

Vereinheitlichte Kommunikation und Zusammenarbeit in 7 Schritten

Mit der richtigen Unified Communication und Collaboration-Strategie schaffen Sie Ordnung im Chaos aus schlecht integrierten Zusammenarbeits-Tools, TK-Anlagen, Chats und Videokonferenz-Systemen.

1. Management-Sponsor und Power User benennen
2. Bestandsaufnahme und Ist-Analyse
3. Festlegung von Zielen und Key Performance Indicators (KPIs)
4. Konzeption und Auswahl der technischen Plattform
5. Implementierung und Proof of Concept
6. Der Roll-out
7. Kontinuierliche Optimierung

1. Management-Sponsor und Power User benennen

Halten Sie sich stets vor Augen: Es geht um die Vereinheitlichung von Kommunikation und Zusammenarbeit. Das betrifft alle Unternehmensbereiche, alle Standorte, alle Tochtergesellschaften, alle Mitarbeiter - und alle Funktionen in der Organisation. Bei einem derart unternehmensübergreifenden Vorhaben muss an erster Stelle das Topmanagement von dem Projekt überzeugt sein.

- benennen Sie einen Management Sponsor
- machen Sie das Projekt zur Chefsache
- rechtzeitige Einbindung von Datenschutzbeauftragten und Personalvertretungen
- Setzen Sie sich gemeinsam an einen Tisch mit den Abteilungen

2. Bestandsaufnahme und Ist-Analyse

In diesem Punkt dreht sich alles um den derzeitigen Status quo bezüglich Technik und die Nutzung von Tools für die Kommunikation und Zusammenarbeit. Zur Technik sind beispielsweise Fragen zu klären wie:

Welches Chat- und IM-System ist im Einsatz? Welche Versionen? Welche Rollen gibt es? Für welchen Nutzerkreis? Mit welchen Funktionen? In welcher Integrationstiefe?

- Welche Tools werden für Audio- und Videokonferenzen genutzt?
- Welchen E-Mail-Dienst setzen Sie ein?
- Welche Telefonanlage ist im Einsatz? Welcher Service-Provider?
- Sind mobile Mitarbeiter im Einsatz?
- Welche Systeme werden für Videokonferenzen genutzt? Für welchen Nutzerkreis? In welcher Integrationstiefe?
- Wie sind Standorte technisch eingebunden?

Zur Nutzung gilt es etwa zu klären:

- Wie zufrieden sind die Nutzer?
- Wie werden die verschiedenen Kommunikationswege genutzt? In welcher Tiefe und Häufigkeit?
- Was sind die Gründe, aus denen manche Anwendungen und Systeme nicht gerne oder nicht häufig genutzt werden?
- Was wünschen sich die Nutzer, um schneller besser und besser kommunizieren beziehungsweise zusammenarbeiten zu können? Gibt es Anregungen?
- Welche Kosten entstehen heute für die Nutzung?

Was die Nutzung betrifft, ist es wichtig, die Mitarbeiter in den Mittelpunkt der Betrachtungen zu stellen. Sie sind es letztlich, die für Produktivitätssteigerungen sorgen - indem sie später einfacher, schneller und effizienter zusammenarbeiten. Der Nutzungsgrad und die Nutzungstiefe lassen sich zum Beispiel durch Befragungen in Erfahrung bringen. Hören Sie genau zu, was Ihnen die Mitarbeiter sagen! Ein Projekt, das sich nur an technischen Kriterien orientiert, wird scheitern.

3. Festlegung von Zielen und Key Performance Indicators

Nach der Bestandsaufnahme und einer ausführlichen Analyse der Ist-Situation müssen die Ziele des Projekts für die Umsetzungsphase sowie für Zeiträume nach sechs, zwölf und 24 Monaten definiert werden. Sie orientieren sich an den Unternehmenszielen.

Diese können zum Beispiel sein:

- Steigerung der Produktivität (der Mitarbeiter),
- verbesserte Geschäftsprozesse,
- schnellere Entscheidungen,
- verkürzte Time-to-market für neue Produkte,
- Reduzierung von Telekommunikations-, Webkonferenz-, Telefonkonferenz- und Reisekosten,
- bessere Work-Life-Balance für die Mitarbeiter oder
- bessere Ökobilanz des Unternehmens

Mit der Auswertung und Analyse der Dimensionen Technik und Nutzung ist eine fundierte Datenbasis vorhanden, um klar messbare Unterziele für das Projekt zu setzen. Definieren Sie, welche Erwartungen an die Technik und Nutzung gestellt werden und welche Messwerte (KPIs) zur Steuerung und Zielerreichung herangezogen werden.

Ziele/KPIs können sein:

- Reduzierung des E-Mail-Aufkommens,
- weniger Abhängigkeit von physischen Meetings,
- höhere Zufriedenheit mit den Meetings,
- mehr Video-Meetings,
- verbesserte Nutzerzufriedenheit.

