

USER ADOPTION

Framework

16.03.2022

ARTUR TOMCZAK
ATO@EXPERTSINSIDE.COM





INHALT

INHALT	2
1 ADOPTIONS-DIENSTLEISTUNGEN	3
1.1 USER ADOPTION FRAMEWORK AUFBAU.....	4
1.1.1 MS Teams – die Drehscheibe der Mitarbeitenden.....	4
1.2 USER ADOPTION FRAMEWORK – AKTIVITÄTEN	5
1.2.1 Initialisierung-Etappe.....	5
1.2.2 Discovery-Kampagne.....	6
1.2.3 Onboarding-Kampagne.....	6
1.2.4 Productivity-Kampagne.....	7
1.2.5 Mastery-Kampagne.....	8

1 Adoptions-Dienstleistungen

Viele Unternehmen sind überfordert, wenn es darum geht, die Microsoft 365 Apps und Dienste oder generell einfach neue Technologien oder Arbeitsweisen erfolgreich zu vermitteln.

Warum?



Das bisherige Vorgehen erfolgte bislang oft so:

1. Schulungen mit dem Fokus auf Funktionen
2. Abgabe der Nutzungsanleitungen
3. Neue, oft zusätzliche Apps auf dem Gerät
4. Frust und Ablehnung beim End-Anwender

Wir sind überzeugt, dass neue Technologien nicht mit den bisherigen Methoden eingeführt werden können. Deshalb haben wir „User Adoption Framework“ ins Leben gerufen, um unsere Kunden nicht nur in technischen Belangen unterstützen zu können.

Der Experts Inside Framework basiert auf dem «*Microsoft 365 Adoption Guide*» und ergänzt diesen. Wir haben in den letzten Jahren im Kontext von User Adoption viele Praktiken ausprobiert und entwickeln dies kontinuierlich weiter. Das Experts Inside User Adoption Framework ist eine Sammlung funktionierender Prinzipien und Praktiken und ermöglicht beim Kunden, die Benutzerakzeptanz zu erhöhen und den daraus resultierenden Nutzen zu generieren.

Experts Inside Motto ist:

«Fakten anstatt Meinungen, Stories anstatt Funktionen,
Emotionen anstatt Prozesse.»



1.1 USER ADOPTION FRAMEWORK AUFBAU

Wir gehen das User Adoption Thema iterativ an. Das Framework sieht eine Initialisierung-Etappe und vier Kampagnen vor:

USER ADOPTION - INITIALISIERUNG

Wir helfen Ihnen, einen Rahmen für die User Adoption zu schaffen. Wir gestalten mit Ihnen das interne User Adoption Team und organisieren die Rollen, Events und Artefakte. Als Facilitator unterstützen wir das Team und die Vision und helfen, Zwischenziele und Messkriterien zu setzen.



DISCOVERY - Neugier auslösen

Das Ziel der „Discovery“ Kampagne ist bei den Benutzern Begeisterung und Neugier auszulösen und die Angst für neues zu minimieren. Der Benutzer kennt die Beweggründe, deren Konsequenzen, die Vorteile und sieht wohin die Reise gehen wird.

ONBOARDING - Verständnis schaffen

Benutzer lernen die Basisfunktionalitäten, damit die täglichen Aufgaben effizient erledigt werden können. Der Benutzer erkennt die moderne Arbeitsweisen, sammelt Erfahrungen.



PRODUCTIVITY - Nutzen generieren

In der Productivity Kampagne geht es darum das Gelernte umzusetzen, Routine zu gewinnen und Effizienz/Produktivität zu steigern. Die Benutzer lernen fortgeschrittene Funktionen kennen und automatisieren mit Hilfe von M365 Apps/Services ihre erste Arbeitsabläufe.

MASTERY - Automatisierung ermöglichen

In der Mastery-Kampagne werden Abteilungen/Bereiche unterstützt, Business Applikationen zur Steigerung der Produktivität zu entwickeln. Der Fokus liegt auf der Automatisierung entlang des Abwicklungsprozesses.



