



Community Manager Quiz

Modul 1: Digital Marketing

1. Vervollständige Sie die Definition von "e-Commerce". Kreuzen Sie alle relevanten Antworten an.

- a) e-Commerce bezieht sich auf wirtschaftliche Transaktionen
- b) , die elektronisch durchgeführt werden,
- c) und umfasst den Kauf
- d) und umfasst den Kauf und Verkauf
- e) von digitalen Gütern.
- f) von digitalen Gütern und Services.
- g) von digitalen Gütern und Services inclusive digitaler Güter und Services.

2. Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten e-Commerce durchzuführen und online Werte zu schaffen. Bitte kreuzen Sie den passenden e-Commerce-Modus für die aufgelisteten Beispiele an.

	Business-to-Customer (B2C)	Customer-to-Customer (C2C)	Customer-to-Business (C2B)
Private Weiterverkäufe			
Kleinanzeigen Service			
Online Marktplätze			
Online Shops			
Rezensionsportale			
Fotowettbewerb für Nutzer			

3. Was bedeutet ROI?

- $\text{Return on Investment} = \frac{\text{Gewinn aus dem Investment} - \text{Kosten des Investments}}{\text{Kosten des Investments}}$
- $\text{Return on Investment} = \frac{\text{Kosten des Investments}}{\text{Gewinn aus dem Investment}}$
- $\text{Return on Investment} = \text{Gewinn aus dem Investment} - \text{Kosten des Investments}$

4. Bitte geben Sie an, welches Merkmal der Liste dem digitalen Marketing und welches dem traditionellen Marketing zugeordnet wird. (Mehrfachnennungen möglich)

	Traditionelles Marketing	Digitales Marketing
Zielt auf die Verbesserung der wirtschaftlichen Performance des Unternehmens ab		
Wechselseitige Interaktion zwischen Nutzer/Kunde und Unternehmen		
Kunden-/Nutzerorientierung		



Erasmus+



	Traditionelles Marketing	Digitales Marketing
Nutzung etablierter Kommunikationskanäle mit breiter Wirkung		
Schnelle und spontane Kommunikation		
Strategische Planung		
Verbesserung der Online Reputation		

5. Die untenstehende Liste führt verschiedene Marketingziele auf. Wählen Sie passende Marketingmaßnahmen aus (Kreuzen Sie an).

	Display/Banner Advertising	Email Marketing	Search Engine Advertising	Markenbotschafter / Nutzerberichte	Virale Kampagnen	Website und Online Shop
authentische Produktpräsentation						
Verbesserung der Sichtbarkeit online						
Gezielte Kommunikation mit Kunden/Nutzern						
Verbesserung der Sichtbarkeit online über die traditionelle Zielgruppe hinaus						

Modul 2: Business Strategy

1. Der "Strategische Prozess" umfasst mehrere Schritte. Bringen Sie die folgenden Begriffe in die richtige Reihenfolge. (Kreuzen Sie nur eine Antwort pro Zeile an)

	Erster Schritt	Zweiter Schritt	Dritter Schritt	Vierter Schritt
Analysen				
Strategisches Controlling				
Strategische Entwicklung				
Strategie-Implementierung				

2. Aus welchen Elementen besteht die PEST Analyse?

- a) Politische Faktoren
- b) Sozio-kulturelle Faktoren
- c) Historische Faktoren
- d) Technologische Faktoren
- e) Philosophische Faktoren



- f) Modefaktoren
- g) Ökonomische Faktoren

3. Aus welchen Elementen besteht die SWOT Analyse?

- a) Stärken/Strengths
- b) Bedrohungen/Threats
- c) Möglichkeiten/Opportunities
- d) Trends
- e) Schwächen/Weaknesses
- f) Wettbewerber/Competitors

Modul 3: Relationship and Risk Management

1. "Advocacy Referrals" gehören zu welcher Stakeholder-Gruppe?

