

Checkliste: Ticketsystem einführen

Die Liste ist für Teams von drei bis etwa fünfzig Personen gedacht, die Anfragen per E-Mail, Telefon und Website bekommen. Sie gilt für jedes Ticketsystem, nicht nur für rapidFOX. Ausgangspunkt ist der Ratgeber „Ticketsystem einführen in 7 Schritten“; die Liste ist das Gegenstück zum Abhaken.

Vor dem Start

- ☐ **Support-Adresse festgelegt**
Eine Adresse (support@, info@, service@), die ins System läuft. Mehrere Adressen sind möglich, aber eine reicht für den Anfang.

- ☐ **Verantwortliche Person benannt**
Eine Person, die in den ersten vier Wochen Fragen beantwortet und Einstellungen ändert. Ohne sie bleibt jede Frage liegen.

- ☐ **Kanäle gezählt**
Woher kommen Anfragen wirklich? E-Mail, Telefon, Website, Zuruf. Was nicht in die Liste kommt, kommt später auch nicht ins System.

- ☐ **Drei Status festgelegt**
Offen, in Arbeit, erledigt. Mehr braucht die erste Woche nicht. „Wartet auf Kundin“ kommt in Woche zwei.

- ☐ **Fünf bis acht Kategorien gewählt**
Nach dem, was tatsächlich hereinkommt, nicht nach dem Organigramm. Ohne Kategorie gibt es später keine Auswertung.

- ☐ **Zugang angelegt, Testphase genutzt**
Mit Beispieldaten üben, bevor die erste echte Mail hereinkommt. Beispieldaten danach restlos löschen.

- ☐ **Team informiert**
Ein Termin, fünfzehn Minuten: Warum wir das machen, was sich ändert, wo man Hilfe findet. Nicht per Rundmail.

Erste Woche

- ☐ **Postfach angebunden und geprüft**
Eine Testmail von außen schicken, im System sehen, von dort beantworten, Antwort beim Absender prüfen. Absender muss die gewohnte Adresse sein.
- ☐ **Signatur eingerichtet**
Name, Firma, Kontakt. Einheitlich für alle, damit Antworten nach einem Haus aussehen.
- ☐ **Jede Person hat ihren Zugang**
Kein geteiltes Konto. Sonst weiß später niemand, wer was geschrieben hat.
- ☐ **Teams angelegt, falls mehrere Bereiche**
Technik sieht Technik, Buchhaltung sieht Buchhaltung. Wer alles sieht, verliert die Übersicht als Erstes.
- ☐ **Eingangsbestätigung aktiviert**
Kurz, mit Nummer, mit ehrlicher Zeitangabe. Vorlage siehe „Antwortvorlagen für den Support“.
- ☐ **Erste echte Vorgänge bearbeitet**
Ab jetzt keine Antwort mehr aus dem alten Postfach. Wer weiter im alten Postfach antwortet, führt das System ad absurdum.
- ☐ **Tägliche Fünf-Minuten-Runde**
Was ist offen, was hakt, was fehlt in der Einstellung. Eine Woche lang, dann reicht wöchentlich.

Zweite Woche

- ☐ **Status „Wartet auf Kundin“ ergänzt**
Sonst zählen Vorgänge als offen, bei denen das Team nichts tun kann.
- ☐ **Textbausteine für die zehn häufigsten Antworten**
Aus den echten Antworten der ersten Woche, nicht aus dem Kopf. Kürzel vergeben.
- ☐ **Geschäftszeiten und Feiertage hinterlegt**
Damit Fristen nur in offener Zeit zählen. Bundesland beachten.
- ☐ **Fristen für Reaktion und Lösung gesetzt**
Erst jetzt, wenn die echten Zeiten der ersten Woche bekannt sind. Werte, die haltbar sind, nicht Werte, die gut klingen.



Erste Lösungen ins Wissen übernommen

Jede Antwort, die länger als fünf Minuten dauerte, wird beim Abschließen als Lösung festgehalten.



Kundenportal geprüft

Wenn vorhanden: Als Kundin anmelden, eigenen Vorgang sehen, Antwort schreiben. Was dort verwirrt, verwirrt auch Kundinnen.



Regeln am Posteingang, sparsam

Höchstens drei: Newsletter aussortieren, bestimmte Absender einem Team zuordnen, Prioritäts-Schlüsselwort. Mehr nicht.

Nach vier Wochen



Erste Auswertung angesehen

Aufkommen je Kategorie, Reaktionszeit, offene Vorgänge älter als eine Woche. Drei Zahlen reichen.



Kategorien nachgeschärft

Was „Sonstiges“ heißt, wird aufgeteilt. Was nie vorkommt, wird gelöscht.



Fristen mit der Wirklichkeit verglichen

Wurden sie gehalten? Wenn nicht: Frist anpassen oder Ursache beheben. Nicht ignorieren.



Altes Postfach aufgeräumt

Automatische Weiterleitung ins System, altes Postfach nur noch lesend. Sonst antwortet in Monat drei wieder jemand von dort.



Wissen durchgesehen

Doppelte Einträge zusammenführen, veraltete löschen. Zehn gute Einträge schlagen fünfzig halbe.



Team gefragt

Was nervt? Was fehlt? Eine Runde, ehrlich. Die Antworten sind die Aufgabenliste für Monat zwei.



Beispieldaten und Testzugänge gelöscht

Restlos. Ein Test-Kunde in der Auswertung verfälscht jede Zahl.
