In 5 fasen naar optimaal gebruik Skype for Business

Lage adoptiegraad Skype for Business staat winst in de weg

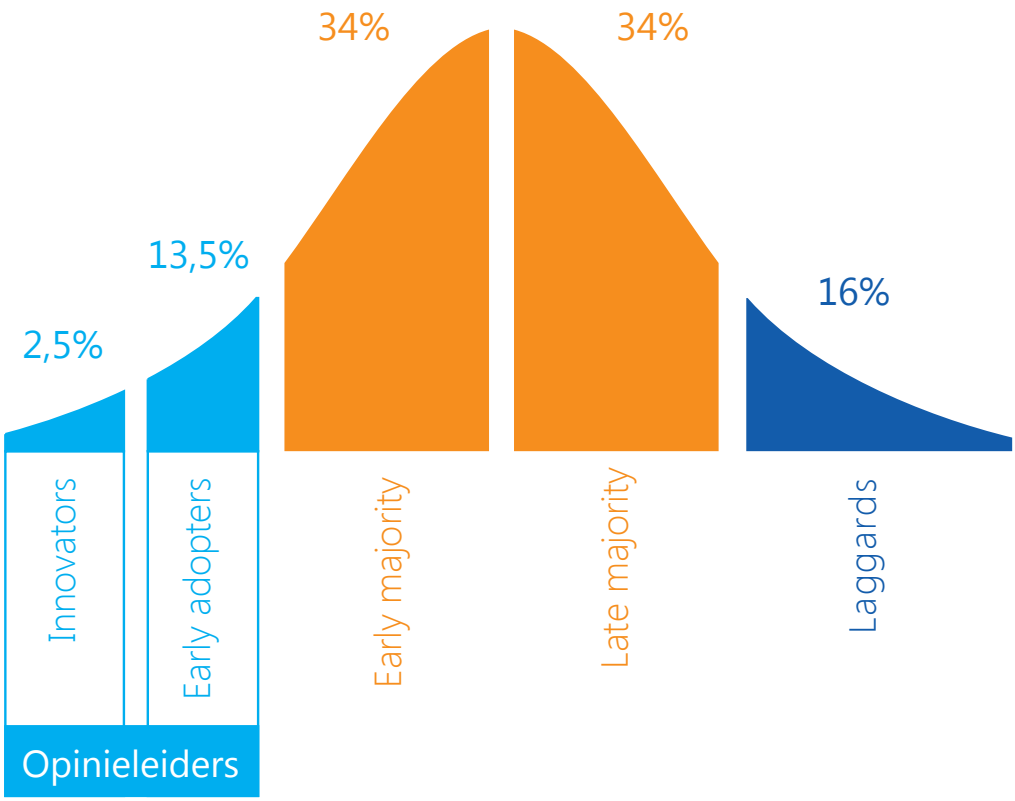
StartReady.com
Microsoft Based Communications

Skype for Business maakt (samen)werken efficiënter, waar en wanneer je dat werk ook doet. Thuiswerken, of werken op elke andere locatie, is met Skype for Business net zo productief als werken op kantoor. En je kunt er zelfs voor zorgen dat de efficiëntie van je collega's nog verder toeneemt. Skype for Business maakt de organisatie beter bereikbaar, levert een aanzienlijke kostenbesparing op en realiseert aantoonbaar tot 30 minuten tijdswinst per medewerker per dag. Maar dit potentieel wordt alleen waargemaakt wanneer Skype for Business optimaal wordt gebruikt door alle medewerkers.

Om dit te bereiken is er naast de technische implementatie ook aandacht nodig voor de gebruikersadoptie van Skype for Business op de werkvloer. Want wanneer de techniek op orde is, betekent dat nog niet dat mensen de tool uit zichzelf gaan gebruiken. Met als gevolg dat de voordelen zoals tijdswinst en effectieve communicatie niet worden behaald, terwijl er wel geïnvesteerd is in een oplossing die potentie heeft om die voordelen te bieden. In dit whitepaper wordt besproken wat er nodig is om Skype for Business succesvol te laten landen binnen een organisatie. Dit doen we aan de hand van het Skype for Business-volwassenheidsmodel. We kijken onder andere naar wie er verantwoordelijk is voor de gebruikersadoptie, de verschillende fasen van het volwassenheidsmodel en trainingsvormen om adoptie op de werkvloer te vergroten.

