

Marketing per Community

Interaktivität ist das Zauberwort des Web 2.0. Wer Waren oder Dienstleistungen über das Internet anbietet, sollte diesen Trend für sich nutzen. Wir sprachen mit Fabian Hundeshagen, der seit März 2007 Produktmanager bei Data Becker ist. Er ist verantwortlich für die Konzeption und Entwicklung der brandneuen Community-Lösung „com to date“ (Markus Siek/sb)

Data Becker beschreibt com to date als Programm, mit dem sich „Onlineportale für die Optimierung von Kundendialog und interner Kommunikation“ erstellen lassen. Richtet sich com to date also an Unternehmenskunden?

Fabian Hundeshagen Der Einsatz von com to date als professionelles Marketing- und Kommunikationstool hat eher beispielhaften Charakter und zeigt Anwendungsmöglichkeiten und Vorteile für Unternehmen auf. Wir richten uns mit unserer Software vor allem an kleinere Unternehmen, also an Dienstleister, Gewerbetreibende, Selbstständige und Freiberufler, die für ihre Mitarbeiter und Kunden eine Onlinepräsenz mit verschiedenen Kommunikati-

sein, genauso aber auch Flirt-Communities, Webseiten mit regionalem Bezug sowie Portale zur Wissensvermittlung.

Baukastenprogramme wie com to date bieten zwar den Vorteil, dass sich ohne große Einarbeitungszeit schnell ansprechende Ergebnisse erzielen lassen, gelten aber auch als grafisch unflexibel. Lassen sich com to date-Portale denn mühelos in bestehende Webauftritte integrieren?

Fabian Hundeshagen Das Besondere an com to date ist die hohe Flexibilität. Obwohl die Community nach dem Baukastenprinzip zusammengesetzt ist, kann der Nutzer an sämtlichen Stellschrauben drehen: Angefangen mit Sprache und Beschrif-

auch nahtlos in bestehende Webauftritte integrieren. Darüber hinaus lassen sich in com to date auch Datenbankabfragen und -ausgaben sowie Gadgets von Fremdanbietern einbinden.

Geben Sie uns einige Anregungen! Wie können Unternehmenskunden com to date gewinnbringend einsetzen?

Fabian Hundeshagen Communities ergänzen den Marketingmix eines Unternehmens, sie sind Wegbereiter für innovative Ideen. Durch eine Community wachsen das Unternehmen auf der einen Seite und Interessenten, Kunden, Lieferanten oder Partner auf der anderen Seite enger zusammen. Communities eignen sich daher sowohl zur Kundengewinnung als auch zur Kundenbindung. Als Service-Plattform bietet eine Community beispielsweise die Möglichkeit, mit Kunden über Produkte zu diskutieren, Ideen aufzugreifen und Tipps und Tricks auszutauschen. Online-shop-Betreiber können eine Community als Ergänzung aufbauen, um darin Kunden durch Marketingaktivitäten zu binden und neue Interessenten zu gewinnen. Doch mit Communities lässt sich nicht nur indirekt Geld verdienen, es können sogar direkte Umsätze, etwa durch kostenpflichtige Premiumbereiche, generiert werden. So wird es deshalb in Kürze auch ein zusätzliches Abrechnungsmodul für com to date geben. Im Intranet können

Communities standortübergreifend zur Informations- und Wissensvermittlung eingesetzt werden. Mitarbeiter und Abteilungen können sich zudem präsentieren, über ihre Arbeit und Fortschritte berichten und Nachrichten austauschen.

Unter www.comtodate.de steht übrigens ein kostenloses Whitepaper mit dem Titel „Community-Marketing für kleine und mittlere Unternehmen“ zum Download bereit. Darin stellen wir ausführlich die Vorteile und Einsatzmöglichkeiten von Communities in Unternehmen und im Allgemeinen vor.

Den bekanntesten Vertreter der „to date“-Reihe web to date gibt es aktuell in der fünften Version. Wird auch com to date zu einem festen Bestandteil der Serie?

