

TANJA LAUB

Communities erfolgreich aufbauen

Ein Einsteigerleitfaden zum Aufbau
engagierter Online-Communities

**KOSTENLOSE
LESEPROBE**

**Kapitel 4: Entwickle deine
Community-Strategie**

Copyright © 2023 Tanja Laub

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Kopien oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung der Autorin reproduziert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Dies gilt sowohl für die digitale als auch für die gedruckte Version.

ISBN: 978-3-9825696-1-1

Imprint: Independently published



4

Entwickle deine

COMMUNITY-STRATEGIE

Eine effektive Community-Strategie ist das Fundament einer erfolgreichen Online-Community. Mit einem gut definierten Plan kannst du sicherstellen, dass deine Community mit den Zielen und Vorgaben deiner Organisation übereinstimmt, die Bedürfnisse der Mitglieder erfüllt und einen Mehrwert für sie schafft. In diesem Kapitel werden wir die wichtigsten Komponenten einer Community-Strategie diskutieren, einschließlich der Festlegung des Zwecks der Community, der Definition deiner Zielgruppe und der Schaffung von Mehrwert. Am Ende dieses Kapitels wirst du über die notwendigen Werkzeuge verfügen, um eine umfassende Strategie für das Wachstum und den Erfolg deiner Community zu entwickeln.

4.1 Finde den Zweck und das Ziel der Community

Der Zweck und das Ziel deiner Community sind eng miteinander verbunden, allerdings gibt es einen subtilen Unterschied zwischen ihnen. Der Zweck befasst sich mit der Motivation oder dem Sinn, der die Mitglieder zusammenbringt und sie dazu inspiriert, sich aktiv zu beteiligen. Das Ziel hingegen bezieht sich auf ein konkretes messbares Ergebnis, das du erreichen möchtest. Das Ziel kann sich im Laufe der Zeit ändern oder angepasst werden, während der Zweck in der Regel beständiger

ist. Beide Aspekte sind entscheidend für deine Community-Strategie und dienen als Fundament, auf dem alle anderen Komponenten aufgebaut sind.

Ausrichtung auf die Ziele der Organisation: Um sicherzustellen, dass deine Community zum Erfolg deiner Organisation beiträgt, ist es wichtig, dass der Zweck und das Ziel der Community mit den Zielen deiner Organisation übereinstimmen. Wenn beispielsweise das Ziel deiner Organisation darin besteht, die Kundenzufriedenheit zu verbessern, könnte der Zweck deiner Community darin bestehen, eine Plattform für Kunden bereitzustellen, auf der sie ihre Erfahrungen austauschen, Fragen stellen und Unterstützung von Gleichgesinnten und Unternehmensvertretern erhalten können. Das Ziel könnte dann sein, die Kundenzufriedenheit um einen bestimmten Prozentsatz zu erhöhen. Für interne Communities könnte das Ziel deiner Organisation darin bestehen, die Mitarbeiterbindung zu verbessern und der Zweck könnte darin bestehen, eine Plattform für den Wissensaustausch, das Zusammenwirken und das Networking unter den Mitarbeitenden bereitzustellen. Das Ziel dieser internen Community könnte dann sein, die Mitarbeiterzufriedenheit um 20% zu erhöhen und die Fluktuation um 10% zu reduzieren.

Obwohl es ideal ist, ein messbares Ziel für die Community zu haben, ist dies nicht immer notwendig. In einigen Fällen kann der Zweck der Community einfach darin bestehen, eine Plattform für den Austausch von Ideen und Erfahrungen bereitzustellen oder eine Community aufzubauen, die um eine gemeinsame Leidenschaft oder Interesse herum entsteht. In solchen Fällen kann der Zweck allein ausreichen, um die Community erfolgreich zu machen, ohne dass ein spezifisches Ziel definiert werden muss. Es ist jedoch immer noch wichtig sicherzustellen, dass der Zweck der Community mit den Zielen und Werten der Organisation übereinstimmt, um sicherzustellen, dass die Community langfristig zum Erfolg der Organisation beiträgt.