1. Betrokkenheid

Wanneer Skype for Business in gebruik wordt genomen zonder dat er aandacht wordt besteed aan adoptie, is de organisatie afhankelijk van innovators en early adopters voor het gebruik van de technologie, aldus E.M. Rogers. De adoptiecurve van Rogers beschrijft het proces van productadoptie van innovatieve technologieën. Er zijn in totaal zes gebruikersgroepen te onderscheiden in de adoptiecurve. Het onderscheid tussen de groepen wordt gemaakt op basis van snelheid waarmee consumenten een product adopteren.



De innovators en early adopters samen worden ook wel de kritieke massa of opinieleiders genoemd. Deze groepen bestaan vaak grotendeels uit IT'ers die innovatieve technologie sneller in gebruik nemen en doorgronden dan andere gebruikers. Voor de early majority geldt dat zij minder tot de pioniers behoren dan de twee voorgaande groepen, maar de adoptiesnelheid ligt hier nog steeds relatief hoog. De late majority is niet zo trendgevoelig en volgzaam. Het duurt daarom langer voordat deze groep een product volledig adopteert. Tot slot zijn er de laggards. Zij zijn zeer terughoudend en zullen pas als laatst zwichten en na intensieve begeleiding overgaan tot acceptatie van een product, dienst of idee. Binnen deze groep is ook altijd een aantal gebruikers dat de innovatie weigert te accepteren.
Wanneer de verantwoordelijkheid voor de gebruikersadoptie bij de opinieleiders ligt, is het lastig inschatten wat er nodig is om de rest van de organisatie mee te krijgen. Wanneer deze groep enthousiast is over het product of de dienst, zal de rest van de werknemers eenvoudiger te overtuigen zijn, maar het risico om de adoptie van Skype for Business op de schouders van deze groep te laten rusten is te groot. Opinieleiders hebben de neiging om het enthousiasme van de rest van de groep te onderschatten en het gemak waarmee zij zich aanpassen te overschatten. Op bedrijfsniveau is er geen controle over de ingebruikname van de techniek en de kans dat de opinieleiders niet enthousiast raken, is ook aanwezig. Wanneer alleen de opinieleiders gebruik maken van de nieuwe technologie, behaal je als organisatie nooit de voordelen die je beoogd had bij de implementatie van Skype for Business. Om die belofte van Skype for Business waar te maken, is het van belang dat de nieuwe technologie op de juiste manier wordt geïmplementeerd, inclusief een gedegen adoptieplan.

Een organisatie implementeert Skype for Business om hier bedrijfsvoordelen uit te halen. Extra kosten voor een adoptieplan worden in sommige gevallen dan ook als een obstakel gezien voor het behalen van dit doel. Managers die op deze manier denken hanteren een traditionele denkwijze: met zo min mogelijk kosten een zo hoog mogelijke winst behalen. Maar er is een andere mindset nodig voor een verandermanagementtraject. Een succesvol implementatieteam legt de nadruk op de ''why", het ''waarom" van de implementatie. Zo waarborg je dat er genoeg aandacht wordt besteed aan het vergroten van het begrip onder de werknemers rondom de nieuwe technologie. Want zonder begrip, is er geen gebruik.

2. Verantwoordelijkheid

Bij veel organisaties is het de vraag bij wie de verantwoordelijkheid van het adoptievraagstuk ligt. De afdelingen die gevoelsmatig in aanmerking komen zijn HR, Communicatie en IT. Vaak ligt de verantwoordelijkheid bij diegene die het project leidt. Als de implementatie van Skype for Business een HR-project is, is de HR-afdeling verantwoordelijk. Als het een IT-project is, is de IT-afdeling verantwoordelijk. In de praktijk zien we de IT-afdeling meestal de leiding neemt, omdat het in eerste instantie om een technische oplossing gaat. Maar is één afdeling wel de goede partij? Kan die zich voldoende inleven?

