

Sachbearbeiter*in E-Commerce

zert.one

**Der Schweizer Abschluss
für Online Bildung**



NUTZEN & ARBEITSGEBIET

Dein Nutzen

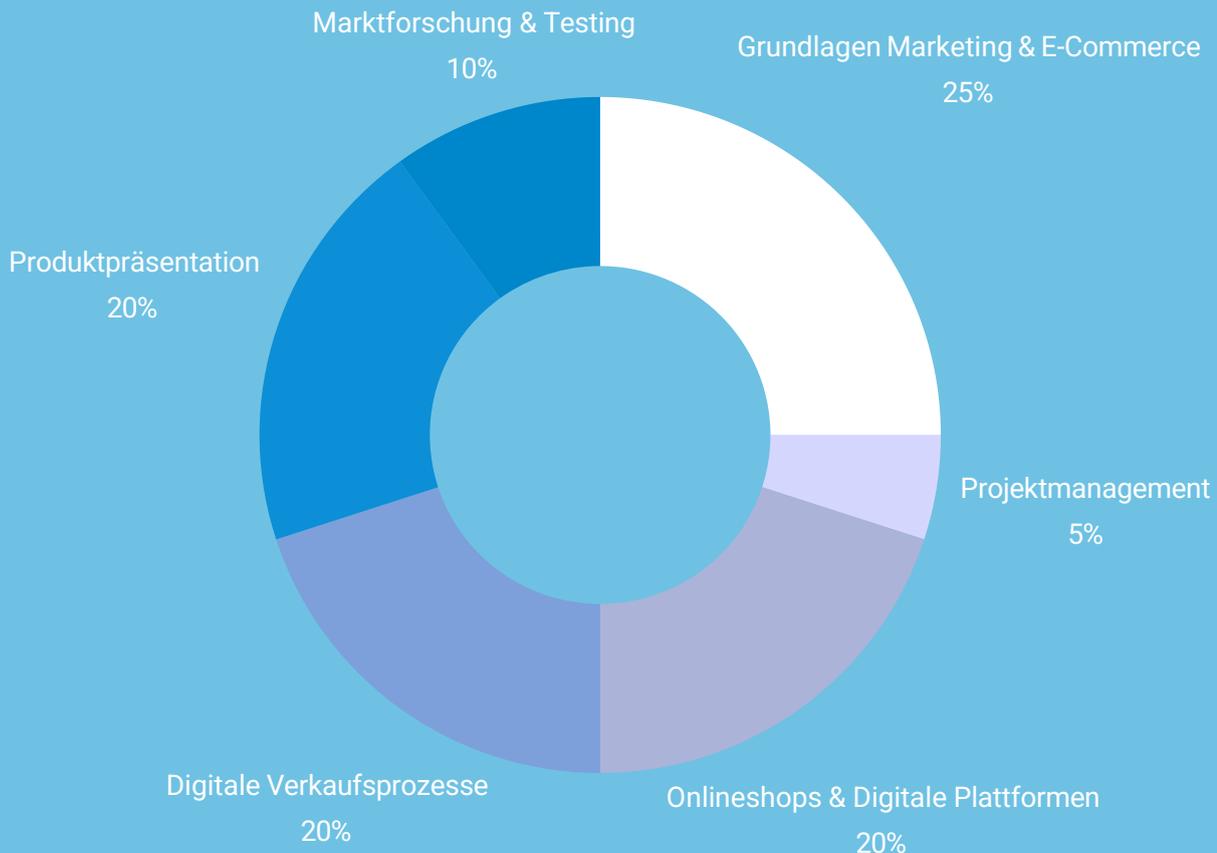
Die Ausbildung zur Sachbearbeiterin E-Commerce bzw. zum Sachbearbeiter E-Commerce vermittelt Dir die Grundlagen im Bereich Online Shops und digitale Plattformen. Du bist in der Lage, in Deinem Berufsalltag einfache E-Commerce Aufgaben selbständig wahrzunehmen und Fachpersonen zu unterstützen.

