



Способы продвижения сообщества_К-м

- 1 Зачем монетизировать сообщество?
- 2 Какие бизнес-модели сообщества бывают?
- 3 Какие модели монетизации внутри сообщества существуют?
- 4 Зачем предпринимателям объединяться в сообщества?
- 5 Что можно отнести к факторам успеха бизнес-сообщества?
- 6 Кто постановщик задачи по измерению сообщества?
- 7 Какие количественные показатели эффективности сообщества можно выделить?
- 8 Какие качественные показатели эффективности сообщества можно выделить?
- 9 Какие этапы развития сообщества существуют?
- 10 Какие действия необходимо предпринять комьюнити-менеджеру на нулевом этапе развития сообщества?
- 11 Какие действия необходимо предпринять комьюнити-менеджеру на первом этапе развития сообщества (рождение)?
- 12 Какая основная задача комьюнити-менеджера на втором этапе развития сообщества (развитие)?
- 13 Какие критерии выбора партнеров при создании комьюнити?
- 14 Какая главная цель мероприятий для участников комьюнити?
- 15 Что необходимо учесть для соблюдения участниками комьюнити цифрового этикета в чате?
- 16 Кто является участником постоянного закрытого чата комьюнити?
- 17 Какой чат необходимо создать, чтобы организовать участников сообщества в рамках события?
- 18 Какие специалисты нужны для внешней коммуникации сообщества?





- 19) Что такое “гибридное сообщество”?
- 20) Какие форматы образовательных продуктов внутри сообщества бывают?