Wir sprechen nicht von Phasen, sondern von Kampagnen, da wir uns in unserem Vorgehen an die Marketingkampagnen orientieren. Jede Kampagne verfolgt klare Ziele. Wenn diese so gut wie erreicht sind, initialisieren wir die nächste Kampagne, damit wir kontinuierlich im Fluss bleiben und dem End-Anwender eine optimal «Customer Journey» bieten können. Wir bringen pro Kampagne eine Palette von User Adoption Aktivitäten mit. Wir stimmen diese (Umfang) innerhalb des User Adoption Teams ab und setzen diese gemeinsam iterativ um. Die daraus gewonnenen Ergebnisse, inkl. der End-Anwender wiederkehrende Umfragen und Erkenntnisse, bilden die Basis für weitere Aktionen.

1.1.1 MS Teams – die Drehscheibe der Mitarbeitenden

Wir sehen Microsoft Teams als eine leistungsstarke Anwendung, die als Drehscheibe für die Teamarbeit fungiert. Die Einführung von MS Teams sehen wir als grösste Veränderung für die Mitarbeitenden. Die folgenden «MS Teams | Big Five» verdeutlichen die Eigenschaften dieser Veränderung.



MS TEAMS | BIG FIVE

1. Teams Governance für die Kommunikation und die Zusammenarbeit organisationsweit
2. Kommunikation entlang der Kanäle oder Chats – endlich keine hunderte von E-Mails
3. Zusammenarbeit an Dokumenten an einem Ort, in einem Kanal – inkl. Versionierung, egal wo und womit und auch mit Gästen (Externe)
4. Visualisierung und Steuerung der Zusammenarbeit an einem Ort (Bsp. MS Planner,...)
5. Integration der Informationen und Tools in einem Kanal, welche für die Arbeit benötigt werden – keine Zeit mehr für die Suche verlieren

Mit der Einführung von MS Teams als fixer Bestandteil einer modernen Arbeitsumgebung, ermöglichen wir den Mitarbeitenden beim Kunden, dass sie optimal den Geschäftstätigkeiten nachgehen können, um eine höhere Produktivität und Zufriedenheit erreichen zu können. Dies erreichen wir mit Hilfe der User Adoption Framework Aktivitäten wie folgt:

1.2 USER ADOPTION FRAMEWORK – AKTIVITÄTEN

1.2.1 Initialisierung-Etappe

USER ADOPTION – INITIALISIERUNG

User Story:

Als Business Owner möchte ich einen Rahmen für die User Adoption schaffen, um optimal starten zu können.

Acceptance Criteria:

- 1) Funktionsübergreifendes User Adoption Team ist nominiert;
- 2) Das User Adoption Team ist organisiert (Vision, Rollen, Events, Artefakte);
- 3) User Adoption Assessment ist durchgeführt und die Erkenntnisse sind berücksichtigt;
- 4) Die Vision und "Why" für die Einführung von Microsoft Apps & Services ist definiert;
- 5) Modern Workplace Flyer ist erstellt;
- 6) Der Umfang von M365 Apps (Kern) ist definiert;
- 7) Mitarbeitende-Kommunikation (t-days) Design und deren Automatisierung sind organisiert;
- 8) Die Messkriterien für die User Adoption sind definiert;
- 9) Initiale Einführung Roadmap für M365 Apps & Dienste (Technik und User Adoption) ist definiert;
- 10) MS Teams Governance ist definiert (Teamstypen, Namenkonventionen, Berechtigungen, Provisionierung, Life-Cycle,...);
- 11) MS Teams Governance Einhaltung ist definiert;
- 12) M365 Accounts sind für User Adoption Team eingerichtet;
- 13) Windows Client steht dem User Adoption Team für Tests und Trainings zur Verfügung;

User Adoption Assessment – Acceptance Criteria:

- 1) Die aktuellen Prinzipien und Praktiken und Communities im Kontext der Einführung von neuen Arbeitsprozessen und Tools sind bekannt;
- 2) User Adoption Retrospektive ist durchgeführt;
- 3) Die bisherigen erfolgreichen Prinzipien und Praktiken sind bekannt;
- 4) Die aktuellen Arbeitsweisen und Tools im Zusammenhang mit Kommunikation und Collaboration sind aufgenommen;
- 5) Experts Inside User Adoption Framework ist dem Projekt-Team bekannt;
- 6) Die Ergebnisse sind in einem Bericht dokumentiert;

1.2.2 Discovery-Kampagne

DISCOVERY – Neugier auslösen

User Story:

Als Business Owner möchte ich bei den Benutzern Begeisterung und Neugier auslösen und die Angst vor Neuem minimieren, um sie bestens auf die hohe Akzeptanz vorzubereiten.

