachkräfte, die Social-Media-Angebote ihres Unternehmens betreuen.

Zum Zeitpunkt der Erlangung des Zertifikats sollten die Teilnehmenden die kaufmännische Ausbildung erfolgreich abgeschlossen haben bzw. diese zeitnah abschließen oder über mehrjährige Berufserfahrung im kaufmännischen Bereich verfügen.

Die potenziellen Teilnehmenden sollten Interesse an der Optimierung von Vertriebsprozessen, an zielgruppengerechter Kundenkommunikation und Marketing mitbringen sowie die Bereitschaft, sich in die Grundfunktionen eines Shopsystems und relevanter Analysetools einzuarbeiten.

Idealerweise verfügen die Interessenten/-innen über solide Kenntnisse der englischen Sprache.

Zielkompetenzen

Im Rahmen des Zertifikatslehrgangs Online-Marketing und Webshop-Management (IHK) setzen sich die Teilnehmenden mit den zentralen Themen und Fragestellungen des E-Commerce auseinander. Sie können sich relevante Informationen über die Entwicklungen im Onlinemarkt beschaffen und entsprechende Daten und Statistiken auswerten. Sie sind in der Lage, die notwendigen Artikeldaten einzustellen und zu pflegen, sie können die kundenbezogenen Prozesse darstellen und Optimierungsmöglichkeiten benennen. Die Teilnehmenden sind mit den Grundanforderungen der Suchmaschinenoptimierung vertraut, sie können Online-werbekampagnen planen und deren Wirksamkeit analysieren.

- GAFA-Ökonomie (Google, Amazon, Facebook, Apple-Ökonomie)
- Geschäftsmodelle im E-Commerce
- Vertriebskanäle (Marktplatz, eigener Webshop, Multi-/Cross-/Omni-Channel) in Bezug auf das eigene Angebot und die Zielgruppe beurteilen
- Anforderungen an den Online-Vertriebskanal (rechtliche, technische, Customer-Experience) kennen
- Besucher- und Absatzzahlen mit Hilfe von Kennzahlen beurteilen
- Vor- und Nachteile von Bezahlverfahren aus Kunden- und Shop-Perspektive bewerten

- Geeignete Onlinekanäle für die Kundenkommunikation auswählen
- Medienbeiträge gestalten
- Artikeldaten unter Einhaltung der Rechtsvorschriften einpflegen
- Fulfillment planen und unterstützen
- Retouren managen und Maßnahmen zur Senkung der Retourenquote planen
- Wichtige Instrumente der Kundenbindung erläutern und ihren Einsatz in Bezug auf die Zielgruppe planen
- Daten aus Analyseprogrammen (z. B. Google Analytics) auswerten

Der Lehrgang bietet neben fachlichem Input und Praxisbeispielen das Kennenlernen eines Shopsystems in der praktischen Anwendung.

Lehrgangsaufbau

Der Lehrgang ist modular aufgebaut und gliedert sich in eine **Basis- und Aufbau-kompetenz**. Der zeitliche Umfang beträgt jeweils 40 Unterrichtsstunden.

Basiskompetenz

Der Lehrgang **Basiskompetenz – Grundlagen des Online-Marketing** beschreibt die fachlichen Voraussetzungen für die Teilnahme an der Weiterqualifizierung Online-Marketing und Webshop-Management. Sie besteht aus sechs Modulen:

1. Geschäftsmodelle und Marktstrukturen
2. Anforderungen an Webseiten und Shopsysteme
3. Strategien des Online-Marketing
4. Kundenkommunikation in Sozialen Medien
5. Online-Bezahlsysteme
6. Fulfillment planen und Last-Mile-Problematik

Absolventen/-innen, die nicht unseren Lehrgang **Basiskompetenz – Grundlagen des Online-Marketing** abgeschlossen haben, müssen ihr Basiswissen mit einem Dokument nachweisen. Infrage kommt hier insbesondere der erfolgreiche Abschluss der Ausbildung zum/zur Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement, zum/zur Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel, zum/zur Kaufmann/Kauffrau im Groß- und Außenhandel der Fachrichtungen Großhandel und Außenhandel sowie Verkäufer/-innen und Verwaltungsfachangestellte.

Aufbaukompetenz

Der Lehrgang **Aufbaukompetenz – Webshop-Management** setzt die Kenntnisse der Basiskompetenz voraus. Er umfasst die Aufgaben und Anforderungen, welche die Betreuung eines Onlineshops bzw. einer Verkaufsplattform an die damit befassten Mitarbeitenden stellen.

Der Aufbaulehrgang erweitert und vertieft die benötigten Fachkompetenzen. Die Teilnehmenden machen sich mit einer aktuellen, barrierefreien Shopsoftware, Analysetools und Techniken der Prozessgestaltung vertraut. Vermittelt werden diese in sechs Modulen:

1. Fulfillmentabwicklung und Retourenabwicklung optimieren
2. Kundenbindung erhöhen
3. Kennzahlen mit aktuellen Analyseprogrammen auswerten
4. Artikeldaten pflegen
5. Arbeiten mit dem Webshop OXID
6. Fallorientierte Abschlussarbeit

Damit schließen Sie ab

Nach Abschluss der Aufbaumodule bearbeiten die Teilnehmenden eine Fallstudie und präsentieren die Ergebnisse. Das Thema wird von den Teilnehmenden mit Unterstützung der Dozenten/-innen und unter Berücksichtigung des jeweiligen Praxiseinsatzes entwickelt und soll dazu beitragen, dass das Unternehmen bereits während des Lehrgangs von der Weiterbildung profitiert.

Der Lehrgang endet mit der Präsentation der Fallstudie vor dem IHK-Ausschuss.