

**Social
Media
Strategie-
kompetenz
next
level**

**Social Media
Strategie
leicht
verständlich.**



Was ist eine Social Media Strategie?

Definition

Eine Social Media Strategie ist die Entscheidung eines Unternehmens wie dieses Unternehmen Social Media nutzt und welche Vorteile von Social Media das Unternehmen für sich realisieren will.

Bestandteile einer Social Media Strategie

Unsere Social Media Strategie definiert welchen Nutzen von Social Media für unser Geschäftsmodell wir auf welche Weise realisieren wollen.
Unsere Social Media Strategie gibt die Ziele für die Umsetzung der Strategie in deren einzelnen Bestandteilen vor.

Die Basis der Strategie

Eine Social Media Strategie ist basiert auf

- dem Leistungspotenzial von Social Media für das Unternehmen
- dem individuellen Geschäftsmodell des Unternehmens
- dem Wettbewerb, in den das Unternehmen in Social Media eintritt
- den Unternehmensressourcen, die das Unternehmen für diese Strategie einsetzt.

Der Inhalt der Strategie

Eine Social Media Strategie besteht aus

- den Schwerpunkte der Strategie und deren Ziele
- den Ziele, Inhalte/Maßnahmen und dem Ressourcenbedarf für die einzelnen Strategiebestandteile.

Praxishinweis

Social Media ohne Strategie zu nutzen, ist eine unbewusste oder bewusste Entscheidung auf viele der möglichen Vorteile von Social Media zu verzichten.

Da diese Entscheidung vermutlich eher unbewußt und damit ohne Wissen der Konsequenzen getroffen wurde, liegt es im Verantwortungsbereich der für Social Media zuständigen Personen über dieses Problem fundiert zu informieren und Lösungen vorzuschlagen.

Worauf eine Social Media Strategie basiert

Bestandteil Social Media Leistungspotenzial

Definition

Social Media Leistungspotenzial steht für die Möglichkeiten mit Hilfe von Social Media gewollte Wirkung zu erzielen. Social Media Leistungspotenzial besteht aus den Wirkungsmethoden (also den Methoden mit denen Wirkung erzielt wird) und den Formaten in denen diese Methoden genutzt werden (Nutzungsformaten)

Wirkungsmethoden

Die Methoden mit denen wir in Social Media Wirkung erzielen

- Information,
- Dialog,
- Vernetzung,
- Kooperation.

Nutzungsformate

Die organisatorisch-technischen Formate in denen Social Media genutzt wird:

- Audience,
- Community,
- Network und
- deren Kombinationen.

Warum ist das Social Media Leistungspotenzial als Bestandteil in der Social Media Strategie erforderlich

Nur wenn wir wissen über welches Werkzeug wir in Social Media verfügen und wie dieses eingesetzt werden kann / soll, können wir in Social Media den Erfolg erzielen, der möglich ist.

Wenn das Social Media Leistungspotenzial als Bestandteil in der Social Media Strategie fehlt

Wenn wir nicht das ganze Social Media Leistungspotenzial von Social Media in der Strategieentwicklung berücksichtigen, werden wir mit großer Wahrscheinlichkeit auch nicht den ganzen möglichen Erfolg in Social Media erzielen können.

Anwendung

Um das Social Media Leistungspotenzial beurteilen und einsetzen zu können benötigen Sie eine fundierte Kenntnis der Wirkungs- und Nutzungsformate in Social Media hier insbesondere von deren Wettbewerbs- und Leistungsqualität.

In der letzten Seite dieses Dokuments erfahren Sie, wie Sie diese Fähigkeit aufbauen.

Worauf eine Social Media Strategie basiert

Bestandteil Geschäftsmodell des Unternehmens

Definition Geschäftsmodell

Ein Geschäftsmodell beschreibt das Grundprinzip nach dem eine Organisation Werte schafft, vermittelt und erfasst. (Business Model Generation, Osterwalder & Pigneur). Das Geschäftsmodell bildet also ab, wie der Unternehmenserfolg entsteht.

Warum das Geschäftsmodell eines Unternehmen in der Social Media Strategieentwicklung erforderlich ist.

Jedes Unternehmen hat ein individuelles Geschäftsmodell. Der Nutzen aus Social Media ist ebenso individuell. Social Media soll zum Unternehmenserfolg beitragen - also zu Erfolg des Geschäftsmodells. Um den insgesamt möglichen Nutzen aus Social Media für ein Unternehmen zu erkennen, müssen wir feststellen, welchen Nutzen Social Media für sein Geschäftsmodell bringen kann.

Betrachten wir nur den Nutzen, den Social Media für einzelne Teile des Geschäftsmodells bzw. einzelne Funktionsbereiche leisten kann, erkennen und realisieren wir nur einen Teil des möglichen Beitrags von Social Media zum Unternehmenserfolg.