Acceptance Criteria:

- 1) Town Hall Session (evtl. mit GL-Vertretung, Business Sponsor) ist durchgeführt;
- 2) Betroffene Mitarbeitende sind über die bevorstehende Migration/Einführung informiert;
- 3) Betroffene Mitarbeitende sind informiert, über die Beweggründe, Vorteile, Konsequenzen und wissen, wo sie sich zu jeder Zeit informieren können;
- 4) Das Grundgerüst vom InfoPortal auf Basis SharePoint Online steht;
- 5) Lehrpfade für die Kern M365 Apps sind auf dem InfoPortal beschrieben;
- 6) Lehrpfade für die Kern Personas sind auf dem InfoPortal beschrieben;
- 7) Die User Adoption Dienste sind definiert und organisiert (Trainings, Webinare, Deep Dive Workshops, Ask me anything about“ Clinic Session, Tech Talk Events,...)
- 8) Die ersten Inhalte und Termine für die User Adoption Services sind organisiert und auf dem InfoPortal publiziert;
- 9) Ankündigungsvideos: M365-Intro, InfoPortal-Intro, M365-Migration-Intro sind erstellt und publiziert;
- 10) MS Teams im Kunden-Tenant für Poc/Pilot sind erstellt, Moderation der Kanäle ist organisiert;
- 11) Champions Community ist initialisiert (Vision, Rollen, Events, Artefakte);
- 12) Die ersten Champions Community Members sind nominiert;
- 13) User Helpdesk ist auf die ersten Support-Anrufe vorbereitet;

Discovery



1.2.3 Onboarding-Kampagne

ONBOARDING – Verständnis schaffen

User Story:

Als Business Owner möchte ich, dass die Benutzer die Basisfunktionalitäten lernen, moderne Arbeitsweisen entdecken, damit sie die täglichen Aufgaben effizienter erledigen und Erfahrungen sammeln können.

Acceptance Criteria:

- 1) Die User Adoption Dienste werden kontinuierlich überprüft und mit der Technik abgestimmt und durchgeführt;
- 2) Die ersten Erklärungsvideos, zugeschnitten auf die Personas mit den Use Cases, sind für die Anwender verfügbar;
- 3) Die ersten User Guides, zugeschnitten auf die Personas mit den Use Cases sind für die Anwender verfügbar;
- 4) Champions Community ist gewachsen und leistet Unterstützung direkt bei den Mitarbeitenden organisationsweit;
- 5) Die erste Mitarbeiter-Umfrage ist durchgeführt, Erkenntnisse sind berücksichtigt;

Onboarding



1.2.4 Productivity-Kampagne

PRODUCTIVITY – Nutzen generieren

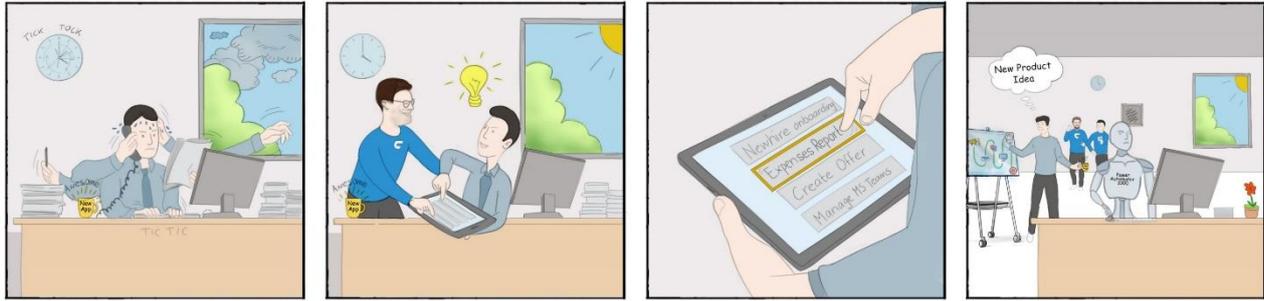
User Story:

Als Business Owner möchte ich, dass die Benutzer/Teams die Basisfunktionalitäten ausprobieren, moderne Arbeitsweisen praktizieren, damit sie an Routine gewinnen, um den Nutzen aus der Veränderung greifbar erleben zu können.

