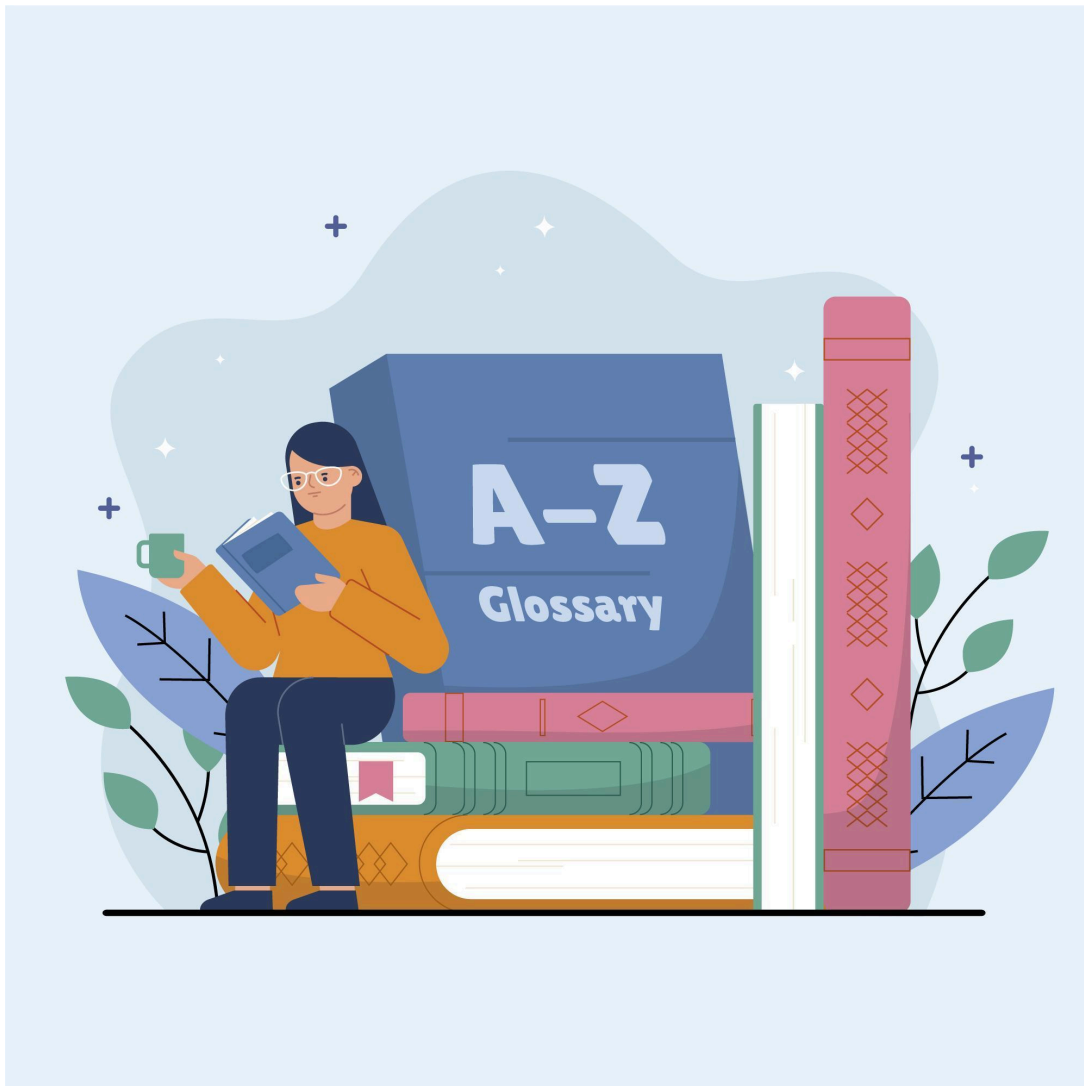


RAHMENKONZEPT FÜR DIGITALES UNTERNEHMERTUM_GLOSSAR



A

- **Absprungrate**

Der Prozentsatz der Besucher:innen, die Ihre Website nach dem Besuch nur einer Seite wieder verlassen. Eine hohe Absprungrate kann bedeuten, dass Ihr Inhalt oder Ihr Website-Design verbessert werden muss.

B

- **Backlinks**

Links von anderen Websites, die zu Ihrer Website führen. Diese tragen dazu

bei, dass Ihre Website in den Suchmaschinen besser platziert wird und mehr Besucher:innen anzieht.

C

- **CRM (Customer Relationship Management)**

Tools, die Unternehmen bei der Verwaltung ihrer Kund:innenbeziehungen unterstützen. Wie z.B. die Erfassung von Kund:inneninteraktionen und die Personalisierung von Kund:innenerfahrungen.

- **CTA (Call to Action)**

Eine Nachricht, die Nutzer:innen zum Handeln auffordert. Beispiele sind: „Jetzt anmelden“ oder „Mehr erfahren“.

D

- **Digitale Werkzeuge und Technologien**

Software oder Anwendungen, die Unternehmen bei der Online-Arbeit unterstützen, wie z. B. Tools für Design, Projektmanagement oder die Einrichtung eines Online-Shops.

- **Digitale Kommunikation**

E-Mails, soziale Medien oder Websites um mit Kund:innen zu interagieren und um Informationen auszutauschen.

