

# Der Community Manager

So bauen Sie interaktive Beziehungen  
zu Ihren Kunden systematisch auf!

So stellen Sie Schritt für Schritt den Erfolg  
Ihrer Community sicher:

## Community-Konzepte und -Strategien erstellen

- Organisationsstrukturen, Ressourcen und Potenziale verknüpfen
- Kundenbindungsstrategien und -kampagnen richtig nutzen
- Communities im Marketing-Mix optimal einbinden

## Aktives Beziehungsmanagement leben

- Bedürfnisse der Kunden erkennen und nutzen
- Inhalte richtig gestalten und Zusatznutzen aufbauen
- Communities lebendig halten:  
Die 9 Schlüsselfaktoren

## Technik und Tools richtig einbinden

- Weblogs, Vod- und Podcastings richtig einsetzen
- Kontinuierliche Optimierung:  
Welche Neuerungen gibt es?
- Erfolge mit richtigen Kennzahlen messen und Risiken bannen

### Ihre Ziele:

- ✓ Kreative Konzepte entwickeln!
- ✓ Neue Mitglieder gewinnen!
- ✓ Kunden im Web binden!

Ihre Community-Expertinnen:

Dr. Manfred Langen  
Siemens AG

Prof. Klaus Oestreicher  
The University of Worcester

### Best Practise:

Einsatz von Social-Software –  
Konzepte & Besonderheiten bei  
der Siemens AG

Ihr persönlicher Mehrwert:

Management Circle Fachzertifikat  
„Der Community Manager“  
ausgestellt von Management Circle  
und den Web Community-Experten

Ihr Termin:  
25. und 26. Februar 2010 in Frankfurt/M.

Hoher Lernerfolg  
durch begrenzte  
Teilnehmerzahl!

  
**MANAGEMENTCIRCLE**<sup>®</sup>  
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Melden Sie sich jetzt an! Telefon-Hotline: 0 61 96/47 22-700

## Passende Konzepte entwickeln und Umsetzungsstrategien festlegen

Ihr Seminarleiter:

Prof. Klaus Oestreicher

Professor für International Business, **The University of Worcester**, Worcester

Empfang mit Kaffee und Tee;  
Ausgabe der Seminarunterlagen **ab 8.15 Uhr**

### 9.00 Herzlich willkommen!

- Begrüßung durch den Seminarleiter
- Kurze Vorstellungsrunde
- Thematischer Überblick und Abstimmung mit Ihren Erwartungen als Teilnehmer

### Der Community Manager - Herausforderungen, Aufgaben und Integration im Marketing-Mix

- Aufgabenstellung des Community Managers
- Management versus Selbstorganisation
- Communities und Kundenbindung im Marketing-Mix
- Kundenbindungsstrategien durch Community Manager
  - Kundenbindung im Marketingprozess
  - Kundenbindungsstrategien
  - Kundenbindung und Customer Lifetime Value
- Der Community Manager in Online-Kampagnen
  - Marketing- und Werbeziele bei Crossmedia-Kampagnen
  - Online-Kampagnen als Baustein der Gesamtkampagne
  - Besonderheiten des Community-Managements bei Online-Kampagnen
- Optimale Einbindung des Community Managers ins Geschäftsmodell
  - Erlösquellen von Communities
  - Grenzen der Refinanzierung und Vermarktbarkeit
  - Communities als Beispiel des Pull-Marketings

11.00 Kaffee- und Teepause

### 11.30 Entwicklung und Optimierung eines zielgerichteten Community-Konzepts

- Die Idee oder das bestehende Produkt als Ausgangspunkt
- Communities in virtuellen und realen Welten (Praxisbeispiel: Die Miele-Community)
- Organisationsstrukturen, Ressourcen und Entwicklungsperspektiven
- Struktureller Aufbau einer Community: Welche Features sollte eine Community angeboten bekommen, um interessant zu werden und zu bleiben?

