

BEST 4 FRIENDS

Community-Manager

Der Community / Gemeinschafts Manager ist ein besonders gefragtes Profil auf dem Arbeitsmarkt. Diese Person ist für die Verwaltung, Animation und Entwicklung sozialer Netzwerke im Auftrag eines Unternehmens oder einer Marke verantwortlich. Ziel ist es, digitale Räume als Mittel zu nutzen, um potenzielle Kunden zu erreichen und eine Beziehung aufzubauen. Aber die Frage ist: Welches Anforderungsprofil ist für einen CM erforderlich?

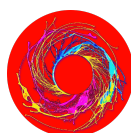


WAS SIND DIE HAUPTAUFGABEN EINES COMMUNITY MANAGERS?

1. Digitale Marken-Profile erstellen und verwalten

Unternehmen müssen über ein professionelles Profil mit markengerechtem Image und Auftritt verfügen. Dieses Profil sollte nicht nur in den wichtigsten sozialen Netzwerken vorhanden sein, sondern auch auf Social-Bookmarking-Sites und allgemein auf Plattformen, die den Marken helfen, im Internet präsenter zu sein.

Das Schreiben eines Profils für ein Unternehmen (Firmenporträt) ist eine ziemliche Kunst, da es mit der Absicht geschrieben werden sollte, das Interesse potenzieller Kunden zu wecken. Es muss Vertrauen aufbauen und den Wunsch wecken, mehr über die Marke zu erfahren. Daher sollte der CM auch gut schreiben können, um die Verbraucherpsychologie zu verstehen.



BEST 4 FRIENDS

2. Verteilen und automatisieren von Inhalten, insbesondere in den sozialen Medien

Neben dem Wunsch, einem Unternehmen anhand des Markennamens in den sozialen Medien zu folgen, treibt uns auch der Inhalt der Marke an. Das Einzige, was wir im Internet lesen und teilen, ist der Inhalt und sonst nichts. Ein Community-Manager sollte zum richtigen Zeitpunkt Inhalte in sozialen Medien posten und die Beiträge kommentieren, die das größte Interesse wecken.

Es gibt Hunderte von Websites, auf denen Sie Geschäftsinhalte veröffentlichen können, aber dies manuell zu tun, würde zu viel Zeit in Anspruch nehmen. Aus diesem Grund gibt es Tools für Community-Manager, um Inhalte zu automatisieren. Beiträge werden ohne großen Aufwand automatisch auf möglichst vielen sozialen Netzwerken veröffentlicht.

3. Aufbau und Verwaltung der Gemeinschaft

Der Community Manager ist die Art von Anführer, der seine Anhänger zu den Zielen des Unternehmens führen soll. Um diese Ziele zu erreichen, muss er mit seinen Followern kommunizieren, Gespräche führen und Kommentaren zu Beiträgen folgen. Er identifiziert Influencer, Markenbotschafter und andere, kontaktiert sie und baut so, eine Community auf. Er muss auch Wettbewerbe, Werbeaktionen und andere Veranstaltungen verwalten, die im Rahmen des Social-Media-Plans der Marke organisiert werden.

4. Täglich Signale senden und Nutzen erzeugen

Community Manager sind nicht nur dafür verantwortlich, der Marke ein Image in der digitalen Welt zu geben. Sich für den Alltag der Verbraucher zu interessieren, ist zudem ideal, um Respekt bei der Zielgruppe und noch mehr Follower zu gewinnen. Es ist wichtig, einen Beitrag zur Gemeinschaft zu leisten, egal in welcher Branche Du tätig bist. Mehrwert für die Kunden zu schaffen ist so einfach, wie die Menschen zu bitten, sich um sie zu kümmern.

Um ein guter Community-Manager(in) zu sein, sollte er/sie folgende Eigenschaften besitzen:

- Kommunikativität & Souveränität
- Organisation & Aufmerksamkeit
- Engagement & Motivation
- Flexibilität & Anpassungsfähig
- Sympathie & Empathie
- Freundlichkeit & Hilfsbereitschaft
- Respekt & Tolerant