E

- **Elektronischer Handel**

Online-Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen. Dazu gehören das Erstellen eines Online-Shops, die Verwaltung von Zahlungen und der Versand von Produkten.

- **EntreComp (Kompetenzrahmen für Unternehmertum)**

Ein europäischer Leitfaden für die Kompetenzen und Kenntnisse, die für eine erfolgreiche unternehmerische Tätigkeit, auch in digitalen Unternehmen, erforderlich sind.

G

- **Geschäftsplan**

Ein Dokument, das Ihre Geschäftsidee, Ihre Ziele und die Art und Weise, wie Sie diese erreichen wollen, erläutert. Bei Online-Unternehmen umfasst es Strategien wie die Nutzung sozialer Medien oder den Betrieb eines Online-Shops.

I

- **Inhaltmarketing**

Weitergabe von hilfreichen oder interessanten Inhalten wie Blogbeiträgen, Videos oder Infografiken, um Kunden zu gewinnen und zu halten.

K

- **Keywords (dt. Schlüsselwörter)**

Wichtige Wörter oder Phrasen, die dazu beitragen, dass Menschen Ihre Website bei der Online-Suche finden. Zum Beispiel ist die Phrase „günstigere Schuh“ ein Keyword (Schlüsselwort) für die Webseite eines online Schuhgeschäfts.

- **KI (Künstliche Intelligenz)**

Technologie, die intelligente Algorithmen verwendet, um Aufgaben zu automatisieren, Daten zu analysieren und Prozesse zu verbessern. KI kann Unternehmen beispielsweise dabei helfen, Trends vorherzusagen, personalisierte Werbung zu erstellen oder Chatbots für den Kundenservice einzusetzen.

- **KPIs (Key Performance Indicators, dt. Schlüsselkennzahlen)**

Zahlen, die den Erfolg Ihres Unternehmens messen, z. B. Website-Besucher:innen oder die Verkaufsmengen Ihres Produkts.

L

- **Lernergebnisse**

Ziele, die beschreiben, was Lernende nach einem Modul wissen oder können sollten, z. B. SEO verstehen oder digitale Anzeigen erstellen.

M

- **Marktsegmentierung**
Unterteilen Sie Ihre Zielgruppe in kleinere Gruppen, um deren Bedürfnisse besser zu identifizieren, z. B. junge Erwachsene, Berufstätige oder Familien.
 - **Mobile Reaktionsfähigkeit**
Sicherstellen, dass Ihre Website auf Smartphones und Tablets gut aussieht und funktioniert.
-

O

- **Online-Sichtbarkeit**
Ein Indikator, der angibt wie leicht (oder schwer) Ihr Unternehmen online zu finden ist. Dies kann durch SEO, Anzeigen oder soziale Medien verbessert werden.
-

P

- **Personalisierung**
Anpassung von Nachrichten, Anzeigen oder Benutzer:innenerlebnissen an individuelle Interessen, z. B. die Anzeige von Produkten, die eine Person kürzlich angesehen hat.
 - **Prädiktive Analytik**
Verwendung von Daten, um zu analysieren, was in Zukunft passieren könnte, z. B. die Vorhersage, welche Produkte die Kund:innen wahrscheinlich kaufen werden.
-

R

- **ROI (Return on Investment)**
Eine Möglichkeit, um festzustellen, ob das für ein Projekt oder eine Anzeige ausgegebene Geld zu guten Ergebnissen geführt hat, z. B. zu höheren Umsätzen oder mehr Verkehr.
-

S

- **Segmentierung des Publikums**
Einteilung von Menschen in Gruppen aufgrund von Faktoren wie Alter, Interessen oder Verhalten. Auf diese Weise können Unternehmen Anzeigen und Botschaften erstellen, die die verschiedenen Gruppen besser ansprechen.
 - **SEO (Search Engine Optimisation - Suchmaschinenoptimierung)**
Schritte, die dazu führen, dass Ihre Website in den Suchergebnissen weiter oben erscheint, damit sie von mehr Menschen besucht wird. Dazu gehören die Verwendung von Schlüsselwörtern (Keywords), die Erstellung hochwertiger Inhalte und der Aufbau von Backlinks.
 - **SSL-Zertifikate**
Sicherheitsmerkmale, die die auf Ihrer Website ausgetauschten Informationen schützen, z. B. Kreditkartendaten bei einem Kauf.
-

T

- **Tools für digitale Unternehmungen**
Apps oder Plattformen, die den Betrieb eines Online-Unternehmens unterstützen, z. B. Tools für die Planung von Social Media oder den Kund:innensupport.
-

U

- **Benutzer:innenerfahrung (eng. User Experience, Abkürzung: UX)**
Wie einfach und angenehm ist die Nutzung Ihrer Website oder App für die Nutzer:innen. Eine gute UX bedeutet, dass die Nutzer:innen das, was sie brauchen, schnell und einfach finden können.
-

V

- **Visuelles Geschichtenerzählen**
Die Verwendung von Bildern, Videos oder Grafiken, um eine Geschichte zu erzählen oder eine Idee zu erläutern, macht sie ansprechender und einprägsamer.
-

Z

- **Zielpublikum**

Die spezifische Gruppe von Personen, die Sie mit Ihren Produkten oder Anzeigen erreichen möchten, z. B. Eltern, Studenten:innen oder Berufstätige.