Identifiziere wichtige Interessengruppen: Beteilige interne und externe Interessengruppen, um ihre Meinung zum Zweck und den Zielen der Community einzuholen. Ihre Erkenntnisse können dir helfen, die Bedürfnisse und Erwartungen deiner Zielgruppe zu verstehen und Möglichkeiten für deine Community zu identifizieren. Beziehe beispielsweise Marketing-, Vertriebs- und Kundensupport-Teams sowie potenzielle Community-Mitglieder ein, um unterschiedliche Perspektiven darüber zu sammeln, worauf sich deine Community konzentrieren sollte.

Adressiere ein spezifisches Bedürfnis oder Problem: Eine erfolgreiche Community befasst sich oft mit einem bestimmten Bedürfnis oder Problem, mit dem ihre Zielgruppe konfrontiert ist. Identifiziere die Herausforderungen, vor denen deine Zielgruppe steht, und überlege, wie deine Community Lösungen oder Unterstützung bieten kann. Wenn deine Zielgruppe beispielsweise aus Softwareentwicklern besteht, könnte der Zweck deiner Community darin bestehen, einen Raum für sie zu schaffen, um Programmierprobleme zu diskutieren, Ressourcen auszutauschen und an Projekten zusammenzuarbeiten. Das Ziel könnte dann sein, die Produktivität oder den Wissensaustausch unter den Entwicklern zu erhöhen.

Grenze Dich von bestehenden Communities ab: Recherchiere bestehende Communities, die ein ähnliches Ziel verfolgen oder eine ähnliche Zielgruppe bedienen. Finde heraus, was deine Community einzigartig macht, und konzentriere dich auf die Aspekte, die sie von anderen abheben, damit du deinen Mitgliedern etwas Neues und Wertvolles bieten kannst. Deine Community könnte sich beispielsweise auf eine bestimmte Nische innerhalb eines größeren Themas konzentrieren oder durch maßgeschneiderte Inhalte und Aktivitäten ein persönlicheres Erlebnis bieten.

Definiere die gewünschten Ergebnisse: Lege klare und messbare Ergebnisse für deine Community fest, die auf dem Ziel basieren. Diese Ergebnisse können sowohl qualitativ als auch quantitativ sein und sollten dir dabei helfen, den Erfolg und die Auswirkungen deiner Community im Laufe der Zeit zu bewerten. Beispiele für gewünschte Ergebnisse können eine höhere Kundenzufriedenheit, verbessertes Produktfeedback oder ein stärkeres Engagement der Mitarbeitenden sein.

Indem du diese Faktoren sorgfältig abwägst und von bewährten Verfahren lernst, kannst du den Zweck und das Ziel deiner Community finden, die bei deiner Zielgruppe Anklang finden, mit den Zielen deiner Organisation übereinstimmen und das Fundament für eine aktive und erfolgreiche Online-Community legen.

4.2 Definiere deine Zielgruppe

Nachdem du im vorherigen Abschnitt den Zweck der Community festgelegt hast, ist es nun wichtig, die Zielgruppe zu definieren, die das Fundament deiner Community bilden wird.

Um deine Zielgruppe zu definieren, beachte die folgenden Schritte:

Segmentiere dein Publikum: Basierend auf dem Zweck deiner Community solltest du das Publikum in Segmente einteilen, die auf gemeinsamen Merkmale oder Interessen basieren. Zum Beispiel könntest du in einer kundenorientierten Community nach demografischen Merkmalen, Produktnutzung oder Kaufverhalten segmentieren. In einer mitarbeiterorientierten Community könntest du nach Abteilung, Funktion oder Fachgebiet segmentieren.

Recherchiere und analysiere Daten: Sammle und analysiere Daten über deine Zielgruppensegmente, wie demografische Daten, Interessen und Vorlieben, um deren Bedürfnisse und Erwartungen besser zu verstehen. Diese Informationen können bei der Entwicklung von Inhalten, Engagement-Strategien und der Wahl der Plattform für deine Community helfen.

Berücksichtige sowohl demografische Daten wie Alter, Geschlecht, Standort und Bildungsstand als auch psychografische Daten, die Werte, Überzeugungen, Interessen und Lebensstil. Diese Faktoren können stark beeinflussen, wie deine Zielgruppe mit deiner Community interagiert und welche Art von Inhalten sie ansprechend finden. Welche Daten du benötigst, hängt von Zweck und Art deiner Community ab.

