Social Media Strategie Newsletter

Sie haben Fragen zum Thema Social Media Strategie? Sprechen Sie mich mich einfach an.

Wilfried Schock

ws@pbsm.info
pbsm.info
LinkedIn

SOCIAL MEDIA STRATEGIEN UND STRATEGIE-MODELLE

4. Juli 2023
Lesezeit: ca. 10 Minuten
Inhalt: Social Media Strategie und Strategiemodelle - die Bedeutung von Strategiemodellen
Nutzen des Beitrags: Social Media Strategiekompetenz

Social Media Strategie Newsletter

Sie haben Fragen zum Thema Social Media Strategie? Sprechen Sie mich mich einfach an.

Wilfried Schock

ws@pbsm.info
pbsm.info
LinkedIn

Strategiemodelle

Strategiemodelle sind Modelle für die Entwicklung von Strategien. Sie bilden die Komplexität der Strategie und deren Entwicklung ab.

Strategieentwicklung ist eine der Aufgaben die im Tagesgeschäft eher selten anfällt. In der Ausbildung wird sie ebenfalls nicht sehr umfassend behandelt. Als Einsteiger in eine relativ neue Funktion muss Strategieentwicklung in Social Media weitgehend selbst erarbeitet werden. Natürlich gibt es auch in Social Media Strategiemodelle oder Frameworks die die Entwicklung von Strategien erleichtern sollen. Deren Qualität ist allerdings sehr unterschiedlich.

Was sind Social Media Strategien und was nicht

Oft werden Strategien mit Maßnahmen verwechselt. Wie Sie Strategien von Maßnahmen(paketen) unterscheiden lesen Sie in diesem Blogbeitrag.

Sprechen Sie nur von Strategie, wenn Sie sicher sein können, das es sich wirklich um Strategie handelt. Und - auch wenn es pingelig und lästig wirkt - stellen Sie sicher, das in Meetings und ähnlichem eine klare gemeinsame Definition dessen was Strategie ist - und was nicht zur Strategie gehört - besteht. Ansonsten landen Sie in der Vorhölle der Strategie - dort wo jeder irgend etwas zur Strategie beitragen will ohne zu wissen, was Strategie konkret ist. Die eigentliche Hölle der Strategen beginnt übrigens wenn Strategieentscheidungen ohne eine gemeinsames Verständnis dessen was Strategie ist, anstehen.

Nutzen von Strategiemodellen

Strategiemodelle bilden Strategien und deren Entwicklung ab. Im besten Fall stellen sie eine Vorgehensweise für die Entwicklung von Strategien dar, bilden die Zusammenhänge und Prozesse ab, die zu einer Strategie führen und führen den Anwender durch diese Prozesse.

Was können Strategiemodelle leisten

Strategiemodelle sind Methoden und Strukturen die zu validen Strategien führen sollen. Einfach erklärt sind sie eine Art von Rezept, das dem Anwender zeigt, wie er ein bestimmtes Ergebnis - eine Strategie - erarbeiten kann.

Damit wird der Nutzen von Strategiemodellen deutlich. Wir erhalten

- Strukturierte Prozesse für die Strategieentwicklung
- eine mehr oder weniger konkrete Gebrauchsanleitung für die einzelnen Prozesse
- die Sicherheit inhaltlich nichts zu vergessen

Ein gutes Strategiemodell führt daher eher zu einer validen Strategie als eine Strategieentwicklung nach dem Bauchgefühl.

Strategiemodelle sind keine Erfolgsgarantie

Strategiemodelle sind Gebrauchsanweisungen und empfohlene Vorgehensweisen. Die Qualität der Strategie, die daraus entsteht basiert - neben der Qualität des Strategiemodells - auf der Informationsqualität, auf die die Strategie entsteht und auf der Qualität der Entscheidungen, die zu einer Strategie führen.

Social Media Strategie Newsletter

Sie haben Fragen zum Thema Social Media Strategie? Sprechen Sie mich mich einfach an.

