


استراتژی و تاکتیک دو مفهوم بنیادین در مدیریت هستند که امروزه به خصوص در حوزه‌های مختلف از جمله کمپین‌های انتخاباتی بسیار کاربرد دارند. یک کمپین بدون درک و فهم درستی از استراتژی و اتخاذ تاکتیک‌های متناسب برای حصول به آن، موفق نخواهد بود. استراتژی سطحی بالاتر از تاکتیک را شامل می‌شود. به عنوان مثال یک کمپین می‌تواند استراتژی خودش را در "کسب بیشترین کرسی‌های نمایندگی در انتخابات شوراها" تعریف کند. در واقع می‌توانیم بگوییم "پیروزی حداکثری" یک هدف استراتژیک برای کمپین در انتخابات شوراهاست. در سطح بعدی این کمپین باید در مورد راه و روش‌های رسیدن به این هدف مطالعه کند. این راه و روش‌ها، تاکتیک‌های رسیدن به استراتژی هستند. به عنوان مثال تاکتیک کمپین برای پیروزی حداکثری، می‌تواند "ائتلاف با گروه‌های همفکر شامل ... باشد. راهنمای زیر مهمترین وجوه مرتبط با استراتژی و تاکتیک را بیان می‌کند:

بیانیه ماموریت*

یکی از اولین مراحل تدوین استراتژی و تاکتیک، تهیه بیانیه ماموریت است. یعنی ما برای چه هدفی تشکیل شده‌ایم. یک کمپین می‌تواند با هدف "تأثیرگذاری در انتخابات"، "پیروزی نامزد انتخاباتی"، "آگاه سازی جامعه" و ... تعریف شده باشد. بیانیه ماموریت در واقع مشخص می‌کند که اهداف استراتژیک و تاکتیک‌ها چگونه باید تهیه شوند.




جنبه فراگیری استراتژی

استراتژی تمام سطوح یک کمپین را در بر می‌گیرد. یعنی استراتژی یک موضوع در کنار سایر جنبه‌های دیگر کمپین مانند پیام، داوطلبان و ... نیست. استراتژی محوری است که اساس همه موارد دیگر است. بعد از تدوین استراتژی، همه اجزا در خدمت موفقیت استراتژی قرار می‌گیرند.

جدول سوات SWOT

جدول SWOT بیانگر نقاط قدرت (Strengths)، نقاط ضعف (Weaknesses)، فرصت‌ها (Opportunities) و تهدیدها (Threats) است. هر کمپین باید قبل از آغاز کار و با توجه به موضوع کمپین، یک جدول سوات طراحی نماید. هدف هر برنامه استراتژیک آن است که بر نقاط قدرت متمرکز شود تا از فرصت‌ها استفاده نماید و تهدیدها را خنثی کند و در عین حال به نقاط ضعف خود آگاهی داشته باشد.



استراتژی

"استراتژی صرفاً بهتر کار کردن نیست. استراتژی انجام کارهایی است که به صورت متفاوت از گذشته انجام می‌شود." این جمله از مایکل پورتر است که یکی از معروف‌ترین افرادی است که در مورد استراتژی تحقیق می‌کند. جان کلام آقای پورتر این است که چون محیط تغییر می‌کند، شما نمی‌توانید یک کار را برای همیشه و به یک صورت انجام دهید.



تاکتیک

در سطوح مختلف یک کمپین و با توجه به استراتژی تعیین شده، می‌توان از تاکتیک‌های مشخص استفاده کرد. مانند تاکتیک‌هایی که از طریق شبکه‌های اجتماعی برای دسترسی به مخاطب بیشتر انتخاب می‌شود و یا تاکتیک‌هایی که در استفاده بهینه از نیروهای داوطلب اتخاذ می‌گردد.



چکیده مهمترین نکته‌ها در مورد استراتژی و تاکتیک:

- استراتژی و تاکتیک البته گاهی اوقات می‌توانند با یکدیگر همپوشانی‌هایی هم داشته باشند. به عنوان مثال اگرچه ائتلاف می‌تواند یک تاکتیک برای استراتژی "پیروزی حداکثری در انتخابات شوراها" باشد؛ اما خود ائتلاف می‌تواند استراتژی هم به شمار آید. در این صورت تاکتیک می‌تواند سطحی پایین‌تر شامل شود، از جمله اینکه بایک گروه خاص ائتلاف کنیم.
- استراتژی‌ها و تاکتیک‌ها می‌توانند و باید به روز شوند. به خصوص اگر عوامل محیطی داخلی یا خارجی تغییر محسوسی کنند، برنامه استراتژیک کمپین باید از ابتدا بررسی و "به روز" شود تا برای افزایش استفاده از فرصت‌ها و کاهش تهدیدها کاملاً آماده باشد.
- استراتژی‌ها به نوعی آینده را بر اساس یک فرایند تحلیلی مبتنی بر گذشته و با در نظر گرفتن متغیرهای محیطی برنامه ریزی می‌کنند. این امر از بابت اینکه فرایندهای از پیش تعیین شده، جلوی خلاقیت را می‌گیرند مورد انتقاد قرار دارند. به همین دلیل عده‌ای می‌گویند که در تدوین استراتژی باید آینده را خلق کرد. به عنوان مثال وقتی شرکت اپل، تلفن "آی فن" را با صفحه "تمام لمسی" تولید کرد از ایده خلق محصول جدید استفاده کرد.

* در برخی موارد بیانیه ماموریت (Mission Statement) و بیانیه دیدگاه (Vision Statement) در یک سازمان از هم جدا می‌شوند. اولی بیان می‌کند که "ما چه (یا که) هستیم" و دومی مشخص می‌سازد که "به کجا می‌خواهیم برسیم". در این متن، این دو از یکدیگر تفکیک نشده‌اند.