



1.0 Einführung

- 1.1.1 E-Business: Von der Idee zur Zieldefinition
- 1.1.2 E-Business im Rahmen der Unternehmensstrategie
- 1.1.3 Bausteine für die Entwicklung einer E-Business-Strategie

1.2 Business-Modelle

- 1.2.1 E-Marketing
- 1.2.2 E-Commerce
- 1.2.3 E-Communication
- 1.2.4 Internes E-Business

1.3 Geschäftsentwicklung

- 1.3.1 Eigenentwicklung
- 1.3.2 Neugründungen
- 1.3.3 Kooperationen und strategische Allianzen
- 1.3.4 Beteiligungen und Kauf

1.4 Entscheidungsfindung und Strategieentwicklung

- 1.4.1 Business-Plan
- 1.4.2 Bausteine einer E-Business-Strategie
- 1.4.3 Organisation der Entscheidungsfindung

1.5 Zusammenfassung

1.6 Power-Tipps

1.7 Checkliste: Konzept für eine E-Business-Strategie

2.0 Einführung

2.1 Die Herausforderung

- 2.1.2 Wer zu spät kommt, ...
- 2.1.3 Ab ins Netz, aber nicht auf die Schnelle
- 2.1.4 Mit strategischem Stufenplan ins Netz
- 2.1.1. Zur Klarstellung, worum es geht
- 2.1.5 Der Mensch steht im Mittelpunkt - gerade beim E-Business!

2.2 E-Komponente 1: Groupware - die Basis

- 2.2.1 Was sind die Vorteile von Groupware?
- 2.2.2 Wann lohnt sich der Einsatz?
- 2.2.3 Technische Umsetzung
- 2.2.4 Organisatorische Integration
- 2.2.5 Probleme und Nachteile?
- 2.2.6 Lernprozesse
- 2.2.7 Alternativen
- 2.2.8 Organisatorische Tipps zum Umgang mit Groupware



2.3 E-Komponente 2: Das Intranet - Aufzucht und Hege

- 2.3.1 Zielgruppen des Intranets
- 2.3.2 Informationsfunktion des Intranets
- 2.3.3 Schulungs- und Trainingsfunktion des Intranets
- 2.3.4 Das Intranet als Wissenspool
- 2.3.5 Das Intranet unterstützt Geschäftsprozesse und Workflows
- 2.3.6 Die "privaten" Seiten des Intranet
- 2.3.7 Wann funktioniert ein Intranet?
- 2.3.8 Wann lohnt sich der Einsatz?
- 2.3.9 Technische Umsetzung
- 2.3.10 Organisatorische Integration
- 2.3.11 Probleme und Nachteile?
- 2.3.12 Alternativen?
- 2.3.13 Organisatorische Tipps für Ihr Intranet

2.4 E-Komponente 3: Ihre Website - die erste Adresse im Internet

- 2.4.1 Zielgruppen der Website
- 2.4.2 Phase 1: Vorbereitung und Planung
- 2.4.3 Phase 2: Implementierungsanforderungen
- 2.4.4 Phase 3: Der Betrieb der Website
- 2.4.5 Was sind die Benefits?
- 2.4.6 Technische Umsetzung
- 2.4.7 Wann lohnt sich der Einsatz?
- 2.4.8 Organisatorische Integration
- 2.4.9 Die Attraktivität der Website steigern

2.5 E-Komponente 4: IT-Sicherheit darf kein Stiefkind bleiben!

- 2.5.1 Wer nicht umfassen präventiv tätig wird, handelt grob fahrlässig!
- 2.5.2 Die Bedrohung von Innen
- 2.5.3 Die Bedrohung von Außen - Sicherheits-Falle des E-Business
- 2.5.4 Grundregeln für das "sichere" interne Firmennetz je Standort
- 2.5.5 Grundregeln für das "unsichere" Netz der Außenwelt

2.6 Nach den Pflichtkomponenten nun zu den Optionen

- 2.6.1 Jeden Tag eine neue Technologie oder ein neues Stichwort
- 2.6.2 Welches IT-Know-how Sie für E-Business zusätzlich brauchen

2.7 Verkaufen im Netz - aber wie denn?

- 2.7.1 Die Psychologie der Käufer im Netz berücksichtigen!
- 2.7.2 Die Basisanforderungen für einen Shop im Netz
- 2.7.3 Auswahlkriterien für die Shop-Integration
- 2.7.4 Sonderbedingungen für die Shop-Integration
- 2.7.5 Der eigene Shop
- 2.7.6 Der Miet-Shop
- 2.7.7 B2C: Angebotskonzentration in "Shops of Shops"
- 2.7.8 B2B: Angebotskonzentration im B2B-Marktplatz
- 2.7.9 Micropayments
- 2.7.10 Bezahlen per Handy