De IT-afdeling is vaak gefocust op het technische aspect van de implementatie. Het introduceren van Skype for Business binnen de organisatie en het begeleiden van de werknemers is vaak iets dat wordt vergeten. Voor andere afdelingen geldt juist dat zij minder inhoudelijke kennis hebben. Het adoptievraagstuk is daarom in veel bedrijven niet te koppelen aan één functieprofiel. Een gevarieerd implementatieteam of een brede coalitie is een goede oplossing voor het mobiliseren van alle collega's als het aankomt op dit soort vraagstukken.

Een gevarieerd implementatieteam neemt de verantwoordelijkheid op zich. In het team zitten mensen met verschillende functies. Denk aan iemand van de Communicatie-, IT- en HR-afdeling. Deze collega's hebben allemaal een andere kijk op de nieuwe technologie. De IT-afdeling focust zich op de techniek: zij zorgen ervoor dat de nieuwe technologie wordt geïmplementeerd en werkt op technisch vlak. De HR-afdeling focust zich meer op de werknemer: wat voor toegevoegde waarde heeft de technologie voor de werknemer in de dagelijkse praktijk en wat verandert er voor het individu? Een communicatieprofessional focust zich op het introduceren van de nieuwe technologie en het begeleiden van werknemers door middel van bestaande en nieuwe communicatiemiddelen in de organisatie.

Het is belangrijk dat het team wordt geleid en ondersteund door een projectleider, oftewel de Chief Adoption Officer. Deze persoon houdt het overzicht over alle ontwikkelingen en geeft richting aan het proces. Het is van belang dat de Chief Adoption Officer ervoor zorgt dat de organisatie op een steeds geraffineerdere manier gebruikmaakt van Skype for Business, ofwel steeds volwassener wordt wat betreft het gebruik van Skype for Business op de werkvloer.

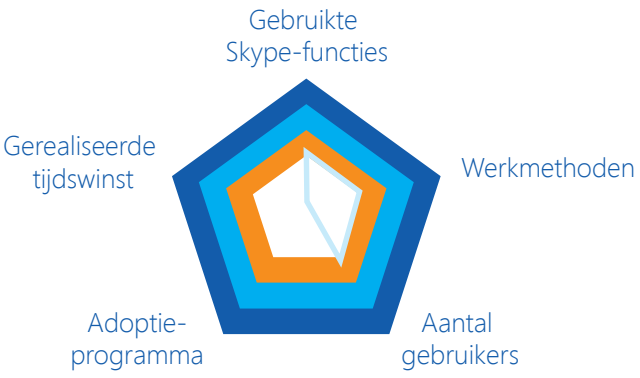
3. De vijf fasen

Het volwassenheidsmodel beschrijft de vijf fasen van het gebruik van Skype for Business in een organisatie, hierbij worden verschillende werksituaties geschetst. Per fase wordt er onder andere gekeken naar het adoptieplan, het gedrag en de houding van de werknemer en de bijbehorende voordelen. We nemen de fictieve organisatie Umbrellas B.V. mee door alle fasen.

3.1. Entry level

Het volwassenheidsmodel begint bij het Entry level. De naam zegt alles over deze fase: het is het instapniveau. Umbrellas B.V. heeft een traditionele negen-tot-vijf-mentaliteit. Om negen uur zijn de medewerkers op kantoor en er zijn vaste lunchtijden. Voor vergaderingen dient iedereen op locatie aanwezig te zijn. Vergaderingen bij externe partijen zijn ook op locatie. Hierdoor zijn medewerkers veel tijd kwijt aan reizen. De organisatie besluit om Skype for Business aan te schaffen en in te zetten voor de communicatie. Umbrellas B.V. heeft veel positieve verhalen gehoord over de technologie, zoals de tijdswinst per medewerker per dag die behaald kan worden. De IT-afdeling zorgt ervoor dat de technologie op de correcte manier wordt geïnstalleerd, zodat er geen technische problemen zijn. Wanneer de technologie staat, verwacht de organisatie dat de rest vanzelf gaat. De organisatie besteedt dus geen aandacht aan het adoptievraagstuk. Binnen de organisatie is een kleine groep, tot grofweg 16% van de werknemers, die geïnteresseerd is in de nieuwe technologie en hiermee gaat experimenteren. Dit zijn de opinieleiders. Doordat er alleen binnen deze groep gebruik gemaakt wordt van Skype for Business is de impact minimaal. De groep kan alleen onderling met elkaar communiceren via Skype for Business. Wanneer de groep met andere collega's of externe contactpersonen wil communiceren, dient de groep gebruik te maken van de traditionele communicatiemiddelen. Doordat de opinieleiders zelf ook niet het maximale uit Skype for Business halen, is de groep niet enthousiast. De opinieleiders moedigen ook de rest van de organisatie niet aan om de nieuwe technologie te gebruiken. In deze fase kost de technologie de organisatie geld, in plaats van dat het kostenbesparend is. De investering is gedaan, maar de voordelen blijven uit.

