



Ich biete Ihnen Unterstützung beim kompletten Aufbau einer eigenen Community.

## Online Communities

Wettbewerbsvorteile durch online Communities



Communities

Die Weisheit der Vielen

Web 2.0 ist der Begriff für die Beschreibung des Internet als Dialogmedium.

Fernsehen und Zeitungen kommunizieren nur in eine Richtung: vom Medium zum Nutzer. Das Internet ist anders. Hier können die Nutzer sich aktiv beteiligen und so Inhalte erzeugen. Der Nutzer wird Produzent.

### Online Community

---

#### **Anwendungsbeispiele**








Sie können mit einer Community Ihre Kunden direkt in die Produktentwicklung integrieren. Eine Community ist Marktforschung, Kundenservice - und Vertriebsinstrument in einem. Fragen Sie Ihre Zielgruppe was sie gerne hätte und gehen Sie einen Dialog ein. Aus den Diskussionen mit der Community zu Ihren Produkten und Dienstleistungen, über Ihren Markt, über Trends und Veränderungen lassen sie viele wertvolle Informationen bekommen.



*Ihre Kunden sind die Community  
Ihre Mitarbeiter sind die Community  
Ihre Zulieferer sind die Community  
Ihre Partner- und Dienstleister sind die Community  
Die Besucher auf Ihrer Webseite sind die Community*

## Unternehmen können großen Nutzen aus einer engen Zusammenarbeit mit der Community ziehen:

---

-  Marktteilnehmer (Kunden) werden intelligenter und sind gut informiert. Die vernetzten Kunden wissen mehr über die Produkte als das Unternehmen selbst.
-  Kunden, die sich aktiv in einer Community engagieren sind dem Produkt besonders treu.
-  Kunden helfen sich gegenseitig bei Problemen. Der Supportaufwand wird sich verringern.
-  Die Mitglieder der eigenen Community sind immer auch Markenbotschafter.
-  Aktive Communitymitglieder sind häufig Poweruser mit viel Erfahrung, die nützlich sein kann.
-  Sie können den Kunden in die Produktentwicklung integrieren und erfahren so, was der Markt wirklich benötigt.
-  Mit Hilfe der Community das Produkt verbessern.



## Sicherheit und Diskretion

---

### **Angst vor nutzergenerierten Inhalten**

Nicht alle Dialoge in Communities müssen für jeden sichtbar sein. Sicherheit und Diskretion ist sehr wichtig, daher muss jede Community exakt eingestellt werden. Ein Mix aus Offenheit zur konstruktiven Diskussionskultur und Kontrolle über die Inhalte.

## Unternehmen 2.0

---

### **Die eigenen Mitarbeiter sind eine Community.**

Communities müssen nicht immer nach außen gerichtet sein. Alle Mitarbeiter einer Firma bilden eine Community. Man kann mit Hilfe von Communitysoftware interne Prozesse optimieren. Über ein firmeninternes Forum können Projekte geplant und organisiert werden. Mitarbeiter können dort diskutieren und virtuelle Arbeitsgruppen bilden. Das Wissen in Ihrem Unternehmen lässt sich durch Communitysoftware gut nutzen.

### Erfahrung - Projekte - Referenzen

- Mehr als 5 Jahre Erfahrung mit online Communities
- Aufbau einer Forencommunity mit 10.000 Usern, 10 Moderatoren und mehr als 100.000 Beiträgen, Laufzeit des Projektes 4 Jahre
- Planung, Konzeption und Aufbau einer Community als Marketinginstrument, Laufzeit des Projektes 1 Jahr
- Entwicklung mehrerer Konzepte zur Erstellung nutzergenerierter Inhalte
- Mitglied im Bundesverband Community Management
- Mitveranstalter des Hamburger Community Stammtisch
- Teilnehmer beim CommunityCamp in Berlin 2008 und 2009
- Mitglied im Social Media Club Hamburg



## Community Management und Community Building

*Was ich für Sie tun kann?*

Meine Dienstleistungen im Bereich online Communities:

- Festlegen der Ziele der Community
- Useraufbau
- Community-Management
- Ausbildung von Community Managern
- Aufbau und Führung der Moderation
- Qualitätssicherung der Inhalte
- Umgang mit Konflikten und Störern
- Motivation der Community
- Entwicklung von Anreizsystemen
- Technische Konzeption der Plattform
- Klärung rechtlicher Fragen z.B.: Forenhaftung