2.8 Anregungen für Ihr E-Business



- 2.8.1 M-Business - E-Business fürs Handy
- 2.8.2 Content Providing und Content Syndication
- 2.8.3 Affiliates - virtuelle Verkäufer generieren echte Umsätze
- 2.8.4 Kooperationspartner
- 2.8.5 Awards
- 2.8.6 Vereinigungen
- 2.8.7 Rechtliches

2.9 Service & Support im Netz

- 2.9.1 Kundensupport
- 2.9.2 Beispiel: Eine E-Applikation für den Kundendienst

2.10 Beschaffung und Einkauf im Netz

2.11 Customer Relationship Management (CRM)

- 2.11.1 Was ist CRM?
- 2.11.2 Und wie bekommt man CRM integriert?

2.12 Integration von Altsystemen

- 2.12.1 Web-Enabling von Altsystemen durch Application Server
- 2.12.2 Web-.Enabling von Altsystemen ohne Application Server
- 2.12.3 An Schnittstellen fließt Blut!
- 2.12.4 Die Grundregeln für Schnittstellen

2.13 Der Weg zum virtuellen Unternehmen

- 2.13.1 ASP - ein Weg zum virtuellen Unternehmen
- 2.13.2 Virtuelle Organisationsstrukturen

2.14 Die Aussichten für die nächsten Monate

2.15 Zusammenfassung

2.16 Power-Tipps: Die Organisations-Falle des E-Business

2.17 Checklisten Organisation

3.0 Einführung

3.1 Marketing und E-Business

- 3.1.1 Das Internet als Marketing-Plattform
- 3.1.2 Die Erweiterung des Marketing um Online-Aspekte
- 3.1.3 Integration von Online- und Offline-Marketing

3.2 Online-Medien im externen Marketing

- 3.2.1 Grundlagen
- 3.2.2 Was ist zu beachten?
- 3.2.3 Die Chancen des Internets im Marketing



- 3.2.4 Welchen Zweck verfolgt meine Site?
- 3.2.5 Online Marketing-Maßnahmen im Überblick
- 3.2.6 Marktdaten, Zielgruppen und Zukunftsprognosen

3.3 E-Business im Rahmen des externen Marketing

- 3.3.1 Neuausrichtung des Marketing
- 3.3.2 E-Commerce und Marketing

3.4 Marketing für das E-Business

- 3.4.1 Web-Promotion
- 3.4.2 E-Mail-Marketing
- 3.4.3 Link-Marketing
- 3.4.4 Usenet Newsgroups
- 3.4.5 Sponsoring
- 3.4.6 CD-ROM und DVD als Marketing-Instrument

3.5 Internes Marketing

3.6 Zusammenfassung

3.7 Power-Tipps

3.8 Checklisten Marketing

4.0 Einführung

4.1 Projekt-Management

- 4.1.1 Notwendigkeit
- 4.1.2 Definition
- 4.1.3 Abgrenzung
- 4.1.4 Umfang
- 4.1.5 Sinn und Zweck
- 4.1.6 Voraussetzungen
- 4.1.7 Beteiligte

4.2 Projekt-Phasen

- 4.2.1 Analyse
- 4.2.2 Organisation
- 4.2.3 Planung
- 4.2.4 Initiierung
- 4.2.5 Durchführung
- 4.2.6 Steuerung
- 4.2.7 Controlling
- 4.2.8 Abschluss
- 4.2.9 Handover

4.3 Der Projekt-Manager



4.3.1 Veränderung

4.3.2 Integration

4.4 Zusammenfassung

4.5 Power-Tipps

4.6 Checklisten Projekt-Management

4.6.1 Checkliste Projekt-Phasen

4.6.2 Checkliste Einzelaspekte eines E-Business-Projekts

5.0 Einführung

5.1 Grundlagen des Controlling

5.1.1 Planung

5.1.2 Operatives Controlling

5.2 Die Finanzierung des E-Business

5.2.1 E-Business als Investitionsvorhaben

5.2.2 E-Business als Profit-Center

5.2.3 Planung

5.2.4 Kosten-/Nutzen-Analyse

5.2.5 Risiko-Analyse

5.3 Das spezielle Controlling im E-Business

5.3.1 Werbe- und Marketing-Controlling

5.3.2 Ergebnis-Controlling

5.4 Die Kosten für "Soft Skills"

5.5 Zusammenfassung

5.6 Power-Tipps

5.7 Checklisten Finanzierung und Controlling