
WEBSHOPVISION

Bedienungsanleitung

Grundlegendes.....	1
Erste Schritte zur Einrichtung	1
Weitere Einstellungen für Handy Shops.....	1
Benutzer festlegen	2
Benutzer anlegen, bearbeiten und ändern.....	2
Benutzerrechte vergeben	2
Artikel	4
Artikel bearbeiten	4
Artikel-ID.....	4
Shop Aktiv	4
Mixer Aktiv	4
Tarifartikel.....	5
Startseite.....	5
Aktionsseite 1 bis 5.....	5
Top Variation.....	5
Startseiten Text	6
Startseitenfarbe	6

Versandkosten	6
Kategorie 1 bis 3.....	6
Hersteller	6
Bezeichnung	7
Variation	7
Einheit	7
Eigene Artikel ID.....	7
Hersteller Artikel ID	7
Eigene Artikel ID	7
Verpackungseinheit	8
EK-Preis	8
VK-Preis.....	8
Staffelpreis 1 bis 3	8
Manuelle Klicks.....	8
Mehrwertsteuer	8
Lieferzeit	9
Artikeldetails	9
Kurzinfo	9
Artikelbeschreibung	9
Produktbilder hochladen	9
Produktdownloads	9
Artikel kopieren.....	10
Artikel löschen.....	10

Artikeldetails bearbeiten	10
Artikelschnelländerung.....	11
Anzeige fehlerhafter Artikel.....	11
Zubehöre verwalten	11
Aktionsseiten bearbeiten	13
Aktionssseite konfigurieren.....	13
Produkte bearbeiten für Aktionsseite	14
Weitere Punkte (nur für Handyshops).....	15
Tarife	16
Tarifbeschreibungen.....	17
Beschreibung.....	17
Kleingedrucktes	18
Kurzbeschreibung.....	18
Auftragsverwaltung.....	19
Bestellungen anzeigen.....	19
Auftragsblatt	19
Auftragsarchiv	20
Statistiken	22
Besucherstatistik (BusinessPremium)	22
Auswertungsbeispiele.....	23
Top Artikel anzeigen.....	24
Shopkonfiguration.....	25
Menü bearbeiten	25

Kategorien bearbeiten.....	25
Seiteninhalte bearbeiten	26
Beispiel zur Erstellung einer eigenen Seite.....	26
Stammdaten bearbeiten.....	27
E-Mail Name Absender	27
E-Mail Adresse Absender	27
E-Mail Fusszeile.....	27
Firmenlogo	28
Top-Grafik	28
E-Mail Logo	28
Bildspiegelung	28
Bildspiegelung Deckkraft	28
Bildspiegelung Größe.....	29
Wasserzeichen Position	29
Wasserzeichen-Deckkraft	29
Wasserzeichen-Dateien klein, mittel, groß.....	29
HTML Code Leiste.....	29
Bestelltext	29
Bestellkommentare erlauben	30
Zahlungsarten	30
PayPal	30
Sofortüberweisung	30
Nach Kauf direkt zur Kasse.....	30

Bestellübersicht bei Kasse	31
Lieferanschrift deaktivieren	31
Startseiten-URL	31
Seitentitel.....	31
META Seitenbeschreibung.....	31
META Keywords	32
Weitere META Angaben	32
CSS Angaben	32
Fusszeile.....	32
Kategoriebaum.....	32
Ergebnis-Filter	32
Produktblock	33
Ergebnisse/Seite.....	33
Lieferzeit 1 bis 6	33
Versand 1 bis 5.....	33
Ohne Versand ab.....	33
Nachnahme	33
Mindestbestellwert	34
Versand Handy	34
Preisabrundung	34
Marge Handy.....	34
Status vor Export	34
Status nach Export.....	34

Statusverwaltung	35
eBay Einstellungen	35
XML Sitemap Datei.....	36
Extras.....	37
Newsletter versenden	37
Newsletter Empfänger bearbeiten.....	37
eBay Liste bearbeiten	37
Google Produktexport	37
Kelkoo Produktexport.....	38
Preisvergleiche Aktualisieren.....	38
Bannercodes verwalten (BusinessPremium)	38
User Scripte.....	39
Shop Analyse und Optimierung	40
Einbindung von sofortueberweisung.de	41
Grundsätzliches und Anmeldung	41
Haftungsausschluss	41
Notwendige Einstellungen.....	41
Einstellungen bei sofortueberweisung.de	42
Einstellungen bei WEBSHOPVISION	43
Status nach Zahlung	43
Aktivierung der Zahlungsart.....	44
Weitere Funktionen für Handy-Shops.....	45
Tarifliste.....	45

Handymixer	45
Vertragsverlängerung	45
eBay Anbindung	45
Google Anbindung	45
Xinha Seiteneditor	45
URL Design	45
Programm-Historie.....	46
Kontakt	47

Stand: Freitag, 30. Mai 2008

Grundlegendes

Grundlegendes

Erste Schritte zur Einrichtung

Bevor Sie anfangen Produkte einzugeben, sollten Sie vorher einige notwendige Einstellungen vornehmen.

Klicken Sie auf Shopkonfiguration->Kategorien und tragen Sie dort die Kategorien ein, in denen Sie die Artikel verkaufen möchten. Mehr dazu im Kapitel Kategorien.

Wenn Sie die Kategorien festgelegt haben, gehen Sie auf Shopkonfiguration->Stammdaten und wählen dort die Versandkosten und die Lieferzeiten ein.

Alle weiteren Werte sollten Sie auch auf jeden Fall eintragen bevor Sie mit dem Shop richtig loslegen; aber um zu starten und Artikel einzupflegen reichen diese Angaben schon aus.

Weitere Einstellungen für Handy Shops

Wenn Sie Handys verkaufen wollen, so tragen Sie in den Stammdaten auch noch Ihre gewünschte Marge und die Preisabrundung ein.

Ferner sollten Sie, bevor Sie mit der Eingabe der Produkte beginnen, unter Tarife->Tarifmanager alle notwendigen Tarife eintragen.

Benutzer festlegen

Benutzer anlegen, bearbeiten und ändern

Über den Menüpunkt Benutzer->Benutzerverwaltung kommen Sie auf die Übersicht der Benutzer Ihres Shops.

Um einen neuen Benutzer anzulegen, tragen Sie in der untersten Zeile „neueruser“ einfach einen Login-Namen, den echten Namen des Benutzers als Anzeigename und ein Passwort Ihrer Wahl mit. Der Benutzer kann sich dann sofort mit seinem Login-Namen und das von Ihnen vergebene Passwort einloggen und auch bei Bedarf das Passwort wieder ändern.

Kennt ein Benutzer sein Passwort nicht mehr, können Sie im Feld „Neues Passwort“ einfach ein neues Passwort für den Benutzer eintragen.

Wenn Sie einen neuen Benutzer anlegen, vergessen Sie nicht, dem Benutzer auch Rechte für sein Aufgabengebiet zuzuweisen.

Um einen Benutzer zu entfernen, klicken Sie auf das rote X Neben dem Login-Namen.

Benutzerrechte vergeben

Um festzulegen was ein Benutzer darf und was nicht, gehen Sie auf den Menüpunkt Benutzer->Benutzerrechte verwalten und setzen bzw. entfernen die Häkchen bei der entsprechenden Funktionsgruppe. Wenn Sie z.B. nicht möchten dass ein Benutzer Einblick in die Statistiken hat, so nehmen Sie hier den Haken bei Statistiken heraus.

Am vorsichtigsten sollten Sie mit der Menügruppe „Benutzer“ sein. Wenn Sie für einen Benutzer z.B. nicht die Statistiken freigegeben haben, aber er Zugriff auf den Menüpunkt „Benutzer“ hat, so kann er sich damit selbst die Rechte zuweisen.

Änderungen an den Benutzerrechten werden erst dann wirksam, wenn der Benutzer sich wieder neu einloggt.

Artikel

Artikel bearbeiten

Um einen Artikel zu bearbeiten, klicken Sie auf Artikel->Artikel bearbeiten oder auf Artikel->Neuen Artikel anlegen um einen neuen Artikel zu erstellen.

Sollten Sie als Administrator im Shop eingeloggt sein und befinden sich im Shop auf einer Artikelseite, so ist dort auch ein Button zu finden mit dem Sie sofort in die Artikelbearbeitungsmaske gelangen.

Bevor Sie anfangen Ihre Artikel einzugeben, sollten Sie unter Artikel->Artikeldetails bearbeiten die Beschreibungspunkte Ihrer Artikel eintragen und unter Shopkonfiguration->Kategorien bearbeiten die Kategorien Ihres Shops festlegen.

Nachfolgend eine Auflistung der verfügbaren Punkte sowie deren Bedeutung:

Artikel-ID

Die Artikelnummer wird vom Shop automatisch in numerischer Form vergeben. Die Artikelnummern beginnen ab 10000 und setzen sich nach oben entsprechend fort. Sollten Sie eigene Artikelnummern für die jeweiligen Produkte haben, so tragen Sie diese bei Eigene Artikel-ID ein.

Shop Aktiv

Hiermit legen Sie fest, ob ein Artikel im Shop erscheinen soll oder nicht. Sie können also z.B. schon Artikel anlegen, noch bevor sie verfügbar sind, und dann später per setzen des Hakens den Artikel im Shop aktivieren.

