

Kundenorientierung

Community Management

In Produkt- bzw. Unternehmens-Communities (Gemeinschaften) lassen sich dauerhafte Vertrauensbeziehungen zu den Kunden aufbauen.

Mitglieder in solchen Communities sind loyalere Kunden und empfehlen ein Produkt/Unternehmen gerne weiter.

Aufbau von erfolgreichen Communities

<u>Erfolgsfaktor</u>	<u>Mögliche Maßnahmen</u>	<u>Praxis-Beispiel</u>
Interaktion Produkt-Mitglied	<ul style="list-style-type: none">- Feedback-Möglichkeiten (e-mail, Hotline...)- Regelmäßiger Kontakt (Newsletter, Treffen...)- Mitgliedersegmentierung (Sub-Community, exklusive Events...)	Wella-Friseurportal (www.friseurportal.de)
Gegenseitige Unterstützung	<ul style="list-style-type: none">- Themenbezogene Foren (Zielgerichteter Infoaustausch)- Aufstieg in der Community-Hierarchie (Vergabe von Punkten, Sternen...)	Sony Playstation (www.playstation.com)
Gemeinsamkeiten	<ul style="list-style-type: none">- Förderung einer einheitlichen Sicht der Marke durch Etablierung einer Markenpersönlichkeit (Überschneidung von Interessengebieten schaffen...)- Bildung von Sub-Communities (Themenbezogene Foren...)	Apple (www.macnews.de)
Dauerhaftes Interesse	<ul style="list-style-type: none">- Produkt differenzieren (Offline-Events, Neue Branchen integrieren)- Interesse gezielt steigern (Neue Verwendungszwecke...)	Puschkin (www.puschkin.de)
Identifikationspotential	<ul style="list-style-type: none">- Ich-Bezug des Produkts herstellen (Förderung intensiver Nutzung...)- Etablierung einer Produktpersönlichkeit (Lebensphilosophie, Marke, Lifestyle...)	Harley Davidson (www.harley-davidson.com)

Kundenorientierung

Community Management

Aufbau von erfolgreichen Communities

Erfolgsfaktor	Mögliche Maßnahmen	Praxis-Beispiel
Bedürfniserfüllung	<ul style="list-style-type: none">- Funktionale Bedürfnisse (Umfassende Informationsbereitstellung; spezielle Sonderangebote und Services...)- Individuelle Bedürfnisse (Offline-Events wie Stammtisch, Reisen, Fun-Events...; Spiele und Wettbewerbe...)	<p>BMW (www.7er.com)</p> <p>Red Bull (www.redbullflugtag.de)</p>
Zusammen- gehörigkeitsgefühl	<ul style="list-style-type: none">- Förderung von Offline-Events (Wir-Gefühl, Identifikation...)- Integration neuer Mitglieder (Orientierungshilfen, Coaches...)- Community Kontrolle (Vermeidung negativer Einflüsse...)	<p>Linux (www.linux.de)</p>
Freundschaften	<ul style="list-style-type: none">- Detaillierte Mitgliederprofile (Förderung Kontaktaufnahme, Netzwerke...)- Kontaktförderung durch Offline-Events („Harley riding-events“, „Consors Star-trader“...)	<p>FC. Bayern München (www.fcbayern.de)</p>
Einflussnahme	<ul style="list-style-type: none">- Community-Vorschlagswesen (Verbesserungen, Gestaltungsfreiraum...)- Aktives Membership (Incentive-System; Beta-Tester...)	<p>Ebay (www.ebay.de)</p>