Anwendung

Sie benötigen die Grundkenntnisse des Geschäftsmodells Ihres Unternehmens - am besten im Form des Business Canvas von Osterwalder & Pigneur - und die Fähigkeit aus dieser Informationsgrundlage das Veränderungspotenzial von Social Media zu definieren.

In der letzten Seite dieses Dokuments erfahren Sie, wie Sie diese Fähigkeit aufbauen.

Wenn das Geschäftsmodell eines Unternehmen in der Social Media Strategieentwicklung nicht berücksichtigt wird.

Fehlt das Geschäftsmodell in der Social Media Strategieentwicklung fehlt uns ein Blick auf den insgesamt möglichen Beitrag von Social Media zum Unternehmenserfolg.

Social Media Strategien ohne diese Perspektive werden weniger leistungsfähig und tragen weniger zum Unternehmenserfolg bei - unabhängig davon wie erfolgreich sie in ihrem eingeschränkten Ansatz sind.

Worauf eine Social Media Strategie basiert

Bestandteil Wettbewerb

Der Bestandteil Wettbewerb in der Entwicklung einer Social Media Strategie bezieht die Wettbewerbssituation in Social Media in die Strategieentwicklung ein. Er beschreibt in welchem Wettbewerb eine Strategie erfolgreich sein muss.

Warum der Wettbewerb in Social Media in der Social Media Strategieentwicklung erforderlich ist.

In Social Media befinden wir uns in einem besonders umfassenden Wettbewerbsumfeld - dem Wettbewerb um Aufmerksamkeit und Beteiligung.

Strategien müssen sich in ihrem spezifischen Wettbewerbsumfeld durchsetzen können, um erfolgreich zu sein. Keine Strategie ist erfolgreich, die nicht auch wettbewerbsfähig ist. Jede Strategie muss also auch auf ihre spezifische Wettbewerbssituation hin gestaltet sein, damit sie eine Chance auf Erfolg hat.

Wenn der Wettbewerb in Social Media in der Social Media Strategieentwicklung nicht berücksichtigt wird.

Social Media Strategien die ohne deren Wettbewerbssituation zu berücksichtigen, fehlt es zwangsläufig an Wettbewerbsfähigkeit. Der Erfolg von nicht wettbewerbsfähigen Strategien ist mehr als unwahrscheinlich.

Anwendung

Sie benötigen dafür die fundierte Kenntnis des Social Media Leistungspotenzials - insbesondere der Wirkungs- und Nutzungsformate und deren Wettbewerbsqualität. Mit Hilfe dieser Kenntnisse müssen Sie die Wettbewerbssituation insgesamt und in den Handlungsoptionen bewerten und wettbewerbsfähige Vorgehensweisen definieren können.

In der letzten Seite dieses Dokuments erfahren Sie, wie Sie diese Fähigkeit aufbauen.

Worauf eine Social Media Strategie basiert

Bestandteil Ressourcen

Die Ressourcen sind die Mittel die für die Umsetzung einer Strategie erforderlich sind. Strategie ist die Ökonomie der Ressourcen lautet eine bekannte Definition von Strategie.

Warum die Ressourcen in der Social Media Strategieentwicklung erforderlich sind

Ressourcen bestimmen mit welche Strategien für ein Unternehmen möglich sind.

Strategien, die ohne den Blick auf die erforderlichen Ressourcen entwickelt werden, sind keine Strategien sondern bestenfalls wenig realistische Überlegungen.

Die beste Strategie ist nun mal sinnlos, wenn das Unternehmen sie nicht umsetzen kann.

Wenn die Ressourcen in der Social Media Strategieentwicklung nicht berücksichtigt werden.

Erarbeiten wir eine Strategie ohne die nötigen Ressourcen zu berücksichtigen, sind wir nicht realistisch. Entweder wir achten nicht darauf, ob das Unternehmen diese Strategie überhaupt realisieren kann, oder wir bewegen und mit unseren Überlegungen in einem Rahmen, in dem die Ressourcen jederzeit problemlos verfügbar sind. Im ersten Fall agieren wir weltfremd und vergeuden Ressourcen, im zweiten agieren wir vermutlich zu an Chancen orientiert, das die Strategie kaum neue Impulse und Entwicklungen mit sich bringt.

Anwendung

Um diesen Schritt in der Strategiedefinition zu beherrschen benötigen Sie eine fundierte Kenntnis des Ressourcenbedarfs aus den Wirkungs- und Nutzungsformaten des Social Media Leistungspotenzials und der Wettbewerbssituation insgesamt und in den Handlungsoptionen.

In der letzten Seite dieses Dokuments erfahren Sie, wie Sie diese Fähigkeit aufbauen.

