

**Social
Media
Strategie
next
level**

**Annahmen und
Voraussetzungen
sind Strategie-
killer wenn
sie nicht
beachtet
werden.**



**Unbekannte und ungeprüfte
Annahmen und
Voraussetzungen
als extrem effektive
Strategiekiller.**

Was sind Annahmen und Voraussetzungen?

Jede Strategie beruht auf Annahmen und Voraussetzungen.

- Weil wir nicht über ein komplettes und fehlerfreies Wissen über unsere Märkte, Wettbewerber, Kunden und andere Rahmenbedingungen verfügen arbeiten wir bewußt oder unbewußt mit Annahmen.
- Zum anderen weil wir Situationen unbewußt als unveränderlich annehmen. Was leicht in Frage zu stellen ist.

Beispiel einer ungeprüften Annahme und Voraussetzung

Ungeprüfte Social Media Affinität

Gehen wir in der Social Media Strategieentwicklung ungeprüft davon aus, dass unsere Themen eine hohe Social Media Affinität haben, setzen wir vermutlich auch Themen ein, die keine hohe Social Media Affinität haben und in denen damit in Social Media nur geringe Wirkung erzielt werden kann.

Negative Wirkung: unsere Social Media Strategie ist entsprechend weniger wirksam.

So lernen Sie die Annahmen und Voraussetzungen Ihrer Social Media Strategie kennen und einzuschätzen.

- Analysieren Sie auf welchen Annahmen und Voraussetzungen die einzelnen Strategiebestandteile und strategischen Maßnahmen Ihrer Strategie bestehen.
- Prüfen Sie wie weit diese Annahmen und Voraussetzungen zutreffen bzw. gesichert sind.

Handeln Sie, sobald Sie mögliche Probleme erkennen. Abwarten hilft nicht.

Annahmen und Voraussetzungen sind fester Bestandteil der Social Media Strategieentwicklung mit dem ***pbsm***.

- als Teil des Strategieentwicklungsprozesses.
- als eigener Strategiebestandteil.

Damit wir das Risiko erkennen, gestalten und einfacher im Auge behalten. Denn Annahmen und Voraussetzungen können sich ändern.

Wie das potenzialbasierte Strategiemodell pbsm® für Social Media funktioniert - die Bestandteile der Methode

<i>Bestandteil</i>	<i>Beschreibung</i>	<i>Vorteile</i>
1 Social Media Leistungspotenzial	Leistungspotenzial von Social Media für Unternehmen mit definierter Leistungsfähigkeit, Anforderungen und Wettbewerbsqualität der einzelnen Elemente.	Social Media Strategien die das ganze Leistungspotenzial von Social Media für das Geschäftsmodell nutzen, sind leistungsfähiger.
2 Social Media Handlungsoptionen	Die Social Media Handlungsoptionen zeigen die Möglichkeiten eines Unternehmens Social Media erfolgversprechend für sein Geschäftsmodell zu nutzen und welcher Nutzen damit möglich ist.	Das Unternehmen hat ein detailliertes Bild der durch Social Media erzielbaren UnternehmensNutzen für das Geschäftsmodell, der nötigen Maßnahmen, und des Wettbewerbs.
3 Strategiedefinition	Definition von Strategieentwürfen nach unterschiedliche Prioritäten aus den Nutzen von Social Media für das Geschäftsmodell und der Wettbewerbssituation	Strategieentwürfen ermöglichen die bestmögliche Kombination aus möglichem UnternehmensNutzen, Wettbewerbschancen und Ressourcenbedarf zu finden.
4 Strategiebestandteile	14 Strategiebestandteile, in denen die Marktbearbeitung und das Management der Social Media Strategie enthalten sind.	Standardisierte Strategieinhalte sichern Vollständigkeit, Qualität, Funktionalität und Vergleichbarkeit von Strategien.
5 Strategiebewertung	Bewertung von Strategieentwürfen nach definierten Kriterien um Wettbewerbsfähigkeit und Leistungsfähigkeit von Strategien zu vergleichen.	Vergleichbarkeit von Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit verschiedener Strategieentwürfe mit unterschiedlichem UnternehmensNutzen.

