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 TAKTIK?

25. September 2023
Lesezeit: ca. 9 Minuten

Inhalt: Warum wir Strategie und Taktik unterscheiden können sollten und wie wir das in der Praxis "einfach" können.

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

Warum es wichtig ist Strategie und Taktik unterscheiden zu können

Im Unternehmen wie in den Märkten befinden wir uns in einem permanenten Wettbewerb. Innerhalb der Unternehmen dreht sich dieser Wettbewerb um Aufmerksamkeit und Anerkennung um damit Ressourcen für die eigene Arbeit zu sichern oder zu erhöhen und auf diese Weg die eigene Karriere voran zu bringen.

Der sachliche Grund

Aufmerksamkeit ist auch innerhalb von Unternehmen eine wichtige Währung, insbesondere wenn wir versuchen für die eigene Arbeit die Unterstützung - in Form von Unternehmensressourcen - zu sichern und zu verbessern.

Je größer die Aufmerksamkeit desto höher die Chance dieses Ziel zu erreichen. Die Aufmerksamkeit und Unterstützung des Top Management erzielen wir in aller Regel eher mit Themen strategischer Natur als mit Themen taktischer Natur. Deshalb ist es wichtig die strategischen Qualitäten der eigenen Arbeit / Projekte / Funktion fundiert darstellen und kommunizieren zu können.

Perfekt ist es wenn wir die strategische Bedeutung unseres Unternehmens korrekt - im Sinne der Definition - anhand des Geschäftsmodells des Unternehmens definieren können. Das ist nahezu automatisch für das Top Management relevant, weil es dessen Kernthemen (Geschäftsmodell und Strategie) betrifft.

Der Unterschied liegt in der Wirkung

Die Wirkung ist der wesentliche Unterschied zwischen mehr oder zufälliger Maßnahmensammlung und einer echten Strategie.

- In einer Strategie kenne ich den ganzen möglichen Nutzen der für den Erfolg des Unternehmens (seines Geschäftsmodells möglich ist. Ich wähle aus diesem potenziellen Nutzen denjenigen, der am meisten um Unternehmenserfolg beiträgt und den ich aufgrund meiner Ressourcen und der Wettbewerbssituation
- in einer willkürliche taktischen Maßnahmensammlung wähle ich ohne Kenntnis des möglichen Nutzens für das Geschäftsmodell Maßnahmen (für das Tagesgeschäft) die ich für relevant halte.

Das Entscheidungsproblem

Entscheidet eine Social Media Manager über die "Social Media Strategie" oder schlägt sie vor, haben wir ein mehr oder weniger verdecktes Entscheidungsproblem:

Das Social Media Management entscheidet darüber welche Bestandteile des Geschäftsmodells durch Social Media unterstützt werden.

- Handelt es sich um eine echte Strategie - also die Entscheidung in Kenntnis des möglichen Nutzens von Social Media für das Geschäftsmodell - dürfte diese Entscheidung nicht in der Kompetenz des Social Media Managements sondern in der Kompetenz der Unternehmensführung liegen.

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

- Handelt es sich um eine mehr oder weniger willkürliche taktische Maßnahmensammlung ohne Kenntnis des für das Unternehmen möglichen Nutzens von Social Media für das Geschäftsmodell, hat das Social Media Management - mangels fachlicher Kompetenz - auf diesen möglichen Nutzen verzichtet.

Die Entscheidung über den Nutzen von Social Media für das Geschäftsmodell sollte grundsätzlich beim Unternehmensmanagement liegen. Die Aufgabe des Social Media Managements ist es die Situation - den möglichen Nutzen von Social Media für das Unternehmen (also das Geschäftsmodell) mit den damit verbundenen Anforderungen an Ressourcen und der Wettbewerbssituation transparent darzustellen. Erfüllt das Social Media Management diese Aufgabe nicht, haben wir es mit einem strategischen Kompetenzdefizit zu tun. Strategisch weil dieses Kompetenzdefizit sich auf die Fähigkeit zur Nutzung von (neuen und bestehenden) Potenzialen, die Wettbewerbsfähigkeit und die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens auswirkt.

