

# COMMUNITY MANAGEMENT PROFESSIONAL

Die Qualifikation Ihrer Community Manager ist ein entscheidendes Kriterium für den Erfolg Ihres Enterprise 2.0. Gerade in Schlüssel-Communitys bedarf es hoch professionellen Community Managements, um die darin liegenden Social Business-Potentiale zu heben. Der Online-Kurs Community Management Professional ist darauf ausgelegt,



Ihre Community Manager auf das dafür notwendige Kompetenzniveau zu heben. Unterstützt von einem Lernbegleiter erarbeiten die Teilnehmer im Verlauf des Kurses gemeinsam Lösungen für alle Herausforderungen des Community Lifecycles. Dafür greifen sie auf die Inhalte und Features der hierfür eingerichteten Kurs-Community zurück.

## ZIELGRUPPE

Der Online-Kurs richtet sich an Personen mit Social Media Vorerfahrung, die sich auf das Community Management spezialisieren möchten sowie an Community Manager, die ihre Kompetenzen überprüfen, vertiefen und ausbauen möchten. Auch Führungskräfte, die Community Manager bewerten wollen und Personen, die Kompetenzen zu Social Collaboration erwerben möchten, können am Kurs teilnehmen.

## LERNZIELE

Die Teilnehmer kennen den Lebenszyklus einer Community und wissen, welche Maßnahmen in den einzelnen Phasen ergriffen werden müssen. Sie können diese Community Management Maßnahmen planen, umsetzen und evaluieren. Dabei erarbeiten die Teilnehmer Templates, Checklisten und ähnliche Arbeitsmittel, die sie unmittelbar in ihren Communitys anwenden können.

## DAUER

10 Wochen zzgl. Kick-off und Abschlussprüfung.

## ANZAHL TEILNEHMER

15 – 25.

## VORAUSSETZUNGEN

Solide Vorkenntnisse zu Social Business und praktische Erfahrungen mit der virtuellen Zusammenarbeit in Social Media, insb. in Communitys. Tätigkeiten im Bereich Community Management empfehlenswert.

## METHODIK

Lernbegleitung, Gruppenaufgaben, Einzelaufgaben, Online-Meetings, Kick-off und Abschlussveranstaltung.



Konzept und Inhalte des Online-Kurses wurden von der **centrestage GmbH** und **Open Thinking** im Bewusstsein der Anforderungen an das interne Community Management entwickelt. Bei der Implementierung des Kurses in Ihrem Unternehmen können sowohl das Konzept als auch die Inhalte an Ihre Bedürfnisse angepasst werden.

**centrestage**  
Learning enabled business transformation

# RAHMENBEDINGUNGEN

## SETTINGS

Der Online-Kurs wird in einer Community, Ihres Enterprise Social Netzwerkes oder Ihrer Social Collaboration Plattform implementiert. Die Tool-Anforderungen werden vorab geklärt. Eine Beschränkung auf ein bestimmtes Tool gibt es dabei nicht. Unter Verwendung von Features wie Wikis, Blogs und Foren wird die Kursstruktur abgebildet und mit den vorab definierten Inhalten ausgefüllt. Im Kursverlauf nutzen die Teilnehmer die Community-Features, um kollaborativ Aufgaben zu bearbeiten. Ihre Ergebnisse diskutieren sie jeweils in einem 90-minütigen Online-Meeting. Der Kurs beginnt mit einem halbtägigen Kick-off in Präsenz oder Online und endet in einer virtuellen Abschlussprüfung mit Zertifikat. Der Arbeitsaufwand für den gesamten Kurs liegt bei ca. 80 Lernstunden.

