

# Orange Communications

## E-Mail-Management mit Methode für Produktivität

### Herausforderung

Im Customer Care Team von Orange Communications arbeiten 250 interne und 160 externe Mitarbeiter in verschiedenen Teams.

Thomas Winter, der Leiter dieser Abteilung, hat vor einem halben Jahr seinen E-Mail-Stil geändert. Statt auf jedes eingehende E-Mail sofort zu antworten, hat er sich entschlossen, bedachter vorzugehen. Er sammelt jeweils einige E-Mails zum selben Thema, überlegt sich dann eine Antwort und verschickt sie. Mit dieser Massnahme hat sich der Rhythmus der Kommunikation verändert. Die Wirkung war enorm.

Mit dieser Erfahrung hat Thomas Winter vom Schweizerischen Produktivitätsinstitut ein E-Mail-Assessment im ganzen Management-Team machen lassen. Die Resultate zeigten, dass wenige Massnahmen die Produktivität in der gesamten Abteilung am stärksten zu steigern vermögen. Zwei davon sind Tags und Regeln der Delegation.

### Tags

Orange Customer Care hat sich entschieden, die folgenden Tags zu verwenden:

- QUESTION Der Empfänger soll ein kurzes Feedback geben.
- ANSWER Damit wird die Antwort auf eine Frage angekündigt.
- ACTION Der Empfänger soll einen Auftrag erledigen. Dafür braucht er/sie länger als 5 Minuten.
- FYI Der Empfänger erhält eine Information, die für ihn/sie wichtig sein könnte.
- DECISION Der Sender hat eine Entscheidung getroffen, die den Empfänger betrifft.
- EOM (end of message) Dieses Tag wird bei Kurzmitteilungen an das Ende der Betreffzeile (Subject) gesetzt.

Zusätzlich hat Orange die folgenden Vereinbarungen mit den Teamleadern getroffen:

- Tags sind nur für diejenigen relevant, die im To-Feld eingetragen sind. Wer im CC-Feld steht, kann das Tag ignorieren.

- Am Anfang jeder E-Mail, werden jene Personen mit Namen angesprochen, die im To-Feld stehen. Alle anderen werden am Schluss (nach der Grussformel) erwähnt.

### Delegieren

Orange Customer Care hat vereinbart, dass jedes E-Mail mit einem ACTION-Tag mindestens folgende Informationen enthalten muss:

- Beschreibung der Aufgabe
- Nennung des Verantwortlichen
- Abgabezeitpunkt der Resultate
- Quellen für unterstützende Informationen
- Angabe der Ressourcen

Die Lieferbereitschaft innerhalb der Teams hat Orange wie folgt definiert:

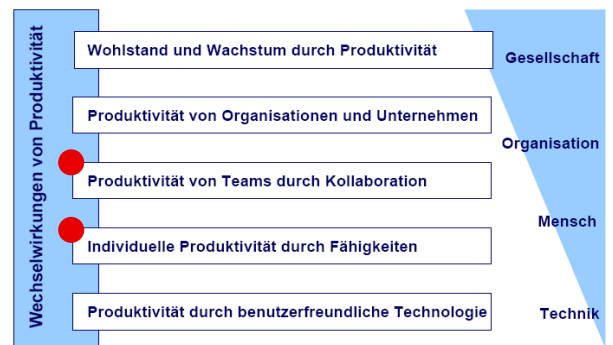
Perspektive des Senders:

Der Sender muss mindestens die oben genannten Angaben liefern. Sobald die E-Mail abgeschickt ist, gilt die Aufgabe als delegiert.

Perspektive des Empfängers:

Der Empfänger hat 24 Stunden Zeit, sich zu überlegen, ob er/sie die Aufgabe mit den vorgegebenen Ressourcen in der vorgegebenen Zeit erledigen kann, sonst gilt die Aufgabe als „zu erledigen“.

*„E-Mail ist für uns sehr wichtig. Achten wir gegenseitig auf die Produktivität, so spart uns das enorm viel Zeit und Geld – wir werden zuverlässiger.“ (Thomas Winter, Leiter Customer Care, Orange Communications AG)*



Schweizerisches Produktivitätsinstitut, März 2007