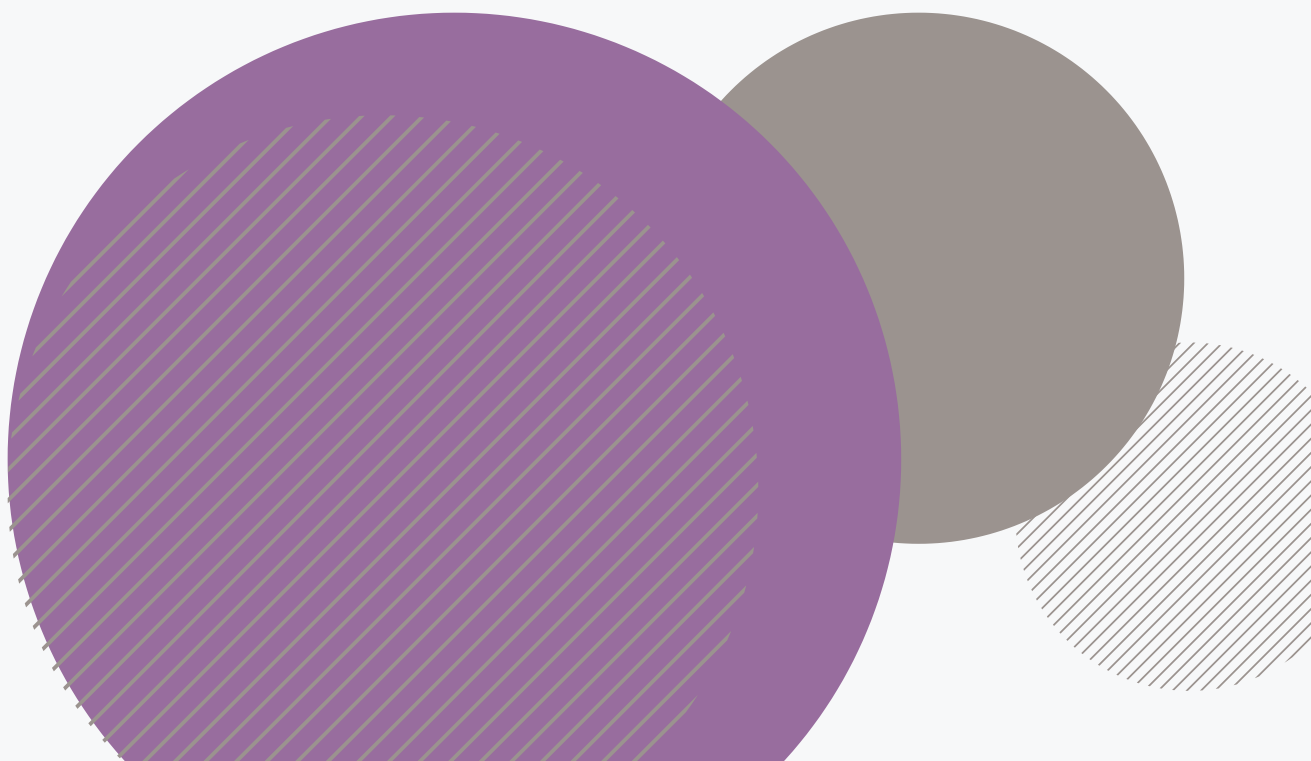


Walkabout Media
DIGITALE KONZEPTE & BERATUNG

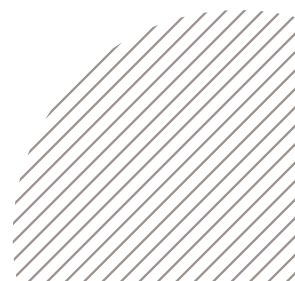
Community Management

DIE PARTYCHECKLISTE



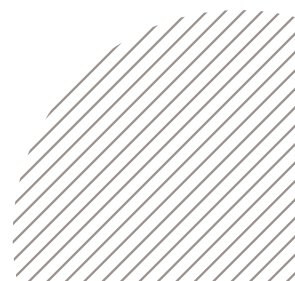
PARTYVORBEREITUNG**STRATEGISCHES
COMMUNITY KONZEPT**

Check	Grund der Veranstaltung	Das Ziel	Notizen
	Was ist das Ziel für die Veranstaltung?	Was soll mit der Community erreicht werden? Wie trägt dieses Ziel zum Unternehmensziel bei?	
	Was sollen die Gäste auf der Veranstaltung tun?	Welche Erwartung bestehen an die (zukünftigen) Community Mitglieder?	
	Was erwarten die Gäste von der Party?	Was erwarten (potenzielle) Mitglieder von der Community?	
Check	Die Gäste	Die Zielgruppe	Notizen
	Wer sind die Gäste? Wer soll teilnehmen?	Wer gehört zur Zielgruppe? An wen richtet sich die Community?	
	Wer gehört nicht zu den Gästen? Wer soll nicht teilnehmen?	Wer ist nicht Teil der Zielgruppe?	
	Welche Gemeinsamkeiten haben die Gäste? Je mehr sie gemeinsam haben, umso mehr Themen haben sie für einen Austausch.	Welche Gemeinsamkeiten hat die Zielgruppe? Je stärker die Gemeinsamkeiten sind, desto stärker ist auch die Verbindung innerhalb der Zielgruppe.	
	Was interessiert sie am Thema der Veranstaltung?	Was genau ist der Mehrwert für die Zielgruppe? Wenn der Mehrwert stimmt, werden die späteren Mitglieder auch Zeit in der Community verbringen und sich aktiv einbringen.	



Check	Die Gäste	Die Zielgruppe	Notizen
	Worüber erfahren die Gäste weitere Details zur Veranstaltung? Welche Kommunikationswege werden genutzt?	Welche Kommunikation eignet sich für (potenzielle) Mitglieder? Wie werden sie mit Informationen versorgt und ist dies in einem OnBoarding-Programm hinterlegt worden?	
	Gibt es ein Thema für die Veranstaltung? Ein Motto oder ein Anlass?	Was ist das verbindende Element der Community? Das gleiche Unternehmen? Die gleichen Interessen?	
	Womit werden die Gäste animiert, an der Veranstaltung teilzunehmen? Was aktiviert und motiviert sie?	Was sind die Motivationsfaktoren der Mitglieder, um dabei sein zu wollen?	