Dein Arbeitsgebiet

Sachbearbeiterinnen E-Commerce bzw. Sachbearbeiter E-Commerce arbeiten vorwiegend in Handelsunternehmen jeder Grösse mit digitalen Vertriebskanälen oder unterstützen den E-Commerce Spezialist*in in der Bearbeitung von digitalen Plattformen.



PRÜFUNGSFÄCHER



Fächer

Das Zertifikat Sachbearbeiter*in E-Commerce zert.one basiert auf folgenden Fächern:

- ♦ Grundlagen Marketing und E-Commerce
- ♦ Onlineshops und Digitale Plattformen
- ♦ Digitale Verkaufsprozesse
- ♦ Produktpräsentation
- ♦ Marktforschung und Testing
- ♦ Projektmanagement

1 ABSCHLUSS 3 ERFOLGE



Fachkompetenz

Das Zertifikat Sachbearbeiter*in E-Commerce zert.one zeigt, dass Du die Anforderungen fachlich erfüllst.



Digitale Kompetenz

Das Zertifikat Sachbearbeiter*in E-Commerce zert.one zeigt, dass Du mit digitalen Medien umgehen kannst.



Eigenverantwortung

Das Zertifikat Sachbearbeiter*in E-Commerce zert.one zeigt, dass Du Ausgeprägte Eigenverantwortung mitbringst.

ANFORDERUNGEN

Auf den folgenden Seiten findest Du die Inhalte und Anforderungen für die Prüfung als Sachbearbeiter*in E-Commerce zert.one



GRUNDLAGEN MARKETING UND E-COMMERCE

Grundlagen Marketing

	Stufe
4P oder 7P	Verstehen
B2B Zielgruppen	Kennen
B2C Zielgruppen	Kennen
Definition von Marketing	Kennen
Geschichte des Marketings	Kennen
Konkreter Marketingmix	Verstehen
Marketingbegriffe	Verstehen
Marktkennzahlen	Verstehen
Quantitative und qualitative Ziele	Kennen
SGF und SGE	Kennen
Sinus Milieus und Typologien	Verstehen
Strukturmodell Markt als System	Verstehen
Typologie nach Generationen	Verstehen
Kernaufgaben des Marketings	Verstehen
Marketingmix	Verstehen
Ziele und Zielgruppen	Kennen

Grundlagen Digitales Marketing

Keywords	Verstehen
Theoretische Grundlagen	Kennen
Online Marketing	Verstehen
Veränderte Kommunikation	Verstehen
Nutzen von Content	Verstehen
Informationsmenge und -relevanz	Kennen
Sender-Empfänger-Modell	Kennen
Push Pull Relationen	Verstehen

Grundlagen Digitales Marketing

Customer Journey und Kaufabsichten	Verstehen
Conversion und Conversionrate	Verstehen
Funnel Modell	Verstehen
AIDA im digitalen Kontext	Verstehen
Mobile Marketing Grundlagen	Kennen
Mobile Marketing und Advertising	Verstehen
Suchmaschinen	Verstehen

Social Media & weitere Aspekte

Hashtags & Keywords	Anwenden
Einführung Social Media	Kenne
Struktur von Social Media	Verstehen
Wirkung von Social Media	Verstehen
Funktionsweise	Verstehen
Plattformen und Kanäle	Kennen
Digitale Strategie	Anwenden
Digitale Kommunikation	Verstehen
Online Werbung	Anwenden
Krisen, Video und Messung	Verstehen
Programmatic Advertising	Anwenden
Marktplatz und Auktion	Kennen
Native Marketing	Verstehen
Rechtliche Aspekte	Kennen
Datenschutz	Kennen
Inkognito surfen	Verstehen
Ad-Blocker, Cookie und co	Verstehen