13.00 Gemeinsames Mittagessen

### 14.00 Aufbau und Implementierung von Web-Communities

- Fördern Sie Ihre Key-Player
  - Die Gesetze der Gruppendynamik: Navigatoren und Moderatoren
  - Recompensation-Programme für erfolgreiche Mitglieder
  - Das Stakeholder-Konzept
- Weblogs, Vodcasts und Podcasts – Alternativen oder nur sinnvolle Ergänzungen?
  - Strategien und Taktiken um Trends pro-aktiv zu nutzen
  - Mehr als Add-ons
- Werbung von Community-Mitgliedern: Praxisbeispiel die Stabilo „toonity“ Community

15.30 Kaffee- und Teepause

### 16.00 Der Community Manager als Wertschöpfer

- Zukunftsorientiertes Management in der Hand der Marketer
- Communities als Wertevermittler
- Reduzierung von Risiken unkontrollierbarer Webkommunikation

### Herausforderungen des Pre- und After-Sales

- Chance audiovisueller, interaktiver Wertevermittlung – Reale Kundenversprechen
- Chance echten Feedbacks – Der Self-Learning Quality-Circle

### Welche Risiken bestehen in einer Community?

- Typische Stolpersteine und Herausforderungen
- Wie können Konflikte gelöst werden?

### 17.00 Antworten auf neue Herausforderungen bei der Siemens AG

- Web 2.0 – Communities auf dem Vormarsch
- Social-Software – Merkmale und Konzepte
- Die Rolle des Nutzers im Zeitalter der Partizipation
- Weblogs als Werkzeug zum dezentralen Wissensmanagement
- Nutzungsszenarien von Wikis
- Transparenz und Open-Peer-Review
- Erfolgsfaktor Usability

Dr. Manfred Langen  
Program Manager Knowledge Management,  
**Siemens AG**, München

18.15 Zusammenfassung des ersten Seminartages und Klärung offener Fragen

18.30 Ende des ersten Seminartages und anschließendes Get-Together



# Die Bedürfnisse der Kunden erkennen und mit der Community erfolgreich bedienen

Ihr Seminarleiter:

Prof. Klaus Oestreicher

Professor für International Business, **The University of Worcester**, Worcester

### 9.00 Es geht weiter!

- Klärung offener Fragen vom Vortag
- Überleitung zu den Themen des zweiten Seminartages

### Bedürfnisse der Kunden erkennen und nutzen

- Die drei bedeutenden Kapitalgeber
  - Humankapital nutzen
  - Beziehungskapital fördern
  - Strukturelles Kapital entwickeln
- Das Konzept des Empowered Consumers
  - Chance und Risiko – Zwei Gesichter der „Macht“
- Das Prosumer-Konzept
  - Erkennen was der Kunde wirklich will
  - Vom Massen- zum Individualprodukt
- Passive Konsumenten aus Ihrer Anonymität holen
  - Ein Mittel gegen Cocooning
  - Transparenz, Moral und Ethik als Grundlagen von Vertrauen
  - Attraktivität und reale Kundenvorteile vermitteln

10.30 Kaffee- und Teepause

### 11.00 Vertrauen und Loyalität schaffen: Community-Mitglieder binden

- Moderierte und unmoderierte Chatforen
- Audience Development
  - Inhalte spannend, informativ und interaktiv gestalten
  - Mikro- und 1:1-Kommunikation -B2B, B2C, P2P/C2C & C2B
- Per Networking Economy wertvolle Zusatznutzen gestalten und anbieten
  - Cross-kommunikative Modelle im Sinne des Partnerschaftsmarketings
- Praxisbeispiele: Die Lego-Community und nikonians.org
- Umgang mit Querulanten und Stressmachern
  - Appeasement-Strategien
- Two-Way Symmetric Communication

### Weiterentwicklung – Communities lebendig halten!

- 9 Schlüsselfaktoren zum Erfolg
- 3 Key-Treiber

13.00 Gemeinsames Mittagessen

### 14.00 Controlling: Wichtige Kennzahlen zur Erfolgsmessung und -steuerung

- Einführung in Monitoring & Evaluation:
- Messbar machen, was messbar ist
- Die richtigen Kennzahlen erstellen

### Trends und Ausblick

- Tools der Zukunft
  - Was wird Internet 2.0 bringen und verändern
  - Vom Worldwide Web zum Worldwide Grid
  - Der Einsatz virtueller Mitarbeiter – iBot2000 und die Zukunft der Avatare
- Der Permanent Change und die Auswirkungen auf das Konsumentenverhalten
- Medienkonvergenz – Chancen und Risiken
- Das Familienevent Community
- Kann eine Business-Community persönliche Kontakte ersetzen?