	Darf nur mit einer Einladung eingetreten werden? Müssen die Gäste bestimmte Kriterien erfüllen oder Nachweise erbringen?	Ist die Community für einen bestimmten Kreis oder öffentlich für alle Interessierte?	

Check	Die Einkaufsliste	Die Ressourcenplanung	Notizen
	Welche Möglichkeiten stehen zur Verfügung?	Welche vorhandenen Ressourcen (im Unternehmen) können genutzt werden?	
	Welches Budget ist geplant?	Welches Budget steht zur Verfügung?	
	Welche Ressourcen fehlen? (z.B. Catering, Technik, Security)	Welche Ressourcen fehlen? (z.B. IT, Rechtsberatung, Community Manager:in)	
	Welche Partner können akquiriert werden? (z.B. Presse, Werbepartner)	Welche Partner können gewonnen werden? (z.B. verwandte Communities, Fachexperten als Autor:innen oder Berater:innen)	



Check	Die Location	technische Plattform	Notizen
	Findet die Party in einer eigenen Location statt oder nutzen sie eine fremde Location?	Wird eine eigene Plattform verwendet oder eine Plattform, auf der mehrere Communities stattfinden?	
	Ist das Veranstaltungsgelände öffentlich für jede:n sichtbar?	Ist die Community öffentlich sichtbar oder nicht? Welcher Modus unterstützt den Zweck der Community besser?	
	Wie gut erreichbar ist sie für die Teilnehmenden? Benötigen die Teilnehmenden eine Anfahrtsbeschreibung, um diese sicher zu finden?	Wie finden die Mitglieder den Weg zur Community und welche Informationen benötigen sie? Erhalten sie Tool Tipps oder eine E-Mail-Serie, um den neuen Mitglieder die Community vorzustellen und sie schnell in die Community zu integrieren?	
	Was ist bei der Location wichtig? (z.B. zentrale Lage, gute Infrastruktur)	Welche Kriterien muss die Plattform erfüllen? (z.B. Server in Deutschland)	
	Was muss die Location an Ausstattung haben?	Welche Funktionalitäten werden für die Zielerreichung benötigt?	
Check	Das Programm	Content Strategie	Notizen
	Wie können die Gäste miteinander bekannt gemacht werden? Wie kann dies bei der Veranstaltung umgesetzt werden?	Sind der Austausch und das Netzwerken im Vordergrund der Community? Welche Aktivitäten unterstützen die Mitglieder dabei?	



