

Aus Käufern werden Berater

Das Hünenberger Start-up Guuru bietet eine Alternative zu herkömmlichen Callcentern. Davon profitiert vor allem der Onlinehandel.

Andreas Lorenz-Meyer

Früher waren Onlinekonsumenten einfach Konsumenten. Sie haben etwas im Internet gekauft und dafür bezahlt – fertig. Heute ist das manchmal anders. Da sagen Käufer anderen Käufern, was an dieser Espressomaschine gut ist und warum man die Finger von jenem Staubsauger lassen sollte.

Das Zuger Start-up Guuru hat aus diesem schlummernden Know-how ein eigenes Geschäftsmodell entwickelt: eine Crowdsourcing-Plattform, über die Unternehmen ihre Kunden zu Beratern machen und so einen Pool von Tag und Nacht einsetzbaren Experten aufbauen. Die heissen Guurus. Die Kosten sind bis zu 80 Prozent niedriger als beim Betrieb eines Callcenters, sagt Guuru-Mitgründer und CEO Tonio Meier. Wobei es auch um bessere Qualität geht. «Die eigenen Kunden sind mit dem Produkt gut vertraut und bieten eine authentische Beratung, oft mit mehr Motivation als Callcenter-Agenten.» Daraus resultiere eine überdurchschnittlich hohe Kundenzufriedenheit.

Brack.ch hat gute Erfahrungen gemacht

Kernstück von Guuru ist der Zuordnungsalgorithmus. Der arbeitet mit Texterkennung und sieht, wenn ein Kunde eine Frage hat, etwa zu einem Beamer. Sofort ermittelt der Algorithmus die besten verfügbaren Experten. Die Kundenfrage geht dann gleichzeitig an alle kompetenten Personen, und der erste Beamer-Experte, der die Anfrage annimmt, kontaktiert den Fragesteller im Chatraum.

Das alles geht schnell. Meier: «Die durchschnittliche Antwortdauer liegt bei unter 60 Sekunden.» Möchte jemand Guuru werden, muss er sein Wissen aber zuerst online testen lassen. Kunden können die Arbeit der Guurus auch bewerten. Die Bewertungen fließen dann in den Algorithmus. So kann sich das Matching, die Zuweisung der Frage an den Richtigen, laufend verbessern. Sind die Antworten gut, bekommen die Experten je nach Komplexität der Anfrage 2 bis 4 Franken oder Gutscheine. Ein Guuru des Taschenherstellers Freitag erhält etwa Gutscheine für deren Taschen. Meldet jemand, dass der Experte nicht hilfreich war, gibt es nichts. Die Anzahl der



Callcenter-Agenten können nicht immer aushelfen. Das Wissen der Kunden hingegen bietet grosses Potenzial.

Bild: Getty

schlechten Bewertungen liegt laut Meier im tiefen einstelligen Prozentbereich. Die Guurus, mittlerweile «viele tausend», sind überall dort einsetzbar, «wo es Beratungsbedarf und einen grösseren Kundendienst gibt».

Daher versuchen es Unternehmen der verschiedensten Art mit den Chatberatern. Im Tourismus die Destinationen Graubünden, Pilatus und St. Gallen, genauso Unternehmen wie Bexio, Sky, NowTV und o2. Bei den Onlineshops von Freitag, Vertbaudet und Rose Bikes mischen Guurus ebenso mit. Bei Brack.ch seit zwei Jahren. Am Anfang wurde der Service dort nur ausserhalb der Öffnungszeiten angeboten, seit etwa einem Jahr läuft er auch am Tag. Zudem testet man seit September den Guuru-Chatbot. «Diese Mischung aus Bot, Agent sowie Community bildet ein perfektes Tool für Chatanfragen», sagt Sascha Kappeler, Leiter Customer Service bei Brack.ch. «Was der Bot noch nicht beantworten kann, übernehmen unsere Kundenberater oder Guurus.» 150 Guurus sind derzeit im Einsatz und bearbeiten vor allem Anfragen zu den Produkten, manchmal auch zur Lieferbarkeit.

Pro Monat gehen mehrere tausend Anfragen direkt über den Guuru-Livechat ein, das sind 15 Prozent aller Anfragen inklusive Mail- und Telefon. Die Guurus

«Die durchschnittliche Antwortdauer liegt bei unter 60 Sekunden.»



Tonio Meier
Guuru-Mitgründer und -CEO

beantworten 7,5 Prozent der Anfragen. Insgesamt sind es etwa 15 bis 20 Personen, die den Grossteil übernehmen. «Das kommt uns zugute, da diese Wenigen sehr schnell sehr viel über unser Angebot wissen und Auskunft in unserem Sinne geben», sagt Kappeler. «Nur Unbearbeitbares, etwa Auftragsänderungen, leiten die Experten per Mail ans Unternehmen weiter. Das ist bei weniger als 3 Prozent der Anfragen so.»

Frisches Kapital für die Expansion

Die Kunden finden den Service gut, so Kappeler. Das Rating, bei dem unter anderem die Qualität der Guurus gemessen wird, liegt bei 4,74 von 5 möglichen Sternen. Der Nutzen liege darin, dass Brack.ch auch ausserhalb der Öffnungszeiten beraten kann. «Onlinehandel funktioniert 7/24/365, da sind solche Lösungen sehr hilfreich.» Wegen der Guurus wurden keine Stellen abgebaut. Bei kurzfristiger Überlastung können sie jederzeit einspringen. «So lässt sich das Anfragevolumen über den Tag besser steuern.» Die Conversion-Rate, also die Kaufquote nach dem Chat mit einem

Guuru, sei sehr hoch. Das Zuger Start-up erhält pro Beratung eine Gebühr, zudem gibt es monatliche Paketpreise für Zusatzfunktionen wie den Chatbot. Der Firmensitz befindet sich in Hünenberg, mittlerweile hat man aber in Zürich die meisten Mitarbeiter. Insgesamt sind es 18 in allen Büros, in Zug, Zürich, Düsseldorf, London und Lissabon.

Diese Zahl dürfte weiterwachsen, denn man ist auf Expansionskurs. Momentan in der Schweiz, Deutschland, Italien, England und Schweden präsent, will Meier «in Europa schnell wachsen». In England durch die Kooperation mit Wayra UK, dem Investmentarm des spanischen Telekom-Riesen Telefonica. Guuru konzentriert sich beim Wachsen auf drei Branchen: Onlinehandel, Abo-Geschäft und Tourismus. Im Frühjahr bekam das Unternehmen 2,7 Millionen Franken frisches Kapital von Investiere.ch, Schweizerischer Post, MS Direct Group, Equity Pitcher und Wayra UK. «Wir zählen neben institutionellen Investoren auch einige hochkarätige Business Angels zu unserem Investorenkreis», so Meier. Daher sei man für den Expansionskurs gut gerüstet.

ANZEIGE

**MAJORZ IST KEIN
MILITÄRISCHER DIENSTGRAD**

**TÄGLICH ALLES, WAS SIE
ZU DEN WAHLEN WISSEN MÜSSEN.**

In der Printausgabe und auf
luzernerzeitung.ch/wahlen

**Luzerner
Zeitung**