Was das potenzialbasierte Strategiemodell pbsm für Social Media leistet.

Das pbsm ermöglicht Social Media Managern und Managerinnen in strukturierten Prozessen mit Hilfe von Arbeitsschritten und -vorlagen auf der Basis des Social Media Leistungspotenzials und des Geschäftsmodells Social Media Strategien zu erarbeiten die aufgrund ihrer Basis und ihres methodischen Vorgehens state of the art sind. Damit sichern sie Social Media und ihrer eigenen Person Wertschätzung und Ressourcen für eine erfolgreiche Arbeit.

für Unternehmen

Das potenzialbasierte Strategiemodell

- zeigt den konkreten UnternehmensNutzen der durch Social Media für des Geschäftsmodells und wie das Unternehmen diesen UnternehmensNutzen realisiert.
- ist ein flexibles Strategiemodell, mit dem auf Veränderungen im Wettbewerb schnell reagiert werden kann.
- unterstützt das Geschäftsmodell und nicht nur einzelne Unternehmensfunktionen.
- kann direkten Unternehmenserfolg erzielen.
- ist nutzen- und wettbewerbsorientiert und nicht nur kommunikationsorientiert.
- führt zu strukturierten, vergleichbaren und bewertbaren Strategien
- für Schritt für Schritt durch den Strategieprozess und erklärt Grundlagen und Anwendung der einzelnen Inhalte.
- führt zu Strategien, die systembedingt wettbewerbsfähiger sind.
- erlaubt leistungsfähigere Strategien, weil diese präziser auf einzelne Bereiche des Marktes und des Wettbewerbs ausgerichtet sind.

für Social Media Manager

Das potenzialbasierte Strategiemodell

- hebt Social Media als Werkzeug auf die Ebene des Geschäftsmodells und befähigt Social Media Manager Schritt für Schritt den UnternehmensNutzen und das Veränderungspotenzial aus Social Media für das Geschäftsmodell abzuleiten und zu kommunizieren.
- zeigt alle Handlungsoptionen des Unternehmens in Social Media und den damit realisierbaren Unternehmensnutzen und ermöglicht Social Media Managern damit strategische Kompetenz zu erwerben und zu beweisen.
- führt step by step durch die Schritte der Informationsbeschaffung und der Strategieentwicklung und erklärt die Grundlagen und Anwendung der einzelnen Schritte umfassend.
- sichert einen Informationsstandard, der es erlaubt Strategien bei Bedarf flexibel anzupassen, Strategien fundiert zu bewerten und zu erkennen, wann Strategien aktualisiert oder ersetzt werden müssen.

Beispiele Ihrer neuen Kompetenzen und Tools mit dem pbsm

Kompetenzen

Leistungspotenzial von Social Media für das Geschäftsmodell meines Unternehmens erkennen und nutzen können.	
Leistungspotenzial von Social Media für die einzelnen Bestandteile von Märkten beurteilen und nutzen können.	
Erfolgskriterien von Social Media Strategien kennen und einsetzen.	
Social Media Strategien mit definierten Strategiebestandteilen strukturieren.	
Wechselwirkungen / gegenseitige Beeinflussung von Strategiebestandteilen und Erfolgskriterien in Social Media kennen und einsetzen können.	
Analyse und Definition der Handlungsoptionen des Unternehmens in Social Media mit konkretem Unternehmensnutzen der einzelnen Optionen und den Anforderungen aus der Wettbewerbssituation innerhalb der Handlungsoption	
Customer Journey durch Social Media detailliert unterstützen können.	
Leistungsqualität von Social Media Strategien anhand des Nutzens für das Geschäftsmodell bewerten	
Wettbewerbsqualität von Social Media Strategien detailliert bewerten können.	
Bedeutung von Veränderungen im Wettbewerb und im Userverhalten einfacher bewerten können.	
Leistungspotenzial von Social Media Kanälen für Strategien bewerten können.	

