

**social
media
strategy
next
level**

**Handlungs-
optionen -
Schlüssel für
erfolgreiche
Strategien.**



Was sind Handlungsoptionen und warum sind sie der Schlüssel zu einer erfolgreichen Social Media Strategie?

Was sind Handlungsoptionen?

Handlungsoptionen beziehen sich auf einen möglichen Nutzen für das Unternehmen durch Social Media. In den Handlungsoptionen ist dieser Nutzen beschrieben und die Leistungen, die ein Unternehmen im Wettbewerb in Social Media erbringen muss um diesen Nutzen zu erreichen.

Schlüssel zum Strategieerfolg

Handlungsoptionen zeigen was in Social Media an Nutzen für ein Unternehmen möglich ist und was eine Strategie leisten muss, um diesen Nutzen zu realisieren

Vorteile von Handlungsoptionen

Wir können unsere Unternehmensressourcen auf den Nutzen und die Wettbewerbssituation fokussieren, in denen wir eine realistische Chance auf Erfolg haben. Damit vergeuden wir keine Energie auf einen Wettbewerb, den wir nicht bestehen können und fokussieren uns auf die Vorteile von Social Media die wir realisieren können.

Wir können Nutzen und erforderliche Unternehmensressourcen gegenüber stellen. Das erleichtert es für Social Media erforderliche Ressourcen zu erhalten.

Unsere Strategie wird wettbewerbsfähiger und wirtschaftlicher. In Social Media wird besser investiert.

Strategieentwicklung ohne Handlungsoptionen

Strategien, die ohne Berücksichtigung der Handlungsoptionen des Unternehmens in Social Media entwickelt wurden sind damit für das jeweilige Unternehmen deutlich weniger wettbewerbsfähig und wirtschaftlich.

Strategien ohne die Handlungsoptionen entwickelt werden sind weniger wettbewerbsfähig und wirtschaftlich. Der Erfolg von Social Media Investitionen ist fraglicher.

Handlungsoptionen im pbsm

Strategieentwicklung mit dem potenzialbasierten Strategiemodell basiert auf umfassend auf Social Media Handlungsoptionen.

Das pbsm ist derzeit das einzige Strategiemodell das Handlungsoptionen umfassend berücksichtigt.

Was beinhalten Handlungsoptionen im pbsm?

Themen, Themenbereich	Erklärung	Handlungsoptionen werden für Themen, Themenbereiche definiert. Themen / Themenbereiche bilden das Feld ab, für das Handlungsoptionen definiert werden.
	Nutzen	Basis für die präzisere Marktunterstützung und Social Media Nutzung und höhere Wettbewerbsfähigkeit.
Priorität	Erklärung	Die Priorität des Themas für das Geschäftsmodell bzw. den Erfolg des Geschäftsmodells.
	Nutzen	Fokussierung der Strategie auf den optimalen Nutzen für das Geschäftsmodells
Socia Media Affinität	Erklärung	Die Social Media Affinität des Themas / des Themenbereichs
	Nutzen	Fokussierung auf die Felder mit dem höchsten Social Media Wirkungspotenzial.
Quellen GB	Erklärung	Die Quelle / Quellen des Themas im Geschäftsmodell, also auf welchem Teil des Geschäftsmodells sich das jeweilige Thema bezieht, bzw. woher dieses Thema stammt.
	Nutzen	Die Bereiche des GM die durch eine Strategie unterstützt werden.
Unternehmens-Nutzen	Erklärung	UnternehmensNutzen, die in dieser Handlungsoption (im Thema / Themenbereich) realisiert werden können / sollen
	Nutzen	Überblick über den durch Social Media möglichen Nutzen für das Geschäftsmodell in diesem spezifischen Thema.
UserNutzen	Erklärung	Die verschiedenen UserNutzen, die in dieser Handlungsoption (für das Thema / das Themenfeld) sinnvoll sind.
	Nutzen	Die UserNutzen mit denen der Wettbewerb in Social Media in diesem Thema erfolgreich bestritten werden kann.
Nutzungsformate	Erklärung	Die verschiedenen Nutzungsformate, die in dieser Handlungsoption (für das Thema / das Themenfeld) sinnvoll sind.
	Nutzen	Die Nutzungsformate mit denen der Wettbewerb in Social Media in diesem Thema erfolgreich bestritten werden kann.
Motivation	Erklärung	Die verschiedenen Möglichkeiten und Methoden der Motivation, die in dieser Handlungsoption (für das Thema / das Themenfeld) sinnvoll sind.
	Nutzen	Die Motivation mit denen der Wettbewerb in Social Media in diesem Thema erfolgreich bestritten werden kann.
Partizipation	Erklärung	Die verschiedenen Möglichkeiten und Strukturen der Partizipation, die in dieser Handlungsoption (für das Thema / das Themenfeld) sinnvoll sind.
	Nutzen	Die Partizipation mit denen der Wettbewerb in Social Media in diesem Thema erfolgreich bestritten werden kann.