Mixer Aktiv

Nur für Handyshops: Hiermit legen Sie fest, ob ein Artikel für den Handymixer erlaubt ist oder nicht. Handelt es sich hier um einen Tarifartikel, so wird dieser automatisch als Handy zur Auswahl erscheinen. Ist es kein Tarifartikel, so wird dieser automatisch als Zugabe angesehen.

Tarifartikel

Nur für Handyshops: Hiermit legen Sie fest, ob es sich bei dem Artikel um einen Artikel handelt, der mit einem Tarif (Vertrag) verfügbar ist. Sollten Sie dieses auswählen, so erscheint auf der rechten Spalte eine Auswahl der verfügbaren Tarife.

Startseite

Möchten Sie, dass ein Produkt automatisch auf die Startseite kommt, können Sie dies hiermit festlegen. Die Zahl neben dem Haken gibt die Position des Artikels auf der Startseite an. Sollten Sie für mehrere Artikel die gleiche Position vergeben, so wird dies dann intern sortiert und die Artikel erscheinen alle nebeneinander.

Es wäre zu empfehlen, keine Positionen wie 1,2 oder 3 anzugeben, sondern besser 10,20 oder 30. Somit können Sie z.B. im nachhinein noch einen Artikel zwischen Artikel 1 und 2 packen, in dem Sie diesen mit der Nummer 15 positionieren.

Aktionsseite 1 bis 5

Die Aktionsseiten sind genau wie Startseiten; können aber thematisch angeordnet werden. Z.B. können Sie hiermit eine Aktionsseite mit einer bestimmten Produktgruppe (T-Mobile Handys) machen, in dem Sie all die hierfür passenden Produkte bei der Aktionsseite 1 aktivieren.

Top Variation

Der Shop fasst automatisch alle Artikel gleichen Herstellers und gleicher Bezeichnung zusammen und zeigt die verschiedenen Variationen als Auswahl an. Folgendes Beispiel:

Sie haben einen DVD Player vom Hersteller ABC mit der Bezeichnung DVD100 in den Farben Schwarz und Grau. Die Artikel müssten beide mit dem gleichen Hersteller (ABC) und der gleichen Bezeichnung (DVD100) angelegt werden, aber mit verschiedenen Variationen (Schwarz und Grau). Der Shop fasst diese

zwei Artikel automatisch zusammen und zeigt sie als einen Artikel in verschiedenen Variationen an. Hier ist es wichtig zu berücksichtigen, dass jede Farbe ein eigener Artikel mit eigenem Preis und eigenem Bild ist.

Der Shop zeigt, z.B. in der Produktsuche (wenn jemand nach ABC DVD 100 sucht) die günstigste Variation als erstes an (in dem Fall z.B. die schwarze Version). Möchten Sie aber dass das graue als erstes angezeigt wird, obwohl es teurer ist, dann setzen Sie einen Haken bei Top Variation.

Startseiten Text

Wenn ein Produkt für die Startseite ausgewählt worden ist, können Sie hiermit noch einen entsprechenden Text über dem Produkt erscheinen lassen. Also z.B. „Angebot des Monats“ oder Ähnliches.

Startseitenfarbe

Hiermit legen Sie die Farbe fest, in der Ihr Startseitenangebot erscheinen soll.

Versandkosten

Insgesamt stehen Ihnen 5 Versandkosten zur Verfügung. Da z.B. eine teure Waschmaschine andere Versandkosten hat als ein DVD Spieler, können Sie diesem hiermit die höheren Versandkosten auferlegen. Genaueres finden Sie im Punkt Stammdaten->Shopkonfiguration->Versandkosten.

Kategorie 1 bis 3

Jeder Artikel kann in bis zu 3 Kategorien eingeordnet werden. Die Kategorie 1 sollte aber immer die Kategorie sein, zu der der Artikel am besten passt.

Haben Sie also z.B. eine Kategorie für Handys und eine für Navigationsgeräte, so können Sie ein Handy mit Navigationsfunktion in beide Kategorien packen.

Hersteller

Hier geben Sie den Hersteller des Produkts an.

Bezeichnung

Hier geben Sie die Bezeichnung Ihres Produkts an. Am besten aber ohne Farb- oder Größenangaben.

Variation

Hier geben Sie nun die Variation des Artikels an. Also z.B. die Farbe oder die Größe. Diese Angabe ist wichtig, damit gleiche Artikel (die es in verschiedenen Farben gibt) automatisch zusammengefasst werden. Tragen Sie die Farbe in das Feld Bezeichnung mit ein, so wird der Artikel nicht mit anderen, gleichen Artikeln anderer Variation, zusammengefasst.

Einheit

Je nach dem welches Produkt Sie verkaufen, kann es passend sein das Produkt nicht nur in Stück, sondern vielleicht auch in Meter, Kilo etc. verkaufen wollen. Dieses können Sie hier entsprechend einstellen.

Eigene Artikel ID

Hier können Sie z.B. die Artikel-ID aus Ihrer eigenen Warenwirtschaft eintragen. Die Nummer wird nach außen hin nicht angezeigt, sondern ist nur für Ihre eigene Information. Sollte eine Bestellung über diesen Artikel eingehen, so sehen Sie diese Nummer im entsprechenden Auftragsblatt zu Ihrer Information.

Hersteller Artikel ID

Hier können Sie z.B. die Artikel-ID des Herstellers des Produkts eintragen. Die Nummer wird nach außen hin nicht angezeigt, sondern ist nur für Ihre eigene Information. Sollte eine Bestellung über diesen Artikel eingehen, so sehen Sie diese Nummer im entsprechenden Auftragsblatt zu Ihrer Information.

Eigene Artikel ID

Hier können Sie z.B. die Artikel-ID Ihres Lieferanten für dieses Produkt eintragen. Die Nummer wird nach außen hin nicht angezeigt, sondern ist nur für Ihre eigene Information. Sollte eine Bestellung über diesen Artikel eingehen,

so sehen Sie diese Nummer im entsprechenden Auftragsblatt zu Ihrer Information.

Verpackungseinheit

Ist ein Artikel immer nur in bestimmten Verpackungseinheiten lieferbar (z.B. 6'er Pack), so tragen Sie hier den entsprechenden Wert ein. In dem Fall kann der Artikel immer nur in 6'er Einheiten bestellt werden. Die Preisanzeige erscheint aber jeweils immer einzeln.

EK-Preis

Die Angabe Ihres Einkaufspreises ist nur dann notwendig, wenn Sie die automatische Preiskalkulation benutzen (z.B. für Handyverträge). Der EK-Preis ist immer rein Netto anzugeben.

VK-Preis

Hier tragen Sie Ihren Verkaufspreis inkl. Mehrwertsteuer ohne Versandkosten ein.

Staffelpreis 1 bis 3

Wenn Sie bei einem Artikel ab einer bestimmten Menge einen gesonderten Preis anbieten wollen, so können Sie dies hiermit machen. Wenn z.B. ab 20 Stück ein Artikel 99,- € kosten soll, so tragen Sie bei Staffelpreis 1 entsprechend 99,- € ein und bei der Anzahl 20.

Manuelle Klicks

Standardmäßig sortiert der Shop die Produkte nach der Beliebtheit. Artikel, die in den letzten Tagen besonders viele Klicks erhalten haben und damit beliebt sind, erscheinen weiter vorne. Möchten Sie aber einen Artikel entsprechend „pushen“ damit er weiter vorne erscheint, so können Sie hier über diesen Wert künstlich erzeugte Klicks hinzufügen.

Mehrwertsteuer

Je nach Artikelart wählen Sie hier 19%, 7% oder auch 0% aus.

Lieferzeit

Wählen Sie hier die Lieferzeit aus, die dieser Artikel hat. Die Lieferzeiten können Sie unter Shopkonfiguration->Stammdaten eintragen.

Artikeldetails

Die Artikeldetails, die Ihre Produkte tabellarisch beschreiben, können Sie hier nun eintragen. Sie können also selbst Felder anlegen wie „Gewicht, Größe“ etc. Dies funktioniert unter Artikel->Artikeldetails bearbeiten

Kurzinfo

Wenn ein Artikel auf die Startseite kommt, können Sie hier einen kurzen Text zur Beschreibung dieses Artikels auf der Startseite eintragen

Artikelbeschreibung

In diesem Feld tragen Sie als Volltext die Beschreibung des Artikels ein. Je detaillierter und umfangreicher Sie einen Artikel beschreiben, desto besser. Erfahrungsgemäß verkaufen sich Artikel ohne oder mit zu kurzer Beschreibung schlecht bis gar nicht. HTML Sonderzeichen sind hier explizit erlaubt.

Produktbilder hochladen

Um ein Produktbild hochzuladen, müssen Sie nur dafür sorgen dass es im JPG Format ist und nicht zu klein ausfällt. Zu große Bilder werden automatisch verkleinert, zu kleine aber nicht vergrößert. Wie groß das Bild idealerweise mindesten sein sollte, hängt von Ihrem Seitendesign ab. Im Prinzip können Sie aber immer mit einer Breite von mindestens ca. 500 Pixeln rechnen.

Wenn Sie die Produktbilder automatisch spiegeln lassen wollen und hierfür in der Shopkonfiguration->Stammdaten bei Bildspiegelung den Wert „optional“ eingetragen haben, erscheint bei jedem Bild noch ein Haken „Bild spiegeln“.