16.30 Zusammenfassung der Seminarinhalte und Gelegenheit für Ihre abschließenden Fragen

### 17.00 Abschlussprüfung:

Ihr persönlicher Mehrwert: Nach erfolgreicher Abschlussprüfung erhalten Sie das Management Circle Fachzertifikat: „Der Community Manager“  
Die Themen der zwei Tage werden im Rahmen eines Multiple-Choice-Tests geprüft. Innerhalb von vier Wochen erhalten Sie das Ergebnis und Ihr Zertifikat „Der Community Manager“.

17.30 Ende des Seminars

### Get-Together

Ausklang des ersten Tages in informeller Runde.

**Management Circle** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit Referenten und Teilnehmern!

### Stimmen zu Management Circle Seminaren

*„Sehr informative Veranstaltung, ich konnte viele Anregungen für meine tägliche Arbeit mitnehmen.“*  
*„Abwechslungsreich und praxisorientiert – eine gute Mischung aus Theorie und Praxis.“*

**„In der Zukunft wird es Community-Manager innerhalb der Marketing-Abteilungen geben müssen. Das Brand Management muss mit dem Kunden verlinkt werden.“**

(G. du Gardier, New Media-Manager Ferrero in GFM Nachrichten)

Als Verantwortlicher für die Web Community Ihres Unternehmens müssen Sie über Marketing-Know-how verfügen, ein Gespür für die Erwartungen Ihrer Kunden besitzen und journalistisches Können beweisen. Ihr Ziel ist es, ein professionelles Beziehungsmanagement zu Ihren Kunden aufzubauen, um so die Umsätze aus dem On- und Offline-Geschäft Ihres Unternehmens anzukurbeln.

### Transparenz zeigen und Vertrauen schaffen!

Mit einer aktiven Web Community erhöhen Sie die Umsätze Ihres Online-Shops und die Clicks auf Ihrer Webseite. Sie fördern Empfehlungsprozesse zwischen Ihren Kunden und lernen mehr über die Interessen, Bedürfnisse und Wünsche Ihrer Community-Mitglieder und Kunden.

Eine gut konzeptionierte Community schafft einen echten Mehrwert für Ihre Kunden und verschafft Ihnen so klare Vorteile gegenüber dem Wettbewerb.

### Mitglieder gewinnen & binden

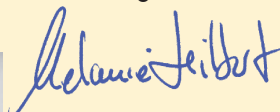
Als Community Manager stehen Sie vor der Aufgabe, ein Konzept für eine funktionierende Community zu entwickeln, sie im Unternehmen zu implementieren und durch aktive Mitglieder zum Leben zu erwecken. Dafür müssen Sie lebendige, professionelle und wettbewerbsfähige Inhalte präsentieren. Ihre Community muss zum Geschäftsmodell Ihres Unternehmens passen, damit sich Mitarbeiter wie auch Kunden schnell und unkompliziert darin wiederfinden. Nutzen Sie dieses Intensiv-Seminar und informieren Sie sich bei erfahrenen Experten über Erfolgsfaktoren und Umsetzungsschritte im Community-Management!

### Ihr besonderes PLUS

Profitieren Sie vom Praxisbericht der **Siemens AG** und zahlreichen anderen Erfolgsbeispielen. Hören Sie, was Ihre Wettbewerber umsetzen und welche Beispiele sich zum **Benchmarking** eignen.

### Sie haben noch Fragen? Gerne!

Rufen Sie mich an oder schreiben Sie mir eine E-Mail. Gerne berate ich Sie persönlich und beantworte Ihre Fragen zur Veranstaltung.



