



# Air France bringt interne Kommunikation im Contact Center auf die nächste Ebene

Air France gehört zu den weltweit führenden Fluggesellschaften und beschäftigt über 40.000 Mitarbeiter, um täglich die Reisebedürfnisse von 140.000 Passagieren zu erfüllen. Mit mehr als 90 Jahren Erfahrung in der Luftfahrt zeigt Air France kein Zeichen von Stillstand.

Das in London ansässige Contact Center des Unternehmens spielt eine entscheidende Rolle für den Erfolg der Fluggesellschaft. Mit einem Team von 300 Mitarbeitern, verteilt auf zwei Standorte, bearbeitet dieser dynamische Bereich täglich Tausende von Anfragen von Reisenden aus aller Welt. Die Mitarbeiter nehmen ständig Kundenanrufe entgegen, tätigen Buchungen und wechseln zwischen verschiedenen Anwendungen, um die benötigten Informationen zu finden.

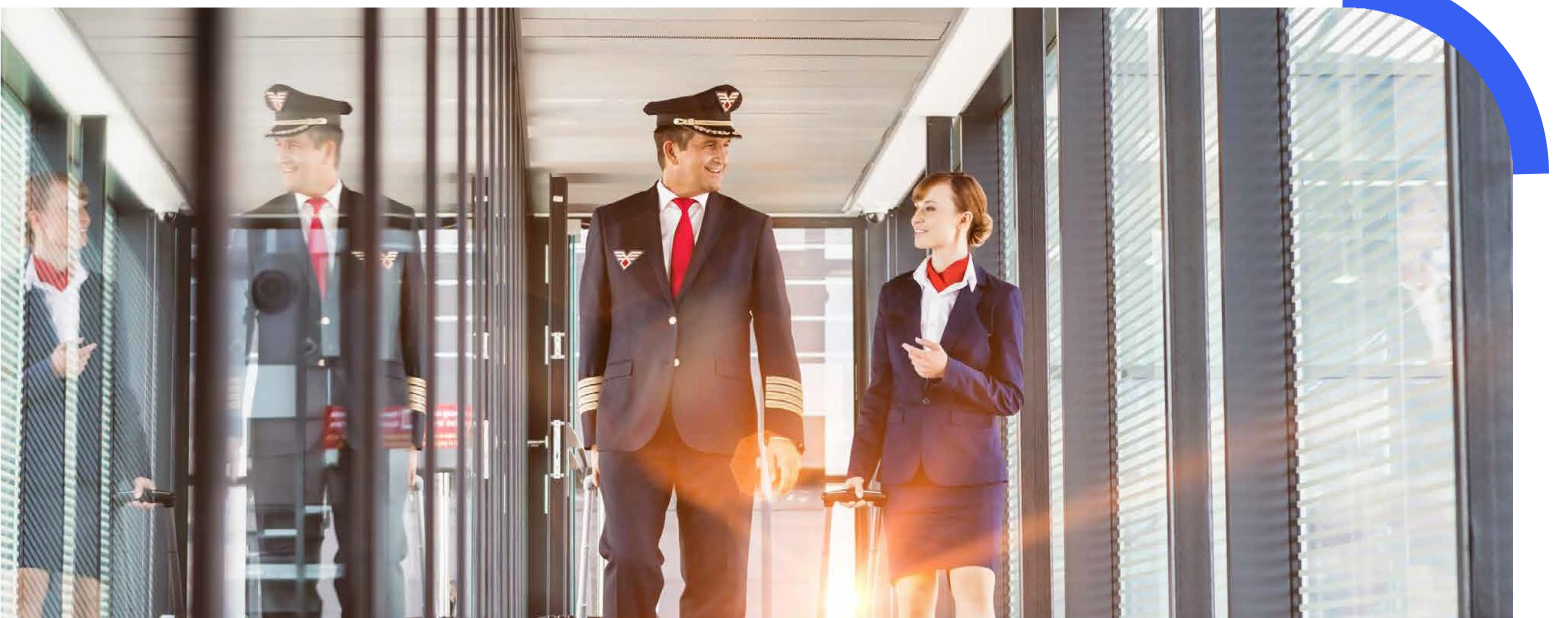
Für Georgina Grey, Internal Communications Manager bei Air France, liegt die Verantwortung dafür, dass alle Mitarbeiter des Content Centers informiert und engagiert sind, bei ihr und ihrem Team.

 Air France KLM

 Aviation

 London, United Kingdom

 80,000  
(300 im Call Center)



# Herausforderung

Die effektive Kommunikation mit so vielen Mitarbeitern ist bereits im Alltag eine Herausforderung. Doch als Air France einen umfassenden Umzug der Büros sowie eine IT-Systemumstellung plante, stiegen die Anforderungen erheblich.

