

Community Management

Community Management ist eine wichtige Aufgabe innerhalb der Firma, sofern Ihre Firma in irgendeiner Form in sozialen Netzwerken vertreten sein will. Die Tätigkeit konzentriert sich auf die Vermarktung innerhalb der sozialen Netzwerke.

Was ist im Community Management wichtig?

Im Community Management geht es um die aktive Gestaltung der Beziehung zwischen dem Betreiber einer Webseite und den Anwendern auf externen und internen Webseiten, Foren und sozialen Medien. Diese Beziehung muss aufgebaut, gepflegt und aufrechterhalten werden. Diese Aufgabe übernimmt ein Community Manager. Zielsetzung hierbei ist das aktive kommunizieren mit den Usern. Dies geschieht in Foren, Blogs, auf Social Media Kanälen und anderen Plattformen. Der Community Manager reagiert interaktiv auf Kommentare oder Beiträge.

Als Community Manager ist es wichtig spannenden Content zu kreieren. Wichtig sind also kreative Ideen. Sie müssen Möglichkeiten finden, in den sozialen Netzwerken präsent zu sein und immer wieder aufzutauchen, um die Aufmerksamkeit der Menschen zu erregen.

Ein 1. Punkt ist es, herauszufinden wer die Zielgruppe ist, welche Fragen sie bewegt und welche Probleme sie gelöst haben will. Um Aufmerksamkeit zu erregen ist es nicht nur wichtig eigenen Content zu teilen, sondern es ist auch sinnvoll relevanten Content anderer Blogs zu verbreiten. Dies kann Branchen spezifisch und themenspezifisch geschehen. Man bedient die eigene Community und wird zur relevanten Anlaufstelle zu bestimmten Themen oder einer Branche. Du filterst Artikel zu bestimmten Themen bereits und präsentierst die relevantesten und wichtigsten. Somit ist es Ihnen möglich

eine Reputation in bestimmten Bereichen aufzubauen. Dieser Content muss zuerst einmal gefunden werden. Um ihn zu finden ist ein festgelegter Workflow wichtig.

1. Folgen sie anderen in ihrer Nische und vernetzen Sie sich mit Unternehmen, Kollegen, Beratern, Bloggern und andere relevante Medien
2. Lesen Sie Blogbeiträge anderer Blogger
3. Abonnieren Sie Blogger und News von anderen Webseiten in ihrem Feedreader oder Flipboard. Unterteilen Sie diese in bestimmte Themengebiete.
4. Achten Sie auf Twitter Listen für wichtige Quellen
5. Überprüfen Sie Ihre Content Quellen regelmäßig, teilen Sie Links direkt
6. Nutzen Sie Verzeichnisse und Bookmarkingdienste
7. Nutzen Sie Social Media Monitoring
8. Beachten Sie, was relevantes im Alltag passiert.
9. seien sie in relevanten Foren, Facebook-und LinkedIn Gruppen aktiv und erfahren Sie, was Ihre Zielgruppe beschäftigt

Innerhalb der Firmen sind der Kundenservice, der Vertrieb, das Beschwerdemanagement oder das Account Management relevante Anlaufstellen für Probleme.

Sammeln Sie alles relevante in einem Dokument und kreieren sie eventuell auch eine Postsreihe daraus. Erstellen Sie gute Infografiken oder erarbeiten Sie einen Blogpost.

Fragen Sie bei voll Ohren und Fans nach, was sie bewegt!

Führen Sie Umfragen durch!

Behalten Sie Foren und Facebook-Gruppen im Auge, was die Leute interessiert!

Nutzen Sie die Keywordrecherche, um gefragte Themen herauszufinden!

Stellen Sie selber Fragen als Fan und achten Sie auf die Interaktion von Seiten der Gruppen!