Betreibe Marktforschung: Führe Marktforschung durch, um Einblicke in die Vorlieben, Bedürfnisse und Herausforderungen deiner Zielgruppe zu gewinnen. Dazu können Umfragen, Interviews und Fokusgruppen mit Personen gehören, die dem Profil deiner Zielgruppe entsprechen. Diese Informationen sind von unschätzbarem Wert, um deine Community-Strategie zu verfeinern und sicherzustellen, dass sie von der Zielgruppe angenommen wird.

Berücksichtige den Alltag und die digitale Kompetenz: Überlege, wie der Alltag deiner Zielgruppe aussieht, wie viel Zeit sie für die Teilnahme an der Community hat und wie vertraut sie mit den digitalen Werkzeugen ist. Möglicherweise musst du die Funktionen, Kommunikationskanäle und Inhaltsformate deiner Community an ihren Tagesablauf und technischen Fähigkeiten anpassen.

Starte mit einer Kerngruppe: Versuche nicht sofort ein großes Publikum anzusprechen, sondern konzentriere dich darauf, eine Kerngruppe engagierter und motivierter Mitglieder aufzubauen. Diese Kerngruppe kann dir helfen, das Wertversprechen deiner Community zu verfeinern, eine starke Kultur zu schaffen und attraktive Inhalte zu entwickeln. Wenn die Community wächst, wird diese Kerngruppe als Botschafter fungieren, die Community fördern und neue Mitglieder anziehen.

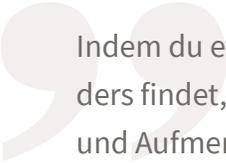
Wenn du zum Beispiel eine Community für Kunden eines Softwareprodukts aufbaust, könnte deine Kerngruppe aus Power-Usern bestehen, die wertvolles Feedback geben und anderen Mitgliedern bei ihren Fragen helfen können. In einer auf Mitarbeitende ausgerichteten Community könnte deine Kerngruppe aus einer Mischung von erfahrenen Mitarbeitenden und Neulingen bestehen, die Wissen und bewährte Praktiken austauschen und gemeinsam an neuen Ideen arbeiten können.

Die Definition deiner Zielgruppe ist ein wesentlicher Schritt, um eine erfolgreiche und nachhaltige Community zu entwickeln. Indem du die Bedürfnisse und Vorlieben deiner potenziellen Mitglieder verstehst, gründliche Recherchen durchführst, ihren Alltag berücksichtigst und mit einer engagierten Kerngruppe von Mitgliedern beginnst, kannst du eine Community schaffen, die ihren Mitgliedern einen Mehrwert bietet und die Ziele deiner Organisation erreicht.

4.3 Schaffe einen Mehrwert für deine Community

Nachdem du den Zweck deiner Community festgelegt und deine Zielgruppe identifiziert hast, besteht der nächste Schritt darin, Mehrwerte für deine Mitglieder zu schaffen. Eine erfolgreiche Community ist eine, die ihren Mitgliedern stets einen einzigartigen Mehrwert bietet und so Engagement, Vertrauen und Loyalität fördert.

Ein außergewöhnlicher Mehrwert für deine Community-Mitglieder ist entscheidend, da er deine Community von anderen Bezugsquellen an Informationen und Unterstützungen abhebt.



Indem du etwas anbietest, das deine Zielgruppe nirgendwo anders findet, ermutigst du sie, ihre kostbarsten Ressourcen – Zeit und Aufmerksamkeit – in deine Community zu investieren. Dieses einzigartige Wertversprechen ist das, was langfristiges Engagement und Loyalität antreibt.

Um Mehrwerte für deine Community-Mitglieder zu schaffen, solltest du die folgenden Strategien in Betracht ziehen:

Stimme die Mehrwerte auf den Zweck der Community ab: Stelle sicher, dass der von dir angebotene Wert mit dem Zweck deiner Community und den Bedürfnissen deiner Zielgruppe übereinstimmt. Wenn es beispielsweise der Zweck deiner Community ist, Unterstützung für Kunden zu bieten, die ein bestimmtes Produkt verwenden, konzentriere dich darauf, wertvolle Ressourcen wie Tutorials, Anleitungen zur Fehlerbehebung und Expertenratschläge bereitzustellen.