Handlungsoptionen und Strategieerfolg

Strategieentwicklung mit dem potenzialbasierten Strategiemodell basiert auf umfassend auf Social Media Handlungsoptionen.
Das pbsm ist derzeit das einzige Strategiemodell das Handlungsoptionen umfassend berücksichtigt.

Die Kenntnis der Handlungsoptionen ist die Grundlage einer Erfolg versprechenden Social Media Strategie.

Die pbsm Handlungsoptionen zeigen uns für einzelne Segmente unserer Märkte welche Kombinationen aus UserNutzen, Nutzungsformate, Motivation und Partizipation im aktuellen Wettbewerb in Social Media zu einer führenden Wettbewerbsposition im einzelnen Segment führen können.

Aus dieser Informationsgrundlage können wir Strategien / Strategieversionen ableiten, die wir mit den uns zur Verfügung stehenden Ressourcen realisieren können.

Beispiele für den praktischen Nutzen von pbsm Handlungsoptionen

Präzision	pbsm Handlungsoptionen zeigen uns, in welchen Segmenten unseres Geschäftsmodells wir mit Social Media welchen Unternehmensnutzen erreichen können. Damit können wir uns auf die Bereiche fokussieren, <ul style="list-style-type: none">• in denen wir im Wettbewerb bestehen können.• die für den Erfolg des Geschäftsmodells die höchste Bedeutung haben.
Wettbewerbsfähigkeit	pbsm Handlungsoptionen zeigen uns, welche Inhalte eine Strategie leisten muss um wettbewerbsfähig zu sein und einen konkreten Unternehmensnutzen realisieren zu können. Wir können damit einfacher Strategien mit einer hohen Wettbewerbsfähigkeit entwickeln.
Wirtschaftlichkeit	durch die pbsm Handlungsoptionen fokussieren wir uns in unserer Social Media Strategie auf Themen (Märkte und Nutzen) in denen wir im Wettbewerb in Social Media erfolgreich sein können. Wir vermeiden Ressourcen in Social Media Aktivitäten in Themen zu investieren, in denen der Nutzen gering oder die Wettbewerbsfähigkeit nicht ausreichend ist.
Strategieversionen	über die pbsm Handlungsoptionen werden Strategiealternativen und -versionen deutlicher. Das hilft uns die bestmöglich Strategie für unsere Wettbewerbssituation und unser Geschäftsmodell und den dafür möglichen Nutzen von Social Media zu finden.

Beispiel Übersicht Handlungsoptionen im pbsm

Option: mögliche Inhalte, bewertet. 1: führende Position möglich, 2: gleichwertig mit Wettbewerb, 3: nicht wettbewerbsfähig.

Themenbereiche	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
Priorität	1	1	1	1	1	2	2	2	3	3
SMA	2	1	2	3	1	1	2	3	3	1
Quellen	KS, UZ	KDB.	WA, KDB	WA	KS	WA, KS	KDB, K	K, KDB	WA	WA
UnterN-Nutzen										
User-Nutzen	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1
	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2
	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3
Nutzungsformate	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1
	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2
	Option 3	Option 3	Option 2	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3
Motivation	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1
	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2
	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3
Partizipation	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1	Option 1
	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2	Option 2
	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3	Option 3

Handlungsoptionen und Strategieentwicklung

Nachfolgend die Einordnung der Handlungsoptionen in die Strategieentwicklung

Phase der Strategieentwicklung	Beschreibung der Phase der Strategieentwicklung
Social Media Leistungspotenzial	Das Social Media Leistungspotenzial - strukturiert in Nutzungsformate und Leistungsmethoden.
Nutzen für das Geschäftsmodell	Den Nutzen den Social Media für ein individuelles Geschäftsmodell - für seine Bestandteilen und als Ganzes, einschließlich Social Media Veränderungspotenzial - erbringen kann.
Handlungsoptionen	Die Anforderungen um die jeweiligen einzelnen Nutzen für das Geschäftsmodell im Wettbewerb in Social Media auch realisieren zu können.
Strategiedefinition und -varianten	Die Entscheidung welchen Nutzen das Unternehmen für sein Geschäftsmodell aus Social Media realisieren will. In Form eines Strategieentwurfs oder in Form verschiedener Varianten.
Strategiebestandteile	Die Inhalte die sich aus dem Strategieentwurf für die einzelnen Bestandteile einer Social Media Strategie ergeben.
Strategieentscheidung	Die Entscheidung welche Strategie - im Fall verschiedener Versionen / Alternativen durchgeführt wird.
Strategiemanagement	Die Umsetzung, Steuerung und Anpassung einer Social Media Strategie inklusive des Managements der Umsetzung von Social Media Nutzen in Unternehmensnutzen.