Produktdownloads

Um Ihre Produkt noch besser zu beschreiben, können Sie bei jedem Produkt noch bis zu 5 Dateien mit je maximal 1 MB Größe zum Download mit anbie-

ten. Sie können bei jeder Datei noch eine Beschreibung eintragen, um was es sich handelt (z.B. Bedienungsanleitung). Wird keine Beschreibung mit angegeben, so wird der Dateiname angezeigt. Es sind alle gängigen Dateiformate (PDF, XLS, TXT, DOC etc.) erlaubt.

Artikel kopieren

Wenn Sie einen Artikel kopieren möchten so klicken Sie einfach nur auf ARTIKEL KOPIEREN. Der Artikel wird 1:1 übernommen inkl. Bildern und Beschreibungen. Die Variation des Artikels wird aber um den Zusatz „- KOPIE“ erweitert und der Artikel ist im Shop nicht freigegeben. Somit können Sie den kopieren Artikel nochmal nachbearbeiten (z.B. ein anderes Bild hochladen) und den Artikel erst dann freigeben.

Artikel löschen

Um einen Artikel dauerhaft zu löschen, klicken Sie auf den roten Button DIESEN ARTIKEL LÖSCHEN. Wenn der Button nicht anklickbar ist, dann ist der Artikel nicht löschtbar. Dies ist dann der Fall, wenn in der Auftragsverwaltung noch Bestellungen mit dem Artikel vorhanden sind. Würde man den Artikel löschen, so wäre diese Bestellung dann fehlerhaft weil der passende Artikel fehlt.

In diesem Fall die entsprechenden Bestellungen ins Bestellarchiv verschieben. Dann wird die Bestellung als reiner Text gespeichert und es gibt keinen direkten Bezug mehr zu dem Artikel. Der Artikel ist danach löschtbar.

Artikeldetails bearbeiten

Je nach dem welche Produkte Sie verkaufen, können Sie bis zu 100 Artikelmerkmale für Ihr Sortiment mit angeben, mit denen Sie Ihre Produkt am besten beschreiben. Also Angaben wie Größe, Gewicht etc.

Diese Werte tragen Sie alle in die Felder „Artikelfunktion“ unter dem Punkt Artikel->Artikeldetails bearbeiten ein.

Wenn Sie nun einen Artikel bearbeiten möchten, sehen Sie automatisch Ihre dort hinterlegten Artikelfunktionen und können hier passende Werte eintragen. Neben Werten in Textform können Sie auch Grafiken in Form eines grünen Hakens oder eines roten X einsetzen. Dies machen Sie, in dem Sie in der Artikelbeschreibung neben der entsprechende Funktion „yes“ oder „no“ eintragen.

Um diese Punkte zu sortieren, tragen Sie nach der entsprechenden Funktion einfach eine Zahl von 0 bis 999 ein, nach der dann sortiert wird.

Artikelschnelländerung

Oftmals werden Sie für Ihre Artikel neue Preise oder Lieferzeiten hinterlegen müssen. Um jetzt nicht jeden Artikel für diese kleine Änderung immer per Hand aufzurufen, wurde die Artikelschnelländerung eingeführt. Diese erreichen Sie unter Artikel->Artikelschnelländerung. Geben Sie bei der Eingrenzung nun den Namen der zu ändernden Produkte ein. Also z.B. der Hersteller oder die Produktkategorie. Möchten Sie alle Artikel aufrufen, so geben Sie „%%“ ein.

Sie erhalten nun eine Auflistung dieser Artikel und können die wichtigsten Felder auf einen Schlag alle bearbeiten.

Anzeige fehlerhafter Artikel

Als fehlerhafte Artikel gelten Artikel ohne Preis, ohne Kategorie 1 oder ohne Beschreibung. Diese können Sie über den Punkt Artikel->Zu überprüfende Artikel alle anzeigen lassen. Was an dem Artikel fehlt, wird ebenfalls hier entsprechend angezeigt. Über einen Klick auf den Artikel kommen Sie auf die Artikelbearbeitungsmaske, um den Fehler zu korrigieren.

Zubehöre verwalten

Zu jedem Artikel können noch weitere Artikel oder Zubehöre manuell verlinkt werden. Dies bedeutet, wenn z.B. Produkt A (Mp3 Player) aufgerufen wird,

der Besucher unten als Zubehör/Alternative gleich das Produkt B (Batterien) angezeigt bekommt.

Hier muss zuerst über Artikel->Artikel Zubehör verwalten zuerst der Artikel aufgerufen werden, für den das Zubehör angezeigt werden soll (in diesem Fall also Produkt A). Hat man diesen Artikel ausgewählt, muss man die Shoppeigene Artikel-ID des Produktes angeben, das dazugefügt werden soll (In diesem Fall also Produkt B).

Da man in der Regel die Artikel-ID nicht kennt, kann man im hier aufgetauchten Fenster Artikel-ID Schnellsuche einfach als Artikelbezeichnung „Produkt B“ eingeben und erhält hier die passende Artikel-ID. Diese dann eintrag und auf „Artikel hinzufügen“ klicken.

Aktionsseiten bearbeiten

Über die Aktionsseiten können Sie noch eine große Anzahl an Sonderseiten zu Ihren Produkten erstellen. Dies ist insbesondere für Handyshops interessant, da man dadurch zu verschiedenen Themen spezialisierte Seiten anbieten kann.

Also eine Seite nur mit Flatrate Tarifen, eine Seite nur mit Damen-Handys, spezielle Seiten pro Netzbetreiber etc.

Ferner kann jede Seite noch zusätzlich mit Bannern und weiteren Werbe-merkmalen ausgestattet werden.

Wählen Sie einfach die zu bearbeitende Seite aus und klicken auf Bearbeiten.

Aktionsseite konfigurieren

URL dieser Seite: Gibt an, über welche Adresse diese Seite erreichbar ist.

Möchten Sie diese Seite als Startseite haben, so tragen Sie genau diese URL bei Shopkonfiguration->Stammdaten unter Startseiten-URL ein.

Titel dieser Seite: Hier können Sie einen Titel für die Seite angeben, welcher ganz oben auf der Aktionsseite angezeigt wird. Wird kein Titel angegeben, erscheint auch keine Titelleiste. Ein Titel wäre aber zum empfehlen, da dieser als Überschrift gilt und von den Suchmaschinen höher bewertet wird.

Banner oben: Sie können über den Produkten Ihrer Aktionsseite noch einen Banner oder Text einblenden. Legen Sie hierfür einfach im Seiteneditor eine entsprechende Seite an, die Sie mit Bild und Text füllen, und wählen Sie diese Seite dann bei Bedarf an dieser Stelle aus.

Banner rechts: Genauso können Sie auch Rechts neben den Produkten Banner einfügen. Wenn Sie Rechts einen Banner einbinden, kommen nur noch 2 Produkte pro Reihe auf die Seite. Ohne rechten Banner wären es 3.

Banner unten: Banner, der unterhalb Ihrer Produkte eingeblendet wird.

Produkte bearbeiten für Aktionsseite

Tragen Sie an erster Stelle bei Produkt-ID einfach die Produkt-Artikelnummer ein.

Die Artikelnummer können Sie am einfachsten ersehen, wenn Sie das Produkt in einem separaten Browserfenster anklicken. In der URL steht dann so etwas wie:

produktname.produktdetails.artikel_id.10694.html

In diesem Fall ist die 10694 die Produkt-ID, die Sie bitte eintragen.

Besonderheiten für Handy Shops:

Wenn Sie ein Handy mit Vertrag eintragen wollen, so lautet die URL des Produktes so etwas wie:

produktname .produktdetails.artikel_id.10694.tarif_id.439.html

In diesem Fall ist die einzutragende Produkt-ID 10694-439. Der erste Wert ist hier die Artikelnummer des Produkts, der zweite Wert ist die Tarifnummer des Produkts.

Möchten Sie einen Paketartikel aus dem Handymixer anbieten, so tragen Sie hier die gesamte URL des Pakets ein, indem Sie das Paket im Mixer zusammenstellen. Die URL würde hier lauten z.B.:

duomixer.html?tarif1=83&tarif2=408&handy1=10694&handy2=10689&zugabe1=&zugabe2=

Unter Kurztext können Sie noch eine kurze, prägnante Beschreibung des Produkts eintragen. Hier sind HTML Zeichen erlaubt. Mit
 erzwingen Sie eine neue Zeile mit starten Sie die Fettschrift und mit beenden Sie die Fettschrift.

Weitere Punkte (nur für Handyshops)

Der Produktname wird in der Regel automatisch generiert. Nur für Angebote, die aus dem Paketmixer kommen, müssen Produktname, Preis und Bild manuell eingegeben werden.

Sollten Sie durch Angabe einer URL im Punkt Produkt-ID also ein Mixer-Angebot gewählt haben, so tragen Sie bei Mixer-Titel den Namen des Produkts ein. Auch hier sind HTML Zeichen erlaubt.

Unter Mixer-Netz wählen Sie aus, um welches Netz es bei Ihrem Mixer-Angebot geht.