Wilfried Schock

ws@pbsm.info
pbsm.info
LinkedIn

Die Konsquenz daraus:

- wir müssen Strategiemodelle beurteilen können. Wählen wir ein leistungsschwaches, unzureichendes oder fehlerhaftes Strategiemodell ist die Gefahr hoch, das die Strategie die daraus entsteht diese Schwächen hat.
- Strategiemodelle verhindern keine falschen oder schwachen Entscheidungen: Strategien basieren auf Entscheidungen. Strategiemodelle zeigen uns welche Entscheidungen wir fällen sollten, sie können uns aber die Entscheidungen nicht abnehmen. Jedes Unternehmen agiert in seinem individuellen Umfeld und Wettbewerb, mit seinen individuellen Zielen und Ressourcen. Die Strategien - und die dafür erforderlichen Entscheidungen - müssen dieser individuellen Situation Rechnung tragen. Ansonsten sind sie für das Unternehmen nicht geeignet.
- Strategiemodelle sichern keine Informationsqualität: Strategiemodelle zeigen uns welche Informationen wir für unsere Entscheidungen benötigen bzw. haben sollten. Gute Strategiemodelle erklären auch wie wir zu diesen Informationen kommen. Die Qualität dieser Informationen müssen wir bei ihrer Erhebung selbst sichern. Gleiches gilt für ihre Interpretation.

Problematische Strategiemodelle

Strategiemodelle sind problematisch wenn sie

- uns nicht zu einer guten, validen Strategie führen können, beispielsweise weil sie unvollständig sind. Strategiemodelle sind unvollständig wenn ihnen Bereiche der Strategie fehlen.
- nicht ausreichend klar strukturiert sind. Wenn die Strukturen einer Strategie in einem Strategiemodell nicht klar definiert sind, hilft uns dieses Strategiemodell nicht gut genug eine leistungsfähige Strategie zu entwickeln.
- uns nicht sicher durch Prozesse führen. Insbesondere wenn die Inhalte der einzelnen Strategieprozesse unklar ist.

Unvollständige Strategiemodelle

Strategiemodelle sind unvollständig, wenn ihnen Bereiche der Strategie fehlen oder Strukturen der Strategie unvollständig sind.

Fehlende Bereiche einer Strategie sind beispielsweise

- Wettbewerb: die Wettbewerbssituation des Unternehmens in Social Media wird nicht berücksichtigt. Wettbewerbsreaktionen werden in der Strategie nicht berücksichtigt.
- Handlungsoptionen: die möglichen Handlungsoptionen des Unternehmens für seine konkrete Situation werden nicht klar definiert. Daraus läßt sich dann auch keine fundierte valide Strategie ableiten.
- Unternehmensziele und -prioritäten: individuelle Unternehmensprioritäten und -ziele werden in der Strategie nicht oder unzureichend berücksichtigt. Es wird von einem unveränderten status quo ausgegangen.

Bewertung von Strategiemodellen

Damit wir Strategiemodelle bewerten können, benötigen wir Kriterien die durch Strategiemodelle und Frameworks erfüllt werden sollten.

Social Media Strategie Newsletter

Sie haben Fragen zum Thema Social Media Strategie? Sprechen Sie mich mich einfach an.

Wilfried Schock

ws@pbsm.info
pbsm.info
LinkedIn

Als valide Strategien bezeichne ich Strategien, die

- auf dem individuellen Leistungspotenzial von Social Media für das Unternehmen und den dadurch möglichen Nutzen von Social Media für das Unternehmen aufbauen.
- die individuellen Bedürfnisse, Prioritäten und Ziele des Geschäftsmodells berücksichtigten.
- auf den möglichen Handlungsoptionen und der Entscheidung welche davon genutzt werden basieren.
- die Wettbewerbssituation abbilden und in der Strategiedefinition berücksichtigen.
- die Ressourcen des Unternehmens / Realisierbarkeit der Strategie berücksichtigen.

Strategiemodelle die diese Bereiche nicht abdecken, führen nicht zu validen Strategien.

Kriterien für Strategiemodelle

Nachfolgend einige Kriterien für die Bewertung von Strategiemodellen.

Betrachten Sie das Strategiemodell, das Sie nutzen oder nutzen wollen unter diesem Blickwinkel und prüfen Sie auch andere, alternative Strategiemodelle auf deren Eignung. Nachfolgend die wichtigsten Kriterien für Strategiemodelle.