Grundlagen E-Commerce

Make or Buy	Anwenden
Internet-Geschichte	Kennen
E-Commerce-Geschichte Pioniere des E-Commerce	Kennen
Verschiedene Geschäftsmodelle	Kennen
Exkurse	Verstehen
Einige konkrete Geschäftsmodelle	Verstehen
Strategische Geschäftsmodelle	Kennen
Bezahlssysteme	Verstehen
Einige Begriffe	Anwenden
E-Business, E-Marketing oder E-Commerce?	Kennen
Mobile und Social Commerce	Verstehen
Vor- und Nachteile des E-Commerce	Verstehen
E-Commerce SEO und SEA	Kennen
B2B und B2C Unterscheidung	Anwenden
Optimierung im E-Commerce	Verstehen
Elemente des E-Commerce	Anwenden
Produkte und Produktdaten	Verstehen
Automatisierung und Marketing	Anwenden
Trends und Entwicklungen	Verstehen
Datenanbindungen	Kennen
Shopsysteme	Kennen
Blockchain und Kryptowährungen	Kennen
E-Commerce Konzept	Verstehen

Grundlagen Cloud Computing

Was ist überhaupt möglich?	Kennen
Cloud-First und Cloud-Only?	Kennen
Cloud in Start-Up Kontext	Kennen
Cloud verbindet Abteilungen	Verstehen
Kollaboration in der Cloud	Verstehen
Daten in der Cloud	Verstehen
Rechnen in der Cloud – Rechenpower	Verstehen
Systeme und Applikationen in der Cloud	Kennen
Funktionen in der Cloud – FaaS	Kennen
Cloud hat Ihre eigene Sprache	Verstehen
Servicemodelle: IaaS, PaaS, SaaS, FaaS	Kennen
Ressourcen, Links, Informationen	Kennen
Studien	Kennen
Video-Ressourcen	Kennen

ONLINESHOPS UND DIGITALE PLATTFORMEN

Vertiefung E-Commerce

	Stufe
Abgrenzung E-Business, E-Marketing oder E-Commerce	Kennen
Ausführliche Einleitung	Kennen
Was ist E-Commerce	Verstehen
Wer ist beim E-Commerce beteiligt	Kennen
Was sind die wichtigsten Komponenten E-Commerce im Unternehmen einsetzen?	Kennen
	Anwenden

Vertiefung Cloud Computing

Funktionsweise	Verstehen
Cloud hat Ihre eigene Sprache	Verstehen
Cloud Computing als Basis für E-Commerce	Anwenden
Bedeutung für Unternehmen	Verstehen
Rechte und Risiko	Kennen
DSGVO	Kennen
Treiber und Gründe hinter der Cloud	Verstehen
Lösungen und Herausforderungen	Kennen
Cloud Partner	Kennen
Support, Nutzerverwaltung und Rechteverwaltung	Verstehen
Checklisten	Kennen

Digitale Plattformen planen

Spannungsfeld Webshop Umsetzung

Exkurs: E-Commerce in B2C und B2B

Wann kommt was?

Werkzeug / Methode: Das Briefing

Werkzeug / Methode: Das Konzept

Werkzeug / Methode: Die Planung

Kennen

Verstehen

Kennen

Anwenden

Anwenden

Anwenden

Digitale Plattformen aufbauen

Kriterien für die Plattformauswahl

Einen Onlineshop bauen

Umsetzung Checklisten

Selbstgemacht oder gekauft?

Kostenfaktoren von Onlineshops

Anwenden

Anwenden

Anwenden

Anwenden

Anwenden

DIGITALE VERKAUFSPROZESSE

Digitales Nutzungsverhalten: Einführung und Prozesse

Der Zusammenhang mit dem Sales Funnel?	Verstehen
Was ist digitaler Vertrieb?	Kennen
Verändertes B2B Kundenverhalten im digitalen Zeitalter	Verstehen
Voraussetzungen für eine erfolgreiche Vertriebsdigitalisierung	Verstehen
Kundenbetreuung	Anwenden
Kundenmanagement	Anwenden
Kaufprozesse	Anwenden
Warenkorbprozesse	Anwenden

Digitales Nutzungsverhalten: Strategie und Bedürfnisse

Customer Centricity	Verstehen
Kenntnisse der Unternehmensstrategie, -ziele und -prozesse	Verstehen
Strategie-Mix: Es gibt nicht die eine umfassende Strategie	Verstehen
Business Model Canvas	Verstehen
Value Proposition Canvas	Verstehen
Kundenbedürfnisse analysieren, auswerten und Präsentieren	Anwenden
Bedürfnisse in der B2B-Kommunikation	Verstehen
Suchtrends mit dem eigenen Geschäftszweck in Verbindung	Anwenden
Verbesserungsmassnahmen für ein optimales Kundenerlebnis	Anwenden