Im Mixer-Preis tragen Sie den Preis des Angebots ein. Bitte stellen Sie hier sicher, dass es sich um den gleichen Preis handelt, der tatsächlich bei dem Angebot herauskommt. Sollten sich EKs oder Provisionen ändern, überprüfen Sie die Preise immer alle noch mal!

Unter Abweichende Mixer JPG Datei laden Sie nun ein Bild für das Angebot hoch. Die notwendige Bildgröße wird Ihnen angezeigt. Haben Sie also ein Mixerangebot aus zwei Handys und einer Spielekonsole, dann machen Sie hier mit einem Grafikprogramm eine Collage dieser Produkte und laden diese Grafik hoch.

Tarife

Im Tarifmanager wählen Sie aus, mit welchen Tarifen Sie Ihre Handys anbieten möchten. Den Tarifmanager erreichen Sie unter dem Menüpunkt Tarife -> Tarife Tarifmanager. Alternativ können Sie sich auch nur die Tarife eines Netzes anzeigen lassen, um mehr Übersicht zu haben.

Um einen neuen Tarif einzugeben, tragen Sie diesen einfach in der leeren, untersten Zeile ein. Hier wählen Sie das Netz, evtl. einen Provider und die Tarifbezeichnung. Somit können Sie alle Tarife, die Sie anbieten möchten, eingeben.

Unter Provision tragen Sie ein, wie hoch die Provision für den Tarif ist. Dies wird für die automatische Preiskalkulation benötigt. Sollten Sie für einen Tarif eine Grundprovision und z.B. noch einen Bonus erhalten, tragen Sie unter Provision den entsprechenden Gesamtbetrag ein.

Bei Aktiv können Sie wählen, ob der Tarif im Shop aktiv sein soll oder nicht. Somit können Sie kurzfristig und schnell Tarife an- und ausschalten. Mx gibt an, ob ein Tarif im Handymixer verfügbar sein soll. Bei Sort wählen Sie die Sortierung des Tarifs innerhalb des Netzes. Somit können Sie Ihre gewünschten Tarife z.B. nach oben positionieren.

Unter Verlinkung PDF/Tarifoption legen Sie dann letztendlich fest, welches Formular zu diesem Tarif gehört. Die hier angegebenen Tarife werden alle von uns angelegt und gepflegt. Hierzu gehören die entsprechenden PDF's und die für diesen Tarif gängigsten Optionen.

Geben Sie also z.B. einen Tarif „T-Mobile Relax 50“ als Tarif an, müssen Sie diesen noch mit dem passenden Formular aus der Auswahl verlinken. Wählen Sie in diesem Fall als Tarif TMO ORG RELAX 50.

TMO steht für das Netz T-Mobile. Weitere Netze sind selbsterklärend VOD, EPS, O2 und BAS.ORG steht für Original-Netzbetreiber. DEB für Debitel, MOB

für Mobilcom etc. Die korrekte Zuweisung des Tarifs an die Verlinkung ist von hoher Priorität. Wenn allerdings für den von Ihnen gewünschten Tarif keine Verlinkung möglich ist (z.B. weil der Tarif sehr neu ist und wir die PDF noch nicht einbinden konnten), wählen Sie als Verlinkung den Blanko-Vertrag. Dies ermöglicht es Ihnen, den Tarif im Shop anzubieten – ohne dass die PDF schon hinterlegt ist. Der Kunde erhält in diesem Fall eine Information, dass ihm der Vertrag noch zugeschickt wird. Dies muss dann manuell von Ihnen erledigt werden.

Blanko Vertrag sollte aber immer eine Ausnahme bleiben. Wir versuchen stets, alle Formulare immer aktuell bereitzustellen.

Die Beschreibung der Tarife, das Kleingedruckte etc., wird allerdings von uns nicht übernommen. Dies müssen Sie für die gewünschten Tarife selbst eingeben; genauso wie Sie für die Produkte, die Sie verkaufen, die Beschreibungen etc. selbst eingeben müssen.

Die Eingabe der Tarifbeschreibungen ist aber relativ einfach. Klicken Sie hierfür im Tarifmanager auf das Icon des entsprechenden Tarifs. Hier gibt es 3 Felder:

Tarifbeschreibungen

Beschreibung

Dient zur Eingabe der Tarifinformationen. Als Vorlage können Sie z.B. folgendes eingeben:

Laufzeit[1]%24 Monate
Anschlusspreis% 24,95 €
Telefonkosten
Inlandsgespräche/Min.%0,19 €

Diese 4 Zeilen würden dann automatisch eine passende Tariftabelle erstellen.

Wenn Sie in einer Zeile zwischen den Werten ein % Zeichen setzen, wird der erste Teil als Name und der zweite Teil als Preis angesehen und automatisch wie hier erstellt. Ist allerdings kein % in der Zeile, wird die Zeile als Überschrift gesehen (wie Telefonkosten) und entsprechend hervorgehoben.

Um bei einer Beschreibung ein Hochkomma einzufügen, geben Sie dieses als [1] an (siehe Laufzeit). Somit können Sie jeden Tarif beliebig mit allen gewünschten Einzelheiten beschreiben.

Kleingedrucktes

Bei Kleingedrucktes geben Sie die kleingedruckten Details für den Tarif an, die am unteren Seitenende bei Aufruf des Tarifs erscheinen.

Kurzbeschreibung

Bei der Kurzbeschreibung können Sie 1-2 prägnante Sätze reinschreiben, die die Vorzüge des Tarifs beschreiben. Diese werden dann beim Tarif angezeigt, damit der Kunde den Tarif eingrenzen kann. Denkbar wäre z.B. „Flatrate Tarif für das E-Plus Netz“ oder ähnlich.

Auftragsverwaltung

Bestellungen anzeigen

Um sich die Bestellungen im Shop anzeigen zu lassen, klicken Sie entweder auf den Menüpunkt Auftragsverwaltung->Bestellungen anzeigen oder Auftragsverwaltung->Neue Bestellungen anzeigen. Letzter erfüllt den gleichen Zweck, setzt aber den Filter gleich auf die Eingrenzung für Neue Bestellungen.

Hier sehen Sie nun eine Auflistung aller Bestellungen, mit der Möglichkeit diese noch zu Filtern. Entweder nach dem Banner (nur bei BusinessPremium) , über den die Bestellung reinkam, oder das Datum oder auch den Status der Bestellung.

Es sind also Filterungen möglich wie z.B.: Anzeige aller Bestellungen im letzten Monat über die Preisvergleichsseite X, welche erfolgreich abgewickelt worden sind. Oder auch z.B. eine Auflistung aller Bestellungen die storniert oder zurückgesendet worden sind.

Die Bestellungen können auf Wunsch alle markiert werden und über den Punkt „Markierte Bestellungen“ entweder gelöscht, oder ins Archiv verschoben werden (Siehe Auftragsarchiv).

Jede Bestellung kann auch einzeln angeklickt werden. Somit kommt man in das Auftragsblatt der entsprechenden Bestellung.

Auftragsblatt

Im Auftragsblatt kann die Bestellung nochmal detailliert eingesehen und bearbeitet werden. Neben den Kundendaten erscheinen hier auch Zahlungsweise, Bestellzeit, IP Adresse etc. Ferner kann die Bestellung hier nochmal separat gelöscht werden.

Im zweiten Block erscheinen die Produkte und die Versandkosten der Bestellung. Diese können hier nochmal nachbearbeitet werden bei Bedarf.

Auftragsverwaltung

Im Auftragsstatus können Sie den Auftrag nochmal entsprechend markieren, wenn es Fortschritte oder Änderungen im Auftrag gab. Sie können hier z.B. einen Auftrag auf den Status „versendet“ stellen und automatisch hierüber einen E-Mail an den Kunden senden lassen. Mehr hierüber unter Shopkonfiguration->Statusverwaltung.

Unter „Kommentar zu diesem Auftrag“ können Sie noch Kommentare zum Auftrag speichern, welche aber nicht an den Kunden übermittelt werden. Falls der Kunde bei Bestellung einen Kommentar mit abgesendet hat, sehen Sie dies ebenfalls an dieser Stelle.

Sollten Verträge mitbestellt worden sein, so sehen Sie diese ganz unten im Auftragsblatt. Ein Klick auf das PDF-Zeichen öffnet das Vertragsformular zur Voransicht (oder zum Nachdruck). Ein Klick auf den Tarifnamen öffnet nochmals eine Seite, in der Sie den Vertrag nochmal per Hand nachbearbeiten und auch nochmal erstellen können.

Auftragsarchiv

Sämtliche Bestellungen landen zuerst immer in der Auftragsverwaltung. Diese Auftragsverwaltung ist irgendwann aber zu überfüllt und zu undurchsichtig. Ferner ist es nicht unbedingt sinnvoll, ein Jahr alte Bestellungen in der Auftragsverwaltung zu haben. Man möchte Sie aber, z.B. aus Gründen der Recherche, nicht unbedingt löschen.

Produkte, für die Bestellungen in der Auftragsverwaltung vorliegen, sind zudem vom löschen geschützt. Würde man das Produkt löschen, könnte in der Auftragsverwaltung ein unbekanntes Produkt erscheinen.

Für solche Fälle ist das Auftragsarchiv gedacht. Bestellungen, die im Archiv landen, werden als reiner Text; ohne Bezug zur Kunden- oder Artikelnummer, gespeichert.

