

# B2B-Communities als Schlüssel zur Kundenbindung und Innovationsentwicklung

Erfolgsfaktoren für den Aufbau und Betrieb  
von B2B-Communities



Januar 2024

 **CONNECT**

# BUSINESS TO BUSINESS



## Der theoretische Hintergrund

B2B-Communities, auch als "Insights Communities" bekannt, unterscheiden sich wesentlich von herkömmlichen Panels. Durch ein gezieltes Screening werden Teilnehmer selektiv ausgewählt, um eine Gruppe zu schaffen, die nicht nur Kunden sind, sondern auch Experten in ihrem Bereich. Diese Communities können strategische oder taktische Ziele verfolgen und bieten Unternehmen die Möglichkeit, in einen qualifizierten Dialog mit ihren Kunden einzutreten.

Ein zentraler Unterschied zwischen B2B- und B2C-Communities liegt in der Rolle der Teilnehmer. B2B-Kunden sind in erster Linie Geschäftspersonen, während B2C-Kunden Privatpersonen sind.

Hierbei müssen die individuellen Bedürfnisse der B2B-Kunden im Kontext ihrer beruflichen Tätigkeit betrachtet werden. Ihre Motivation zur Teilnahme kann von Neugier über den Wunsch zu helfen bis hin zum Bedürfnis nach beruflichem Austausch hinausgehen. Dies schafft eine einzigartige Dynamik in dieser Art von Communities. Die Durchführung von Studien und Aktivitäten in einer solchen Community ist ein Zusammenspiel von Effizienz und Benutzerfreundlichkeit. Browserbasierte Tools, minimale Zeitaufwände für Teilnehmer und Aktivitäten außerhalb der Arbeitszeiten stehen im Fokus dieses anspruchsvollen Ansatzes.



# Warum B2B-Communities?

## **1. Tiefere Einblicke und Kundenbindung**

B2B-Communities ermöglichen es Unternehmen, tiefergehende Einblicke in die Bedürfnisse, Wünsche und Erwartungen ihrer Geschäftskunden zu erhalten. Durch offene Kommunikation und aktive Beteiligung fühlen sich Kunden wertgeschätzt und ernst genommen. Diese emotionale Bindung ist entscheidend für langfristige Kundenloyalität.

## **2. Flexibilität und Effizienz**

B2B-Communities bieten Flexibilität in Bezug auf Zielsetzung, Dauer und Design. Sie können langfristig angelegt sein, um strategische Ziele zu verfolgen, oder kurzfristig, um taktische Fragen zu beantworten. Die flexible Struktur ermöglicht es Unternehmen, Insights effizient zu generieren und schnell auf Veränderungen zu reagieren.

### 3. Zusammenarbeit und Innovation

In einer B2B-Community können Kunden sowohl ihre Meinungen teilen, als auch aktiv an der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen teilnehmen. Co-Creation-Communities ermöglichen es den Kunden, Produkte mitzugestalten, was nicht nur zu innovativen Lösungen führt, sondern auch das Gefühl von Mitbestimmung und Einflussnahme verstärkt.

So viel zur Theorie, doch wie sieht eine erfolgreiche B2B-Community in der Praxis aus?

## Praxis Case: Ivoclar Advisory Network

Ein herausragendes Beispiel für die erfolgreiche Implementierung einer B2B-Community findet sich im "Ivoclar Advisory Network". Diese Plattform wurde speziell für Zahnärzte entwickelt und stellt eine bedeutende Brücke zwischen der Industrie und den praktizierenden Zahnmedizinern dar. Die "Ivoclar Advisory Network"-Community ermöglicht nicht nur ein konstruktives Feedback zu bestehenden Produkten, sondern involviert die Zahnärzte auch aktiv in den Entwicklungsprozess neuer Lösungen.

Diese B2B-Community stärkt die Beziehung zwischen Ivoclar und seinen Kunden und führt zusätzlich auch zu bedeutenden Fortschritten im Bereich zahnärztlicher Produkte. Die enge Zusammenarbeit zwischen der Dentalbranche und den Experten vor Ort schafft eine Win-Win-Situation. Ivoclar profitiert von direkten Einblicken in die Bedürfnisse und Erwartungen der Zahnärzte, während die Zahnärzte die Möglichkeit haben, die Produkte aktiv mitzugestalten.

Der Erfolg dieser Community zeigt, dass die praxisnahe Einbindung von Experten zu innovativen Lösungen und einer gestärkten Kundenbindung führt.

Die "Ivoclar Advisory Network"-Community, die durch SKOPOS CONNECT implementiert wurde und bis heute betreut wird, hebt sich als Paradebeispiel hervor, wie eine B2B-Community gezielt auf die Bedürfnisse einer spezifischen Berufsgruppe zugeschnitten werden kann.