Digitales Nutzungsverhalten: Präsentation und Kundendaten

Nutzungsverhalten auswerten und präsentieren	Anwenden
Wichtige Kennzahlen	Anwenden
Kostentreiber	Verstehen
Präsentation/Visualisierung von Daten und Rechercheergebnissen (Management Summary)	Anwenden
Ergebnisse aus ihren Analysen und Erkenntnissen und leiten Konsequenzen für den Verkaufsprozess ab	Anwenden
Umgang mit Kundendaten/-historie CRM	Verstehen
Online-/Omni-Channel-Vertriebsstrategien Sales Funnel	Verstehen

Digitale Kundenerlebnisse: Einführung und Zielgruppen

Wie schafft man digitale Kundenerlebnisse	Verstehen
Social Media als wesentliches Element um Kundenerlebnisse zu schaffen	Verstehen
Social Media im Kontext von S-Commerce	Verstehen
Das digitale Kundenerlebnis	Verstehen
Die Sicht auf die Customer Journey / Kundenreise	Verstehen
Personalisierung: Die individuelle Kundenansprache im E-Commerce	Anwenden
Zielgruppen und Segmente	Verstehen
Segmente bilden in der Kommunikation und in der Analyse	Anwenden
Segmente in der Web-Analyse	Anwenden
Mit Benchmarking vergleiche anstreben	Anwenden
Attribution zeigt auf was wirklich wirkt	Anwenden

Digitale Kundenerlebnisse: Zusammenarbeit, Vertrauensaufbau und UX

Briefing	Verstehen
Reflexionen	Anwenden
Führung & laterale Führung	Verstehen
Vertrauensaufbau: Produktetests und Testberichte	Anwenden
Methoden zur Verbesserung der UX	Anwenden
Recommendation-Engines	Anwenden
Cross- und Upselling-Möglichkeiten	Anwenden

Betreuung und Begleitung, Verkauf & Automatisierung – Presales und Aftersales

Online-Kund/innen während und nach dem Einkauf betreuen und begleiten	Verstehen
Wie digital muss Verkauf heute sein?	Verstehen
Befasse dich auch mit E-Commerce	Verstehen
Presales: Verkaufsprozesse Online – Was verstehen wir unter Presales	Anwenden
Presales: Wertversprechen oder Value Proposition	Verstehen
Presales: Was ist Transaktionelle Kommunikation / Werben in der Auftragsbestätigung	Verstehen Anwenden
Aftersales: Verkaufsprozesse Online – Was verstehen wir unter Aftersales	Verstehen
Aftersales: Retourenmanagement	Verstehen
Aftersales: Chats im Online-Service	Verstehen
Aftersales: 1, 2, 3 Level Support	Verstehen

Betreuung und Begleitung, Verkaufsförderung und Automatisierung

Datenschutz bei Automatisierungsprojekten	Kennen
Einführung zur Verkaufsförderung	Kennen
Verkaufsförderung in Kontext E-Commerce	Kennen
Die Geheimnisse guter Verkaufsförderung	Verstehen
Automatisierung in der Vermarktung	Verstehen
Nützender Content bleibt hochrelevant	Kennen
Arbeitsteilung zwischen Menschen und Maschinen	Verstehen
Hauptziel Massenmarketing und Outbound?	Verstehen
Warum sollte man auf Automation setzen	Verstehen
Die sicherlich bereits ersehnten Beispiele	
Betrachten wir die On-Site-Suche etwas näher	Verstehen
Die positive Wirkung auf den ROAS / ROI	Verstehen
Wichtiger Teilbereich Programmatic Advertising	Anwenden
User-Signale und Micro-Moments und Usability	Verstehen
Schritt für Schritt zur Automatisierung	Anwenden
Recap: Video zu C3	