Auftragsverwaltung

Bestellungen, die über die Auftragsverwaltung ins Auftragsarchiv verschoben werden, werden automatisch aus der Auftragsverwaltung gelöscht; können aber im Archiv immer nachrecherchiert werden.

Bitte beachten Sie jedoch, dass statistische Auswertungen für Bestellungen, die im Archiv gelandet sind, nicht mehr möglich sind. Daher sollten Sie idealerweise nicht sofort jeden Auftrag ins Archiv verschieben, sondern nur Aufträge die für Auswertungen nicht mehr unbedingt benötigt werden.

Statistiken

Besucherstatistik (BusinessPremium)

Über die Besucherstatistik haben Sie einen genauen Überblick über Ihren Shop und Ihre Besucher. Hiermit können Sie Ihre Werbeaktionen gezielt nachverfolgen und auswerten.

Über den Punkt Banner können Sie festlegen, welche Besucher Sie angezeigt bekommen möchten. Dies können alle Besucher des Shops sein, Besucher die über eine Preisvergleichsseite zu Ihnen gekommen sind, oder Besucher über einen Werbebanner den Sie irgendwo geschaltet haben.

Ferner können Sie den Zeitraum festlegen, für den Sie diese Informationen haben möchten. In der Regel werden diese Daten für 3 Monate gespeichert.

Auf Wunsch können Sie sich auch nur die Besucher anzeigen lassen, die etwas gekauft haben – um deren Verhalten zu analysieren.

Mit der Zeitgrafik erhalten Sie eine Übersicht, um wieviel Uhr wie viele Besucher auf Ihrer Seite waren. Hiernach können Sie z.B. die Besetzung Ihrer telefonische Hotline ausrichten.

In der Besucherliste selbst sehen Sie dann die Besuchernummer, den Banner über den der Besucher kam (bzw. die Seite von der dieser verlinkt wurde). Sie sehen die Suchworte, wenn er von einer Suchmaschine kam, seine Eintrittszeit, die Anzahl der Seiten, ob er etwas in den Warenkorb gelegt hat und ob etwas gekauft wurde.

Alle wichtigen Informationen werden auch grafisch angezeigt.

Um das Ergebnis so unverfälscht wie möglich zu halten, werden Suchmaschinen zu einem Großteil ausgefiltert. Ebenso werden Klicks vom eingeloggten Shop-Administratoren nicht gezählt und nicht mit ausgewertet.

Auswertungsbeispiele

Die Grafik Anzahl Seitenaufrufe pro Besucher gibt an, wie viele Klicks die Besucher auf Ihrer Seite gemacht haben.

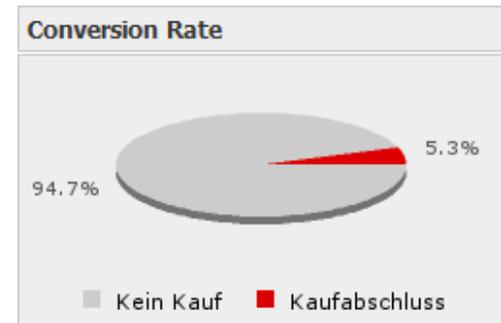
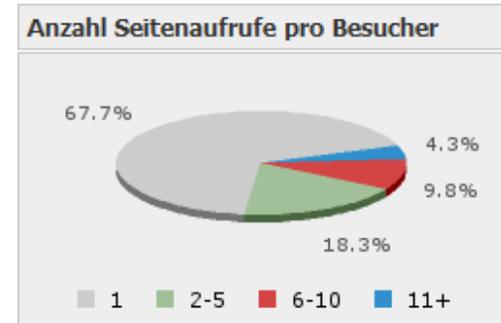
Der graue Wert sind Besucher, die nur eine Seite aufgerufen haben. In diesem Beispiel nur 67,7%.

Dies sind Besucher die auf Ihrer Seite wohl nicht das gefunden haben was sie wollten, oder aus sonstigem Grund sofort wieder die Seite verlassen haben.

Wenn dieser Wert zu hoch ist, ist davon auszugehen, dass etwas an der Seite nicht stimmt und man z.B. auf den falschen Seiten die falschen Kunden bewirbt. Je höher die Werte der anderen Farben sind, desto interessierter sind die Besucher Ihrer Seite und desto zielgerechter ist Ihr Marketing.

Die Grafik Conversion Rate zeigt den interessantesten Wert an, um Ihren Shop bzw. Ihre Werbeaktionen zu beurteilen. Die Conversion Rate sagt, wie viel Prozent Ihrer Besucher tatsächlich etwas gekauft haben.

Wenn Sie Ihre Besucher kostenlos über Suchmaschinen bekommen, ist der Wert hier in der Regel relativ gering. Machen Sie aber aktiv Werbung über Banner oder über Preisvergleichsseiten, so sollte der Wert in der Regel bei ca. 2-3% liegen. Werte über 2% können schon als gut angesehen werden.



Haben Sie also 100 Besucher über Suchmaschinen bekommen (und Pro Klick 20 Cent bezahlt = Gesamt 20 Euro), und im Gegensatz 2 Bestellungen, an denen Sie je 50 Euro verdient haben, sind unterm Strich also 80 Euro Gewinn übrig geblieben.

Top Artikel anzeigen

Jeder Klick auf jeden Artikel wird immer gezählt um herauszufinden, welche Artikel die interessantesten bzw. beliebtesten Artikel im Shop sind. Hierzu sollten Sie regelmäßig die Klicks durchzählen lassen. Dies geschieht durch den Punkt Statistiken->Top-Artikel neu berechnen. Unter dem Punkt Statistiken->Top-Artikel anzeigen sehen Sie dann die entsprechenden Artikel. Der Wert vor dem | ist der tatsächliche Wert; der Wert nach dem | ist dann der Wert der über Manuelle Klicks dazugefügt wurde. Der Wert in Klammern dann das Ergebnis dieser beiden Werte.

Shopkonfiguration

Über die Shopkonfiguration verwalten Sie alle Einstellungen für den Shop. Von den Versandkosten, zu den AGB's bis hin zu den Stati in der Bestellabwicklung.

Menü bearbeiten

Über Shopkonfiguration->Menü bearbeiten können Sie die verschiedenen Menüpunkte in Ihrem Shop festlegen. Je nach Anpassung kann es hier Abweichung zur Beschreibung geben.

Über den Titel legen Sie fest, wie der Menüpunkt heißen soll. Über URL legen Sie dann fest, wohin der Klick geht. Dies kann eine Kategorie, ein Produkt oder eine Informationsseite sein. Wie die URLs aussehen, ist im Punkt URL Design und Funktionsübersicht beschrieben.

Kategorien bearbeiten

Sie können im Shop bis zu 100 Hauptkategorien mit jeweils 100 Unterkategoriestufen in 3 Ebenen festlegen. Eine solch große Anzahl an Kategorien macht aber in der Regel wenig Sinn, da der Kunde sonst überfordert ist.

Eine Hauptkategorie kann z.B. sein TV-Geräte. Unterkategorien dazu dann z.B. TFT-Bildschirm, Plasma oder Röhrenbildschirm. Haben Sie nun pro Unterkategorie ca. 20 Produkte, so würde diese Kategorisierung schon ausreichen. Haben Sie aber pro Unterkategorie je 100 Produkte, sollte man diese nochmal feiner kategorisieren. Passende Unter-Unter-Kategorien wären in diesem Fall bis 37cm, bis 50cm, bis 80cm, ab 80 cm.

Um eine neue Hauptkategorie anzulegen, auf das Zeichen  neben „Neue Hauptkategorie anlegen“ klicken. Um eine neue Unterkategorie zu dieser Hauptkategorie anzulegen, auf das gleiche Zeichen in der Hauptkategorie dann klicken usw.

Um den Namen eine Kategorie zu ändern, auf das  Zeichen klicken bzw. auf den Mülleimer, um die Kategorie zu löschen. Eine Kategorie kann nur dann gelöscht werden, wenn sie keine Unterkategorien mehr hat.

Seiteninhalte bearbeiten

Über den Punkt Stammdaten->Seiteninhalte bearbeiten können Sie alle Textbezogenen Seiten innerhalb Ihres Shops bearbeiten und auch neue Seiten anlegen. Hierfür steht ein umfangreicher HTML-Editor zur Verfügung.

Um ein Seite zu bearbeiten, einfach die passende Seite auswählen und auf Bearbeiten klicken. Sie können nun die Seite bearbeiten, Bilder und Texte einfügen oder auch löschen. Mit diesem Editor bearbeiten Sie auch die Kontaktseite, die AGBs, die Versandkostenseite etc.

Ferner können Sie hier auch bequem neue Seiten anlegen.

Wenn Sie eine Seite ausgewählt haben, diese auf „Seite aktiv“ setzen und speichern, sehen Sie unter „Seiten URL“ die Adresse, unter der die Seite erreichbar ist.

z.B.: widerrufsrecht.showpage.page_id.2.html

Wenn Sie jetzt im diese Seite einem Menüpunkt zuordnen wollen, so tragen Sie diese URL im Feld URL des entsprechenden Menüpunktes ein.

Beispiel zur Erstellung einer eigenen Seite

Nehmen wir an, Sie möchten eine Seite erstellen in der Sie die Reparaturabwicklung schildern und diese einem Menüpunkt zuweisen wollen.

