

Geschrieben von: Thomas Schmutzer Freitag, 09. Juli 2010 um 10:21 Uhr [PRINT](#)

Unified Communications, eine Herangehensweise



'Ein guter Startpunkt für Unified Communications ist, sich mit den Unternehmensprozessen zu beschäftigen', rät Thomas Schmutzer, Geschäftsführer HMP Beratungs GmbH.

Was passiert, wenn sich Unternehmen dem Thema Unified Communications rein von der Technikseite nähern? Die UC-Kolumne im Report.

Die meisten Unified-Communications-Ansätze betrachten die technische Komponente, die technische Umgebung - Werkzeuge die im Unternehmen eingesetzt werden. Wenn Unternehmen also entscheiden, ein UC-Feature wie zum Beispiel Collaboration-Tools zu installieren, geben sie Ihren Mitarbeitern Werkzeuge, mit denen diese ihre Effizienz verbessern können. Was prinzipiell gut ist ... mit dem Problem aber, dass kaum ein Mitarbeiter seine Arbeitsweise ändern wird, nur weil er ein neues Tool bekommen hat. Kann er teilweise ja auch gar nicht, da die vom Unternehmen vorgegeben Prozesse unverändert bleiben. Die Mitarbeiter bekommen also einen Ferrari - dürfen aber im Stadtgebiet natürlich nur 50km/h fahren. Was fehlt, sind die Autobahnen, mit denen die Nutzer den neuen Ferrari richtig fahren können. Und diese Autobahnen sind die richtigen Unternehmensprozesse.

Der Return-on-Investment (ROI) von Investitionen in Unified Communications ist nur lukrierbar, wenn anhand der Geschäftsprozesse überlegt wird, welcher Arbeitsschritt durch UC unterstützt werden kann und welcher nicht. Wesentliche Indikatoren für Prozesse, die mit UC-Investitionen gut zu unterstützen sind, sind Kommunikation und Interaktion etwa mit Kunden und Lieferanten. Dort findet UC ein optimales Umfeld, denn hier können Medienbrüche geglättet, Wissen besser weitergegeben und die Produktivitätszeiten der Mitarbeiter optimiert werden, indem etwa exakt die benötigte Information zur richtigen Zeit der richtigen Person zur Verfügung gestellt wird.

Das wird vielleicht auch bedeuten, dass nicht alle Bereiche und Abteilungen Unified Communications im selben Ausmaß nutzen werden. Nehmen Sie zum Beispiel Mitarbeiter, die viel Kundenkontakt haben. Gerade hier bekommt UC eine unglaubliche Kraft, wenn die benötigten Informationen und Personen beim Termin mit dabei sind. Ein Kundentermin zum Thema Verkauf, Beratung oder etwa Installation bei dem überraschend ein weiterer Experte Ihrer Firma benötigt wird, bedeutet ohne UC, dass das Meeting im schlimmsten Fall beendet werden muss und Sie und Ihr Kunde ohne Ergebnisse vom Tisch aufstehen – mit dem Wissen, daß ein neuer Termin vereinbart werden muss. Sie verlieren Zeit und Effizienz und bieten Ihrem Mitbewerber eine Angriffsfläche, Sie öffnen ihm gegenüber eine Flanke.

Dasselbe Meeting mit Unified Communications würde so aussehen, dass der benötigte Experte über Videoconferencing zugeschaltet wird und die Fragen des Kunden direkt und rasch beantworten kann, auf alle notwendigen Informationen Zugriff hat und in die Unterlagen, die Sie gerade mit dem Kunden besprechen, einsehen und mitgestalten kann. Dies ist weit mehr als mit einem telefonischen Rat möglich wäre. Mit Unified Communications sparen Sie Zeit und Kosten - und Sie haben einen Geschäftspartner oder Kunden vor sich, der von Ihrer Flexibilität beeindruckt ist. Ein guter Startpunkt für UC ist daher, sich mit den Unternehmensprozessen zu beschäftigen und zu überlegen, wo Potenzial für Unified Communications wäre und wo der Einsatz von UC überhaupt Sinn macht. So können Sie am besten gewährleisten, dass sich Ihre Investitionen in Unified Communications in erhöhter Produktivität niederschlagen.

Zum Autor

Thomas Schmutzer ist Geschäftsführer von [HMP Beratungs GmbH](#). Das Unternehmen ist auf Unternehmensberatung mit Fokus auf Kommunikation, Organisation, Prozesse und Technologie spezialisiert.