

Community-Manager-Fortbildung:

Modul BM01: Digitale Marketinginstrumente

Aufgabe: Bearbeitung einer Fallstudie

Als Community-Manager der Süßwarenfirma „Sugarland“ sind Sie für die Kommunikation mit der Community und für die Online-PR-Arbeit verantwortlich. Um Ihre Community-Management-Strategie zu planen, müssen Sie sich für geeignete digitale Marketing-Instrumente entscheiden, die Ihnen helfen, die entsprechende Community zu vergrößern.

- 1) Würden Sie eher klassisches digitales Marketing oder Social-Media-Marketing zum Aufbau Ihrer Community nutzen? Bitte erläutern Sie den Unterschied zwischen den beiden Marketingkanälen und begründen Sie Ihre Wahl.
- 2) Welche Kanäle würden Sie wählen, um eine Community aufzubauen? Welches Ziel möchten Sie mit dem jeweiligen Kanal erreichen und welche Botschaft möchten Sie vermitteln? Bitte erläutern Sie Ihre Antworten entsprechend.
- 3) Wie beabsichtigen Sie, den Erfolg Ihrer Kommunikation über die von Ihnen gewählten Kanäle zu bewerten (siehe Frage 2)? Welche Instrumente würden Sie einsetzen, um den Erfolg der Marketingmaßnahme auszuwerten?
- 4) Welche Fehler sollten Sie bei der Kommunikation mit Ihrer Community vermeiden?