Tools

Geschäftsmodellanalyse auf der Basis des Business Canvas von Osterwalter und Pigneur.	
Big Picture der Themen die die Märkte darstellen und das Geschäftsmodell abbilden.	
Big Picture des möglichen UnternehmensNutzens aus Social Media für Geschäftsmodell und Module, dezidiert für deren kleinstmögliche Segmente.	
Big Picture der Wirkungsqualität / Social Media Affinität der Themen von Märkten und Geschäftsmodell.	
Big Picture der Social Media Handlungsoptionen auf Grund der Analyse	
Big Picture der Wettbewerbssituation in den Handlungsoptionen	
Big Picture der Leistungsqualität einer Strategie / eines Strategieentwurfs	
Big Picture der Wettbewerbsqualität einer Strategie / eines Strategieentwurfs.	

Big Picture: Abbildung oder Übersicht die es ermöglicht komplexe Situationen so darzustellen, das sie leichter - mit etwas Übung auf einen Blick - erkennbar, interpretierbar und als Basis für Entscheidungen nutzbar ist. Big Pictures sind mit Landkarten vergleichbar in denen Aktivitäten stattfinden. Sie erkennen was wo geschieht und was man selbst unternehmen müsste um in diesem Geschehen erfolgreich zu sein.

Sie werden auf keine dieser Kompetenzen und Tools verzichten wollen, wenn Sie damit gearbeitet haben .

Wie Sie das potenzialbasierte Strategiemodell pbsm[®] kennen und nutzen lernen.

Derzeit wird das pbsm nur online unterrichtet (kein Präsenzunterricht).

<i>Inhalte</i>	<i>Lerneinheit n</i>	<i>Lesezeit</i>	<i>Übungen</i>	<i>Abschluss</i>	<i>Verwendung / Lizenz</i>	<i>Standard</i>
<i>Strategie- bewertung</i>	<i>4 Lerneinheiten</i>	<i>120 Min.</i>	<i>4 Übungen</i>	<i>pbsm.user</i>	Anwendung nur für das eigene Unternehmen	kein benoteter Abschluss, keine Pflichtübungen
<i>Strategie- bestandteile</i>	<i>16 Lerneinheiten</i>	<i>270 Min.</i>	<i>54 Übungen</i>	<i>pbsm. strategist</i>	Anwendung als Dienstleister für Unternehmen	Benoteter Abschluss (Pflichtübungen und Strategie)
<i>Strategie- definition</i>	<i>9 Lerneinheiten</i>	<i>160 Min.</i>	<i>27 Übungen</i>			
<i>Social Media Handlungs- optionen</i>	<i>13 Lerneinheiten</i>	<i>260 Min.</i>	<i>46 Übungen</i>			
<i>Social Media Leistungs- potenzial</i>	<i>20 Lerneinheiten</i>	<i>290 Min.</i>	<i>124 Übungen</i>			
<i>Zeitaufwand je nach täglichem Arbeitspensum 1 - 4 Monate*</i>						

Das potenzialbasierte Strategiemodell pbsm[®] ist das einzige Strategiemodell das auf der Basis des Social Media Leistungspotenzials für Geschäftsmodelle aufbaut, in der Strategieentwicklung transparent und nachvollziehbar strukturiert ist und in der Anwendung Schritt für Schritt erklärt wird.

*für beide Abschlüsse: Lesezeit insgesamt 1100 Minuten bei einer Lesegeschwindigkeit von 200 Worten pro Minute | geschätzte Lernzeit (Lesezeit plus Übungen und Anwendung mal 4) ca 74 Stunden | maximale Lernzeit pro Lerntag 4 Stunden (mehr geht zu Lasten des Lerneffekts) | geschätzte mindest Lerntage: 19 | alle Werte sind Schätzungen zur Orientierung.
für Abschluss pbsm.strategist ist gegenüber dem Abschluss pbsm.user ein zusätzlicher Zeitaufwand von mindestens 1 Monat durch Pflichtübungen und eine Strategieentwicklung anzusetzen.

pbsm

the potential based strategy model

für allgemeine Informationen
zum Modell, Abschlüssen und
Kursen

pbsm.info

für individuelle Anfragen



Wilfried Schock
ws@pbsm.info