PRODUKTPRÄSENTATION

Einführung in die Produktpräsentation	Stufe
Abgrenzung Produktpräsentation und Produktkommunikation	Kennen
Es gibt Grundlegendes und Verbindendes	Verstehen
Die Herausforderung für den Handel	Verstehen
Besondere Herausforderung: Kaufabbrüche	Verstehen
Besondere Herausforderung: Intangibilität	Verstehen
Wie präsentieren Online-Shops ihre Produkte greifbar?	Verstehen
Sensorisches Marketing in der Onlineumgebung	Verstehen
Intangibility	Verstehen
Online-Produktpräsentationsformate	Kennen
Impulsives Kaufverhalten im Onlinekontext	Verstehen
Wichtige: B2B E-Commerce-Trends	Anwenden
Einige Begriffserklärungen & Abgrenzungen	Kennen
Die Bedeutung von Buying Centers	Kennen
Die Rolle von Content	Verstehen
Welche Ziele erreichen Sie durch Content Marketing?	Verstehen
Welcher Content eignet sich im B2B E-Commerce?	Verstehen

Webshop und Webseite

Der Funktionsumfang entscheidet	Verstehen
Optimierungszyklen und Updatemanagement im E-Commerce	Anwenden
Entscheidende Erfolgsfaktoren im E-Commerce	Anwenden
Der feine Unterschied	Kennen
Die Mensch- und Maschine Beziehung	Verstehen
Der richtige Einsatzzeitpunkt bei neuen Technologien	Kennen
Mögliche digitale Perspektiven einer B2B-E-Com-Scorecard (Inside-Out)	Verstehen
Die Webseite / Ebenfalls ein Key-Player in der Produktpräsentation	Verstehen
Webseiten unterstützen die Bestrebung zur digitalen Transformation Die	Verstehen
Weichenstellung beginnt bereits in der Initialisierungsphase	Verstehen
Die Sache mit den enttäuschten Erwartungen	Verstehen
Die VPC in der Produktkommunikation	Verstehen

Automatisierung

Arbeitsteilung zwischen Menschen und Maschinen	Verstehen
Die positive Wirkung auf den ROAS / ROI	Kennen
Unser Kommunikationsverhalten ändert sich	Verstehen
Marketing Automation	Verstehen
Automation und Datenschutz	Kennen
Mit Triggern beginnen	Anwenden
Marketing Automation – Best Practices / How 2 Start	Anwenden
Produktpräsentation der Zukunft – VR und AR?	Kennen
VR im Einsatz zur Projektplanung	Verstehen

Vertiefung 1

Wo geht Produktepräsentation los	Kennen
Die Navigation über Warengruppen	Verstehen
Der Zusammenhang mit den Keywords	Verstehen
PDP in Zusammenhang mit der Suchmaschine	erstehen
Google Shopping / Merchant Center	Verstehen
PDP (Product-Detail-Page)	Verstehen
PDP – Aufbau und Entwicklung	Anwenden
Call-to-Action (CTA)	Verstehen
Produktinformationen	Verstehen
Cross-Selling, Up-Selling & Bundles	Verstehen
Empfehlungssysteme	Kennen
Navigation & Breadcrumb (Brotkrümel)	Verstehen
Bewertungen	Verstehen
Bereitstellung von Produktempfehlungen	Verstehen
Abgrenzung Produkte und Dienstleistung Vermarktung	Kennen

Vertiefung 2

Arten von Content	Kennen
PIM: Gute Produktdaten sind die Basis für den Erfolg im E-Commerce	Verstehen
Die Rolle der Lieferanten oder Hersteller	Kennen
PIM, MAM, DAM, CMS	Verstehen
Welches System solltest du im E-Commerce nutzen?	Anwenden
Wie es gelingt, mit 360°-Bildern auf einer Produktseite die Vermarktungskosten zu senken	Kennen
Kundenzufriedenheit und Loyalität	Verstehen
Der Content-Marketing-Prozess	Verstehen
Den Impact des Contents bestimmen: Hero Hub Hygiene (HHH)	Kennen
Wie führt man eine Content-Marketing-Kampagne durch?	Kennen
Eine Content-Marketing-Analyse erstellen	Anwenden
Ziele & Massnahmen – Ziele des Content-Marketing selbst	Verstehen
Ziele & Massnahmen – Mit Content-Marketing andere Ziele erreichen	Verstehen
Content-Marketing-Kennzahlen	Kennen
Konkrete Planungstabellen aus der Praxis	Anwenden
Redaktionspläne lesen und erstellen	Anwenden

