



Im ersten Teil der Tipps zum Onboarding digitaler Tools im Handel haben Sie erfahren, wie Sie Barrieren niedrig halten und schon im Vorwege die Vorteile der neuen, digitalen Tools gegenüber Ihren Mitarbeitenden kommunizieren. Nun folgen Tipp drei und vier:

3. Hemmschwellen senken

Die Hemmschwelle, die eigenen Vorgesetzten zu fragen, wenn man etwas nicht richtig verstanden hat, ist für viele Menschen recht groß. Daher bietet es sich an, beim initialen Onboarding Teammitglieder einzubeziehen. Wie gut das funktioniert, zeigt die freenet AG: Ein paar Monate vor der Implementierung der Workforce-Management-Software wurde bereits ein Testing-Team aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zehn verschiedener Shops zusammengestellt. Diese Personen fungierten während der Implementierungsphase als zusätzlicher Kontakt für interne Fragen und halfen sogar dabei, Videos als Hilfestellung zu erstellen, die im Trainingsportal der freenet AG hochgeladen wurden.

Auch schon im Vorfeld lassen sich Mitarbeitende übrigens gut in die Entscheidungsfindung einbeziehen. So berichtet Christian Bergmann, Leiter Personal der Klier Hair Group: „Als wir für unsere 800 Salons und Shops eine Workforce Management Software gesucht haben, war es uns wichtig, ein Tool zu finden, das zu unseren Mitarbeitenden passt. Daher haben eine Salonleitung und ich uns auf der „Zukunft Personal“-Messe an verschiedenen Ständen beraten lassen. Die Entscheidung traf am Ende meine Kollegin, denn sie weiß viel eher, was im Alltag für das gesamte Team praktikabel ist. Das hat uns in Sachen Akzeptanz beim Onboarding des neuen Tools auf jeden Fall geholfen. Aus meiner Sicht sollte so ein Vorgehen Standard sein.“

4. Mitarbeitenden auf Augenhöhe begegnen

Last but not least sollte man nicht auf das Feedback der Angestellten verzichten. Welche Aspekte werden nicht verstanden, weil das Tool an dieser Stelle vielleicht doch nicht intuitiv genug ist? Welche Workarounds nutzen die Mitarbeitenden, um die Anwendung im Alltag noch effizienter zu nutzen? Welche Sorgen haben sie im Umgang mit der App? All diese Dinge erfährt man nur, wenn man im Austausch bleibt. Das funktioniert natürlich gut im persönlichen Gespräch – lässt sich bei größeren Unternehmen aber auch hervorragend über Umfrage-Möglichkeiten, wie sie beispielsweise in einigen Workforce-Management-Apps enthalten sind, bewerkstelligen.

Daten, Daten, Daten – die Grundvoraussetzung für digitale Tools

Daten sind die Grundvoraussetzung für das Funktionieren digitaler Tools. Dennoch verunsichert das Thema viele Menschen immens. Während eine gewisse Skepsis gerade im Umgang mit persönlichen Daten sehr gesund ist, können gesammelte Informationen im Arbeitskontext nützliche Helfer im Alltag sein.

Um beim Beispiel des digitalen Workforce Managements und der Personaleinsatzplanung zu bleiben: Um ermitteln zu können, wie viele Mitarbeitende zu welcher Zeit im Shop benötigt werden, bieten sich Prognosen an, die mithilfe einer KI gestellt werden. Damit die KI

zuverlässige Ergebnisse hervorbringt, muss sie mit Daten gefüttert werden: Beispielsweise mit Umsätzen, die in bestimmten Zeitfenstern angefallen sind, oder mit Informationen des Kundenzählers. Ergibt sich dabei ein Muster, können nicht nur saisonale Veränderungen, sondern auch Änderungen innerhalb eines Monats, einer Woche oder eines Tages vorausgesagt und genug Personal bereitgestellt werden. Dies bietet auch einen großen Vorteil für die Mitarbeitenden, denn so kann eine Unter- oder Überbesetzung vermieden werden.

Letztendlich wird die menschliche Komponente aber immer eine große Rolle beim Onboarding von digitalen Tools spielen. Ob nun in Form eines guten Partners, der das Unternehmen dabei unterstützt, alle Daten zu sortieren und aufzubereiten, oder in Gestalt von Führungskräften und Mitarbeitenden, die ein offenes Ohr für andere haben und ihnen bei Schwierigkeiten im Umgang mit den neuen Anwendungen unter die Arme greifen.



Über den Autor: Marcus M. Winkler ist seit Januar 2021 bei Quinyx und war zunächst als Spezialist für die Implementierung der Software tätig. Seit 2023 stellt er als Senior Customer Success Manager sicher, dass alle Kunden eine ausgezeichnete Erfahrung mit Quinyx genießen.

Die Passion für reibungslose Abläufe und kundenzentrierte Beratung verfolgt er schon lange: Von 2015 bis 2020 war er bei der ManpowerGroup Deutschland für Software

zuständig, die zur Digitalisierung von Personaldienstleistungsprozessen und zur Optimierung der Zusammenarbeit mit Dienstleistern beiträgt.

Seine berufliche Laufbahn begann Marcus M. Winkler als Teil der Frontline Workforce im Großhandel und unterstrich mit der Weiterbildung zum Betriebswirt (HWK) sowie der Zertifizierung „Design Thinking“ bei der St. Gallen Business School seinen holistischen und innovativen Blick auf unternehmerische Prozesse.

LinkedIn Profil: www.linkedin.com/in/marcus-m-winkler

Beitragsbild: [Marvin Meyer auf Unsplash](#)