- Nutzen (der Strategie für das Unternehmen) Strategien können dem ganzen Unternehmen nutzen oder einzelnen Funktionsbereichen. Für Social Media ist es sinnvoll zuerst den möglichen Nutzen von Social Media für das ganze Unternehmen zu erkennen und sich dann gegebenenfalls auf die Unterstützung einzelner Bereiche zu fokussieren. Ein Strategiemodell sollte das Leistungspotenzial von Social Media für das individuelle Unternehmen als Ausgangsbasis für die Entscheidung über den Nutzen und die ganze Strategieentwicklung nehmen. Berücksichtigen wir das ganze mögliche Leistungspotenzial von Social Media nicht, führt das zu einer ungewollt begrenzten Strategie. Im Gegensatz zu einer bewußt fokussierten Strategie ist dies problematisch.
- Präzision (des Strategiemodells) hier geht es darum wie präzise das Strategiemodell als Werkzeug angelegt ist. Wie selektiv kann ein einzelner Markt oder ein Bereich eines einzelnen Marktes angesprochen werden. Kann ich hier inhaltlich fokussieren oder muss ich eher grob in der Breite agieren. Je nach dem wie präzise mein Strategiemodell die Nutzen-, Markt- und Wettbewerbssituation abbildet kann eine Strategie effektiver und präziser entwickelt und gestaltet werden.
- Wirkung / Leistungspotenzial von Social Media: der Wirkungsansatz eines Strategiemodells beschreibt, wie dieses Strategiemodell in Social Media (welche Wirkung) erzielt. Das erfordert einmal die grundsätzliche Definition wie Social Media für Unternehmen Wirkung erzielen kann (sozusagen den Werkzeugkasten) und zum anderen einen Prozess mit dem die Entscheidung gefällt wird, welche Wirkung in welchem Bereich erzielt werden soll. Je nachdem wie präzise diese Wirkungsmethoden im Strategiemodell abgebildet - und Teil der Strategie - sind, desto effektiver und wirkungsvoller kann die Strategie entwickelt werden.
- Wettbewerb: blendet das Strategiemodell die Wettbewerbssituation aus, fehlt ein wesentlicher Bestandteil des Strategiemodells und in der Konsequenz auch der Strategie die anhand dieses Modells erarbeitet wurde. Es gibt wenige Bereiche die so wettbewerbsintensiv sind, wie Social Media. Strategien für Social Media zu entwickeln, ohne die Wettbewerbssituation strukturell wie detailliert zu berücksichtigen ist realitätsfern und nicht zu verantworten. Strategien, die ihre Wettbewerbssituation ignorieren haben ein höheres Risiko zu Scheitern. Strategiemodell können die Wettbewerbssituation „global“ (für die ganze inhaltliche Bandbreite der

Social Media Strategie Newsletter

Sie haben Fragen zum Thema Social Media Strategie? Sprechen Sie mich mich einfach an.

Wilfried Schock

ws@pbsm.info
pbsm.info
LinkedIn

Strategie) oder „granular“ (für die einzelnen Bereiche / Themen der Strategie) berücksichtigen. Je präziser ein Strategiemodell arbeitet, desto präziser kann die darauf basierende Strategie sein. Das erhöht die Erfolgswahrscheinlichkeit der Strategie, ihre Effektivität und wirkt sich positiv auf den Ressourcenverbrauch aus. Ein weiteres Kritierum bei der Wettbewerbssituation / Wettbewerbsqualität von Strategiemodellen ist die Berücksichtigung von Wettbewerbsreaktionen. Unterstützt das Strategiemodell die Berücksichtigung möglicher Wettbewerbsreaktionen auf die eigene Strategie ist dieses Modell deutlich leistungsfähiger und ermöglicht Strategien mit einer höheren Wettbewerbsqualität als Strategiemodelle, die diesen Punkt nicht berücksichtigen.

- Handlungsoptionen: Handlungsoptionen zeigen uns welchen verschiedenen Handlungsmöglichkeiten das Unternehmen um einen gewünschten Nutzen für einen Markt oder einen Teil davon in einer definierten Wettbewerbssituation in Social Media zu realisieren. Strategiemodelle, die die Handlungsoptionen eines Unternehmens in Social Media - für den möglichen Nutzen von Social Media für Märkte - deutlich machen, bieten eine höhere Informationsqualität für die Strategiedefinition, ermöglichen deshalb bessere Entscheidungen und damit leistungsfähigere Strategien als Strategiemodelle, die dies nicht leisten.
- Strategiebestandteile: Strategien sind Entscheidungen die zu einem bestimmten Verhalten und entsprechenden Maßnahmen führen.Damit Strategien erfolgreich sein können, sollten sie alle Bestandteile enthalten, die erforderlich sind die gewünschten Ziele zu erreichen. Für Social Media sollten Strategiemodelle also nicht nur das Ziel definieren sondern auch den Weg dahin beschreiben. Konkret sollte das Strategiemodell die Wirkung definieren, die sie erzielen will und die Wirkungsweise mit der die Wirkung erzielt wird.