Klicken Sie hierfür im Menüpunkt Shopkonfiguration->Seiteninhalte bearbeiten auf „Neue Seite anlegen“ und bestätigen mit „Bearbeiten“.

Es dauert jetzt einige Sekunden und ein Editor öffnet sich. Hier tragen Sie nun mit Text und Bild alle Informationen über die Reparaturabwicklung ein,

schreiben bei Seitentitel „Reparaturabwicklung“, setzen unten einen Haken bei „Seite aktiv“ und speichern die Seite ab.

Es erscheint jetzt unten eine Seiten URL wie z.B. reparaturabwicklung.showpage.page_id.16.html

Diesen Link markieren Sie nun mit der Maus und klicken auf den Punkt Shopkonfiguration->Menü bearbeiten und erzeugen an der gewünschten Stelle einen neuen Menüpunkt. Unter URL fügen Sie dann diese markierte URL ein und speichern das Menü ab. Die neue Funktion steht dann ab sofort zur Verfügung.

Stammdaten bearbeiten

Unter Shopkonfiguration-> Stammdaten bearbeiten haben Sie Zugriff auf die wichtigsten Einstellungen Ihres Shops. Diese sollten bei der Ersteinrichtung gewissenhaft eingestellt werden.

E-Mail Name Absender

Hiermit legen Sie fest, welcher Name als Absender für Systembedingte Mails (Bestellbestätigung, Statusänderung etc.) erscheinen soll.

E-Mail Adresse Absender

Hiermit legen Sie fest, von welcher E-Mail Adresse aus Systembedingte Mails verschickt werden sollen. Diese Adresse ist gleichzeitig auch der Empfänger für Systembedingte Mails (Kontaktanfragen etc.).

E-Mail Fusszeile

An dieser Stelle sollten Sie alle Daten eintragen, die bei jeder E-Mail unter dem Text erscheinen sollen. Diese sollten alle Firmenangaben beinhalten, die auch im Impressum notwendig sind. Also Name, Anschrift, Steuernummer etc.

Firmenlogo

Je nach Design kann hier das Firmenlogo hochgeladen werden, das auf der Seite erscheint. Bei Kundenspezifischen Designs ist dies in der Regel ohne Auswirkung.

Top-Grafik

Je nach Design kann hier eine Zweitgrafik hochgeladen werden, die auf der Seite erscheint. Bei Kundenspezifischen Designs ist dies in der Regel ohne Auswirkung.

E-Mail Logo

Hiermit können Sie eine Grafik (Ihr Logo) hochladen, welches in jeder Systembedingten Mail erscheint.

Bildspiegelung

Möchten Sie dass Ihre Produktbilder gespiegelt werden (Web 2.0 Design), dann können Sie dies hier entweder fest einstellen, fest ausschalten oder optional einstellen. Optional bedeutet, dass bei jedem Produktbildupload gewählt werden kann, ob das Bild gespiegelt werden soll oder nicht.

Die Bilder werden immer ab dem unteren Ende gespiegelt. Für beste Ergebnisse sollten also die Hochgeladenen Bilder immer am unteren Ende des Produkts enden und keine weißen Leerräume haben.

Sämtliche Einstellungen bei der Bilderhandhabung wirken sich auf die neu hochzuladenden Produktbilder aus; nicht auf die bisher hochgeladenen Bilder.

Bildspiegelung Deckkraft

Wenn Sie die Spiegelung wünschen, kann hier ausgewählt werden ob das verspiegelte sehr „sichtbar“ oder eher „durchsichtig“ sein soll. Je geringer hier der ausgewählte Wert, desto durchsichtiger ist der verspiegelte Teil.

Bildspiegelung Größe

Hiermit geben Sie an, wieviel Prozent des Ursprungsbilds für die Spiegelung genutzt werden sollen.

Wasserzeichen Position

Falls Sie Wasserzeichen in Ihre Produktbilder positionieren wollen, um diese gegen unberechtigtes Kopieren zu schützen, können Sie hier einstellen wo dieses Wasserzeichen erscheinen soll.

Wasserzeichen-Deckkraft

Hiermit legen Sie die Sichtbarkeit des Wasserzeichens fest.

Wasserzeichen-Dateien klein, mittel, groß

Jedes Produktbild wird in 3 Größen gespeichert. Das Wasserzeichen kann in jedes dieser 3 Größen mit eingeblendet werden. Sie können aber das Wasserzeichen auch nur bei den großen Bildern mit einbinden. Für jede Größe müssen Sie hier ein eigenes Wasserzeichen erstellen und hochladen.

Wasserzeichen können im JPG oder im PNG Format sein. Um das Wasserzeichen transparent zu machen, benutzen Sie bitte das Format PNG und für die Transparenten Bildteile den Farbcode #EEEEEE.

HTML Code Leiste

Je nach Design kann dieses Feld dafür genutzt werden, auf einem bestimmten Teil der Seite einen HTML Code Ihrer Wahl anzuzeigen. z.B. Banner von Ihren Lieferanten, Grafiken oder Aktionen.

Mit [NOSSL]Code[/NOSSL] kann der HTML Code so begrenzt werden, dass er nur bei nicht verschlüsselten Seiten angezeigt wird.

Bestelltext

Hiermit legen Sie den Text fest, den der Kunde nach erfolgreicher Bestellung erhält. Falls Sie die Zahlungsart Vorkasse mit anbieten, so sollte hier die Bankverbindung dem Kunden mitgeteilt werden.

Bestellkommentare erlauben

Es steht Ihnen frei zuzulassen, ob der Kunde bei Absenden seiner Bestellung Ihnen noch einen Bestellkommentar geben kann oder nicht. Dies können z.B. Farb- oder Größen, aber auch Lieferwünsche etc. sein

Zahlungsarten

Es stehen insgesamt 4 Zahlungsarten zur Verfügung, die Sie auswählen können. Zahlung per Vorkasse, per Nachnahme, per Lastschrift oder per PayPal.

Bei Zahlung per Lastschrift werden vom Kunden die Kontodaten zur Abbuchung abgefragt; es erfolgt aber keine Abbuchung durch den Shop. Die Abbuchung an sich müssten Sie dann mit einem Zahlungsanbieter (z.B. Ihrer Hausbank) abwickeln.

PayPal

Falls Sie die Zahlung per PayPal aktivieren, so tragen Sie im Feld PayPal Kunden E-Mail die E-Mail Adresse ein, mit der Sie bei PayPal registriert sind.

Der Shop leitet nach Bestellung den Kunden dann zu PayPal weiter, wo er die Zahlung vornehmen kann. Es wird vom Shop nicht geprüft, ob die Zahlung auch wirklich getätigt wurde. Dies müssen Sie dann manuell prüfen.

Sofortüberweisung

Falls Sie die Zahlungsart Sofortüberweisung anbieten, so setzen Sie hier einen Haken tragen Sie unten bei Konfiguration sofortueberweisung.de die notwendigen Daten ein.

Weiter hinten in dieser Anleitung ist die Implementierung von Sofortüberweisung detailliert beschrieben.

Nach Kauf direkt zur Kasse

Sie können festlegen, ob der Kunde – nachdem er ein Produkt in den Warenkorb gelegt hatte – direkt zur Kasse soll, oder noch auf der Produktseite bleibt. Schickt man den Kunden direkt zur Kasse, erhöht man die Chance ei-

nes Abschlusses eventuell. Allerdings nimmt man dem Kunden damit auch die Möglichkeit, noch in Ruhe weiter im Shop zu stöbern.

Bestellübersicht bei Kasse

Legt fest, ob der Kunde im Bestellvorgang an erster Stelle nochmal eine detaillierte Übersicht seiner Bestellung sieht oder nicht.

Lieferanschrift deaktivieren

Falls Sie nicht möchten, dass der Kunde bei Bestellung eine abweichende Lieferanschrift angeben kann, so können Sie dieses hier deaktivieren.

Startseiten-URL

Normalerweise erscheinen bei der Startseite Ihre Startseitenangebote. Möchten Sie hier aber eine andere Seite haben, so tragen Sie hier die URL dieser Seite an. Dies kann z.B. eine Aktionsseite sein, oder eine Seite die manuell per Seiteneditor erstellt wurde.

Seitentitel

Hiermit geben Sie den Titel Ihres Shops ein, der in Browserfenster oben angezeigt wird. Es empfiehlt sich hier, aussagekräftige Worte und den Shopnamen zu benutzen.
Ferner wird der Seitentitel bei den Suchmaschinen als Überschrift angezeigt.

META Seitenbeschreibung

Tragen Sie in dieses Feld als reinen Text eine Beschreibung Ihrer Seite ein. Als Richtwert gelten hier ca. 200 Zeichen. Das, was Sie hier reinschreiben, wird bei Voransicht Ihrer Seite bei den Suchmaschinen angezeigt:

 [Premium Online Shop Software | Handyshop Software | WEBSHOPVISION](#)
WEBSHOPVISION ist eine Premium Online Shop Software zum mieten oder kaufen. Mit dem Handymodul können Sie sogar perfekt Handys und Verträge verkaufen.
www.webshopvision.de/ - 12k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

META Keywords

Hier geben Sie die Schlüsselworte ein, die am besten zu Ihrem Shop passen. Trennen Sie diese mit einem Komma. Je mehr Worte Sie aber eintragen, desto weniger Wert hat jedes Wort für die Suchmaschinen. Als Richtwert sollten Sie maximal 15-20 Worte eintragen.