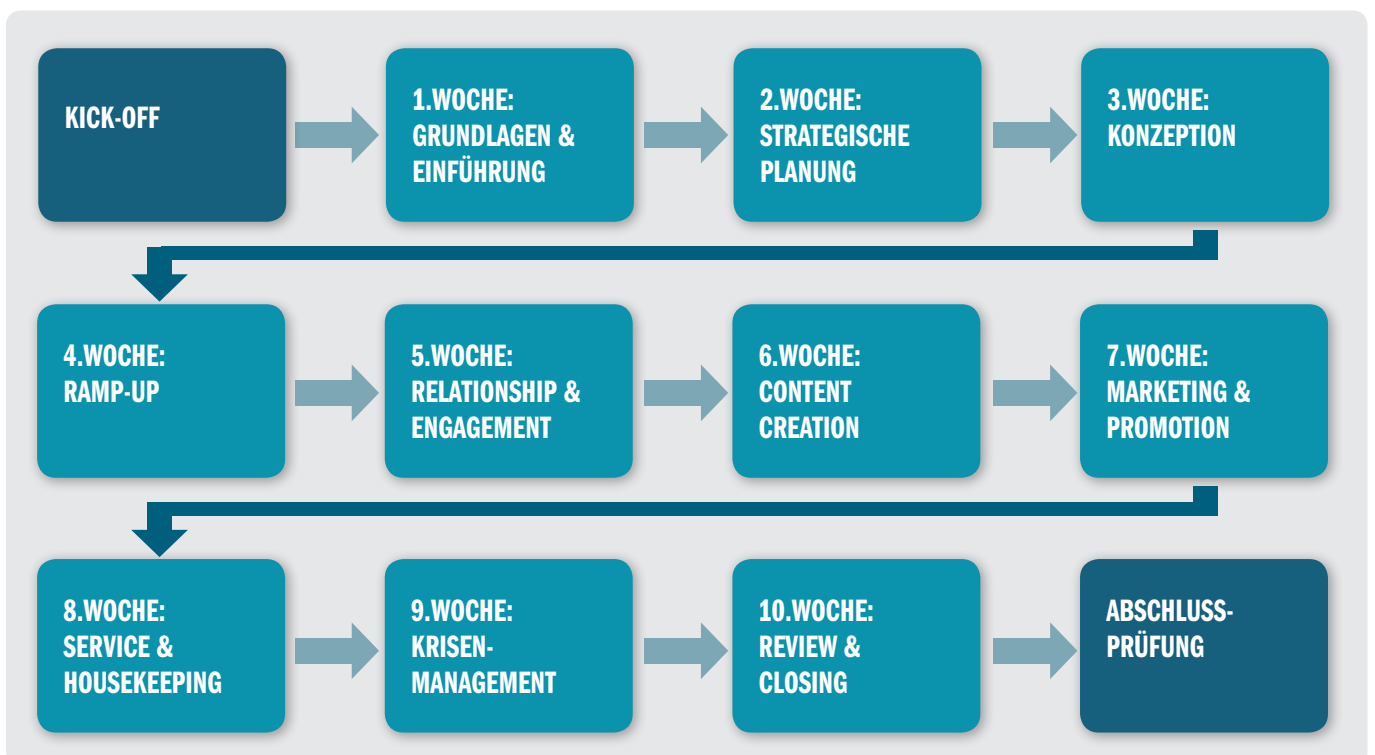
Wenn Sie eher klassische Lernmethoden wie z.B. Klassenzimmer oder Learning Management Systeme bevorzugen, können wir dies auf Wunsch mit Anpassungen auch realisieren.



## TEILNEHMER-MATERIAL

- Kurs-Community
- PDF-Export der Kursinhalte (sofern vom Tool unterstützt)
- Zertifikat

## ABLAUF



# LERNZIELE UND INHALTE

## KICK-OFF (PRÄSENZ) - 4 STUNDEN

### ZIELE

Die Teilnehmer kennen sich untereinander und kennen den Lernbegleiter. Sie verstehen, wie die Kurs-Community aufgebaut ist und wie der Kurs ablaufen wird. Sie wissen zudem wie im Verlauf des Kurses die Lerngruppen gebildet werden.

