

BE SOCIAL!

Mit Community Management auf Social Media
die richtigen Zielgruppen erreichen & begeistern.

SOCIAL TALES

2025

VORTEILE VON COMMUNITY MANAGEMENT

**Marktforschung &
Innovation**

**Marketing, Branding,
Image &
Markenbekanntheit**

Kundenbindung

Kundensupport

**Unterstützungssystem in
Krisen**



VORTEILE VON COMMUNITY MANAGEMENT

- **Marktforschung & Innovation:** z.B. Feedback aus der Community zu Produkten, Dienstleistungen, Bedürfnissen und Wünschen, Marktpotenzial. Und: Integration der Community in den Innovationsprozess für eine bessere Marktakzeptanz.
- **Marketing, Branding, Image & Markenbekanntheit:** z.B. macht die Marke greifbar, Community-Mitglieder können zu Botschaftern werden, die weitere Mitglieder anziehen, aktive Communities können UGC liefern, was die Produktionskosten senken kann
- **Kundenbindung:** z.B. kann die Community die Kundenbindung und die Retentionsrate erhöhen, einfach den Kundenlebenszyklus maximieren.
- **Kundensupport:** z.B. mit Peer-to-Peer-Support erhalten Mitglieder schnell(er) Hilfe für ihre Probleme, wenn Mitglieder sich gegenseitig helfen; außerdem werden die Kosten für das Unternehmen reduziert
- **Unterstützungssystem in Krisen:** z.B. Schutzwall bei Shitstorms durch lokale Community-Mitglieder

Checkliste: Erfolgsfaktoren für Community Management

Konsistenz

Schnelligkeit

Empathie

Aktives Zuhören

Dialog & Interaktion

Spaß & Proaktivität

**User-zentrierter
Mehrwert**

Grenzen

Self care

Checkliste: Erfolgsfaktoren für Community Management

Konsistenz

(Alle Kommentare, Nachrichten & Feedback beantworten)

Schnelligkeit

(Innerhalb 1 bis max. 4 Stunden antworten)

Empathie

(Es geht nicht um's Recht haben, sondern um Zuhören, Wertschätzen und Lösungen anbieten)

Aktives Zuhören

(Kein Verurteilen; aus Feedbacks lernen und proaktiv zur Weiterentwicklung nutzen)

Dialog & Interaktion

(Mit richtigem Content & Gesprächsbereitschaft Beziehungen aufbauen)

Spaß & Proaktivität

(Community darf Spaß machen – für die Mitglieder und die Betreibenden)

User-zentrierter Mehrwert

(Bedürfnisbefriedigung der Mitglieder muss an erster Stelle stehen)

Grenzen

(Community Mitglieder müssen Grenzen kennen)

Self care

(Community Management kann ein Knochenjob sein – Erholung muss gewährleistet werden)

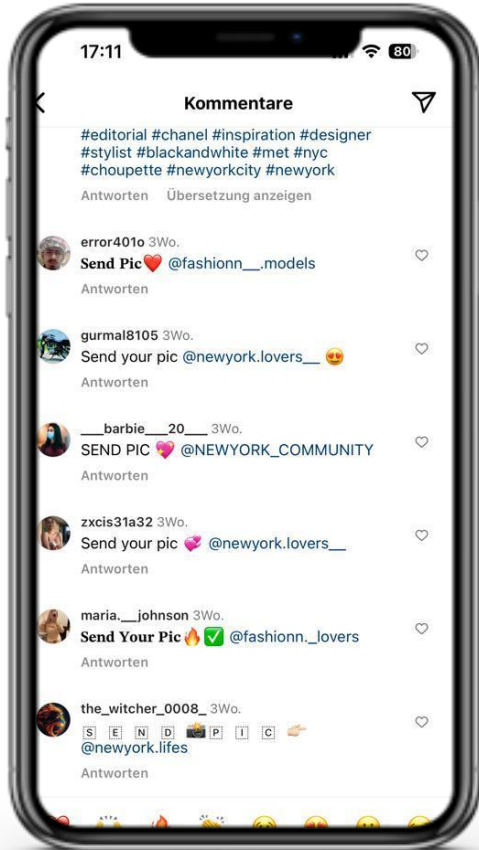
Erfolgsfaktoren für Community Management