- a) Internal market
- b) Influence market
- c) Customer market
- d) Referral market

2. Das höchste Level des "Community Development" ist nach dem Community Maturity Model (CMM) das folgende:

- a) Hierarchie
- b) Emergent Community
- c) Vernetzt
- d) Community

3. Der Krisenmanagementprozess umfasst unterschiedliche Schritte. Bringen Sie die folgenden in die richtige Reihenfolge.

	Erster Schritt	Zweiter Schritt	Dritter Schritt	Vierter Schritt	Fünfter Schritt	Sechster Schritt
Benachrichtigung und Aufgabenverteilung						
Bestätigung der Krise						
Kommunikation and Management						
Bestimmung des Krisenkommunikationslevels						
Entwicklung und Verbreitung von Benachrichtigungen						
Beobachtung von Feedback und Geben von Feedback						



Module 4: Problem Management

1. Warum ist eine komplette Problemerkennung wichtig für den Problemmanagement-Prozess? (Mehrere Antworten möglich)

- a) Eine vollständige Erfassung dient zur Entwicklung einer standardisierten Lösung des Problems.
- b) Leute nehmen ein Problem immer unterschiedlich wahr. Eine exakte Erfassung hilft, das Problem zu verstehen.
- c) Da alle Leute immer alles gleich wahrnehmen hilft eine standardisierte Lösung.
- d) Ohne eine exakte Erfassung wird die Lösung des Problems möglicherweise nicht ausreichend sein.

2. Die „five whys“ unterstützen beim Problemmanagement, da sie:

- a) ...helfen den wahren Grund für das Problem zu finden.
- b) ...helfen, eine Lösung für das Problem zu entwickeln.
- c) ...helfen, die Kunden-/Nutzererwartungen zu verstehen.
- d) ...helfen, die Online Reputation des Unternehmens zu verbessern.

3. Warum sind Dokumentationsstandards im Problemmanagement wichtig?

- a) Dokumentationsstandards sind professionell und machen einen guten Eindruck.
- b) Sie unterstützen die Erstellung effizienter Dokumente und etablieren eine Wissensbasis um zukünftiges Problemmanagement zu stärken.
- c) Dokumentationsstandards sind ein EU Qualitätskriterium.

4. Wählen Sie wahre/falsche Aussagen aus.

	Wahr	Falsch
Wenn möglich, sollte der Community Manager die Stakeholder in den Entscheidungsprozess des Unternehmens involvieren.		
Wenn ein Problem auftaucht, sollte der Community Manager es lösen, bevor er es an die Community kommuniziert.		

Module 5: Digital Marketing Tools

1. Was ist Affiliate Marketing? Wählen Sie die richtige Definition aus.

- a) Affiliate Marketing gibt Informationen über das Unternehmen an Personen jenseits der Zielgruppe weiter, z.B. durch Social Media.
- b) Affiliate Marketing sind Kampagnen, die über Newsletter publiziert werden und die aktuelle Kundschaft ansprechen.
- c) Affiliate Marketing umfasst die Arbeit mit Bloggern und "Influencern" um mehr Kunden/Nutzer anzusprechen.

2. Was ist Virales Marketing? Wählen Sie die richtige Definition aus..



- d) Virales Marketing gibt Informationen über das Unternehmen an Personen jenseits der Zielgruppe weiter, z.B. durch Social Media.
- e) Virales Marketing sind Kampagnen, die über Newsletter publiziert werden und die aktuelle Kundschaft ansprechen.
- a) Virales Marketing umfasst die Arbeit mit Bloggern und "Influencern" um mehr Kunden/Nutzer anzusprechen.

3. Welches Tool gehört NICHT zu den digitalen Marketing Tools?:

- a) Social media
- b) Persönliche Verkaufsgespräche
- c) Google analytics

5. Wählen Sie wahre/falsche Aussagen aus.

Wahr Falsch

Web analytics geben Informationen über das Unternehmen an Personen jenseits der Zielgruppe weiter, z.B. durch Social Media.

Search Engine Optimisation ist eine Möglichkeit digitalen Marketings, die darauf zielt möglichst viel Traffic auf der Website zu generieren.