4. Konzeption und Auswahl der technischen Plattformen

Das Unified-Communications-Konzept sollte alle Integrationsaspekte in einer grösstmöglichen Tiefe berücksichtigen. Gerade wenn viele technischen Gewerke (TK-Anlagen, vorhandene UCC-Lösungen, Infrastrukturen, Netzwerke, externe WAN Provider etc.) verzahnt werden müssen, können übersehene Details die Umsetzung verzögern. Sehen Sie es wie ein Orchester, das sich neu zusammenfindet und zu einem vordefinierten Zeitpunkt auf die Bühne muss.

Betriebsmodelle:

- Cloud-Lösungen bieten ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis, allerdings muss man auch nachprüfen, ob sämtliche Datenschutz- und Compliance-Anforderungen erfüllt werden
- On-Promise-Lösungen können kundenspezifische Sicherheits- und Konfigurationsanforderungen besser abbilden. allerdings benötigen sie einen höheren Aufwand an IT-Ressourcen
- Denkbar ist auch eine On-Promise Lösung, die extern in einem hoch sicheren Rechenzentrum (Private Cloud) betrieben wird

5. Implementierung und Proof of Concept

Sind die Schritte 1 bis 4 sauber umgesetzt, ist das ein guter Ausgangspunkt für einen erfolgreichen Roll-out. Jetzt sind die Systemspezialisten gefordert, das Konzept technisch umzusetzen. Dabei sollte immer auch auf die Details geachtet werden:

- Sind alle Systeme und Anwendungen abgebildet?
- Sind die Schnittstellen sauber programmiert?
- Wurden die gewünschten Funktionen und Rollen beziehungsweise abgebildet?

Der Proof of Concept (PoC) ist eine bewährte Methode, nach der Implementierung und vor dem Roll-out eine Art Generalprüfung vorzunehmen. Er liefert Anhaltspunkte, ob eine Umsetzung wie geplant technisch möglich ist. Die Machbarkeitsanalyse sorgt nicht nur für Klarheit und Sicherheit, sondern bietet auch die Möglichkeit ein Konzept anzupassen, bevor es vollständig ausgerollt wird.

6. Der Roll-out

Ist der PoC erfolgreich abgenommen, kann der Roll-out auf die gesamte Organisation in vorher definierten Phasen starten. Bewährt hat sich ein stufenweises Ausrollen - in der Regel länder- beziehungsweise regionsbezogen. Dabei sollten Bereiche, die intensiv und eng zusammenarbeiten, als erstes umgesetzt werden.

Bei jeder Stufe des Roll-outs sind die Meilensteine genau zu überprüfen. So lässt sich sicherstellen, dass im Rahmen des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses Fehler und Probleme frühzeitig erfasst und in zukünftigen Projektabschnitten vermieden werden. Den Projektmanagern kommt hierbei eine grosse Verantwortung zu. Je intensiver Sie über die Roll-out-Fortschritte berichten und die Nutzer schulen, desto besser. Es spricht sich schnell herum, wenn Mitarbeiter mit der neuen Plattform und den Anwendungen zufrieden sind, aber noch schneller, wenn nicht. Nutzen Sie das positive Feedback der frühen Anwender, um die noch nicht umgestellten Nutzergruppen zu begeistern.

In manchen Fällen ist es sinnvoll, die Schulungen in klassische kurze Trainings (auch videogestützt), in Trainings on the Job oder in Coachings aufzuteilen. Dabei ist die Rolle der zuvor ausgewählten und ausgebildeten Power-User besonders wichtig; Anwender nehmen deren Hinweise erfahrungsgemäss leichter an.

7. Kontinuierliche Optimierung

Sie haben sich in Schritt 3 klar messbare Ziele gesetzt.

Wichtig ist jetzt:

- Erreichung kontinuierlich messen: Stellen Sie Abweichungen fest, gehen Sie in die Analyse.
- Befragung der projektbegleitenden Nutzergruppe: Manchmal sind es nur kleine Details, warum Anwendungen nicht wie gewünscht genutzt werden. Anwender sind vergesslich, insbesondere wenn es um Tätigkeiten geht, die nicht täglich ausgeführt werden.
- Schulen Sie Ihre Mitarbeiter regelmässig: Es gibt Funktionen, die zeitsparend und hilfreich sind, aber vergessen wurden oder nicht bekannt sind. Oft reicht eine kurze Schulung, um Wissen aufzufrischen.

Die Anzahl hilfreicher UCC-Tools und -Applikationen wächst, und das wird auch noch eine ganze Weile so weitergehen. Stellen Sie sicher, dass Ihr Dienstleister den Betrieb und die Weiterentwicklung Ihrer UCC-Lösung mit dem passenden Know-how und Services begleiten kann.

Ihr Ansprechpartner für UCC Lösungen

MEDIACOM Durmus AG

Bernstrasse 88
CH- 8953 Dietikon

Johannes Paul Kauert

Head of Marketing and Business Development

+41 44 745 90 85

+41 78 638 79 49

johannes.kauert@media-com.ch

www.mediacom.solutions

