

# Digitaler Kundenservice als Mission

Zeitmangel im privaten Alltag und Frust mit unliebsamen Erledigungen waren Auslöser der Idee, einen mobilen Assistenzservice zu schaffen. Mittlerweile ist das Start-up Sixtyone Business in der gesamten DACH-Region unterwegs. Geschäftsführerin Alexandra Tymann erklärt das Kundenerlebnis.

**DMR:** Der Slogan von Sixtyone Business lautet: „Ihre Kunden leben. Wir kümmern uns um den Rest.“ Können Sie kurz erläutern, wie Sie mit Sixtyone Business diesen Slogan mit Leben füllen?

**A. Tymann:** Wir geben Unternehmen die Möglichkeit, ohne zusätzlichen Personal- oder Prozessaufwand ihren Service innovativ zu erweitern und ihren Kunden das wertvollste Gut zu schenken: Zeit. Durch eine (White Label) App bekommen deren Kunden Zugang zu mobilen persönlichen Assistenten, die ihnen unliebsame Aufgaben des Alltags abnehmen. Diese bündeln die vielen am Markt befindlichen Angebote und suchen die für den Nutzer passendste Lösung, was durch eine clevere Softwarelösung unterstützt wird. Das Charmante ist, dass Nutzer nur mit einer Person sprechen und nicht mehr selbst suchen, recherchieren, koordinieren oder organisieren müssen. Statt vieler einzelner Apps oder langer Suchzeiten kann der Nutzer uns die Aufgaben mitteilen. Wir kümmern uns um die Lösung, während unsere Kunden entspannen oder anderen Dingen nachgehen.

**DMR:** Die Realisierung perfekter Kundenerlebnisse zur Schaffung einer intrinsisch motivierten Kundenbeziehung haben sich viele

Unternehmen auf die Fahne geschrieben. Was hat der digitale Assistent mit Retention Management zu tun? Wie können Sie Unternehmen helfen, ihre Beziehung zu Endkunden zu intensivieren?

**A. Tymann:** Kunden wechseln viermal häufiger zum Wettbewerb, wenn sie mit dem Service unzufrieden sind. Also nicht aufgrund des Preises oder des Produkts. Darüber hinaus erinnern sich Kunden länger an den Service als an den Preis eines Produkts oder an eine Dienstleistung. Wissen Sie beispielsweise noch, wie teuer das Hotel war, in dem Sie zuletzt übernachtet haben? Wahrscheinlich nicht. Aber an den netten Mitarbeiter an der Rezeption, der Ihnen gute Tipps für die Erkundung der Umgebung gegeben hat, vielleicht schon? Genau das macht den Aufenthalt erst zum Erlebnis.

Mithilfe unserer Lösung lässt sich der entscheidende Extraservice nun ebenfalls in anderen Bereichen anbieten, ohne dass die Unternehmen dafür großen Aufwand betreiben müssen. Kunden bekommen zu einem Produkt – sei es ein Auto, eine Reisetasche oder eine Versicherung – einen persönlichen Service dazu, der ihnen lästige Aufgaben abnimmt. Das ist eine innovative Art, Kunden wirklich zu begeistern und dadurch zu binden.

**DMR:** „Ich vertraue lieber meiner langjährigen Assistentin, die meine Vorlieben genau kennt und zum Beispiel weiß, dass ich im Flugzeug lieber am Gang als am Fenster sitze.“ Wie begegnen Sie solchen Aussagen? Wie kann eine digitale Lösung Vertrauen schaffen?

**A. Tymann:** Auch bei uns sitzen „echte Menschen“, die die Aufgaben bearbeiten – nur eben mobil. Nutzer haben also auch bei uns die Möglichkeit, ihre Vorlieben mitzuteilen, die selbstverständlich bei späteren Aufgaben ebenfalls berücksichtigt werden. Die mobile Lösung ermöglicht es, den Service jedem zugänglich zu machen. So können Unternehmen Mehrwerte verschenken, die sie in dieser Form bisher nicht hätten anbieten können.

**DMR:** Ohne digitale Transformation würde es Ihre Idee des digitalen Assistenten gar nicht geben. Wie betreiben Sie selbst Kundenmanagement?

**A. Tymann:** Durch eine speziell für unsere Anforderungen entwickelte Software und mit jeder uns gestellten Aufgabe sind wir in der Lage, noch schneller Kundenwünsche und -ansprüche individuell zu berücksichtigen sowie frühzeitig Bedürfnisse und Trends zu erkennen. Neben der technischen Entwicklung, die jeden Tag weiter voranschreitet, arbeiten wir mit unseren Assistenten regelmäßig in Workshops zusammen, um das Gelernte direkt anzuwenden, weiterzuentwickeln und in die Softwareentwicklung einfließen zu lassen.

Ferner legen wir Wert auf eine übersichtliche App, in der nach Aufgaben geclustert werden kann, statt auf einen einzigen Feed wie beispielsweise bei SMS oder WhatsApp. Und natürlich ist uns die Datensicherheit sehr wichtig, weshalb wir uns für ein deutsches Rechenzentrum mit den hier geltenden Datensicherheitsbestimmungen entschieden haben. Seit August hosten wir bei T-Systems in München und arbeiten auch sonst aktuell sehr eng mit der Telekom zusammen.

Das Interview führte Jens Zimmermann, Senior Consultant, Detecon International GmbH.



## KURZPROFIL

### Sixtyone Business

Sixtyone Minutes wurde als erster mobiler Assistenzservice in Deutschland gegründet ([www.sixtyoneminutes.de](http://www.sixtyoneminutes.de)) und bietet Nutzern über eine App Zugang zu persönlichen Assistenten. Diese erledigen Aufgaben, die im Beruf, im Familienleben oder in der Freizeit wertvolle Zeit rauben, mit großer Sorgfalt, beispielsweise Vertragskündigungen, Reiseplanungen, Tischreservierungen, Arzttermine oder Aufgaben im Haushalt – und viele mehr. Mit ihrer innovativen Businesslösung ([www.sixtyonebusiness.de](http://www.sixtyonebusiness.de)) können nun auch Unternehmen aufgrund der von Sixtyone entwickelten Software den Service ihren Kunden und/oder Mitarbeitern im eigenen Branding zur Verfügung stellen.

Detecon coachte das Start-up Sixtyone Business in Vorbereitung auf die Live-Pitches um das Detecon ProBono-Projekt im Rahmen der „Langen Nacht der Start-ups“ in Berlin und unterstützte die Gründer im Salesbereich.

### A. Tymann

Seit Sommer 2015 verstärkt Alexandra Tymann die Geschäftsführung der Sixtyone Minutes GmbH, die im Juli 2014 von Monique Hoell und Michael Gnam in Berlin gegründet wurde. Zuvor hat sie fünf Jahre Erfahrung in den Bereichen Projektmanagement, Finanzen und Controlling einer namhaften Beratung gesammelt. Aufgrund intensiver Arbeitswochen und vieler Geschäftsreisen hat sie sich einen Service wie den von Sixtyone selbst gewünscht. Da es keine zuverlässige Alternative zu teuren Conciergeservices gab, beschloss sie, zu kündigen und die Lösung selbst zu entwickeln. Kurz darauf lernte sie das ambitionierte Sixtyone Minutes Team kennen und folgte dem Vorschlag, von Frankfurt am Main nach Berlin zu ziehen und mit Sixtyone die Businesslösung zu etablieren.