Weitere META Angaben

Hier können Sie im HTML Format weitere META Angaben hinzufügen. Diese müssen aber mit dem kompletten HTML Code sein:

```
<meta name="angabe" content="wert" />
```

In der Regel ist hier aber keine Angabe notwendig.

CSS Angaben

In der Regel sind hier keine Angaben notwendig. Erfahrene Benutzer mit HTML Kenntnissen können hier im Bedarfsfall Designanpassungen vornehmen.

Fusszeile

Hiermit legen Sie einen Text fest, der am unteren Ende der Seite immer erscheint. z.B.: „Alle Preisangaben inkl. MwSt zzgl. Versandkosten“.

Kategoriebaum

Je nach Design können Sie hier festlegen, dass z.B. alle Kategorien immer eingeblendet werden, und nicht nur die Hauptkategorien.

Ergebnis-Filter

Hiermit legen Sie fest, ob die Suchergebnisse noch gefiltert und sortiert werden können, oder ob man nur Seitenzahlen zum Vor- und Zurückblättern sieht.

Produktblock

Abhängig von Ihrem Design können Sie hiermit festlegen, wie Ihre Produktseiten dargestellt werden sollen.

Ergebnisse/Seite

Anzahl der Produkte, die pro Suchergebnisseite angezeigt werden.

Lieferzeit 1 bis 6

Sie können bis zu 6 verschiedene Lieferzeiten für Ihre Produkt angeben. Tragen Sie hier die Lieferzeit als Text ein. Diese Lieferzeiten können Sie dann bei den Produkten entsprechend auswählen.

Versand 1 bis 5

Sie können bis zu 5 verschiedene Versandkosten angeben. Als erstes z.B. 6,95 für kleine Pakete und als zweites 29,90 für sperrige Güter. Welche Versandkosten auf welchen Artikel zutreffen, wählen Sie dann beim entsprechenden Produkt aus. Werden Produkte mit verschiedenen Versandkosten bestellt, so gelten die jeweils höchsten Versandkosten für die gesamte Bestellung.

Ohne Versand ab

Hier tragen Sie einen Betrag ein, ab dem keine Versandkosten mehr berechnet werden sollen. Ist hier 0,00 eingetragen, gibt es keine Versandkostenbefreiung.

Nachnahme

Bei Zahlung per Nachnahme werden in der Regel noch einige Euro an Nachnahmegebühren fällig. Diese tragen Sie in dieses Feld ein.

Einige Anbieter schlagen von sich aus noch 2 Euro an Nachnahmegebühren drauf. Diese werden hiermit nicht berücksichtigt, da Sie vom Lieferanten direkt erhoben werden und nicht von Ihnen als Verkäufer.

Mindestbestellwert

Bei Bedarf können Sie hier einen Betrag eintragen, der für jede Bestellung mindestens notwendig ist.

Versand Handy

Falls Sie Handyverträge mit anbieten, tragen Sie hier die Versandkosten für Handys mit Vertrag ein. In der Regel 0,00 Euro.

Preisabrundung

Falls Sie Handyverträge mit anbieten, wählen Sie hier, wie die errechneten Preise gerundet werden sollen. Falls die von Ihnen gewünschte Rundungsart nicht mit dabei ist, teilen Sie uns dies Bitte mit.

Marge Handy

Falls Sie Handyverträge mit anbieten, tragen Sie hier den Wert ein, den Sie an einem Handy mindestens verdienen wollen. Dies wird dann zur Preiskalkulation benötigt.

Bitte bedenken Sie, dass je nach Preisabrundung, hier trotzdem Abweichungen möglich sind.

Status vor Export

Falls Sie WEBSHOPVISION zusammen mit einem Warenwirtschaftssystem verwenden, können Sie hier auswählen, welche Aufträge in das WWS exportiert werden sollen.

In der Regel macht es keinen Sinn alle Aufträge zu exportieren, sondern nur diejenigen, die entsprechend Versandfertig sind.

Status nach Export

Nachdem die Aufträge exportiert worden sind, sollten diese einen anderen Status haben. Als Status wäre hier z.B. „Ins WWS exportiert“ denkbar.

Statusverwaltung

Über Shopkonfiguration->Statusverwaltung legen Sie die verschiedenen Stati fest, die Ihre Bestellungen haben können.

Der erste Status sollte immer „Neue Bestellung“ sein. Alles weitere ist dann von Ihren internen Abläufen her abhängig.

Gängige Stati wären : In Arbeit, Fehlerhaft, Versendet, Annahme verweigert, Retoure

Bei jedem Status können Sie einen Statusfarbcode hinterlegen. Dies ist eine farbliche Hervorhebung der Aufträge mit dem entsprechenden Status in der Auftragsverwaltung. Über das Farbauswahlfenster Rechts können Sie den Farbcode der entsprechenden Farbe auswählen.

Bei Mailtext können Sie einen Text eingeben, den der Kunde erhält, wenn sein Status geändert wurde. Wird kein Text eingegeben, dann erhält der Kunde auch keine Mail.

z.B. beim Status „versendet“ könnte als Text stehen:

„wir freuen uns Ihnen mitzuteilen, dass wir Ihre Bestellung soeben versendet haben.“

Die Anrede wird dann später automatisch angefügt und am Ende noch mit der E-Mail Fusszeile erweitert.

eBay Einstellungen

In der BusinessPremium Version haben Sie die Möglichkeit, Artikel zu eBay zu exportieren. Die wichtigsten Einstellung nehmen Sie hier vor. Weitere Informationen im Kapitel eBay Anbindung.

XML Sitemap Datei

Die XML Sitemap Datei ist eine Datei, die nur für die Suchmaschinen erstellt wird. Hierin werden alle Seiten und Produkte aufgelistet, damit die Suchmaschine alle Ihre Seiten sicher erfasst. Diese sollten Sie von Zeit zu Zeit aktualisieren. Ferner sollten Sie den Suchmaschinen die URL der Sitemap-Datei mitteilen.

Extras

Newsletter versenden

Sie können an alle Interessenten, die sich zum Newsletter angemeldet haben, über diese Funktion regelmäßig Mailings versenden. Je nach gebuchtem Paket ist die Mailinganzahl aber begrenzt.

Tragen Sie hier einfach Betreff, Inhalt und Bilder ein und klicken Sie auf Vorschau. Wenn dies so weit passt, dann einfach den Newsletter versenden. Dies kann mehrere Minuten dauern; je nach Anzahl der Empfänger.

Bitte beachten Sie, dass hochgeladene Bilder nicht im Newsletter mitversendet werden, sondern auf dem Server bleiben. Löschen Sie also ein für den Newsletter hochgeladenes Bild gleich wieder raus, so sehen die Empfänger das Bild nicht.

Newsletter Empfänger bearbeiten

Hier sehen Sie eine Auflistung der Empfänger des Newsletters mit dem Anmeldedatum. Bei Bedarf können Sie hier auch Empfänger rauslöschen.

eBay Liste bearbeiten

Auf dieser Liste sehen Sie eine Aufstellung der Produkte, die für den Export zu eBay vorbereitet sind. Mehr dazu im Kapitel eBay Anbindung.

Google Produktexport

An dieser Stelle können Sie eine Produktdatei erstellen, die für die Google Produktsuche erstellt wird. Hiermit können Sie schnell und (derzeit) kostenlos Ihre Produkte bewerben.

Die Datei können Sie an dieser Stelle erstellen und dann manuell zu Google hochladen. Mehr dazu im Kapitel Google Anbindung.

Kelkoo Produktexport

Hier können Sie sich eine Produktdatei für die Suchmaschine Kelkoo erstellen. In der Basis Version ist diese (derzeit) kostenlos.

Preisvergleiche Aktualisieren

WEBSHOPVISION bietet eine Anbindung an alle wichtigen Preisvergleichsseiten an. Jeder Preisvergleich verlangt eine spezielle Datei, die dann automatisch eingelesen wird.

Bei Klick auf Shopkonfiguration->Preisvergleiche aktualisieren werden die Dateien für diese Preisvergleiche aktualisiert. Ferner sehen Sie hier die Adresse, unter der die Datei für den Preisvergleich abrufbar ist.

Falls Sie sich also bei einem Preisvergleich anmelden, so teilen Sie diesen die Adresse der entsprechenden Datei mit.

Bannercodes verwalten (BusinessPremium)

Mit den Bannercodes können Sie ideal Ihre Werbeaktionen steuern und kontrollieren.

Hierfür wählen Sie sich für jede Werbung einen kurzen Code aus (Banner-ID), den Sie an die URL Ihrer Werbung dranhängen. Damit können Sie genau feststellen, wie viele Besucher/Käufer über welche Werbung gekommen sind.

Beispiel:

Sie platzieren einen Banner zu Ihrem Shop auf einer Nachrichtenwebseite.

Normal würden Sie den Link setzen zu <http://www.meinshop.de>

Dies würde auch so problemlos funktionieren. Jedoch lässt es sich mit einem Bannercode besser nachvollziehen.