### INHALTE

- Persönliches Kennenlernen
- Aufbau der Community
- Kursverlauf
- Bildung der Lerngruppen

## 1. WOCHEN: GRUNDLAGEN & EINFÜHRUNG

### LERNZIELE

Die Teilnehmer verstehen den Zusammenhang zwischen Social Business und Community Management und erkennen die Bedeutung von gutem Community Management für das Unternehmen. Darüber hinaus kennen sie die Aufgaben eines Community Managers und setzen sich mit dem eigenen Rollenverständnis auseinander.

### INHALTE

- Zusammenhang zwischen Social Business und Community Management
- Bedeutung guten Community Managements für das Unternehmen
- Aufgaben und Umdenken als Community Manager

## 2. WOCHEN: STRATEGISCHE PLANUNG

### LERNZIELE

Die Teilnehmer können einen Plan für die strategische Ausrichtung der Community skizzieren. Sie können den Business Value sowie die Erfolgskriterien und Messgrößen einer Community ermitteln. Weiterhin sind sie in der Lage, die Gesamtstrategie der Community an die Stakeholder und Community Mitglieder zu kommunizieren.

### INHALTE

- Plan der strategischen Ausrichtung der Community
- Ermitteln von Business Value, Erfolgskriterien und Messgrößen
- Kommunikation der Gesamtstrategie der Community für Stakeholder und Community-Mitglieder

## 3. WOCHEN: KONZEPTION

### LERNZIELE

Auf Basis der zuvor entwickelten Strategie können die Teilnehmer Fach-, Sozial- und Technik-Konzept für ihre Community spezifizieren. Sie sind zudem befähigt die Zielgruppe zu identifizieren und wissen, wie sie diese in ihre Community einbinden können. Auch beherrschen die Teilnehmer die Planung von Start und Marketing der Community.

### INHALTE

- Spezifikation des Fach-, Social- und Technik-Konzeptes
- Identifikation der Zielgruppe und deren Einbindung
- Planung von Start, Motivation, Marketing

#### 4. WOCHE: RAMP-UP

##### LERNZIELE

Die Teilnehmer sind in der Lage ihre Community für den Startevent einzurichten und können die hierfür notwendigen Inhalte und Parameter anlegen. Sie wissen außerdem, wie sie das richtige Team zum Start zusammenstellen und wie sie die ersten Mitglieder gewinnen.

##### INHALTE

- Einrichten der Community für den Startevent
- Erstellen von Startcontent, Strategie, Ziele, motivierende Features, Fachinhalte, Orientierungshilfen, Unterlagen und Hinweise, Guidelines
- Teamsetting und Mitgliedergewinnung

#### 5. WOCHE: RELATIONSHIP & ENGAGEMENT

##### LERNZIELE

Die Teilnehmer verstehen, welche Relationship-Maßnahmen sie zu welcher Phase des Community Lifecycles einsetzen können, um das Beziehungsgefüge der Community positiv zu beeinflussen. Sie sind in der Lage die vorhandenen Profile und Netzwerke zu analysieren und Maßnahmen zur Optimierung einzuleiten. Zudem kennen die Teilnehmer geeignete Engagement- und Motivationsmaßnahmen und verstehen, wie das Prinzip „Working Out Loud“ funktioniert und wie man gute Beziehungen in der Community fördern kann.

##### INHALTE

- Relationship-Maßnahmen im Lifecycle
- Profile, Netzwerke analysieren und Maßnahmen zur Optimierung einleiten
- Engagement- und Motivationsmaßnahmen und das Prinzip „Working Out Loud“

#### 6. WOCHE: CONTENT CREATION

##### LERNZIELE

Die Teilnehmer können für ihre Community sinnvollen Content produzieren, filtern, aggregieren und kuratieren. Sie kennen verschiedene Kommunikations-Settings und – Formate, die sie für ihren Content nutzen können. Zudem sind sie in der Lage fachlich relevanten Content zu analysieren und recherchieren.

