

Management (3): Die E-Mail-Matrix

E-Mail-Konten professionell verwalten und organisieren

Peter Arndt

„Man hat niemals Zeit, es richtig zu machen, aber immer Zeit, es mehrfach zu machen“. (Murphys Gesetz)

In seinem viel beachteten Buch „Wie ich die Dinge geregelt kriege“ verwendet der Autor David Allen ein Flughöhenmodell zur Versinnbildlichung von Aufgaben- und Managementbereichen. Er vergleicht diese mit einem Flug in verschiedenen Höhen:

- 50.000 Fuß + x: Leben allgemein
- 40.000 Fuß: Ausblick auf drei bis fünf Jahre
- 30.000 Fuß: Berufliche Ziele für ein bis drei Jahre
- 20.000 Fuß: Verantwortungsbereiche
- 10.000 Fuß: Laufende Projekte
- Startbahn: Aktuelles Handeln

Als Immobilienmakler haben Sie auf der Startbahn und dem ersten Fluglevel oft so viele Aufgaben zu bewältigen, dass für „höhere“ Managementaufgaben wenig bis keine Zeit bleibt.

Eine Herausforderung des Managements besteht darin, Übersicht zu schaffen und zu behalten. Eine Pflichtübung für alle; egal, ob Solist, Dirigent oder Intendant (siehe Kasten). Hier reicht es nicht, wenn einer Bescheid weiß. Informationen, die von mehreren Personen benötigt werden, müssen von allen Beteiligten schnell und zuverlässig gefunden werden. Oft beobachten wir jedoch die andere Realität, nämlich Management nach der Methode: „Ein Griff, und die Suche geht los“.

Abhilfe schaffen, jenseits von allen CRM-Systemen und Softwareanwendungen, zwei Management-Tools.

Nr. 1 – Legen Sie für wichtige Informationen Listen an

Als Liste wird eine Sammlung von Daten in einheitlicher Form bezeichnet. Listen geben Überblick; sie machen Informationen sichtbar, sowohl vorhandene als auch fehlende. Aufgrund ihrer Anordnung (Hierarchie und Sortierung) erleichtern sie das einfache Auffinden von Einzelinformationen. Beispiele in der Maklerpraxis finden sich viele. Gut geführte Maklerbüros haben beispielsweise eine Materialliste mit den Ablageplätzen aller Arbeitsunterlagen. Oder auch eine ►

SOLIST, DIRIGENT UND INTENDANT



Der Solist ist der „klassische Einzelkämpfer“, der alleine oder mit ein, zwei Assistenten im eigenen oder einem anderen Unternehmen tätig ist. Der Schwerpunkt des Solisten liegt klar auf den operativen Themen Einkauf und Verkauf.



Der Dirigent hat ebenfalls seinen Fokus auf Einkauf und Verkauf. Er ist der Haupt-Umsatzträger im eigenen Unternehmen und wird von mehreren Assistenten unterstützt.



Der Intendant hat sich aus dem operativen Geschäft zurückgezogen und arbeitet überwiegend am und nicht im Unternehmen. Für den Intendanten dominieren Management, Marketing und Führung.

Schritt 1

Schritt 2

Schritt 3

Schritt 4

Mitarbeiter_1	Assistenz	Chef	E-Mail-Adresse	Mitteilungen zu Anrufen & Faxen	Nachrichten von der Maklerhomepage	Systemnachrichten zur Maklerhomepage	Objektanfragen
○		●	info@mein-unternehmen.de	●		●	
		●	inhaber@mein-unternehmen.de				
	●		mitarbeiter_1@mein-unternehmen.de				
●			mitarbeiter_2@mein-unternehmen.de				
	●		assistent@mein-unternehmen.de				
		●	team@mein-unternehmen.de				
○	○	●	akquise@mein-unternehmen.de				
●		○	anfragen@mein-unternehmen.de				●
●		○	referenz@mein-unternehmen.de				●
		●	scan@mein-unternehmen.de				
	○	●	socialmedia@mein-unternehmen.de		●		
	○	●	fritzbox@mein-unternehmen.de				
	●	○	vermietung@mein-unternehmen.de	●			
			verkauf@mein-unternehmen.de				

Liste der Mitarbeiter (intern und extern) und Ansprechpartner mit Kontaktdaten und ggf. getroffenen Vereinbarungen.

Nr. 2 – Erstellen Sie Matrixdarstellungen für komplexe Informationen

Matrixdarstellungen sind mehrdimensionale Listen mit dem Ziel, in kurzer und knapper Form einen Überblick über detaillierte Informationen bereitzustellen. Sie zeigen Daten sowie ihre gegenseitigen Abhängigkeiten und Einflüsse. Ein Beispiel, das die meisten aus der Schule kennen, ist das Periodensystem der Elemente.

Betrachten wir ein Praxisbeispiel für ein Management-Tool aus einem Maklerbüro – die E-Mail-Matrix. Das Thema: Jeder besitzt eine E-Mail-Adresse; manche sogar zwei oder mehr. Diese Adressen erhalten Informationen, viele Informationen. Viele davon unwichtig, manche zur Kenntnisnahme und einige, die zum sofortigen Handeln aufrufen. In einem Maklerbüro mit Mitarbeitern fallen so gut 500 oder mehr Nachrichten pro Tag an. Wie lassen sich diese Nachrichten kanalisieren und steuern?

Schritt 1: Erstellen Sie eine Liste mit allen Quellen, aus denen Nachrichten empfangen werden. Hier einige Beispiele:

- Externe Nachrichten allgemein
- Mitteilungen zu Anrufen & Faxen

- Nachrichten von der Maklerhomepage
- Systemnachrichten zur Maklerhomepage
- Objektanfragen Vermietung
- Objektanfragen Verkauf
- Proven Experts-Nachrichten
- Scans vom Drucker
- Social Media-Nachrichten (Facebook, Twitter & Co.)
- Schriftwechsel mit Kunden und Interessenten
- IMW-Meldungen
- Käufe, Bestellungen, Lieferanten

Schritt 2: Listen Sie nun alle E-Mail-Adressen auf, die in Ihrem Unternehmen genutzt werden.

- info@mein-unternehmen.de
- inhaber@mein-unternehmen.de
- mitarbeiter_1@mein-unternehmen.de
- mitarbeiter_2@mein-unternehmen.de
- assistenz@mein-unternehmen.de
- team@mein-unternehmen.de
- akquise@mein-unternehmen.de
- anfragen@mein-unternehmen.de
- referenz@mein-unternehmen.de
- scan@mein-unternehmen.de
- socialmedia@mein-unternehmen.de
- fritzbox@mein-unternehmen.de

Schritt 5

- 21