Gehen Sie hierzu auf Extras->Bannercodes verwalten und tragen in der untersten Zeile eine neue Banner-ID ein. Als Beispiel Banner-ID nw1 und als Banner Langname Nachrichtenwebseite 1.

Den Link zu Ihrem Shop setzen Sie jetzt nicht wie eben angegeben, sondern auf: <http://www.meinshop.de/?bid=nw1>

Durch den Zusatz `/?bid=nw1` in der Adresse erkennt der Shop automatisch dass dieser Besucher über die Nachrichtenwebseite 1 gekommen ist und stellt Ihnen diese Information überall zur Verfügung. Somit können Sie den Banner genau auswerten und herausfinden, ob die Kosten für den Banner entsprechend Umsatz gebracht haben oder nicht.

Folgende Banner-ID's werden vom Shop voreingestellt genutzt:

gg | Google Produktsuche

kk | kelkoo.de

idl | idealo.de

prs | preissuchmaschine.de

klx | kauf flux.de

gzh | geizhals.net

blde | billiger.de

sw | shopwahl.de

User Scripte

Wenn für Ihren Shop von uns weitere Funktionen programmiert worden sind, so sehen Sie dies an dieser Stelle.

Für diese Funktionen erhalten Sie in der Regel eine gesonderte Bedienungsanleitung von uns.

Shop Analyse und Optimierung

Hier haben Sie eine kurze Zusammenfassung der wichtigen Daten in Ihrem Shop.

Da Google die derzeit wichtigste Suchmaschine ist, erfahren Sie hier Ihren Pagerank und sehen wie viele Links Sie haben. Je höher diese Werte sind, desto besser werden Sie gefunden.

Das Script überprüft auch Ihre Schlüsselwörter und weitere Sicherheitsrelevante Faktoren und gibt Tipps zur Verbesserung.

Einbindung von sofortueberweisung.de

Grundsätzliches und Anmeldung

Um die Zahlungsart sofortueberweisung.de ermöglicht es ihren Kunden, einfach eine Online Überweisung über ihr normales Bankkonto mit PIN und TAN vorzunehmen; wie bei einer Bezahlung per Vorkasse auch.

Der deutliche Vorteil ist, dass Sie hier nun aber vom Zahlungsanbieter eine Bestätigung der Zahlung erhalten und die Ware schon versenden können, bevor die Zahlung auch wirklich eingeht.

Um diese Zahlungsart nutzen zu können, melden Sie sich direkt bei sofortueberweisung.de an. Benutzen Sie hierfür den Link, den wir Ihnen unter dem Menüpunkt Hilfe und Support->Partner zur Verfügung stellen. Durch die Nutzung dieses Links werden gleich die passenden Shopdaten mit übertragen, damit alles problemlos abläuft.

Bitte beachten Sie, dass durch die Nutzung der Zahlungsart sofortueberweisung.de geringe Kosten durch den Dienstleister entstehen, die Sie bitte auf der Seite www.sofortueberweisung.de einsehen können.

Haftungsausschluss

Bitte beachten Sie, dass wir keine Haftung für die Zahlungen übernehmen!

Die größte Sicherheit haben Sie, wenn Sie vor versenden der Ware, die per sofortueberweisung.de bezahlt worden ist, sich in Ihr dortiges Kundenkonto einloggen und den Eingang der Zahlung dort prüfen.

Notwendige Einstellungen

Nachdem Sie sich erfolgreich bei sofortueberweisung.de angemeldet haben, müssen Sie sowohl im Shop, als auch bei sofortueberweisung.de einige Einstellungen vornehmen.

Einstellungen bei sofortueberweisung.de

Loggen Sie sich in Ihren Kundenbereich bei sofortueberweisung.de ein und klicken auf Meine Projekte. Hier legen Sie sich jetzt ein neues Projekt ein und benennen es entsprechend (z.B. WEBSHOPVISION). Notieren Sie sich die Projekt Nr.

Klicken Sie nun dieses Projekt an, um es zu bearbeiten. Auf der Bearbeitungsseite des Projektes sollten Sie immer sicherstellen dass die Währung EUR beträgt und dass Ihre persönlichen Angaben (die dem Kunden ja angezeigt werden) mit den Angaben in Ihrem Impressum übereinstimmen.

Wenn Sie auf Ihrer Projektseite sind, sehen Sie oben einen Button Erweiterte Einstellungen. Klicken Sie hierdrauf und im nächsten Fenster auf Firmenlogo.

Jetzt können Sie ein Firmenlogo hochladen, dass der Kunde während des Bezahlvorgangs sieht. Beachten Sie hier die Vorgaben von sofortueberweisung.de.

Klicken Sie nochmal auf Erweiterte Einstellungen und dann auf Projekt-Passwort. Hier tragen Sie nun ein beliebiges Passwort ein, welches für die Prüfung der Zahlung notwendig ist.

Als nächste Einstellungen klicken Sie bei Erweiterte Einstellungen auf Nicht änderbare Parameter. Hier sollte bei Betrag, Verwendungszweck 1 und Verwendungszweck 2 ein Haken sein.

Damit Ihr Shop über erfolgte Zahlungen informiert wird, müssen Sie nun noch eine letzte Einstellung vornehmen. Dies geschieht auch unter Erweiterte Einstellungen und dann auf Benachrichtigungen->Benachrichtigungen festlegen.

Klicken Sie nun im folgenden Fenster auf Neue Benachrichtigung anlegen und wählen den Typ HTTP.

Setzen Sie hier einen Haken bei aktiviert und tragen als Benachrichtigungs-URL die folgende Adresse ein, die Ihnen bei Stammdaten->Shopkonfiguration> Konfiguration sofortueberweisung.de als Bestätigungs-URL angezeigt wird.

Als Methode wählen Sie POST aus und klicken auf speichern.

Damit sind die grundlegenden Einstellungen auf der Seite von sofortueberweisung.de erledigt.

Möchten Sie dass der Kunde nach erfolgreicher Bezahlung eine Informationsseite von Ihnen bekommt, so legen Sie einfach eine Seite mit dem Seiteneditor an und tragen die URL dieser Seite bei sofortueberweisung.de unter Schnelleinstellungen->Erfolgslink ein und setzen Sie die Automatische Weiterleitung.

Einstellungen bei WEBSHOPVISION

Loggen Sie sich nun in Ihrem Shop ein und klicken auf Shopkonfiguration->Stammdaten.

Tragen Sie nun bei Konfiguration sofortueberweisung.de die folgenden Werte ein:

- Ihre sofortueberweisung.de Kundennummer
- Die sofortueberweisung.de Projektnummer
- Ihr Projektpasswort
- Status nach Zahlung

Status nach Zahlung

Nachdem eine Überweisung getätigt worden ist, gibt das System automatisch eine Rückmeldung an den Shop und sendet Ihnen eine Bestätigungsmail, dass eine Zahlung eingegangen ist. Hierfür ist die Aktivierung der HTTP Benachrichtigung notwendig.

Sie können jetzt also festlegen, welchen Status eine bezahlte Bestellung automatisch erhalten soll. So können Sie einen Status „Per Sofortüberweisung bezahlt“ einrichten, auf den per Sofortüberweisung bezahlte Bestellungen automatisch gesetzt werden.

Liegt dann im Shop eine Bestellung vor, die per Sofortüberweisung als Zahlungsart getätigt wurde, aber der Status noch unverändert ist, dann bedeutet dies entweder, dass der Kunde die Bezahlung abgebrochen hat, oder dass der Kunde sich noch im Bezahlprozess befindet.

Sollte die Bezahlung abgebrochen sein, so können Sie den Kunden kontaktieren und zB eine andere Zahlungsart vorschlagen.

Die Bestätigungsmail jeder Zahlung erhalten übrigens Sie von sofortueberweisung.de .

Aktivierung der Zahlungsart

Aktivieren Sie nun die Zahlungsart sofortueberweisung.de durch einen Haken bei den Zahlungsweisen.

Weitere Funktionen für Handy-Shops

Tarifliste

Folgt...

Handymixer

Folgt...

Vertragsverlängerung

Folgt...

eBay Anbindung

Folgt...

Google Anbindung

Folgt...

Xinha Seiteneditor

Folgt...

URL Design

Folgt...

Programm-Historie

- 29.05.2008 Artikeldetails sortieren
- 28.05.2008 Abweichende Startseiten-URL
- 28.05.2008 Aktionsseiten eingebaut
- 27.05.2008 Bestellübersicht bei Kasse eingebaut
- 27.05.2008 Filterfunktion in Stammdaten, ob Produktvariationen im Suchergebnis automatisch zusammengefasst werden sollen oder nicht
- 27.05.2008 Shopwahl Exportdatei hinzugefügt
- 26.05.2008 EAN Nummer bei den Artikelmerkmalen hinzugefügt
- 20.05.2008 Shop Analyse und Optimierung eingebaut
- 20.05.2008 SSL-Filter für HTML Code Leiste eingebaut

Kontakt

WEBSHOPVISION Online Shop Software
Bahram Kazemian
Karlsbader Str. 4

63814 Mainaschaff

Tel.: (06021) 4424664

Fax: (06021) 4424665

Mobil: (0163) 509 3389

E-Mail: info@webshopvision.de

Für weitergehenden Support stehen wir Ihnen gerne telefonisch oder per E-Mail zur Verfügung.