Der persönliche Grund

Kompetenz - oder zumindest der Eindruck davon - sind für die persönliche Entwicklung / Karriere in einem Unternehmen nicht ganz unerheblich.

Wenn wir beispielsweise unsere Arbeit oder ein Projekt als strategisch oder strategisch relevant bezeichnen, dies aber für andere erkennbar eben nicht strategisch ist, unterstützt das nicht den Eindruck von Kompetenz sondern belegt eher das Gegenteil - zumindest was die Ebene strategische Kompetenz betrifft. Wenn unsere Arbeit oder eines unserer Projekte entsprechende Relevanz hat und wir diese Relevanz nicht kommunizieren stellen wir eben nicht bescheiden sondern wir nutzen das Potenzial dieser Arbeit / des Projektes nicht in dem Maß, wie es erforderlich wäre und reduzieren wenn es schlecht läuft auch noch die Erfolgschancen und damit den Beitrag der Arbeit / des Projektes zum Unternehmenserfolg.

Ein faux pas dieser Art ist auf der Ebene der Peers - also der Kollegen der gleichen Hierarchieebene peinlich. Fatal ist es wenn wir die fehlende Fähigkeit zur Unterscheidung für Vorgesetzte oder das Top Management deutlich wird. Niemand will nun mal gern als Blender oder als weniger kompetent gesehen werden. Menschen mit strategischer Kompetenz werden nun mal eher gefördert, weil sie mehr zum Erfolg des Unternehmens beitragen können.

Die Verwendung der beiden Begriffe ohne sie unterscheiden zu können ist also wenig empfehlenswert.

Wenn die bisherige Begründung dafür nicht ausreicht - stellen Sie sich einfach vor, Sie präsentieren ein für Sie und das Unternehmen wichtiges Projekt vor dem Top Management des Unternehmen und eine Person aus diesem Kreis bittet Sie, die von Ihnen beschriebene strategische Bedeutung des Projekts etwas ausführlicher zu erklären, da sie von dieser Person nicht ganz verstanden wurde. In diesem Fall sollte man die jeweilige strategische Relevanz gut und vor allem zutreffend erklären können oder mit dem Fragezeichen hinter der eigenen Kompetenz leben können.

Strategie und Taktik unterscheiden

Beide Begriffe begegnen uns im beruflichen Alltag mehr oder weniger oft. Aktivitäten oder Entscheidungen werden gern als strategisch bezeichnet. Diese Bezeichnung muss nicht immer der Realität entsprechen, kann also nur zur Unterstützung eines Ziels - meistens der Aufmerksamkeit - dienen.

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

Definitionen von Strategie und Taktik

Wir finden eine ganze Reihe von Definitionen , wenn wir nach beiden Begriffen googeln. Wenige davon sind selbst erklärend und in der Praxis für eine einfache und nachvollziehbare Unterscheidung hilfreich. Bei einer Nachfrage sollte man wiederum nicht erst lange bei Google nachschlagen müssen oder eine etwas länger dauernde Analyse durchführen wollen. Wo einfache, nachvollziehbare und allgemein verständliche Erklärungen und vor allem von deren Unterschied gefragt sind, verwende und empfehle ich die nachfolgende Unterscheidung:

- Strategie: Strategisch sind alle Maßnahmen, die dem Unternehmen neue Potenziale oder neue Fähigkeiten für die Nutzung von Potenzialen erschließen oder die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens erhöhen.
- Taktik: Taktisch sind alle Maßnahmen, mit denen wir eine Strategie umsetzen oder die der Umsetzung eines bestehenden Business Model dienen.

Das ist eine sehr pragmatische Unterscheidung, die vor allem die Einordnung im Alltag erleichtern soll. Wir orientieren uns bei der Unterscheidung vor allem an der Auswirkung auf die Potenziale die das Unternehmen in seinen Märkten nutzt bzw. die Potenziale, die die Fähigkeiten des Unternehmens darstellen. Bei den Fähigkeiten berücksichtigen wir vor allem die Fähigkeit Potenziale zu erschließen und zu nutzen und die Wettbewerbsfähigkeit.

