

Rezension von Michael Ehlers, Managementberater und Rhetoriktrainer:

Online-Communitys im Web 2.0 – So funktionieren im Mitmachnetz Aufbau, Betrieb und Vermarktung

Der Blick ins Telefonbuch oder gar die Gelbbeschlagenen Nachschlagewerke ist heutzutage nur noch der Generation 0.0 vorbehalten. Moderne Vertriebler und auch deren Headhunter sind in der virtuellen Welt unterwegs und holen sich personenbezogene Daten und die Netzwerkverknüpfung derer auf Knopfdruck auf ihr Smartbook oder iPhone. Verrückte Welt? Kann ich heute noch ohne das vielzitierte Web 2.0? Ist vielleicht sogar in der 2.0-Welt Platz für eine eigene virtuelle Welt? Nach der Lektüre dieses Buches haben Sie Antworten darauf.

In dem vorliegenden Buch beschreiben die Autoren die rasante Entwicklung des Phänomens Online-Communitys in der heutigen Zeit. Miriam Godau und Marco Ripanti erläutern, welche unterschiedlichen Ziele mit der Gründung einer Community verfolgt werden können. Sie geben interessante Einblicke in die Motivation von Mitgliedern, sich auf unterschiedlichen Community-Seiten zu präsentieren und insbesondere sich an deren Entwicklung aktiv zu beteiligen. Welche Erfolge mit einer Community erzielt werden können, werden aufgezeigt sowie die Tatsache, dass dieses Tool in Zukunft noch erfolgreicher sein wird.

Das Buch richtet sich sowohl an Unternehmen als auch an Privatpersonen, die mit dem Gedanken spielen, mit ihrer eigenen Community bestehende Netzwerke virtuell zu koordinieren und auszubauen. Dementsprechend wird der Schwerpunkt des Buches darauf gelegt, dem Leser näher zu bringen, wie eine Community erfolgreich aufgebaut und geführt wird damit sie positive Effekte in den Bereichen Marketing, Vertrieb und Mitgliederbindung erzielt. Zahlreiche Interviews mit Experten der zurzeit erfolgreichsten Communitys wie Xing, Facebook oder BankingClub verdeutlichen, wie dies umgesetzt werden kann und spiegeln ein realistisches Bild aus der Praxis. Kapitel 1 und 2 beschreiben verständlich das Phänomen Online-Community und die Beweggründe von Menschen, an den neu entstehenden und vor allem stark wachsenden virtuellen Netzwerken aktiv teilzunehmen.

Viralmarketing

Viralmarketing ist die maßgebende Grundlage für den Erfolg von Online-Communitys und somit ein zentraler Inhalt des Buches. Durch den Einsatz von Viralmarketing (umgangssprachlich Mundpropaganda) kann der Erfolg einer Community nachhaltig mit einfachen Mitteln sowohl positiv als auch negativ beeinflusst werden. Die Notwendigkeit sich als Unternehmen mit diesem Tool in Folge der zunehmend virtuellen Welt zu beschäftigen wird von den Autoren untersucht und übersichtlich dargestellt. Kann ein Unternehmen darauf verzichten, Communitys als Instrument des Viralmarketings einzusetzen und sich dem aktuellen Trend widersetzen? Genau dies bringen die Autoren auf den Punkt. So werden die Verkaufszahlen von vielen Produkten zunehmend von den Mitmachnetzen beeinflusst. Um ein Produkt zu vertreiben, muss zuerst der Dialog mit dem Konsumenten aufgebaut werden und durch die virtuellen Gespräche erhält man wertvolles Feedback. Artikel im Blog überzeugen den Kunden von der Qualität und Leistung des Produktes und dienen somit der Verkaufunterstützung.

Des Weiteren können durch eine eigene Community Marken etabliert werden und ein positives Image aufgebaut bzw. aufrecht erhalten werden. Mitglieder bauen Vertrauen zu einer Marke auf, und die Hemmschwelle für eine Kaufentscheidung wird gesenkt.

Das Buch beinhaltet viele wertvolle Erfahrungsberichte und zeigt, dass jeder Vertrieb sich der rasanten Entwicklung des Web 2.0 stellen muss. Der Leser erhält eine überdurchschnittliche gut definierte Anleitung für die Entwicklung einer eigenen Community, die durch zahlreiche Beiträge von Praktikern ergänzt wird. Auf jeden Fall ist das Buch eine lohnende Investition für jeden, der sich für die neue Form des Vertriebs über das Internet interessiert, da wichtige Grundlagen verständlich erklärt werden. Nie sollte der Leser jedoch vergessen: Der richtige Zeitpunkt der Realisierung und die Idee selbst entscheiden über den Erfolg dieser Strategie.

Über den Autor: Michael Ehlers

ist seit seinem Start ins Berufsleben in führenden vertrieblichen Tätigkeiten zu Hause. Über einem der großen internationalen Direktvertriebs-Unternehmen für Elektrogeräte führte sein Weg in den B2B-Bereich zu einem der erfolgreichsten Entrepreneurs seiner Zeit. Der Verkaufcoach und Rhetoriktrainer arbeitet für angesehene intern. Akademien und betreut europaweit Handelsketten sowie Vertriebsorganisationen. Michael Ehlers ist gefragter Redner, Fachautor und Interviewpartner.

www.Der-Rhetoriktrainer.de



Über das Buch: MARCO RIPANTI, MIRIAM GODAU: Online-Communitys im Web 2.0 – So funktionieren im Mitmachnetz Aufbau, Betrieb und Vermarktung,

Businessvillage,
Auflage: 1 (April 2008)
ISBN-10: 393835870X
EUR 34,90