Biete exklusive Vorteile an: Biete den Mitgliedern Zugang zu exklusiven Inhalten, Veranstaltungen oder Möglichkeiten, die sie sonst nirgendwo finden. Dazu gehören beispielsweise der frühzeitige Zugang zu Produktaktualisierungen, Einladungen zu Webinaren, die nur für Mitglieder zugänglich sind, oder persönliche Unterstützung von Experten in deinem Unternehmen.

Ermutige zum Wissensaustausch: Fördere eine Kultur des Wissensaustauschs in deiner Community, indem du Mitglieder ermutigst, Fragen zu stellen, Erfahrungen auszutauschen und anderen Unterstützung anzubieten. Diese kooperative Umgebung kommt nicht nur den einzelnen Mitgliedern zugute, sondern hilft auch deiner Organisation, wertvolle Erkenntnisse zu gewinnen, Trends zu erkennen und neue Ideen zu entwickeln.

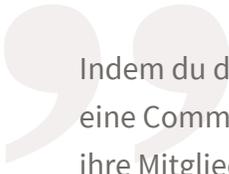
Erstelle qualitativ hochwertige Inhalte: Erstelle relevante, ansprechende und informative Inhalte, die den Bedürfnissen und Interessen deiner Zielgruppe entsprechen. Dies können Blogbeiträge, Webinare, Videos, Infografiken oder Podcasts sein. Qualitativ hochwertige Inhalte bieten nicht nur einen Mehrwert für deine Mitglie-

der, sondern helfen auch dabei, deine Community als glaubwürdige und vertrauenswürdige Informationsquelle zu etablieren.

Erleichtere die Vernetzung und den Aufbau von Beziehungen: Ermutige die Mitglieder, sich miteinander zu vernetzen und Beziehungen untereinander aufzubauen. Dies kann durch die Organisation regelmäßiger Veranstaltungen, die Einrichtung von Diskussionsforen oder Untergruppen auf der Grundlage gemeinsamer Interessen oder durch die Implementierung von Funktionen, die die Interaktion fördern, erreicht werden.

Kontinuierliche Verbesserungen und Anpassungen: Hole regelmäßig Feedback von deinen Mitgliedern ein und nutze diese Informationen, um die Angebote, Funktionen und die Engagement-Strategien deiner Community zu verbessern. Sei offen für Anpassungen und experimentiere mit neuen Ansätzen, um sicherzustellen, dass deine Community für ihre Mitglieder relevant und wertvoll bleibt.

Stärke deine Kerngruppe: Nutze das Wissen und die Begeisterung deiner Kerngruppe von Mitgliedern, um das Engagement zu fördern und einen Mehrwert für die Community zu schaffen. Sie können dabei helfen, Inhalte zu erstellen, anderen Mitgliedern Unterstützung zu bieten und für die Community in ihren Netzwerken zu werben.



Indem du dich auf diese Strategien konzentrierst, kannst du eine Community schaffen, die echten und einzigartigen Wert für ihre Mitglieder bietet und so ein Gefühl von Zugehörigkeit, Loyalität und Zufriedenheit fördert. Dies trägt wiederum zum Gesamterfolg und zur Nachhaltigkeit deiner Community bei und hilft dir, die Ziele deiner Organisation zu erreichen und ihren Ruf zu verbessern.



Impressum

Herausgeberin:

Tanja Laub

Walkabout Media

Digitale Konzepte & Beratung

Neugasse 42

66646 Marpingen

www.walkaboutmedia.de

**Workshops, Beratung , Online-Selbstlern-
kurse und Ask Me Anything Community
Management**

www.communitymanagement.de

Abonniere den Newsletter: Best Practices
von erfolgreichen Communities, effektive
Strategien im Community Management
und hilfreiche Ressourcen für den Commu-
nity-Aufbau

[www.communitymanagement.de/
newsletter](http://www.communitymanagement.de/newsletter)

Gestaltung

a little style Kreativbüro | Anja Rickert

www.alittlestyle.de