Check	Das Programm	Content Strategie	Notizen
	Soll es Vorträge geben? Oder werden einzelne Themen erst vor Ort geplant?	Sollen Vorträge stattfinden? Welche Aktionen und Events werden angeboten? Steht Wissensvermittlung im Vordergrund der Community? Wie kann dies aufbereitet werden? Wie wird mit Beiträgen aus der Community umgegangen?	
	Braucht die Veranstaltung ein Programm (mit Vorträgen oder Lesungen?)	Welche Bereiche können im Redaktionsplan bereits eingeplant werden?	
	Wird Live-Musik oder Hintergrundmusik beispielsweise für ein Dinner benötigt?	Soll es abwechslungsreiche (oder auch lustige) Communityaktionen geben, die immer mal eingespielt werden?	
	Unterschiedliche Gäste benötigen eine unterschiedliche Ansprache.	Bei der Kommunikation ist die Unterscheidung in neue Mitglieder und Experten der Community wichtig.	
Check	Der Dresscode	Selbstverständnis	Notizen
	Welcher Dresscode ist angemessen für die Party?	Welches Selbstverständnis und welche Werte gelten für die Community?	
	Welche Umgangsformen gelten und was passiert mit Gästen, die sich nicht daran halten?	Haben Sie eine Netiquette festgelegt und auch notiert, was bei Verstößen passiert?	



DER GROSSE TAG

DER COMMUNITY BETRIEB

Check	Willkommen	On-Boarding	Notizen
	Jeder Gast sollte persönlich begrüßt werden. Dazu müssen die Gäste wissen, an wen sie sich bei Fragen wenden können. Auch das Zurechtfinden, zum Beispiel das Auffinden der Toilette sorgt dafür, dass die Gäste sich willkommen fühlen.	Wie werden die neuen Mitglieder begrüßt? Welche Infos erhalten sie? Hierbei unterstützt die Entwicklung eines OnBoarding-Programms. Dabei sollte der Community Manager stets ansprechbar sein und vielfältige Kontaktmöglichkeiten bieten.	
	Durch die Vorstellung von Personen mit ähnlichen Interessen, steht niemand alleine in einer Ecke.	Eine Vernetzung von Mitgliedern mit gleichen Interessen und Themenschwerpunkten unterstützt die Community.	
Check	Wohlfühlatmosphäre	Community Dialog	Notizen
	Zu einer guten Party gehören gute Gespräche, die in Gang bleiben sollten. Die Gäste sollen sich stets gut unterhalten fühlen.	Aktives Zuhören und stetige Interaktion mit den Mitgliedern fördert den Dialog. Auch die direkten Ansprache einzelner Mitglieder und abwechslungsreicher Content unterstützen den Austausch.	
	Für eine gute Atmosphäre hilft lächeln und das Verbreiten von guter Laune, auch wenn einem vielleicht gerade nicht danach ist.	Als Community Manager hilft Freundlichkeit, auch wenn es manchmal schwer fällt. Es steht stets die Rolle des Gastgebers/der Gastgeberin im Vordergrund.	
	Auch bei Problemen ist die Suche nach Lösungen das wichtigste Ziel.	Ansprechbarkeit für die Mitglieder und das Angebot an vielfältigen Kontaktmöglichkeiten erleichtert den Austausch.	
	Wie werden die Gäste auf die Veranstaltung aufmerksam?	Wie erfahren potenzielle Mitglieder von der Community? Welche Marketingmaßnahmen unterstützen?	



Check	Wohlfühlatmosphäre	Community Dialog	Notizen
	Welche Vorlieben, Allergien und Abneigungen haben die Gäste? Womit beschäftigen sie sich?	Welche Themen interessieren die Community Mitglieder? Was mögen sie und was nicht? Wo liegen die gleichen Interessen der Mitglieder?	
Check	Unterstützung im Service	Moderator:innen	Notizen
	Wird Unterstützung beim Catering oder hinter der Bar benötigt?	Werden weitere Moderator:innen in der Community benötigt? Welche Kriterien müssen diese erfüllen. Dabei unterstützt die Entwicklung eines Moderationsleitfadens.	
	Wer wird genau für welche Aufgaben benötigt.	Nach welchen Kriterien werden die Moderator:innen ausgewählt?	
Check	Die Stammgäste	Super-Nutzer	Notizen
	Einige Gäste kommen zu jeder Veranstaltung und sind die treuesten Fans.	Wer sind die Super-Nutzer?	
	Was definiert die Stammgäste und wie können diese Gäste auf besondere Art und Weise behandelt werden?	Wie können die Super-Nutzer noch mehr unterstützt und an die Community gebunden werden? Dabei hilft die Entwicklung eines SuperNutzer Programms bzw. eines Guide-Programms.	

Notizen





Walkabout Media
DIGITALE KONZEPTE & BERATUNG

**Netzwerke aufbauen.
Dialoge fördern.
Beziehungen stärken**

Tanja Laub

hallo@walkaboutmedia.de
www.walkaboutmedia.de
www.communitymanagement.de