Wenn Sie ihre fachliche Kompetenz zur Unterscheidung zwischen diesen beiden Ebenen ausbauen wollen, empfehle ich Ihnen die externen Ressourcen, die am Ende des Blogs verlinkt sind.

Praktische Unterscheidung

Nachfolgend einige Beispiele um die Unterscheidung anhand der oben aufgeführten Definition zu erleichtern.

- Bearbeitung bestehender Märkte: Taktisch, weil eine Aktivität im Rahmen des bestehenden Geschäftsmodells - erschließt keine neuen Potenziale für das Unternehmen.
- Erschließung neuer Märkte: Strategisch, weil damit neue Potenziale für das Unternehmen erschlossen werde.
- Weiterentwicklung bestehender Unternehmensfähigkeiten: Taktisch, wenn damit keine neuen Potenziale erschlossen werden.
- Anwendung von bestehenden Unternehmensfähigkeiten auf neuen Feldern: Strategisch, wenn damit neue Potenziale für das Unternehmen erschlossen werden.
- Entwicklung neuer Unternehmensfähigkeiten: Strategisch, wenn damit neue Potenziale erschlossen oder eine höhere Wettbewerbsfähigkeit erzielt wird.
- Entwicklung eines neuen Produktes: Strategisch wenn damit neue Potenziale erschlossen oder die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens verbessert wird.

Beispiel Social Media Strategie

Ob eine Social Media Strategie eine echte Strategie ist oder nur eine taktische Maßnahmensammlung erkennen Sie daran, ob die Strategie auf den Potenzialen aufbaut, die Social Media für den Erfolg des Geschäftsmodells beitragen

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

kann. Wenn wir also eine Social Media Strategie auf der Grundlage des Nutzens von Social Media erarbeitet haben, spricht das dafür, das es sich tatsächlich um eine Strategie und nicht um eine mehr oder weniger willkürliche taktische Maßnahmensammlung handelt.

Fazit:

- wenn die Unternehmensressourcen in einer willkürlichen taktische Maßnahmensammlung ökonomisch sinnvoll eingesetzt werden, ist das weitgehend Zufall.
- In einer Social Media Strategie ist der ökonomische Einsatz von Unternehmensressourcen das Ergebnis von Wissen und bewußten Entscheidungen.
- Maßnahmen in Social Media ohne Strategie führen in aller Regel zu einem weniger ökonomischen und erfolgreichen Einsatz von Unternehmensressourcen.
- Maßnahmen in Social Media ohne Strategie tragen in aller Regel deutlich weniger zum Erfolg des Geschäftsmodells bei.

Interne Ressourcen zum Thema Strategie

- Strategie oder Maßnahmenpaket / Kampagne - zur Einschätzung von Social Media Strategien
- Strategiemodelle für Social Media - Kriterien und Auswahl
- Das pbsm.Strategiemodell für Social Media
- Handlungsoptionen als Grundlage der Strategiedefinition

Externe Ressourcen zum Thema Social Media Strategie

- Harvard Business Review Must Reads on Strategy
- Competitive strategy: how to design a winning business model
- From strategy to business models onto tactics
- Choosing How to Compete: Strategies and Tactics in Standardization
- The Origin of Strategy

Für Ihre Fragen

Strategie ist ein umfangreiches und komplexes Feld. Das trifft besonders auf Social Media zu.

Wenn Sie dazu Fragen haben, freut es mich und werde versuchen sie so gut es mir möglich ist zu beantworten. Sie erreichen mich über das Kontaktformular dieser Website, per eMail oder via LinkedIn.

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

Wenn Sie sich umfassender mit dem Thema befassen und Ihre Social Media Strategiekompetenz auf eine neue Ebene bringen wollen, empfehle ich Ihnen meinen Kurs zur Social Media Strategieentwicklung mit dem pbsm.

Zum Strategiekurs

Hier finden Sie weitere Informationen zum pbsm.Strategiekurs.