# Warum gerade jetzt?

In einer Zeit, in der der Wettbewerb intensiver wird und Kunden zunehmend individualisierte Ansprache erwarten, ist der Aufbau einer B2B-Community strategisch klug. Hier sind einige Gründe, warum jetzt der richtige Zeitpunkt für Ihr Unternehmen sein könnte:

## ▶ 1. Veränderungen im Kundenverhalten

Die Art und Weise, wie Geschäftskunden Informationen aufnehmen und Entscheidungen treffen, hat sich dramatisch verändert. Eine B2B-Community bietet die Möglichkeit, sich an diese neuen Verhaltensweisen anzupassen und relevante Einblicke zu gewinnen.

## ▶ 2. Innovationsdruck

Unternehmen stehen unter dem Druck, kontinuierlich innovative Produkte und Dienstleistungen anzubieten. B2B-Communities ermöglichen es, diesen Innovationsprozess in Zusammenarbeit mit den Kunden zu gestalten und deren Bedürfnisse genau zu verstehen.

## ▶ 3. Digitale Transformation

In einer zunehmend digitalisierten Welt sind Online-Communities ein effizientes Instrument für den Dialog mit Geschäftskunden. Virtuelle Meetings, Umfragen und Diskussionen können nahtlos integriert werden.

Was bedeutet das nun für Sie? Wie können Sie nun Ihre B2B-Community starten?

## Klare Zielsetzung

Definieren Sie genau, welche Ziele Sie mit Ihrer B2B-Community verfolgen. Möchten Sie strategische Einblicke gewinnen, Innovation fördern oder die Kundenbindung stärken?

## Sorgfältige Rekrutierung

Wählen Sie Teilnehmer sorgfältig aus, um sicherzustellen, dass sie nicht nur Kunden sind, sondern auch Experten in Ihrem Geschäftsfeld. Die Rekrutierung für B2B-Communities ist ein Prozess, der auf Kundennewslettern, direkten Ansprechpartnern und strategisch platzierten Multiplikatoren basiert. Die Auswahl der richtigen Zielgruppe ist eine Schlüsselkomponente, die stets im Einklang mit den Datenschutzaspekten stehen sollte.

# Effektive Durchführung von Aktivitäten

Gestalten Sie Aktivitäten so, dass sie die Zeit der Teilnehmer respektieren. Asynchrone Formate sind oft effektiver, um die zeitlichen Einschränkungen von Geschäftskunden zu berücksichtigen. Die Auswahl der Tools für Studien und Aktivitäten in der Community sollte also auf einfach zu bedienenden, browserbasierten Lösungen liegen. Der Zeitaufwand für Teilnehmer sollte gering gehalten werden, und Aktivitäten sollten sich vor allem außerhalb der Arbeitszeiten abspielen. Kurze, präzise Umfragen sind effektiver als umfangreiche Fragebögen.

# Kontinuierliches Community Management

Überwachen Sie die Aktivitäten, bieten Sie technische Unterstützung an und sorgen Sie dafür, dass die Community lebendig bleibt. Das Community Management in B2B-Communities konzentriert sich auf technische Betreuung und Unterstützung. Dabei spielen die Aktivierung der Teilnehmer, die Kontrolle der Auslastung und die Vermeidung von Überlastung eine entscheidende Rolle. Ein sparsamer Einsatz von Engagement-Tools und klare Kommunikation über den Umgang mit Teilnehmerfeedback fördern eine effektive Zusammenarbeit.

# Transparente Kommunikation

Teilen Sie den Teilnehmern mit, wie ihre Beiträge genutzt werden und welchen Mehrwert sie für Ihr Unternehmen haben.



# Investition in die Zukunft

Der Aufbau und die Führung einer B2B-Community sind nicht nur eine Investition in die Gegenwart, sondern auch in die Zukunft Ihres Unternehmens. Durch tiefere Einblicke, engere Kundenbindung und gemeinsame Innovationen schaffen Sie die Grundlage für langfristigen Erfolg. Jetzt ist der ideale Zeitpunkt, diese Chance zu nutzen und Ihr Unternehmen auf die nächste Stufe zu heben. Der Aufbau und Betrieb einer B2B-Community erfordert Aufmerksamkeit und eine klare Strategie. Unternehmen, die sich dieser Herausforderung stellen, werden aber mit effizienteren Abläufen, zusätzlichen Insights und qualitativ hochwertigem Feedback belohnt.



Certified Partner  
CX DELIVERY



**Oliver Kern**

**Mitbegründer & geschäftsführender Gesellschafter  
SKOPOS CONNECT GmbH**

Die SKOPOS CONNECT GmbH ist eine Full-Service-Agentur, die namhafte Unternehmen wie Audi, BOSCH, Porsche, REWE, Miele, E.ON, GLS und Deutsche Bahn konzeptionell berät und ihnen mit maßgeschneiderten Community- und Customer-Experience-Lösungen zu einem dauerhaften Dialog mit ihren Kunden, stärkerer Kundenbindung und somit zu mehr Umsatz verhilft.

**SKOPOS CONNECT GmbH**

Oppenhoffallee 106, 52066 Aachen

[info@skopos-connect.de](mailto:info@skopos-connect.de)

+49 241 99000770