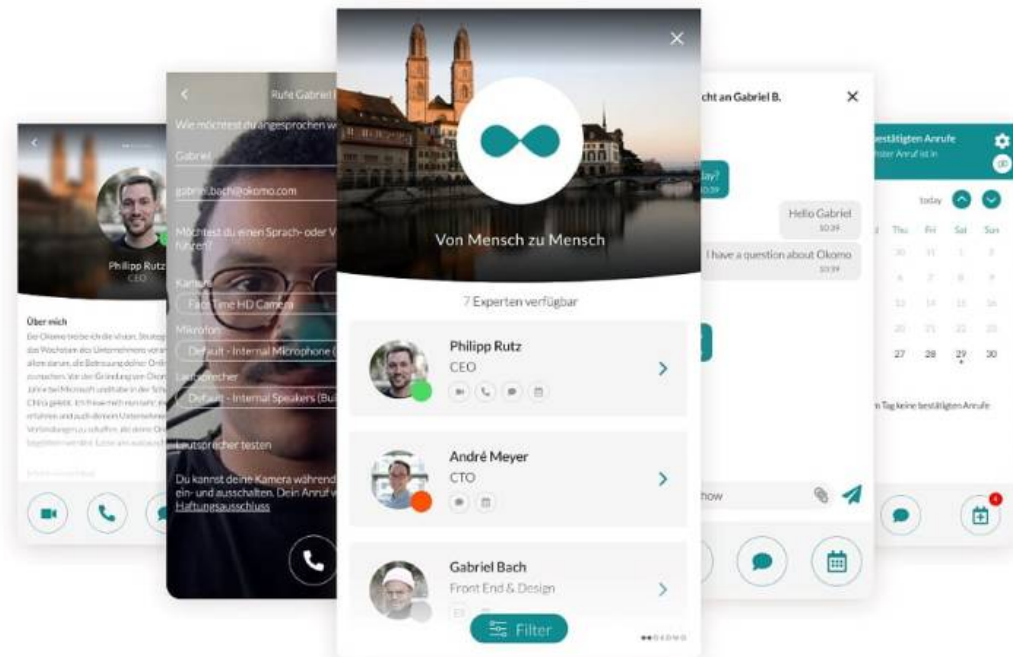


Widget 17.04.2020, 10:05 Uhr

Okomo: Die digitale Visitenkarte im Web

Das Schweizer Start-up hat eine Lösung entwickelt, mit der Unternehmen auf ihren Webseiten mit Kunden und Partnern interagieren können. Nun plant Okomo, die Lösung auch in Deutschland zu vermarkten.



(Quelle: Okomo)

Okomo ist ein Start-up aus der Schweiz, das vor drei Jahren von Philipp Rutz gegründet wurde. Ziel war, eine digitale Visitenkarte im Web zu entwickeln. Über ein Plug-in auf der Webseite der Okomo-Kunden können Besucher auswählen, ob sie telefonisch, via Chat, Videokonferenz mit Mitarbeitern des Unternehmens kommunizieren können. Auch Co-Browsing, das Teilen des Bildschirms, oder Terminvereinbarungen sind mit dem Tool möglich.

Weiterhin gibt es in dem Tool einen Expertenfilter, über den Interessenten den Ansprechpartner im Unternehmen finden können, der am besten für ihr Anliegen geeignet ist. Zudem wird die Verfügbarkeit der Ansprechpartner angezeigt, auch Bewertungen sind über das Tool – das auf WebRTC basiert – möglich. Weiterhin müssen sich Interessenten nicht registrieren, wenn sie die Lösung nutzen möchten.

Er habe mit dem Tool eine Lösung entwickeln wollen, um die verschiedene Funktionen miteinander zu verbinden, erklärt Rutz im Gespräch mit Telecom Handel. Dadurch ist die Lösung auch in unterschiedlichen Szenarien einsetzbar. So können beispielsweise Online-Shops die Lösung nutzen, um ihren Kundenservice zu verbessern, Versicherungen könnten zudem mit dem Tool Beratungsgespräche durchführen. „Unsere Lösung ist Ende-zu-Ende-verschlüsselt und damit DSGVO-konform“, betont Rutz. Stationäre Händler wiederum können über das Tool ihre Kunden beraten, darüber hinaus kann die Lösung für den Kundenservice in unterschiedlichen Branchen eingesetzt werden. Auch die Integration in Newsletter oder Social-Media-Kanäle ist laut Rutz möglich.

Okomo gibt es derzeit in drei Varianten: Freelancer kostet pro Monat 29 Euro netto für jeden Mitarbeiter, Business 49 Euro und bei Enterprise-Kunden bietet das Unternehmen Projektpreise an. Kunden können die Lösung zwei Wochen kostenlos testen, während der Corona-Krise gewährt das Start-up 50 Prozent Rabatt auf die ersten drei Monate.

Aktuell vermarktet Okomo die Lösung überwiegend direkt, der Aufbau eines indirekten Vertriebs ist allerdings geplant. In der Schweiz hat der Anbieter bereits einen Systemhaus-Partner gefunden, der die Lösung in sein Sortiment aufgenommen hat. Nun sucht Okomo auch Vermarktungspartner in Deutschland. Reseller erhalten eine Umsatzbeteiligung, die zwischen zehn und 25 Prozent liegt – über die gesamte Vertragslaufzeit des Kunden. Darüber hinaus können Partner weitere Services entwickeln, die sie dann direkt mit dem Kunden abrechnen. Dazu kann beispielsweise die Implementierung zählen, aber auch Coaching für die Kunden, um beispielsweise Abläufe im Service zu optimieren. Für den Einsatz von Okomo seien letztlich keine Grenzen gesetzt, so der Okomo-Gründer Rutz weiter. Auch werde die Lösung beständig weiterentwickelt, vor allem die Integration in CRM-Systeme stehen bei dem Start-up auf der Agenda. Die Integration in Outlook ist schon heute möglich. Zudem plant das Unternehmen, Videokonferenzen mit mehreren Teilnehmern als Option anzubieten, allerdings kann Okomo dabei keine DSGVO-konforme Nutzung sicherstellen.



Autor(in)

Waltraud Ritzer