Wie eine Social Media Strategie entwickelt wird

Der Ablauf der Strategieentwicklung

- 1 Die Beteiligten und Aufgaben werden bestimmt**

Alle Funktionsbereiche des Geschäftsmodells, die durch Social Media unterstützt werden sollen, werden in die Strategieentwicklung mit ihren Aufgaben integriert.
- 2 Social Media Leistungspotenzial für Unternehmen:**

Das im potenzialbasierten Strategiemodell definierte Social Media Leistungspotenzial ist die Grundlage für die Strategieentwicklung.
- 3 Nutzen aus dem Social Media Leistungspotenzial für das Geschäftsmodell**

über das Social Media Leistungspotenzial werden die möglichen Nutzen von Social Media für das individuelle Geschäftsmodell bestimmt.
- 4 Definition der Handlungsoptionen**

Die Handlungsoptionen für die Realisierung der jeweiligen Nutzen aus Social Media werden über die Wettbewerbssituation und die Priorität des Nutzens bestimmt.
- 5 Definition der Strategiealternativen**

Die sinnvollen Strategiealternativen werden von den präferierten Handlungsoptionen abgeleitet.
- 6 Strategieentscheidung**

Das Unternehmensmanagement entscheidet welche Strategieverision realisiert wird.

Nach der Strategieentscheidung beginnt die Phase des Strategiemangements. Dort wird die Umsetzung der Strategie und damit ihr Erfolg gesichert. Zugleich wird die Leistung der Strategie und ihre Rahmenbedingungen überprüft und bei Veränderungen zeitnah angepasst.

Wenn einer Social Media Strategie Bestandteile fehlen

Das Problem der Nachbesserung existierender Strategien mit strukturellen Defiziten.

Strategien sind das Ergebnis von Situationen und darauf basierenden Entscheidungen.

Ändern sich Situationen, passen die Entscheidungen nicht mehr und die auf diese Situationen und Entscheidungen aufgebaute Strategie ist überholt. Strategien lassen sich leider nur schwer nachbessern. Statt dessen ist es besser Veränderung konsequent nachzuvollziehen und auf eine Strategie aufzubauen, die dieser Veränderung und möglichst auch der dahinter stehenden Entwicklung Rechnung trägt.

Was in diesem Fall zu tun ist

Prüfen Sie die bestehende Social Media Strategie ob sie alle wichtigen Bestandteile einer Strategie berücksichtigt hat.

Ist dies nicht der Fall, entwickeln Sie eine Strategie die auf einer vollständigen Grundlage besteht.

Vergleichen Sie die beiden Strategie inhaltlich und Sie erkennen, wie groß der Anpassungsbedarf bei den umsetzenden Maßnahmen ist.

Kommunizieren Sie das Problem, lassen Sie die neue Strategie genehmigen und passen Sie Maßnahmen entsprechend an.

Wenn ein Unternehmen keine Social Media Strategie hat

Unternehmen die Social Media ohne eine entsprechende Strategie nutzen, verzichten auf einen größeren Beitrag von Social Media zum Unternehmenserfolg, setzen Social Media weniger wirtschaftlich und sehr viel weniger wettbewerbsfähig ein.

Warum das so ist, wissen Sie jetzt und können das auch kommunizieren. Denken Sie dabei daran:

Es ist nicht problematisch, eine Vorgehensweise in Frage zu stellen, die man selbst praktiziert hat, wenn sich die Situation geändert hat. Es ist problematisch nicht auf neue Erkenntnisse zu reagieren und Verbesserungen zu ignorieren, weil man zuvor Social Media anders eingesetzt hat.

Es ist eine Zeichen für Kompetenz Probleme selbst anzusprechen, bevor es andere tun. Es ist noch klüger dabei auch noch die Lösung präsentieren zu können. Das macht gute Manager aus.

Machen Sie aus dem Problem eine Chance und demonstrieren Sie damit Kompetenz.



Wilfried Schock
ws@pbsm.info
pbsm.info
[LinkedIn](#)

Aufbau von Social Media Strategiekompetenz.

Sie kennen jetzt die wichtigsten Bereiche für den Aufbau einer valider Strategiekompetenz in Social Media.

Für den Aufbau einer praktisch anwendbaren Strategiekompetenz haben Sie die folgenden Alternativen:

Entwicklung einer eigenen Anwendungsmethode auf der Grundlage des potenzialbasierten Strategiemodells. Die **Grundlagen des potenzialbasierten Strategiemodells** erhalten Sie hier **kostenlos zum download**. Die Entwicklung einer eigenen Anwendung des pbsm kostet einiges an Zeit. Gehen Sie eher von vielen Monate als wenigen Wochen aus.

Training der Anwendung des potenzialbasierten Strategiemodells in onlinebasierten Strategiekurs (mit individueller Unterstützung entsprechend Ihres Ausbildungsziels). Der Strategiekurs kostet Teilnahmegebühren, sichert aber einen weitaus schnelleren Aufbau von Strategiekompetenz. **Informationen zum Strategiekurs finden Sie hier.**

Sie haben allgemeine Fragen zum Thema Social Media Strategie oder zum Aufbau von Strategiekompetenz?

Sprechen Sie mich einfach direkt an oder stellen Sie Ihre Fragen in den Kommentaren meines Posts.