**Melanie Hilbert**

Senior Konferenz Managerin

Tel.: 0 61 96/47 22-630

E-Mail: hilbert@managementcircle.de

### Dr. Manfred Langen

konzipiert und leitet seit 1996 Projekte im Bereich Knowledge Management (KM) unter Einsatz von Intranet-Technologien bei der **Siemens AG** in München. Neben den organisationsweiten KM-Applikationen (Yellow Pages, Intranet-Portal, etc.) bildet das kooperative Arbeiten in virtuellen Teams und Communities of Practice einen Schwerpunkt. Dr. Manfred Langen promovierte an der RWTH Aachen im Bereich des Software-Engineering von Benutzerschnittstellen. Er ist seit 1991 Mitarbeiter der Zentralabteilung Technik der Siemens AG. In der Zeit von 1993-1996 hat er im Innovationscenter für I&K-Technologien an Unternehmensstrategien im Themengebiet Multimedia mitgewirkt und zahlreiche damit verbundene Projekte betreut. Als Program Manager verantwortet er ein Themenportfolio mit den Schwerpunkten Collaboration, Informationsstrukturierung und semantische Suche, KM-Strategieberatung sowie Social Networking. Daneben ist Dr. Langen im Vorstand des Arbeitskreises Knowledge Engineering & Management der BITKOM.

### Prof. Klaus Oestreicher

wurde 2008 an den Lehrstuhl International Business der britischen Worcester Business School der **University of Worcester** berufen. Spezialisiert auf Strategie und Marketing sammelte er vor seiner akademischen Laufbahn, die zuvor über mehrere internationale Akademien führte, mehr als 20 Jahre Praxiserfahrung in der Geschäftsleitung verschiedener multinationaler Unternehmen und Konzerne. Als regelmäßiger Gast hält Prof. Klaus Oestreicher Vorträge an Universitäten in Europa und den USA und ist u.a. Chartered Marketer und Fellow des Chartered Institute of Marketing, Accredited Practitioner und Member des Chartered Institute of Public Relations, Fellow des Institute of Sales and Marketing Management sowie Mitglied des Centre d'études et de recherches sur les organisations et la stratégie, an der Université Paris Ouest Nanterre La Défense. Seine Forschungsarbeiten, welche in zahlreichen europäischen und US Publikationen erschienen, beziehen sich auf Innovation und Strategische Kommunikation.

### Ihr Nutzen aus diesem Seminar

Erfahren Sie, wie Sie die Bekanntheit Ihrer Marken und Produkte durch die Implementierung einer Community erhöhen. Sie lernen, wie Sie Mitglieder gezielt aktivieren und zu Sendern und Empfängern Ihrer Marken-Botschaften machen. Sie erhalten die passenden Tools und Instrumente, um genaue Profile Ihrer Nutzer zu erstellen.

## AUCH ALS INHOUSE TRAINING

### So individuell wie Ihre Ansprüche – Inhouse Trainings nach Maß!

Zu allen Themenbereichen bieten wir auch firmeninterne Schulungen an. Ihre Vorteile: Kein Zeitverlust – passgenau für Ihren Bedarf!

Ich berate Sie gerne und erstelle Ihnen ein individuelles Angebot. Rufen Sie mich an.



**Christian Menzel**

Tel.: 0 61 96/47 22-644

E-Mail: [menzel@managementcircle.de](mailto:menzel@managementcircle.de)

[www.managementcircle.de/inhouse](http://www.managementcircle.de/inhouse)

## Warum Sie diese Veranstaltung besuchen sollten

- Erfahren Sie, wie Sie neue **Mitglieder gewinnen und binden**.
- Sie lernen **Methoden und Werkzeuge** für eine effiziente Gestaltung Ihrer Community-Plattform kennen.
- Sie lernen **Stolpersteine zu erkennen und rechtzeitig zu vermeiden**.

