

**Social
Media
Strategie
next
level**

**Social Media
Strategie-
kompetenz
und
Ausbildung**



Social Media Strategie - Aufgaben und Kompetenz

Eine Social Media Strategie definiert, wie ein Unternehmen Social Media nutzen will, also welche Vorteile von Social Media für welche Bereiche des Geschäftsmodells mit welchen Mitteln und Methoden realisiert werden sollen und können.

Aufgabe einer Social Media Strategie

In der Social Media Strategie legen wir fest,

- welchen Nutzen von Social Media das Unternehmen realisieren, will,
- welchen Wettbewerb es bestreiten und
- welche Methoden und
- Mittel es dafür einsetzen will und kann

Aus der Social Media Strategie leiten wir die einzelnen Maßnahmen für die Umsetzung der Strategie ab.

Aufgaben des Social Media Managers

Der Social Media Manager verantwortet sieben große Aufgabenbereiche:

1. **Strategie**
2. Change Management
3. Monitoring/Reporting
4. Schnittstellenfunktion
5. Koordination sämtlicher Social Media Aktivitäten
6. Qualitätssicherung von Inhalten
7. Führung des Community-Teams
(Quelle Stellenbeschreibung bvcm.org)

Strategiekompetenz für eine Social Media Strategie

Social Media Leistungspotenzial: das Leistungspotenzial von Social Media in seinen einzelnen Komponenten kennen und entsprechend deren Leistungspotenzial und Wettbewerbsqualität einsetzen können.

Unternehmensnutzen aus Social Media: Nutzen von Social Media für individuelle Geschäftsmodelle - insgesamt und in den einzelnen Bestandteilen - erkennen und bewerten.

Handlungsoptionen: Handlungsoptionen definieren, mit denen der Nutzen in Social Media im jeweiligen Wettbewerb gesichert werden kann.

Strategiedefinition: entwickeln entscheidungsreifer Strategieversionen, die unterschiedlichen möglichen Prioritäten gerecht werden.

Strategiemangement: Umsetzung der Strategien in Qualität und Quantität sichern. Einbindung des Nutzens in Unternehmensprozesse, Monitoring und Controlling der Strategieergebnisse. Anpassung von Strategien.

Bedeutung von Strategiekompetenz für Social Media Manager

Kernaufgabe eines Social Media Managers ist es den Erfolg des Unternehmens durch Social Media bestmöglich zu unterstützen. Daraus ergeben sich alle anderen Aufgaben.

Um diese Kernaufgabe erfüllen zu können ist eine Strategiekompetenz erforderlich, die diesem Anspruch genügt. **Ohne ausreichende Strategiekompetenz kann der Social Media Manager seine Kernfunktion nicht erfüllen.**

Bedeutung der Strategiekompetenz des Social Media Managements für Unternehmen

Die Social Media Strategie eines Unternehmens entscheidet, welchen Nutzen ein Unternehmen aus Social Media - und seinen Investitionen darin erreichen kann. Ohne geeignete Social Media Strategie steht den Investitionen in Social Media ein mehr oder weniger rudimentärer, temporärer und möglicher Weise auch zufälliger Nutzen gegenüber. Daraus ergeben sich wirtschaftliche Nachteile und Wettbewerbsnachteile.

Die Strategiekompetenz von Social Media Managern hat damit - positiv wie negativ - Auswirkungen auf den Erfolg des Geschäftsmodell.

Ausbildungssituation Strategie Social Media Manager

In der Ausbildung von Social Media Manager nimmt das Thema Strategie wenige Stunden ein obwohl es sich um eine Kernaufgabe handelt, von der sich alle anderen Aufgaben dieser Funktion ableiten. . Dabei wird die Entwicklung von Kampagnen und eventuell das POST Framework behandelt. Beide Inhalte decken Strategie weder ab, noch sind sie als Einstieg oder Grundlage für den Aufbau von Strategiekompetenz geeignet.

Wir haben eine Kernfunktion der Social Media Manager - den Unternehmen den durch Social Media möglichen Nutzen zu sichern - und ein umfassendes Defizit in der Ausbildung in diesem Bereich. Daher ist es wenig verwunderlich das Unternehmen auch heute noch Social Media ohne entsprechende Grundlage nutzen. Social Media wird lediglich als Plattform für Marketingkommunikation mit der Möglichkeit des Rückkanals genutzt.

Erforderliche Ausbildungsleistung als Grundlage für den Aufbau von Strategiekompetenz

Social Media Leistungspotenzial

- Leistungspotenzial der Bestandteile des Social Media Leistungspotenzials
 - Wettbewerbsqualität des Social Media Leistungspotenzials,
 - Voraussetzungen, Kriterien und Risiken für den Einsatz der unterschiedlichen Formate des Social Media Leistungspotenzials.
- Grundlagen, Anwendung und praktische Kenntnisse.

Unternehmensnutzen aus Social Media

Analyse von Geschäftsmodellen auf

- möglichen Nutzen von Social Media
- Social Media Relevanz
- auf erkennbares Social Media Veränderungspotenzial.

Grundlagen und praktische Anwendung.

Handlungsoptionen

Definition von Handlungsoptionen in Social Media um mögliche Nutzen durch Social Media realisieren zu können inklusive erforderliche Social Media Leistung

Prioritätenbildung,

Social Media Relevanz und Wettbewerbsbeurteilung.

Grundlagen und praktische Anwendung.

Strategiedefinition

Definition von entscheidungsreifen Strategiealternativen um verschiedene Prioritäten und Vorgehensweisen und deren Konsequenzen als Alternativen gereicht zu werden inklusive der Bewertung der jeweiligen Strategiealternativen nach

- Wettbewerbsqualität,
- Risiken und Annahmen und Voraussetzungen
- Ressourcenbedarf.

Grundlagen und praktische Anwendung.

Strategiemanagement

- Management der Umsetzung der Strategie in Qualität und Quantität,
 - Einbindung von Social Media Nutzen in Unternehmensprozessen um den relevanten Unternehmensnutzen zu sichern,
 - Monitoring und Controlling der Strategieergebnisse über KPIs,
 - Monitoring der Annahmen, Voraussetzungen und Rahmenbedingungen,
 - Anpassung der Strategie oder Initiierung der Nachfolgestrategie.
- Grundlagen und praktische Anwendung.

Diese Ausbildungsleistung wird in aller Regel bei der Ausbildung von Social Media Managern nicht oder nur in geringem Maß geleistet.

Damit fehlt den heutigen Social Media Managern die Grundlage und den Unternehmen geeignete Mitarbeiter um eine fundierte Strategiekompetenz aufzubauen. Dies hat negative Auswirkungen auf den Einsatz von Unternehmensressourcen als auch auf den Nutzen von Social Media für diese Unternehmens.

Handlungsoptionen

Austausch des Social Media Managements oder Aufbau von dessen Strategiekompetenz. **Mangels Alternativen ist Lösung 1 wenig realistisch.**



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 gibt es die folgenden generellen 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 einigen Monate als wenigen Wochen aus.

Training der Anwendung des potenzialbasierten Strategiemodells im 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.