Acceptance Criteria:

- 1) Die Erkenntnisse aus den bisherigen erreichten Ergebnissen und Rückmeldungen sind berücksichtigt;
- 2) Die User Adoption Dienste sind unter der Berücksichtigung der Erkenntnisse angepasst und ausgerichtet;
- 3) Fortgeschrittene Funktionalitäten stehen bei Erklärungsvideos und User Guides im Fokus dieser Kampagne;
- 4) Erweiterung der Kern- M365 Apps auf Weitere, beispielsweise Microsoft Viva ist durchgeführt;
- 5) Die erzielten Produktivitäts-Erfolge werden von der Community und den Business Units gewürdigt, «Sharing is caring»;
- 6) Die Champions Community fungiert als Know-How und Erfahrungs-Austausch und bietet neuen Raum für Innovationen;
- 7) Deep Dive Trainings für Citizen Developers (oft Freiwillige aus der Community) werden mit dem Fokus auf Automatisierung durchgeführt;
- 8) Hackathons und Automation Dojos werden durchgeführt;
- 9) Die einfachen Geschäftsabläufe/Prozesse innerhalb der Business Teams werden auf Sinn/Nutzen überprüft und automatisiert;
- 10) Die weitere Umfrage der Benutzer & Data Analytics werden durchgeführt;

Productivity



1.2.5 Mastery-Kampagne

MASTERY – Automatisierung ermöglichen

User Story:

Als Business Owner möchte ich, dass die Überprüfung von den Benutzern auf Sinn/Nutzen der Geschäftsprozesse stattfindet und deren Automatisierung vorangetrieben wird, damit die Benutzer mit Hilfe von Technologien und Daten neue, hoch automatisierte Produkte/Services realisieren können, um im disruptiven Markt erfolgreich bleiben zu können.

Acceptance Criteria:

- 1) Die Erkenntnisse aus den bisherigen erreichten Ergebnissen und Feedbacks sind berücksichtigt;
- 2) Die User Adoption Dienste sind, unter der Berücksichtigung der Erkenntnisse angepasst und ausgerichtet;
- 3) Überprüfung und Automatisierung/Digitalisierung der Geschäftsabläufe/Prozesse stehen bei Erklärungsvideos und User Guides im Fokus dieser Kampagne;
- 4) Die erzielten ersten Automatisierung-Erfolge/Erkenntnisse oder sogar neue Produkte/Services (Ideen/MVP) werden von der Community oder Business Units gewürdigt;
- 5) Die Champions Community fungiert als Know-How und Erfahrungsaustausch und bietet neuen Raum für Start-Up;
- 6) Deep Dive Trainings für Citizen Developers (oft Freiwillige aus der Community) werden mit dem Fokus auf fortgeschrittene Automatisierung/Digitalisierung mit Hilfe von Microsoft Power Platform durchgeführt;
- 7) Hackathons und Automation Dojos werden durchgeführt;
- 8) Deep Dive Workshops mit Business Teams werden mit dem Fokus auf fortgeschrittene Automatisierung/Digitalisierung mit Hilfe von Microsoft Power Platform durchgeführt;
- 9) Die komplizierten Geschäftsabläufe/Prozesse Teams-übergreifend oder sogar organisationsweit, werden auf Sinn/Nutzen (Lean) und Verzögerungen überprüft und automatisiert;
- 10) Die weitere Umfrage der Benutzer & Data Analytics ist durchgeführt;
- 11) User Adoption Hand Over ist abgeschlossen;
- 12) Die User Adoption Fähigkeiten sind intern für künftige Vorhaben aufgebaut;

Mastery