## Wen Sie auf dieser Veranstaltung treffen

Dieses Seminar richtet sich an **Community Manager, Online Manager, CRM/Web-Koordinatoren, Online Redakteure und Projektmanager Online**. Genauso angesprochen sind **Fach- und Führungskräfte** in den Abteilungen **Marketing, Kommunikation, Kundenberatung und Online-Management** sowie alle Verantwortlichen mit dem Auftrag der **Kundenbindung und Neugewinnung**. Auch werden mit diesem Seminar **Marketing Manager, Marketing Referenten, Marketing Leiter, Leiter eCommerce/eBusiness** und **Leiter Öffentlichkeitsarbeit** angesprochen.

## Termin und Veranstaltungsort

**25. und 26. Februar 2010 in Frankfurt/M.**

Mövenpick Hotel Frankfurt City, Den Haager Straße 5,  
60327 Frankfurt/M.

Tel.: 069/788075-0, Fax: 069/788075-888

E-Mail: hotel.frankfurt.city@moevenpick.com

### Zimmerreservierung

Für die Teilnehmer dieser Veranstaltung steht im Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor. Die Anfahrtsskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.

**Ein Tipp: Unser Service-Team nennt Ihnen gerne günstige alternative Übernachtungsmöglichkeiten in der Nähe des Tagungshotels (Tel.: 0 61 96/47 22-700).**



Mit der Deutschen Bahn ab € 109,- zur Veranstaltung.  
Infos unter:

[www.managementcircle.de/bahn](http://www.managementcircle.de/bahn)



## Über Management Circle

**Management Circle** steht für *WissensWerte* und ist anerkannter Bildungspartner der Unternehmen.

Die Management Circle AG zählt mit einem umfangreichen Weiterbildungsprogramm zu den **Marktführern** im deutschsprachigen Raum.

Informieren Sie sich aktuell und umfassend unter:

[www.managementcircle.de](http://www.managementcircle.de)

## So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon oder E-Mail anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Die Teilnahmegebühr für das zweiägige Seminar beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken, Dokumentation und der Abschlussprüfung € 1.895,-. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Sollte mehr als ein Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem zweiten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

## Der Community Manager

Ich/Wir nehme(n) teil am:

WS

**25. und 26. Februar 2010 in Frankfurt/M.**

02-63739

1 Name/Vorname \_\_\_\_\_

Position/Abteilung \_\_\_\_\_

2 Name/Vorname \_\_\_\_\_

Position/Abteilung \_\_\_\_\_

3 Name/Vorname \_\_\_\_\_

Position/Abteilung \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Strasse/Postfach \_\_\_\_\_

PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Telefon/fax \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_

Unterschrift \_\_\_\_\_

Ansprechpartner/in im Sekretariat: \_\_\_\_\_

Anmeldebestätigung bitte an: \_\_\_\_\_

Abteilung \_\_\_\_\_

Rechnung bitte an: \_\_\_\_\_

Abteilung \_\_\_\_\_

Mitarbeiter:  BIS 100  100-200  200-500  500-1000  ÜBER 1000

### Datenschutzhinweis

Die Management Circle AG und ihre Dienstleister (z.B. Lettershops) verwenden die bei Ihrer Anmeldung erhobenen Angaben für die Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen Angebote zur Weiterbildung auch von unseren Partnerunternehmen aus der Management Circle Gruppe per Post zukommen zu lassen. Unsere Kunden informieren wir außerdem telefonisch und per E-Mail über unsere interessanten Weiterbildungsangebote, die den vorher von Ihnen genutzten ähnlich sind. Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke selbstverständlich jederzeit gegenüber Management Circle AG, Postfach 56 29, 65731 Eschborn, unter [datenschutz@managementcircle.de](mailto:datenschutz@managementcircle.de) oder telefonisch unter 06196/4722-500 widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen.

## Anmeldung/Kundenservice

Telefon:

**+49 (0) 61 96/47 22-700**

Fax:

**+49 (0) 61 96/47 22-999**

E-Mail:

**[anmeldung@managementcircle.de](mailto:anmeldung@managementcircle.de)**

Internet:

**[www.managementcircle.de/02-63739](http://www.managementcircle.de/02-63739)**

Postanschrift:

**Management Circle AG  
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.**

Telefonzentrale: **+49 (0) 61 96/47 22-0**

