

# Emotionen, die auf Daten treffen

**Digitaler Kundenkontakt.** Mit ihrem „First Touchpoint Digital“ hat dyno digital aus Schwaz ein Tool entwickelt, das Unternehmen ermöglicht, Gespräche mit Kundschaften oder neuen Mitarbeitenden auf eine sehr persönliche Art zu automatisieren.



Ulrich Steinlechner, Bernhard Graber und Michael Kaltenhauser (v.l.) produzieren Videos, welche die Aufmerksamkeit des Publikums auf sich ziehen und zudem wertvolle Erkenntnisse in Form von Daten liefern.

**W**as braucht es am Markt, um Menschen im schnelllebigen digitalen Zeitalter wirklich zu erreichen“, fragten sich Michael Kaltenhauser, Ulrich Steinlechner und Bernhard Graber, die gemeinsam 2021 die Digital Agentur dyno in Schwaz gründeten. Ihre Antwort drauf: der First Touchpoint Digital.

## Erstkontakte automatisieren

Der First Touchpoint Digital wirkt auf den ersten Blick wie ein herkömmliches Video, hat aber den Vorteil, dass er die Zuschauer:innen direkt anspricht und damit interaktiv einbindet. Dyno digital setzt dazu auf immersiven Content, um Zusehenden die Möglichkeit zu geben, mit Unternehmen automatisiert, aber sehr persönlich kommunizieren zu können. Entlang eines programmierten „Entscheidungsbaums“ können sich die User:innen durch Klicks auf im Video eingebettete Schaltflächen für Inhalte entscheiden. So gelingt es, das Unterhaltungsniveau hochzuhalten und gleichzeitig über spezifische Themen zu informieren. „Das Format führt bei Menschen aller Altersgruppen zu einer längeren Verweildauer auf den jeweiligen Websites“, berichtet Kaltenhauser.

„Wir wollten ein Filmtool schaffen, damit Unternehmen 24/7 Services anbieten können, die personalisiertes und anonymes recherchieren erlauben“, beschreibt Michael Kaltenhauser die Grundidee des dyno-Teams. „Zu Beginn des Marketingtrichters, also da, wo es um das Halten von Aufmerksamkeit und das Vermitteln grundlegender Informationen geht, kann der First Touchpoint Digital den Arbeitsalltag extrem erleichtern“, so Kaltenhauser weiter. Mit der Bereitstellung von immersivem Content gelingt es, repetitive Aufgaben wie die

Präsentation eines Produkts oder Unternehmens zu automatisieren.

## Neue Technik, neue Chancen

Die immersiven Videos sprechen User:innen persönlich an, sodass sich diese intensiver mit dem Inhalt auseinandersetzen. Durch die Auswertung der Zuseherinteraktionen gelingt es Unternehmen zudem, ihre Services noch spezifischer auf ihre Kundenschaft zuzuschneiden. So können Nutzer:innen stets für sie relevante Inhalte konsumieren, während Unternehmen ein Vorteil gegenüber ihrer Konkurrenz entsteht. „Mit dem First Touchpoint Digital verbinden wir Emotionen mit Daten“, verrät Kaltenhauser das Erfolgsrezept, das bereits großen Anklang findet.

Dank eines immersiven Videos der Digitalagentur ist es den Besucher:innen der Website des Einrichtungshauses Wetscher bereits möglich, einen digitalen Rundgang durch das Unternehmen vom Geschäftsführer höchstpersönlich zu erhalten. Dabei können sie sich mit der Maus für ein Themengebiet ihres Interesses entscheiden. Aber auch für den HR-Bereich birgt die Technologie Vorteile. „Der First Touchpoint Digital fungiert als erste informative Anlaufstelle, soll das Interesse am Unternehmen wecken und schlägt die Brücke zwischen Digitalisierung und individualisierter Kommunikation“, berichtet Kaltenhauser. Durch Interaktionsanalysen bekommt die HR-Abteilung einen Einblick darüber, wie groß das Interesse der Bewerber:innen an einem Job ist und kann so gezielter auf vielversprechende Kandidat:innen eingehen.

Dabei lassen sich die Inhalte im First Touchpoint Digital leicht adaptieren. Neue offene Stellen können beispielsweise automatisch in das Tool

eingelassen werden. Zudem kann der innovative Bewegtbild-Content über die sozialen Netzwerke geteilt werden, was die Reichweite erhöht.

## Digitales Potenzial im Gesundheitswesen

Doch der First Touchpoint Digital liefert noch unzählige weitere Möglichkeiten. Auch das Landeskrankenhaus Hall arbeitet in Kooperation mit dyno digital an einem Projekt, das immersive Videos als Erstkontakt für Frauen, die an Endometriose leiden, nutzt. In dem interaktiven Video wendet sich der renommierte Gynäkologe DDR. Peter Widschwendter persönlich an die Zuschauer:innen und bietet seriöse Informationen rund um das Thema. Entlang der Fragen des Arztes können sich Betroffene durch das immersive Arztgespräch navigieren und über die Krankheit aufklären lassen – zu jeder Uhrzeit, völlig anonym. Das senkt die Hemmschwelle, einen Termin beim Arzt zu vereinbaren.

So will das dyno-Team auch in Zukunft das Potenzial ihres First Touchpoint Digital weiter ausloten, um Unternehmen repetitive Aufgaben abzunehmen und es ihnen zu erleichtern, Kundenschaft und Fachkräfte mit einer persönlichen Note anzusprechen. Nicht zuletzt profitieren dadurch auch Konsument:innen der Videos, durch für sie relevante und informative Inhalte, die rund um die Uhr verfügbar sind. ▲



Von den Vorteilen des First Touchpoint Digital können insbesondere Mitarbeitende im Personalwesen profitieren.

## Weitere Infos

[www.dyno-digital.com](http://www.dyno-digital.com)