Wichtige betriebliche Informationen mussten kommuniziert werden, während gleichzeitig die Mitarbeiterzufriedenheit und -moral in dieser Übergangsphase gewahrt bleiben sollten. Georgina Grey, Managerin für interne Kommunikation bei Air France, erkannte, dass E-Mails allein nicht ausreichen würden, um eine effektive Kommunikation zu gewährleisten. Sie suchte nach einer moderneren Lösung, die sicherstellt, dass wesentliche Informationen gelesen werden und die Mitarbeiter während des Wandels weiterhin gut eingebunden bleiben.

Die verbesserte interne Kommunikation war essenziell, um das Engagement der Mitarbeiter aufrechtzuerhalten.

# Lösung

Das Ziel von Georgina war es, die Kommunikation zu vereinfachen, die Nutzung von E-Mails zu reduzieren und das unternehmenseigene Intranet zu ergänzen. Dafür führte sie eine Reihe von Everbridge SnapComms Kanälen ein, darunter Desktop-Ticker, Wallpaper, Sperrbildschirme und Mitarbeiter-Umfragen.

Diese Mischung an Kommunikationskanälen ermöglichte es Georgina und ihrem Team, jede Kommunikationsanforderung zu bewältigen – von schnellen Updates bis hin zu langfristigen Verhaltensänderungen.

- Desktop-Ticker liefern Nachrichten schnell und mit hoher Sichtbarkeit, indem sie als Lauftext am unteren Bildschirmrand erscheinen. Dadurch konnten wichtige Informationen direkt an die Mitarbeiter weitergegeben werden, mit Links für weiterführende Details im Intranet
- Wallpaper und Sperrbildschirme sind subtile, aber wirkungsvolle Tools. Durch ihre starken visuellen Elemente und häufige Wiederholung eigneten sie sich perfekt, um die Werte des Unternehmens, Veranstaltungen und Initiativen zu fördern.
- Mitarbeiter-Umfragen dienen als Rückkopplungskanal, der es den Mitarbeitern ermöglicht anonym Feedback oder Vorschläge einzureichen – ein wichtiger Schritt, um Engagement und Beteiligung zu fördern.

# Umsetzung

Betriebliche Updates und Erinnerungen wurden über Desktop-Ticker schnell und effizient kommuniziert, während breitere Themen wie soziale oder unternehmensweite Nachrichten über Wallpaper und Sperrbildschirme verbreitet wurden.

Georgina fasst zusammen: „Wir haben versucht, die Kommunikation nicht nur auf geschäftliche Informationen zu beschränken. Wir konzentrieren uns auch auf die Menschen, den Aufbau einer Gemeinschaft und darauf, die Mitarbeiter stärker einzubinden.“

Diese Kanäle wurden auch genutzt, um Mitarbeiter dazu zu ermutigen, das Intranet für die neuesten Updates (z. B. Abteilungsergebnisse oder Gesundheits- und Wellnessveranstaltungen) zu besuchen und Interesse an Veranstaltungen zu wecken – darunter das Highlight des Jahres, die Weihnachtsfeier!

Zusätzlich wurde entschieden, die Tools inklusiver zu gestalten und den Zugang auf mehr Mitarbeiter auszuweiten. Georgina erklärt hierzu: „Früher wurden diese Kanäle hauptsächlich von der Geschäftsführung für unternehmensbezogene Nachrichten genutzt. Jetzt haben wir sie auch für Supervisoren geöffnet, sodass es nicht nur ein Top-Down-Ansatz ist, sondern auch Nachrichten zwischen Abteilungen ausgetauscht werden können.“

“Wir haben eine deutliche Verbesserung des Mitarbeiterengagements wahrgenommen. Unsere interne Kommunikation im Contact Center hat sich merklich verbessert.“

Georgina Grey  
Managerin Interne Kommunikation



# | Ergebnisse

Im ersten Jahr der Nutzung der SnapComms-Tools konnte Georgina bereits große Fortschritte bei der Erreichung ihrer Kommunikationsziele verzeichnen – sowohl im Kontext des Büro-Umzugs als auch allgemein.

Trotz der Herausforderungen eines großen und geschäftigen Contact Centers bemerkte sie eine deutliche Verbesserung des Mitarbeiterengagements. Die Mitarbeiter zeigen größeres Interesse an den Entwicklungen im Unternehmen und nutzen verstärkt das Intranet. „[SnapComms] ergänzt unser internes Intranet perfekt“, sagt Georgina.

Visuelle Kommunikationskanäle wie Wallpaper und Sperrbildschirme haben sich dabei besonders als effektiv erwiesen. Georgina hebt hervor, dass der Sperrbildschirm ihr bevorzugtes Tool ist, da er die Aufmerksamkeit der Mitarbeiter fesselt. Denn „sie können ihn nicht einfach wie ein Pop-up-Fenster wegklicken. Wenn wir eine Veranstaltung bewerben, sind Wallpaper und Sperrbildschirm deutlich wirkungsvoller.“

Für das Kommunikationsteam von Air France war die Implementierung von SnapComms entscheidend für die Steigerung des Mitarbeiterengagements – ein wichtiger Beitrag zur Erreichung der übergeordneten Unternehmensziele.