##### INHALTE

- Content produzieren, filtern, aggregieren und kuratieren
- Kommunikations-Setting und Formate
- Analyse und Recherche fachlich relevanten Inhalts

#### 7. WOCHE: MARKETING & PROMOTION

##### LERNZIELE

Die Teilnehmer kennen verschiedene Eventformate für die Kommunikation und die Vermarktung ihrer Community im Unternehmen. Sie wissen, wie sie eine Promotion-Kampagne durchführen und verstehen welche Rollen Sponsoren, Multiplikatoren, Influencer und Keyplayer dabei spielen.

##### INHALTE

- Eventformate für Kommunikation und Vermarktung
- Durchführung von Promotion-Kampagnen
- Rolle von Sponsoren, Multiplikatoren, Influencern und Keyplayern

## 8. WOCHEN: SERVICE & HOUSEKEEPING

### LERNZIELE

Die Teilnehmer können eine Hausordnung mit konstruktiven Verhaltensregeln für ihre Community aufstellen. Sie kennen die Grundsätze von Support, Mitgliederbetreuung und Community-Sauberkeit und sind befähigt neue Mitglieder in die Community einzuführen.

### INHALTE

- Hausordnung erstellen
- Support, Mitgliederbetreuung, Community-Sauberkeit
- Onboarding neuer Mitglieder

## 9. WOCHEN: KRISENMANAGEMENT

### LERNZIELE

Die Teilnehmer sind in der Lage eine Krise innerhalb ihrer Community frühzeitig zu erkennen und Konflikte zu vermeiden. Sie verstehen, welche Maßnahmen sie im Falle einer Krise ergreifen müssen, um Konflikte zu beseitigen und beherrschen eine angemessene Krisenkommunikation.

### INHALTE

- Krisenfrüherkennung und Konfliktvermeidung
- Krisenbewältigung und Konfliktbeseitigung
- Krisenkommunikation

## 10. WOCHEN: REVIEW & CLOSING

### LERNZIELE

Die Teilnehmer verstehen die Vor- und Nachteile einer erfolgreichen Steuerung von Communitys. Sie können die Erfolge und Misserfolge ihrer Community bewerten und die hierfür geeigneten Ressourcen einsetzen. Sie können zudem den Reifegrad von Communitys bestimmen, um auf dieser Grundlage ein geeignetes Closing einzuleiten.

### INHALTE

- Pro und Cons der Steuerung von Communitys
- Erfolge und Misserfolge bewerten und geeignete Ressourcen einsetzen
- Reifegrad von Communitys für ein geordnetes Closing

## ABSCHLUSSPRÜFUNG - 7 STUNDEN

### ZIELE

Die Teilnehmer stellen unter Beweis, dass sie die Lernziele des Kurses erreicht haben und in der Lage sind, als Community Manager zu handeln.

### INHALTE

- Prüfung in Kleingruppen
- Bearbeitungszeit 7 Stunden und 3 Tage Zeit zur Abgabe
- Mögliche Aufgabe: Analyse einer ggb. Community inkl. Unterbreitung konkreter Optimierungsvorschläge

# METHODISCHES DESIGN

Die für den Online-Kurs getroffene Methodenwahl beruht auf der Expertise und praktischen Erfahrung der centrestage GmbH. Dabei wird die Unterschiedlichkeit der Lerngruppen berücksichtigt und die Lernbegleiter befähigt, die definierten Methoden spontan an die

Bedürfnisse der Lernenden anzupassen. Grundsätzlich liegt dem Online-Kurs ein Social Learning-Konzept zugrunde, das nicht den Trainer, sondern die Gemeinschaft der Lernenden in den Mittelpunkt stellt.



