



Schutzbrille?

Auch Österreich muss im digitalen Sektor dringend aufholen und darf sich nicht länger als Land der Bausparer und Unternehmenskritiker sehen.

len die Kundenschnittstelle automatisiert und die Kunden vor Betrug bewahrt werden.

Mit der Entwicklung des Internet of Things entstehen immer mehr neue Geschäftsmodelle, die alle Devices und Gegenstände im Haushalt miteinander vernetzen, wie z.B. der Samsung-Kühlschrank, der automatisch fehlende Lebensmittel nachbestellt, oder das smarte Auto, bei dem über das On Board-System bestellt und bezahlt werden kann. Noch laufen weltweit jedoch 85% aller Transaktionen in bar ab.

Kommunikations-Assistentin für Kunden, eingeführt.

T-Mobile möchte sich damit von anderen Telekom-Anbietern differenzieren, Kundenprobleme schnell erkennen und lösen und somit die Marke und all ihre Services nah an den Kunden bringen. Künstliche Intelligenz befindet sich noch in einer Lernphase, daher ist T-Mobiles Tinka auch erst in einer Beta-Version vorhanden und entwickelt sich mit den Inputs der Kunden weiter. Durch die Einführung künstlicher Intelligenz hat sich der Arbeitsmodus verändert, jedoch werden durch AI nicht Arbeitsplätze abgebaut, sondern vielmehr die Arbeit der Kundenbetreuer erleichtert. Zurzeit interagieren bereits 500.000 User mit Tinka, die Tendenz ist steigend.



Mobile Marketing

Mastercard Österreich-Chef Gerald Gruber.

Laut Gerald Huber, General Manager von Mastercard, ist die Frage des Bezahlens in der Zukunft noch offen. In einer Zeit des technologischen Wandels und der Herausforderung der digitalisierten Welt gibt es mittlerweile 300 unterschiedliche Bezahlmethoden. Rund 250 Start-ups befassen sich mit Payment als Kern- oder Randbereich.

Die Smart-Payments-Zukunft

Schnelles, sicheres Bezahlen ist die Kernfrage in der digitalen Transformation, mit der sich Buzzwords wie Biometrics, Digital Currencies und Blockchains, Robotics, Chatbots, Virtual Reality, AI, Wearables oder Internet of Things befassen. Biometrics wie Fingerprint, Gesichts- oder Iris-Scan werden weltweit schon erfolgreich eingesetzt. Mit künstlicher Intelligenz sol-

Snapshot

Um die aktuellen Entwicklungen exakter abzubilden, wird gerade die Factory 300 – ein Start-up Campus in Linz – entwickelt, die als innovatives Förderinstitut für Start-ups in Österreich dienen soll. Oben: Start-up-Experte Daniel Cronin.

Conversational Marketing

Heutzutage ist eine Welt ohne Smartphone und ohne Internet unvorstellbar. *Messaging Services* haben mittlerweile Social Networks in einer explosionsartigen Verbreitungswelle überholt und sind weiter auf dem Vormarsch. Immer mehr Unternehmen digitalisieren ihre Geschäftsprozesse via *Messaging Services*. Markus Buchner (atms) unterstreicht diese Entwicklungen mit aktuellen Zahlen von Nutzern pro Monat: WhatsApp und Facebook Messenger liegen hier bei 1,2 Mrd., WeChat bei 806 Mio., Skype bei 300 Mio., Viber bei 240 Mio. und Telegram bei 170 Mio. Nutzern. Mehr als 93% nutzen *Messaging Services* auf Mobile Devices.

Messaging Services haben den Vorteil, dass sie eine globale Reichweite haben, kostenlos für den Nutzer sind, schnell und multimedial anwendbar, dialogfähig, einfach bedienbar, automatisierbar und shareable.

Dadurch wird den Kunden das beste Service auf einem Mehrwegkanal geboten, bei dem die Unternehmen direkt mit dem Kunden in Kontakt treten können – manche Unternehmen sind sogar nur mehr über WhatsApp zu erreichen.

