

Multi Tasker Syndrome – beter voorkomen dan genezen

Productiviteit medewerkers maakt dramatische duikeling door groeiend aantal media

Beek, 31 juli 2007 – In veel bedrijven wordt de hele dag door druk gecommuniceerd. Om de medewerker te bereiken gebruiken de meeste werkgevers een flink aantal (nieuwe) media, zoals e-mail, intranet, telefoon, weblogs, websites, instant messaging (IM), webconferencing, Post-its, interne memo's, SMS-berichten, nieuwsbrieven en interne magazines. Maar is dit effectief? Nee, zegt softwarebedrijf Netpresenter. Steeds meer medewerkers dreigen ten prooi te vallen aan MTS, ofwel Multi Tasker Syndrome, en dat heeft een dramatisch effect op de productiviteit van deze medewerkers.

"MTS is een groeiend probleem. Van medewerkers wordt verwacht dat ze continu bereikbaar zijn en direct reageren op e-mails, IM-berichten, enzovoort. Maar dit heeft soms een dramatisch effect op hun productiviteit," zegt Frank Hoen, directeur van Netpresenter. "Door de communicatiestrategie eens goed onder de loep te nemen, en een aantal kleine veranderingen aan te brengen, is een heleboel te winnen. Als een fulltime medewerker na deze aanpassingen iedere dag een uur langer effectief kan werken, scheelt dat per werknemer anderhalve maand aan effectieve werktijd per jaar. En dat uur per dag is zeker niet onrealistisch als je weet dat de gemiddelde medewerker tegenwoordig 12,5 tot 25 procent van zijn tijd bezig is met e-mail. Andere media zijn daarbij nog niet eens meegeteld."*

"Multi-tasken is in essentie niet slecht. Het achterliggende streven is zelfs goed: je wilt meer gedaan krijgen in minder tijd. Maar de praktijk is anders. Al die verschillende media zorgen ervoor dat medewerkers nergens hun volledige aandacht op kunnen richten. Terwijl je juist dan het meest productief bent," vervolgt Hoen. "Al die nieuwe technologieën bieden natuurlijk wel unieke kansen – communiceren ging nog nooit zo snel. Alleen moeten bedrijven wel inzien dat niet alles direct gecommuniceerd hoeft te worden. Als medewerkers voortdurend onderbroken worden bij taken die concentratie vereisen, daalt de productiviteit in rap tempo."



Om bedrijven te helpen MTS te voorkomen en de productiviteit van hun medewerkers te vergroten, biedt Netpresenter 10 gouden tips:

1. **Ga selectief om met de 'always-on mentaliteit'.** Veel bedrijven willen dat hun medewerkers altijd bereikbaar zijn, om de communicatie te versnellen. Wanneer medewerkers echter steeds opnieuw gestoord worden tijdens taken die aandacht vereisen, heeft de always-on mentaliteit een averechts effect. Moedig medewerkers dus aan om selectief om te gaan met nieuwe media. Door bijvoorbeeld eerst een taak af te maken en dan pas de e-mail te checken. Of door niet toe te geven aan de