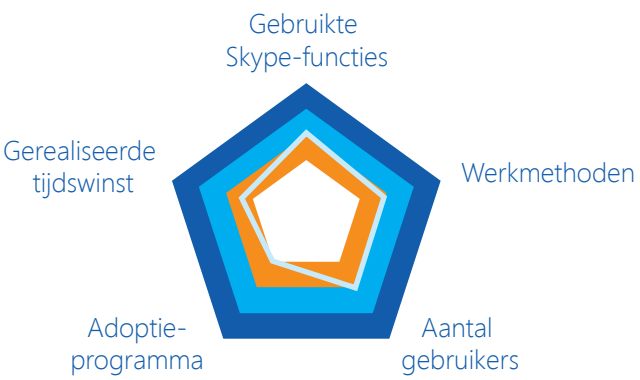
- Geen aandacht voor gebruikersadoptie
- Opinieleiders: <16% van de organisatie gebruikt Skype for Business
- Chatfunctie wordt sporadisch gebruikt
- Traditionele werkmethoden blijven bestaan
- Technologie kost extra geld



3.2. Base level

Umbrellas B.V. kijkt naar de gebruikscijfers van Skype for Business en schrikt van de huidige statistieken. Minder dan 16% van de werknemers gebruikt de nieuwe technologie en de groep die het gebruikt, benut lang niet alle mogelijkheden. De organisatie realiseert zich dat ze geld investeert in de nieuwe technologie, maar er geen voordeel uithaalt. De organisatie besluit de nieuwe technologie te introduceren onder de werknemers, om awareness te creëren. Naast de introductie stelt de organisatie ook een reactieve training beschikbaar voor de medewerkers, zodat de werknemers leren omgaan met Skype for Business. Deze training is beschikbaar voor de collega's die daar om vragen. De organisatie hoopt hiermee dat werknemers overgaan op de nieuwe technologie. Een gedeelte van de early majority sluit zich aan bij de groep. De groep die Skype for Business gebruikt wordt groter, namelijk tot 50% van de organisatie, maar is nog niet groot genoeg om de investering te gelde te maken. De groep wordt niet zozeer gestimuleerd door de organisatie, maar loopt uit zichzelf voorop en staat open voor nieuwe technologieën. Hierdoor verplaatst de organisatie zich naar het tweede level, oftewel het Base level. Zo nu en dan organiseert de groep onderling een meeting op afstand. De tijdswinst is minimaal en de groep die de nieuwe technologie gebruikt, moet ook regelmatig gebruik maken van de traditionele werkmethoden om samen te werken met de rest van de organisatie. De tijdswinst kan oplopen tot 10 minuten per medewerker per dag.

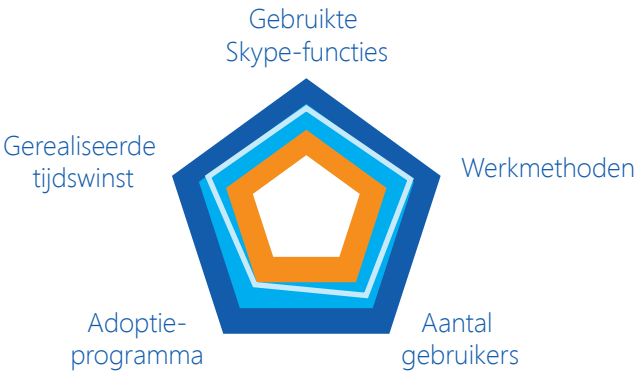
- Introductie van de technologie & reactieve training beschikbaar
- Early majority: <50% van de organisatie gebruikt Skype for Business
- Chat en beschikbaarheidsinformatie worden gebruikt voor efficiëntere communicatie
- Meeting remote als eerste efficiëntiewinst
- 10 minuten tijdswinst per medewerker per dag