## LERNBEGLEITUNG

Im Sinne des selbstbestimmten Lernens, sind die Kursteilnehmer weitestgehend selbst für die Gestaltung Ihres Lernweges verantwortlich. Sie entscheiden selbst, in welcher Form und in welchem Umfang sie Inhalte konsumieren und Lösungen erarbeiten. Den Teilnehmern steht daher kein Trainer, sondern ein Lernbegleiter zur Seite. Aufgabe dieses Lernbegleiters ist nicht das Vermitteln von Inhalten, sondern die bedarfsgerechte Unterstützung bei organisatorischen, didaktischen und inhaltlichen Fragestellungen auf dem Weg zum Kursziel.

## GRUPPENAUFGABEN

Herzstück des Online-Kurses sind die Gruppenaufgaben. Im Sinne von Co-Creation und Collaboration bewältigen die Teilnehmer hier gemeinsam eine typische Herausforderung aus dem Alltag eines Community Managers. Sie bilden selbstständig Kleingruppen und legen fest, wie sie die Arbeiten aufteilen und lösen wollen. Dafür nutzen sie primär die vorhandenen Community-Features. Durch den hohen Praxisbezug der Aufgabe, können die Teilnehmer die erzielten Ergebnisse unmittelbar im Arbeitsalltag anwenden.



## EINZELAUFGABEN

Im Vordergrund von Einzelaufgaben stehen Reflexion und Bewertung, umgesetzt als Feedback durch Kommentieren und Meinungsäußerung. Die Teilnehmer setzen sich mit einer zentralen Fragestellung des Community Managements auseinander und verfassen ihre Antwort z. B. in Form eines Blog-Posts. Auch hier können verwertbare Arbeitsergebnisse, wie zum Beispiel Checklisten, entstehen. Die Teilnehmer müssen sich auch mit den Posts der anderen auseinandersetzen, und diese bei Bedarf kommentieren.

## ONLINE-MEETINGS

Zum Abschluss einer Lernwoche kommen die Teilnehmer mit dem Lernbegleiter in einem 90-minütigen Online-Meeting zusammen. Hier präsentieren sich die Kleingruppen gegenseitig ihre Lösungen bzw. sprechen die Teilnehmer über ihre Einzelaufgaben. Der Lernbegleiter moderiert das Meeting und teilt seine eigenen Beobachtungen und Einschätzungen mit den Teilnehmern. Auch organisatorische Abstimmungen haben hier ihren Platz.





## KICK-OFF

Um das soziale Gefüge des Kurses zu stärken und die Teilnehmer zu aktivieren, beginnt der Kurs mit einem Kick-off. Hier lernen sich Teilnehmer und Lernbegleiter kennen, besprechen den Kursverlauf und die Gruppenbildung. Im besten Fall findet dieser Kick-off in Präsenz statt. Alternativ ist aber auch ein Online-Event möglich.

## ABSCHLUSSPRÜFUNG

In der optionalen Abschlussprüfung wenden die Teilnehmer das Gelernte auf eine praktische Aufgabenstellung an. Dafür arbeiten Sie online in Kleingruppen zusammen und entwickeln eine gemeinsame Lösung. Die Bearbeitungsdauer beträgt ca. sieben Stunden, die gesamte Zeit bis zur Abgabe 3 Tage.



Sprechen Sie uns an!

**Know How**<sup>!</sup>

E-Learning · Seminare · Lernsoftware  
Beratung und Qualifizierung

Magellanstraße 1 · 70771 Leinfelden-Echterdingen  
Tel. +49(0)711/78059-0 · Fax +49(0)711/78059-15  
info@knowhow.de · www.knowhow.de

**centrestage**

Learning enabled business transformation

centrestage GmbH  
Bergstraße 81  
73733 Esslingen  
Tel.: +49 (0) 711 3105 9704  
Fax.: +49 (0) 711 3105 9705  
E-Mail: info@centrestage.de