

DER TAGESSPIEGEL

22.1.2016

Mit Shopboostr zum perfekten Kundenkontakt

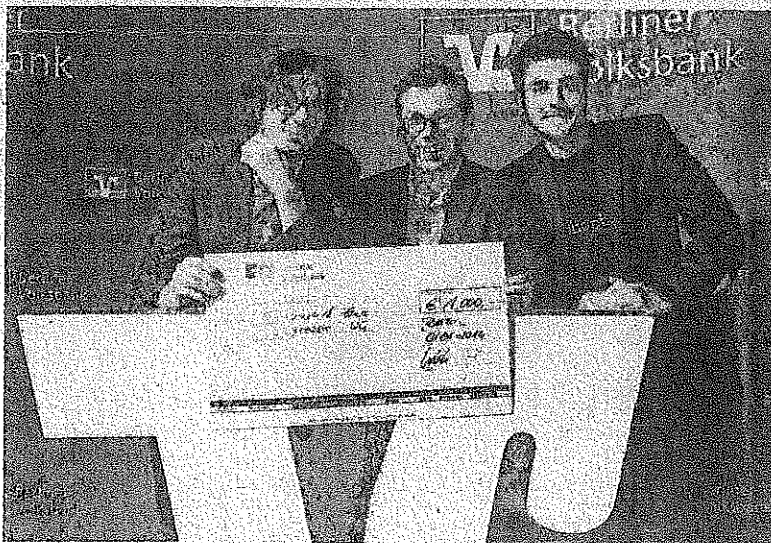
Dimitri Haußmann, Stephan Schindler und Hendrik Vlaanderen sind Kopf und Gründer von Shopboostr. Dimitri und Hendrik lernten sich beim Studium an der FU Amsterdam kennen. Bei einer Projektarbeit zur Analyse des E-Commerce-Marktes erkannten sie die Chan-

cen für anspruchsvolle Technologien zur Personalisierung von Kunden im Onlinehandel und entwickelten den ersten Prototyp. Und nach dem Studium ging es sofort nach Berlin, dort führte Stephan bereits eine eigene Immobilienvermittlung.

Nachdem sie auch Professor Küpper an der TU Berlin von ihrer Idee überzeugt hatten, begann die strukturierte Forschung: Mit Küppers Hilfe beantragten sie ein Forschungsstipendium und wurden Teilnehmer des Uni-eigenen Inkubators. Was Mitte 2014 als kühne Idee begann, kann sich heute sehen lassen: Das Startup-Team ist auf zehn Köpfe angewachsen, gut 40 Kunden werden bereits betreut.

Haben Onlinehändler Shopboostr erst einmal kennengelernt, sind sie schnell davon begeistert: die Technologie kann ihre Kunden genau erfassen und dann passende Produkt, Content, sowie Marketing-Aktivitäten individuell anzeigen. Kenner wissen, dass so eine Big Data-Technologie für gewöhnlich viel technischen Aufwand und Know-how erfordert – zu viel für einzelne Onlinehändler.

2016 wird für Dimitri, Hendrik und Stephan das Jahr der nächsten Innovation. Sie sind sicher, dass Onlinehändler noch weiter denken müssen. Denn: Der Weg auf die mobilen Endgeräte lässt sich nicht aufhalten. Hier wollen sie als Erste am Markt neue vernetzte Technologien anbieten.



Das Shopboostr-Team Hendrik, Stephan und Dimitri (v. l.), hier beim 1. Kontaktabend der Businessplanwettbewerbs, musste in der Entwicklungsphase schnell lernen, dass Startups das feedback ihrer Klientel brauchen und stimmen neue Produktfunktionen immer erst mit ihren Kunden ab. | Foto: Leo Seidel

www.shopboostr.de