3.3. Intermediate level

De organisatie ziet een stijging in het gebruik van Skype for Business na het introduceren van de nieuwe technologie en het beschikbaar stellen van een reactieve training. Maar de organisatie is nog niet tevreden. Minder dan de helft van de medewerkers gebruikt de nieuwe technologie, waardoor de beloofde voordelen slechts voor een klein deel worden waargemaakt. Naast de introductie van de nieuwe technologie en het beschikbaar stellen van een reactieve training besluit de organisatie om vanaf nu alle nieuwe werknemers te trainen op het gebied van Skype for Business. Een groot gedeelte van de huidige en nieuwe werknemers ziet het nut in van Skype for Business, en past deze nieuwe technologie daarom ook toe in de dagelijkse praktijk. Een gedeelte van de organisatie is jong en opgegroeid in de digitale wereld. Daarom passen zij nieuwe technologieën sneller toe in hun werkleven. Een ander gedeelte van de organisatie is nieuwsgierig en wil graag meegaan met nieuwe ontwikkelingen. Ook een gedeelte van de late majority sluit zich nu aan bij de groep, waardoor de groep zich uitbreidt tot boven de 50% van alle collega's. Doordat een steeds groter deel van de organisatie Skype for Business gebruikt, is het makkelijker voor werknemers om online te vergaderen en te werken op afstand. Daarnaast worden de communicatielijnen korter, doordat werknemers onderling kunnen communiceren via chat of welke vorm van communicatie op dat moment het meest efficiënt is. De tijdswinst per medewerker per dag loopt op tot 20 minuten.

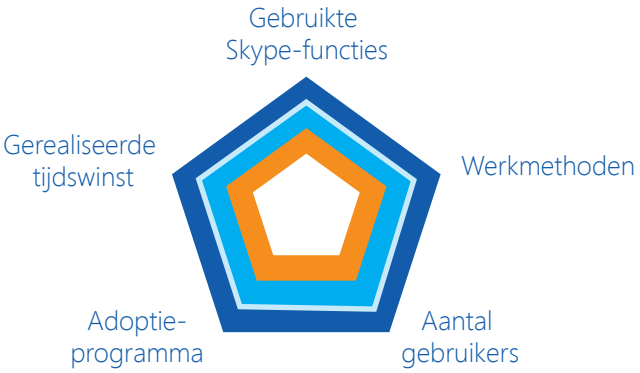
- Training voor nieuwe medewerkers
- Late majority: >50% van de organisatie gebruikt Skype for Business
- Vergaderfunctionaliteit wordt gebruikt, persoonlijke instellingen voor effectiviteit weet men te vinden, bijv. chef-secretaresse schakelingen
- Online samenwerken ingeburgerd
- 20 minuten tijdswinst per medewerker per dag



3.4. Advanced level

Na het inzetten van een introductie, reactieve training en een new hire training, neemt het gebruik van Skype for Business steeds meer toe. Umbrellas B.V. ziet in dat het besteden van tijd en aandacht aan het adoptievraagstuk wel degelijk helpt bij het inzetten van nieuwe technologie. De organisatie besluit daarom een adoptieplan op te stellen en in te zetten om het gebruik van Skype for Business nog verder te verhogen. De organisatie oriënteert zich op verschillende manieren om de werknemers te trainen. Er zijn vele mogelijkheden, zoals klassikale lessen, workshops en interactieve gebruikerstrainingen. De organisatie wil dat de werknemers echt aan de slag gaan met de nieuwe technologie en hierdoor overtuigd raken van het nut van Skype for Bussines. De organisatie kiest daarom voor een interactieve gebruikerstraining, niet alleen om de werknemers bekend te maken met de verschillende functies, maar ook om hen te motiveren.
De werknemers gaan aan de slag met de nieuwe technologie en leren door te doen. Medewerkers ervaren de voordelen van de nieuwe technologie in de praktijk. De werknemers zijn bekend met de functiesvan Skype for Business en weten deze te vinden na de training. De late majority is voor het grootste gedeelte aangehaakt en tot 84% van de medewerkers gebruikt de nieuwe technologie. De organisatie doet er alles aan om het gebruik zo makkelijk mogelijk te maken. De organisatie investeert in headsets en zorgt ervoor dat de huidige technologie integreert met de nieuwe technologie, zodat dit geen obstakel vormt in het gebruik. Zo is de telefooncentrale (PBX) geïntegreerd in Skype for Business en zijn videovergadersystemen aangesloten op de tooling. Er wordt beter samengewerkt, mensen weten elkaar op het juiste moment via het meest handige medium te vinden, er wordt vaker op afstand vergaderd en de tijdswinst loopt op tot 30 minuten per medewerker per dag.