Content Management

Nicht immer braucht es neuen Content	Verstehen
Ohne Content läuft Deine ganze Marketing- und Verkaufsmaschine nicht!	Verstehen
Optimieren der digitalen Produktpräsentation	Anwenden
Kennzahlen / KPI von Webseiten	Kennen
Kennzahlen / KPI im E-Commerce	Kennen
Optimierungszyklus	Anwenden
Herausforderungen in der Online-Kollaboration	Kennen
Für Zusammenarbeit im E-Commerce benötigst du Content	Verstehen
Eine grobe Einordnung von Content	Kennen
Die globalen Zusammenhänge	Verstehen
Grundsätzliche Auswege aus dem Dilemma	Verstehen
Was ist: Customer-Journey	Verstehen
Das Erarbeiten von Kernbotschaften?	Anwenden
Personas & Zielgruppen definieren	Anwenden
SEM und SERP	Verstehen
Technisches Grundwissen	Kennen
Recht im Content Marketing	Kennen
Content erstellen	Anwenden
Storytelling – Die Kraft von Geschichten	Verstehen
Arbeiten mit Agenturen	Anwenden
Video Content / Die Bedeutung von bewegten Bildern	Verstehen
Wie funktioniert eine Suchmaschine	Verstehen
SEO und SEA	Anwenden
Duplicate Content	Anwenden
Ein Augenmass an Automatisierung	Verstehen

MARKTFORSCHUNG UND TESTING

Marktforschung und Testing

Einführung in die Marktforschung

Erhebungsarten & Einsatzmöglichkeiten

Stufe

Verstehen

Anwenden

PROJEKTMANAGEMENT

Ablauf und Terminplanung

Balkendiagramm	Kennen
Beispiel Netzplantechnik	Kennen
Projektablaufplan	Kennen
Übersicht Ablaufplanung	Kennen

Analysemethoden und Kreativitätstechniken

ABC Analyse	Verstehen
Einleitung und SWOT Analyse	Verstehen
Nutzwertanalyse	Anwenden
Übersicht Kreativitätstechniken	Anwenden

Controlling und Berichtswesen

Massnahmen und Strategien	Verstehen
Projektbericht gestalten	Verstehen
Projektcontrolling	Verstehen
Vorgehen beim Projektbericht	Verstehen

Das System Projektmanagement

Elemente des Projektmanagements	Verstehen
Entwicklung des Projektmanagements	Verstehen
Pflichtenheft und Lastenheft	Verstehen
Portfolio und Programm	Verstehen
Projektarten	Kennen
Projektmanagement	Kennen
Was ist ein Projekt?	Kennen

Information und Dokumentation

Dokumentation	Kennen
Informationen und Informationsmanagement	Kennen
Stakeholdermatrix	Kennen

Projektorganisation

Formen der Projektorganisation	Verstehen
Projektleitung	Kennen
Rollen und Aufgaben	Kennen

Projektstrukturen

Arbeitspaket	Kennen
Formen des Projektstrukturplans	Kennen

Ziele und Phasen von Projekten

Agile Methode	Verstehen
Kanban	Verstehen
Projektphasen	Anwenden
Projektziele	Anwenden
Scrum	Verstehen
Vorgehensweisen	Anwenden
Wechselwirkung Ziele und Zielhierarchie	Verstehen
Zielarten und Gewichtung	Anwenden
Ziele richtig formulieren	Anwenden

Projektabschluss

Abschlussbericht	Verstehen
Grundlagen zum Projektabschluss	Verstehen
Nutzung sicherstellen	Verstehen
Projekt auswerten	Verstehen



zert.one