Ein Mindestset an Strategiebestandteilen in diesem Sinn sind

- die Themen und Themenbereiche die mit der Strategie angesprochen werden sollen.
- die Social Media Nutzungsformate mit deren Hilfe die Wirkung in Social Media erzielt wird.
- der UserNutzen der durch die Strategie entsteht.
- der UnternehmensNutzen der durch die Strategie entsteht
- die Social Media Kanäle, die für UserNutzen, UnternehmensNutzen und Nutzungsformate genutzt werden sollen.
- die Reichweite, die erforderlich ist um den UnternehmensNutzen in gewünschtem Umfang zu realisieren.
- die Ressourcen, die für die Strategie erforderlich sind.

Dieses Set kann um weitere Strategiebestandteile - wie beispielsweise Ziele, Zielgruppen, Annahmen und Voraussetzungen - ergänzt werden.

Strategiedefinition

Die Strategiedefiniton im engeren Sinn beschreibt welche Entscheidungen gefällt werden und berücksichtigt die Konsequenzen und Auswirkungen dieser Entscheidungen. In der Strategiedefiniton werden die Inhalte der Strategie formuliert.

- Strategiedefinition: Informationsbasis Handlungsoptionen, wettbewerb, Social Media Affinität, Kampagnenorientiert, Strukturorientiert, Contentmarketing als Strategie oder breiter aufgestellt.

Social Media Strategie Newsletter

Sie haben Fragen zum Thema Social Media Strategie? Sprechen Sie mich mich einfach an.

Wilfried Schock

ws@pbsm.info
pbsm.info
LinkedIn

- Wettbewerb: aktuelle situation, Handlungsoptionen Strategie
- Strategieversionen, nur eine Strategie
- Strategiebewertung / Überprüfung Strategieentwurf nach Kriterien

Funktionale Integration

Ein Social Media Strategiemodell, das nur auf Social Media / Marketingkommunikation ausgerichtet ist, ist deutlich weniger integriert als ein Strategiemodell das alle von Social Media tangierten Bereiche des Unternehmens in die Social Media Strategieentwicklung einbindet. Wenig integrierte Strategiemodelle führen zu Silo-Strategien und Silo-Verhalten, integrierte Strategiemodelle sichern dem Unternehmen insgesamt mehr vom Nutzen von Social Media und lösen sich von der Orientierung von Funktionssilos im Unternehmen.

Integration ins Tagesgeschäft

Social Media Strategien müssen im Tagesgeschäft ankommen, damit sie umgesetzt werden. Strategiemodelle, die diese Integration ins Tagesgeschäft durch ihre Struktur unterstützen sind für Unternehmen hilfreicher als Strategiemodelle, die diesen Punkt nicht leisten.

Die Integration von Strategien ins Social Media Tagesgeschäft kann in Strategiemodellen beispielsweise über die feste Integration von Maßnahmen in den einzelnen Strategiebestandteilen gesichert werden. Hier finden auch die KPIs für die verschiedenen Maßnahmen ihren Platz.

Überblick Social Media Strategiemodelle

- Strategiemodelle bei Vivian Pein (Social Media Manager)
- Weitere Strategiemodelle finden Sie durch eine Abfrage bei Google

Praktische Handlungsempfehlungen

- Prüfen und vergleichen Sie die Leistungsfähigkeit und die Bandbreite eines Strategiemodells bevor Sie es nutzen.
- Prüfen Sie das Strategiemodell ihrer aktuellen Strategie auf seine Leistungsfähigkeit. Strategien die auf einem weniger leistungsfähigen Strategiemodell basieren, sind in aller Regel auch weniger leistungsfähig. Passen Sie Ihre Strategie an in dem sie das leistungsfähigste Strategiemodell für Ihre Situation und Ziele verwenden.

Fragen zum Thema Strategie in Social Media

Kein Blogbeitrag kann alle Fragen zu einem Thema beantworten. Schon gar nicht bei einem so komplexen wie Strategie.

Wenn Sie also Fragen zum Thema haben, sprechen Sie mich einfach an. Sie erreichen mich

- über das Kontaktformular dieser Website.
- per eMail
- in LinkedIn
- in Xing.