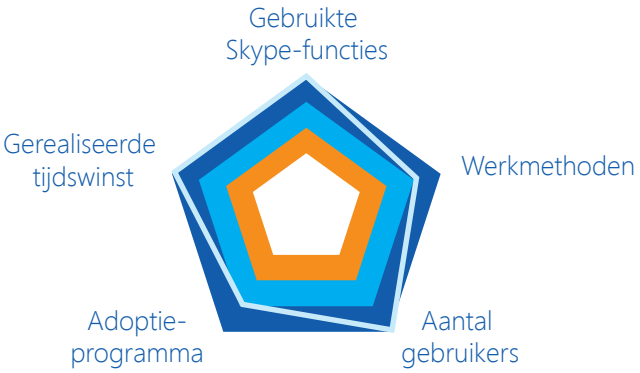
- Adoptieplan inclusief training
- Late majority: <84% van de organisatie gebruikt Skype for Business
- Alle functionaliteit van Skype for Business in gebruik
- Skype for Business geïntegreerd met andere (IT-)oplossingen
- 30 minuten tijdswinst per medewerker per dag



3.5. Outlier level

Umbrellas B.V. haalt het maximale uit Skype for Business en is onder de indruk van de voordelen die het met zich meebrengt. De organisatie vraagt zich af waarom ze niet eerder zijn overgestapt op de nieuwe technologie. De organisatie is ervan overtuigd dat nieuwe technologieën bijdragen aan de kwaliteit van de organisatie, niet alleen intern maar ook extern gericht. Zo kan de organisatie zich onderscheiden van andere organisaties. ''Innovation first" staat vanaf nu centraal in het bedrijfsprofiel. Dit doet de organisatie door mee te gaan met nieuwe ontwikkelingen, en hierin zelfs voorop te lopen. Bijvoorbeeld door het aanschaffen van devices die de bijdragen aan de visie. De traditionele telefonie- en videosystemen worden vervangen door Skype devices, zoals de Service Hub. De tijdswinst per medewerker per dag kan oplopen tot boven de 30 minuten en Skype for Business is in dit level een essentieel onderdeel van het bedrijfsproces.

- Laggards: >84% van de organisatie gebruikt Skype for Business
- Innovation first als onderdeel van het bedrijfsprofiel
- Traditionele telefonie- en videosystemen vervangen
- Tijdswinst hoger dan 30 minuten per medewerker per dag



4. Randvoorwaarden

Veel organisaties willen profiteren van de voordelen van Skype for Business, maar dit gebeurt duidelijk niet vanzelf. Hiervoor is een gedegen adoptieplan nodig. Naast het introduceren van de nieuwe technologie aan de medewerkers moet de doelgroep de nieuwe technologie ook leren gebruiken. Wanneer de werknemers bekend zijn met de functiesvan Skype voor Business, moet er een gedragsverandering plaatsvinden.
We beginnen bij het begin.

De eerste stap is een gedegen implementatieteam. Het is van belang dat de verantwoordelijkheid van het adoptieplan aan iemand wordt toegewezen, om richting te geven aan het proces. De Chief Adoption Officer brengt alle belangrijke partijen bijeen om een gevarieerd implementatieteam op te zetten. Zoals eerder benoemd zijn dit vaak mensen van de IT-, HR- en Communicatie-afdeling. Door de verschillende perspectieven wordt er aandacht besteed aan elke belangrijke factor in een adoptieplan. Hoe werkt de techniek, wat verwachten wij van de medewerkers en hoe kunnen we hen hierin begeleiden?