Fabian Hundeshagen Wir haben Anfang 2007 mit „community now“ die Vorversion von „com to date“ auf den Markt gebracht. Das Kundenfeedback haben wir gesammelt, ausgewertet und viele Vorschläge und Ideen in die Entwicklung von com to date einfließen lassen. Ähnlich sind wir auch bei web to date vorgegangen, das mittlerweile in Version 5.0 vorliegt. Insofern ist davon auszugehen, dass wir auch in com to date viele neue Features und Funktionen einbauen werden, sodass es auch bei unserer Community-Lösung mit Sicherheit weitere Versions-sprünge geben wird. ■



„Mit Communities lässt sich nicht nur indirekt Geld verdienen, es können sogar direkte Umsätze – etwa durch kostenpflichtige Premiumbereiche – generiert werden.“

Fabian Hundeshagen, Produktmanager „com to date“

onsmöglichkeiten zum Informationsaustausch bereitstellen möchten. Tauscht man nun aus Anwendersicht die Mitarbeiter und Kunden gegen Freunde, Gleichgesinnte oder Interessensgemeinschaften aus, ist unsere Community-Lösung auch für Privatanwender eine interessante Komplettlösung. Dies können etwa Communities für Vereinskameraden, Fanggruppierungen, Schulen oder Spiele-Clans

tungen über Farbgestaltung und Rechtssystem bis hin zum Funktionsumfang und Layout ist alles weitestgehend modifizierbar. Jedem einzelnen Community-Bereich lässt sich ein individuelles Design zuweisen. Wer möchte, kann auch nur ein Forum, einen Weblog, eine statische Webseite oder eine Bildergalerie mit com to date erstellen. Mit entsprechenden HTML-, PHP- und CSS-Kenntnissen lässt sich die Seite

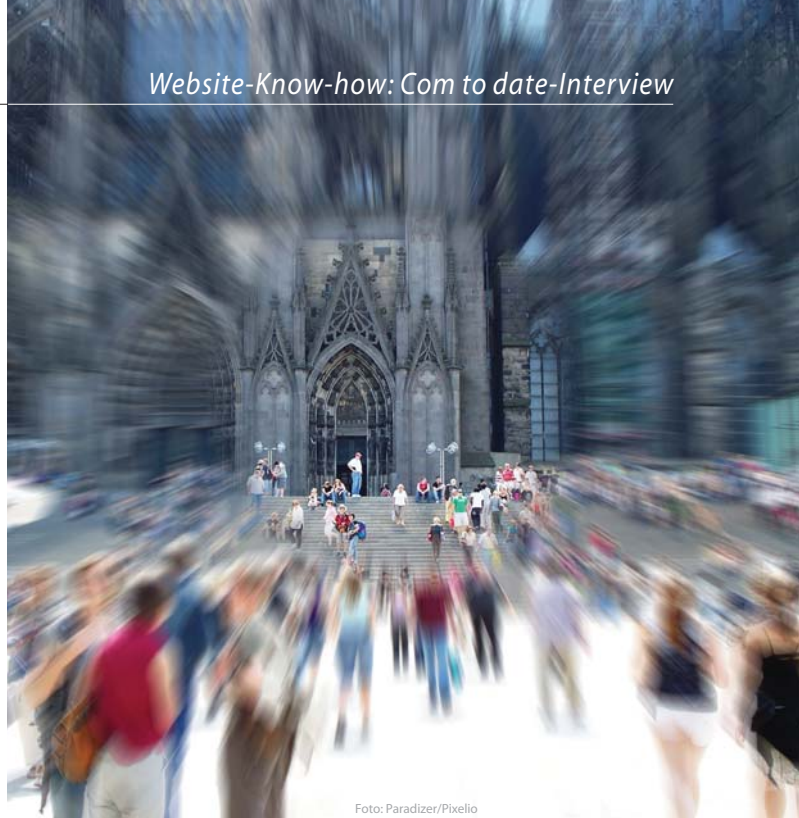


Foto:Paradizer/Pixelio