- Blackberry-stress van het continu kijken of er al een lampje knippert. Zeker bij kennistaken zoals schrijven of programmeren is het soms noodzakelijk om tijd in te plannen om deze ongestoord af te maken, bijvoorbeeld thuis, achter een gesloten deur of met een 'niet storen'-bordje op het bureau. En natuurlijk door alle communicatiemedië heel even uit te zetten;*
2. **Niet storen onder het werk.** *Zorg dat de interne communicatie medewerkers niet stoort tijdens het werken. Vooral bij werk dat concentratie vereist, duurt het minstens 20 minuten voordat een medewerker weer helemaal 'in de taak' zit. Een goede oplossing is om de tijd dat medewerkers niet aan het werk zijn te benutten voor interne communicatie. Te denken valt hierbij aan schermen met intern nieuws in kantines, bij de water- en koffieautomaten en in printerruimtes, of aan het gebruik van een screensaver met intern nieuws;*
 3. **Alleen de essentie van het nieuws.** *Interne nieuwsberichten zijn vaak veel te uitgebreid, en houden medewerkers onnodig lang van het werk. Vaak kan het bericht in een paar korte zinnen worden samengevat. Voor meer informatie kan vervolgens worden doorverwezen naar een uitgebreider artikel op de website of het intranet, of naar een persoon die meer weet over het onderwerp;*
 4. **Verklein de doelgroep.** *Beperk de groep die je een bepaald bericht stuurt zo veel mogelijk. Veel medewerkers ontvangen veel meer informatie dan ze nodig hebben voor hun werk, te denken valt bijvoorbeeld aan de beroemde 'to all'-emails. Hoewel veel informatie dus niet relevant is voor de ontvanger, moet alle informatie wel gelezen worden. Met meer gerichte communicatie kunnen aanzienlijke tijdsbesparingen behaald worden;*
 5. **Markt en medewerkers – wat eerst?** *Bedrijven zijn soms door regels gedwongen nieuwe cijfers of nieuws over overnames eerst aan de markt bekend te maken. Dit soort nieuws heeft echter ook altijd een grote impact op de medewerkers en zij willen dit niet van een externe nieuwsbron horen. Door medewerkers tijdig te informeren kunnen bedrijven zorgen dat deze zich meer gewaardeerd en onderdeel van het bedrijf voelen. Zorg daarom dat belangrijk bedrijfsnieuws gelijktijdig naar de markt en naar de medewerkers wordt gecommuniceerd. Wel is het belangrijk het nieuws echt naar de medewerkers te brengen. Een medium dat het initiatief aan de medewerker overlaat, zoals het intranet, is in dit soort gevallen niet geschikt omdat medewerkers het nieuws dan alsnog kunnen missen;*
 6. **Minder media.** *Focus op een beperkt aantal media om te communiceren met medewerkers. Zo voorkom je dat medewerkers het gevoel hebben dat ze overspoeld worden door informatie;*
 7. **Het meest effectieve medium.** *Onderzoek bij wat voor soort berichten welk medium het meest effectief is. Soms verschilt het meest effectieve medium per type medewerker. Zo zal een verkoper die veel reist beter te bereiken zijn per e-mail of telefoon, en fabrieksmedewerkers beter via grote schermen in de fabriek;*
 8. **De urgentie van het nieuws.** *Maak onderscheid tussen belangrijk, urgent nieuws en leuk, niet-urgent nieuws. Niet-urgent nieuws hoeft bijvoorbeeld niet door middel*



van een dwingend medium te worden gecommuniceerd, maar kan ook in een intern magazine worden meegenomen;

9. **Gebruik van bepaalde media.** Spreek regels af voor het gebruik van media als e-mail en IM. Zo kunnen deze media op een efficiëntere manier worden ingezet. Zo kun je afspreken om alleen een IM-bericht te sturen met informatie waar iemand om gevraagd heeft. Ook één van de grootste productiviteitskillers, het sturen van 'reply to all'-mails in reactie op bedrijfsbrede e-mails, zou hierbij moeten worden meegenomen;
10. **E-mailgebruik onder de loep.** Neem het gebruik van e-mail door uw medewerkers onder de loep. Veel medewerkers weten niet hoe ze efficiënt met dit medium om moeten gaan, terwijl het het meest gebruikte medium binnen bedrijven is. Training kan medewerkers bijvoorbeeld leren om de inbox niet als to-do lijst te gebruiken en niet altijd allerlei mensen op mail te cc-en.



Meer informatie over Netpresenter, is te vinden op de website:
<http://www.netpresenter.nl/persberichten.html>

* Bron: Matthew Cain, lead e-mail analyst en Vice-President bij Gartner, 2007

BERICHT VOOR DE REDACTIE

Persinformatie en fotografie bij dit bericht, is te vinden op de website: www.netpresenter.nl

Over Netpresenter

Netpresenter is een aanbieder van innovatieve communicatiesoftware waarmee de kennisoverdracht, interne communicatie en veiligheid binnen organisaties wordt verbeterd. Het productaanbod omvat narrowcasting-technologie, screensaver message-systemen, multimedia newsfeed-servers en emergency alert-systemen.

Meer dan 1 miljoen werknemers wereldwijd maken gebruik van de oplossingen van Netpresenter. Het bedrijf mag organisaties als Sony, Nokia, Jaguar, Schiphol Amsterdam Airport, Volkswagen, Ford, Pratt & Whitney, Unilever, US Navy, en politie- en overheidsinstellingen tot haar klantenkring rekenen.

Het hoofdkantoor van Netpresenter is gevestigd in Nederland, met kantoren in Engeland, Duitsland en de VS. Daarnaast heeft Netpresenter een uitgebreid wereldwijd netwerk van VAR's, resellers en distributeurs.

Meer informatie over Netpresenter, is te vinden op de website: www.netpresenter.nl

Voor verkoopinformatie, kunt u contact opnemen met Frank Hoen, directeur van Netpresenter:

Tel: +31 (0) 46 4370886

E-mail: frankh@netpresenter.com

**Voor persinformatie en fotografie, kunt u contact opnemen met Viviane
Brokerhof, PR & marketing manager bij Netpresenter:**

Tel: +31 (0) 46 4370886

E-mail: press@netpresenter.com