Het is belangrijk om de werknemers mee te nemen in het proces. Introduceer de nieuwe technologie, laat ze ermee kennismaken en creëer ruimte voor feedback en vragen. Zorg ervoor dat je in gesprek gaat met de werknemer en gooi de nieuwe technologie niet zomaar over de schutting. Wanneer je dit doet, zal de medewerker het gevoel hebben dat hem of haar iets wordt opgedragen, waardoor een negatieve houding naar de verandering ontstaat. Neem de werknemers mee in het veranderproces en zorg ervoor dat de werknemer ook wil veranderen.

Daarnaast is het van belang om onderscheid te maken tussen verschillende gebruikersgroepen tijdens het adoptieproces. Zo zijn er, zoals eerder aangegeven, gebruikers die zich nieuwe technologie heel snel eigen

maken (de innovators en early adopters) en gebruikers bij wie dat wat langer duurt. Maar ook de plek in de organisatie kan van belang zijn. De medewerker moet de tool begrijpen om de manier waarop hij of zij één-op-één communiceert met collega's efficiënter te maken, maar de impact van de gedragsverandering van de manager is wellicht nog groter. Als hij of zij standaard een Skype for Business-meeting inplant in plaats van een gewone vergadering, en niet meer verlangt dat iedereen daarvoor naar kantoor komt, heeft dat direct gevolgen voor het hele team. Voor een manager gaat het veranderproces verder dan het aanpassen van het eigen gedrag. Er is ook een verandering van managementstijl en werkafspraken nodig.

5. Training

Wanneer de nieuwe technologie is geïntroduceerd en de werknemers bekend zijn met de verandering, is het dus tijd voor de gedragsverandering. Om de werknemers te leren omgaan met de nieuwe technologie moeten zij getraind worden. Er zijn verschillende soorten trainingen: workshops, e-learning, serious games, enzovoort. Het is belangrijk dat de training meer is dan alleen een reactieve informatievoorziening – denk bijvoorbeeld aan een handleiding op het intranet. De training moet de werknemer ervan overtuigen om Skype for Business in het dagelijks leven te gebruiken.

Om de betrokkenheid van de werknemers te vergroten, moet de training aantrekkelijk zijn. Een dagdeel luisteren naar een overload aan informatie in de vorm van een klassikale les wordt vaak niet als plezierig ervaren. Daarnaast vergeet men de informatie snel doordat ze er niet actief mee bezig zijn geweest. Een meer geschikte vorm van training is serious gaming, oftewel een interactieve training.

Een voorbeeld hiervan is de serious game Finding Victor, gecreëerd door StartReady en IJsfontein. Om het mysterie van de game op te lossen, moet de gebruiker verschillende functies van Skype for Business gebruiken. De gebruiker wordt over een periode van een aantal weken voor korte contactmomenten benaderd wanneer zijn of haar beschikbaarheidsstatus op ''Beschikbaar" staat. De training is dus net zo flexibel en tijd- en plaats onafhankelijk als Skype for Business.

Voordelen van Finding Victor:

- Je leert alle functies van Skype for Business gebruiken met een serious game, een leuke en efficiënte manier van trainen
- De training is geïntegreerd in de Skype for Business-client: geen technische installatie nodig en geen aparte trainingsomgeving
- Eenvoudige aansluiting op jullie omgeving door middel van federatie
- Gebruiksvriendelijke portal waar je de licenties kunt uitgeven en voortgang van collega's kunt volgen
- Trial account beschikbaar waarmee je de serious game kunt testen op jullie omgeving

6. Best practice

Een goed begin is het halve werk. De voordelen die behaald kunnen worden met een adoptieplan – en daardoor het optimaal gebruiken van Skype for Business - zijn al eerder benoemd, maar hoe ziet dit er in de praktijk uit? Medewerkers van de Nyenrode Business University vertellen wat Skype for Business betekent voor de organisatie.

Nyenrode Business University is een aantal jaar geleden overgestapt van een traditionele telefooncentrale op een Microsoft Lync-omgeving. Tegenwoordig werkt Nyenrode met Skype for Business. De geïntegreerde communicatieoplossing verving de oude telefooncentrale, maar Skype for Business bracht veel meer dan dat. De functies zoals chat, videovergaderen, samenwerken aan documenten en meldingen over beschikbaarheid zorgen voor effectieve samenwerking en duidelijke communicatie in de organisatie.