- **Konsistenz:** u.a. alle Kommentare, Nachrichten & Feedbacks beantworten – gute wie konstruktive Rückmeldung. Achte außerdem auf Konsistenz in Tonalität, d.h. gleiche Art der Anrede und Abbinder.
- **Schnelligkeit:** u.a. beantworte alles innerhalb 1 bis max. 4 Stunden. Falls du noch nicht die finale Lösung hast, dann antworte zumindest, dass du gerade an einer Lösung für die Person arbeitest.
- **Empathie:** Es geht nicht um's Recht haben, sondern um Zuhören, Wertschätzung und Lösungen anbieten. Bleibe immer höflich. Aggression führt meistens nur zu größerem Echo.
- **Aktives Zuhören:** Kein Verurteilen! Lerne aus dem Feedback deiner Community und nutze es proaktiv zur Weiterentwicklung. Entwickle einen Workflow z.B. mit dem Produktteam, um Ideen weiterreichen zu können.
- **Dialog & Interaktion:** Dialog und Gesprächsbereitschaft führt zu mehr Interaktionen – das führt zu mehr Reichweite vom Algorithmus und gleichzeitig zu verbesserter Beziehung zu deinen Community Mitgliedern (und wiederum zu mehr Interaktionen).

Erfolgsfaktoren für Community Management

- **Spaß & Proaktivität:** u.a. nutze GIFs, Memes oder Emojis für unterhaltsamen Dialog mit deiner Community, um sie zum lachen/schmunzeln zu bringen. Halte immer den Dialog am laufen, wie ein gutes Gespräch. Kommentiere auch auf anderen Accounts.
- **User-zentrierter Mehrwert:** Liefere zur richtigen Zeit den richtigen Content an deine Community. Content ist das Einfallstor für Community, d.h. du brauchst ein Verständnis von deiner Zielgruppe und welcher Content sie aktiviert. Wichtig: Content muss immer Mehrwert für deine Community bringen, d.h. Information, Unterhaltung oder Inspiration.
- **Grenzen:** Du musst einzelne Community Mitglieder in die Schranken weisen können, wenn sie gegen deine Regeln verstoßen. Dafür brauchst du sichtbare Community Guidelines, auf die du im Zweifelsfalls verweisen kannst.
- **Self Care:** v.a. bei Phasen mit viel kritischem Feedback oder während eines Shitstorms ist es wichtig, dass du auf dich und dein Team achtest. Mache ggfs. eine kurze Arbeitspause vom Community Management, um dich zu erholen und neue Kraft zu tanken.

Checkliste: Die Lebensversicherung für Community



Social Media Guideline:

Erwartetes Verhalten + verbotenes Verhalten + Sanktionen

- **Verbot von Belästigung, Missbrauch, Mobbing, Hassreden und Beschimpfungen.**
- **Verstöße gegen das Urheberrecht oder geistiges Eigentum, illegale Aktivitäten**
- **Jegliche Belästigung oder hasserfülltes Verhalten, einschließlich Diskriminierung, Hassreden, Mobbing oder gezielte Angriffe**
- **Nachahmung von anderen Nutzern**
- **Spams, Eigenwerbung und Betrug**
- **Sexuelle Inhalte oder Nacktheit, jede Art von gewalttätigem Verhalten: extreme Gewalt, grafische Gewalt, Drohungen, Grausamkeit, Obszönität**
- **Schädigung anderer oder böswilliges Verhalten**

From Sarah with Love!

Sarah Sunderbrink

Social Media Expertin, Beraterin, Autorin, Trainerin & Speakerin

Gründerin von SocialTales

Melde dich bei mir für noch mehr Learnings & Checklisten:

- ☐ **Code of Conduct**
- ☐ **Community Personality entwickeln**
- ☐ **Antwortvorlagen & Text-Beispiele**
- ☐ **Erfolg von Community messen (Experimental-Studie & KPIs)**



Connecten &
Add-Ons anfragen