Entscheidungen und Annahmen

Handlungsoptionen beziehen sich auf den Nutzen, den wir durch Social Media in einem bestimmten Marktsegment erreichen können.

- **Entscheidungen:** wir **entscheiden** bei Handlungsoptionen über deren **Priorität** (für das Geschäftsmodell / den Unternehmenserfolg) und über die Inhalte, die eine Strategie leisten muss damit der jeweilige **Nutzen** auch mit ausreichender Wahrscheinlichkeit realisiert werden kann. D. h. unsere Entscheidungen betreffen die Priorität des jeweiligen Marktes und den Nutzen, der einer Handlungsoption zu Grunde liegt.
- **Annahmen:** in den Handlungsoptionen definieren wir, welche Inhalte / Leistungen eine Strategie erbringen muss, damit der jeweilige Nutzen für das Geschäftsmodell erreicht werden kann, Dabei handelt es sich um **Annahmen**. Ob diese Annahmen richtig sind, zeigt sich in letzter Konsequenz erst in der Umsetzung der Strategie. In der Gegenüberstellung der Wettbewerbssituation (für die Handlungsoption) und der erforderlichen Inhalte um diesen Wettbewerb zu bestehen können wir die Wettbewerbsfähigkeit dieser Inhalt beurteilen. Damit lässt sich die Wettbewerbsfähigkeit einer Strategie vorab sicher stellen - soweit das insgesamt möglich ist.

Handlungsoptionen und Strategieversionen

Unterschiedliche Prioritäten für Handlungsoptionen und verschiedene mögliche Inhalte sind u. a. Quellen für verschiedene Strategieversionen.

Leistungen Social Media Strategie

Strategiekurs - online

Leitung und inhaltliche Betreuung des Strategielehrganges

Support von Ausbildung
und Training

Individuelle Betreuung der Kursteilnehmer entsprechend
ihrer Bedürfnisse.

pbsm.strategist

Prüfung der Abschlussarbeit zum pbsm.strategist

Coaching und Consulting

Inhouse Strategieschulungen: das potenzialbasierte
Strategiemodell wird in Präsenzform im Unternehmen
vermittelt.

Workshops: das potenzialbasierte Strategiemodell wird im
Rahmen eines workshops für die Strategieentwicklung
angewandt.

Begleitete Strategieentwicklung: Hier begleite ich die
Anwendung des potenzialbasierten Strategiemodells im
Unternehmen.



Wilfried Schock

ws@pbsm.info

pbsm.info

[LinkedIn](#)

Weitere Informationen rund um das Thema Social Media Strategie:

Social Media Strategiekurs	Kostenloser, umfassender Strategiekurs für Social Media, basierend auf dem Social Leistungspotenzial, dem Geschäftsmodell von Unternehmen. Über 20 Stunden Lesezeit und mehr als 200 praktische Übungen
Grundlagen pbsm Strategiemodell	Kostenloses pdf (240 Seiten) mit den Grundlagen des potenzialbasierten Strategiemodells zum <u>download</u>.
<u>pbsm.Strategieblog in LinkedIn:</u>	ein Newsletter der sich um das Thema Social Media Strategie und -entwicklung dreht. Die Aussenstelle des Strategieblogs auf <u>pbsm.info</u>.
<u>pbsm.Strategiemodell</u>	Informationen über das potenzialbasierte Strategiemodell in Social Media, seine Vorteile und Wirkung.
<u>pbsm.info Blog</u>	Der Strategieblog auf <u>pbsm.info</u>, ebenfalls mit Inhalten rund um das Thema Social Media Strategie.
<u>Follow me on LinkedIn</u>	vernetzen Sie sich mit mir oder folgen Sie mir wenn Sie meine Inhalte in Ihrem LinkedIn Newsfeed verfolgen wollen. Ich schreibe bevorzugt zum Thema Strategie in Social Media, beteilige mich aber auch an Diskussionen und Inhalten aus dem aktuellen Zeitgeschehen.



Wilfried Schock
ws@pbsm.info
pbsm.info
LinkedIn