Er is veel communicatie tussen studenten en docenten, maar ook tussen stafmedewerkers onderling. De digitale werkplek zorgt ervoor dat iedereen met elkaar kan communiceren, ongeacht de locatie. Jeroen van der Velden, Associate Professor bij Nyenrode, kan vanuit iedere plek en elk tijdstip zijn werk doen. ''Wat mij betreft is de kracht met name de flexibiliteit die het mij oplevert. Verder vervangt het en brengt het veel van de bestaande technologieën die we hebben bij elkaar."

Remmelt Vetkamp, CFO van Nyenrode, legt uit wat Skype for Business betekent voor de communicatie en samenwerking binnen de organisatie: ''Kortere communicatielijnen, meer snelheid in de manier van werken, efficiency. Maar misschien nog belangrijker dan de efficiency, is de verbetering in de kwaliteit van communicatie en de kwaliteit van samenwerken." Skype for Business zorgt ervoor dat de organisatie als één geheel aanvoelt, ondanks de verschillende locaties van Nyenrode.

6.1. Leerproces

Remmelt Vetkamp adresseert ook het adoptievraagstuk: ''Een Skype call is makkelijk, maar het is toch fijn als dat ook even uitgelegd wordt aan mensen. Ook om het bewustzijn van de mogelijkheden van Skype for Business in de organisatie omhoog te krijgen." Toen het implementatieplan klaarlag bij Nyenrode, was de adoptie daar als vanzelfsprekend een onderdeel van. De adoptie bestond uit een training waarin medewerkers de kans kregen om te oefenen met Lync en zo de voordelen zelf te ervaren.

Marcel Hoes, voormalig director of Corporate Marketing & Communication, vertelt dat de instructies zo simpel mogelijk moeten zijn: "Je wilt niet dat mensen een ellenlange handleiding hoeven door te nemen. 30 procent van alles wat je leert, leer je on the way, dus door een technologie zelf te gebruiken. Traditionele training speelt daar niet altijd op in. Daarbij is het organiseren ervan geen sinecure in een bedrijf als Nyenrode. De medewerkers zijn altijd druk en niet altijd op locatie."

Een tijdrovende training waarvan de informatie niet blijft hangen bij de medewerkers is zonde van de tijd en het geld. Hoes ziet in gamification een goed alternatief: ''Als mensen iets leuk vinden, gaan ze er ook van leren. Dat zie je bij kinderen maar ook bij studenten. Daarom juich ik het initiatief om het leerproces in de vorm van een game te gieten zeer toe. Dit slaat echt aan bij de mensen. Daarbij is het gunstig als een training gevolgd kan worden op de devices waarop iedereen ook Skype for Business gebruikt. En op elke gewenste locatie, op elk gewenst moment. Zo zien medewerkers meteen welke voordelen werken met Skype biedt."

7. Conclusie

Om het maximale uit Skype for Business te halen, is het dus belangrijk om aandacht te besteden aan het adoptievraagstuk. Zorg dat je hiervoor de juiste partijen inschakelt. Wijs de verantwoordelijkheid toe aan één iemand. Deze persoon is de Chief Adoption Officer, die fungeert als projectleider voor het implementatieteam.

Het implementatieteam zorgt ervoor dat het ‘’waarom” van het verandertraject duidelijk in kaart wordt gebracht. De medewerkers worden tijdig en uitgebreid geïnformeerd en meegenomen in het adoptieproces. Zo krijgen medewerkers niet het gevoel dat de verandering aan hen wordt opgedragen. Het begrip onder de medewerkers wordt vergroot, waardoor zij openstaan voor de verandering en hier makkelijker in mee gaan.

Door middel van een gedegen adoptieplan, zorg je er als organisatie voor dat je Skype for Business op een volwassen manier inzet en niet in eindigt in een fase waar de winst minimaal is. Om dit te bereiken moet een passende training worden ingezet. Het is belangrijk dat de medewerkers gemotiveerd raken door de training en de meerwaarde van Skype for Business inzien. Pas dan vindt er een gedragsverandering plaats. En dat is het moment waarop zowel op de werkvloer als in de boardroom de voordelen van Skype for Business duidelijk