

Interview von Robert Massarelli (CEO & Co-Founder, echonovum AG) mit der Netzwoche vom 11.09.2019.

NEWS (/NEWS)

Interview mit Robert Massarelli, Echonovum

"Die zentrale Herausforderung lautet: 'Profit versus Potenzial'"

Mi 11.09.2019 - 08:16 Uhr

von [Oliver Schneider \(/user/19706\)](#)

Unternehmen müssen wissen, was Kunden und Mitarbeitende denken. Das Zürcher Start-up Echonovum entwickelt eine Plattform dafür und will so bessere Entscheidungen ermöglichen. CEO und Mitbegründer Robert Massarelli verrät, wie das geht.



Robert Massarelli, CEO & Co-Founder, Echonovum. (Source: zVg)

Was für ein Produkt entwickeln Sie?

Robert Massarelli: Unsere "Echonovum Insights Platform" unterstützt Führungskräfte dabei, Entscheidungen zu fällen. Kunden- und Mitarbeiterbedürfnisse werden im Moment, in dem sie entstehen – oder sogar früher – erfasst. Systematisch erhebt unsere Lösung auf der gesamten Kunden- und Mitarbeiter-Reise kontextbezogenes Feedback. Diese smarten Daten stehen den Führungskräften jederzeit in persönlichen Dashboards zur Verfügung.

Was hat Sie dazu bewogen, ein IT-Start-up in diesem Bereich zu gründen?

Wie sich Organisationen entwickeln müssen, um auch in Zukunft aus einer Wettbewerbsstärke heraus zu agieren, ist seit rund 20 Jahren meine primäre Fragestellung. In diesem Kontext habe ich eine zentrale Lücke entdeckt: Beinahe allen heutigen Organisationen fehlt die Fähigkeit, Kunden und Mitarbeitende konsequent in Echtzeit zu verstehen. Das aber ist die Voraussetzung, um ihre Erwartungen und Bedürfnisse zu erfüllen.

Wie verlief der Aufbau von Echonovum bislang?

Echonovum zu gründen und auf den heutigen Reifegrad zu entwickeln, ist sicher eine meiner beruflich komplexeren Aufgaben. Nebst einer starken Vision, die andere Menschen inspiriert, ihre Potenziale freizusetzen, ist die deutliche Trennung von Hypothesen und Fakten für ein junges Unternehmen von hoher Relevanz.

Auf welche Herausforderungen sind Sie dabei gestossen?

Natürlich verfügen wir nicht über dieselben finanziellen und personellen Ressourcen wie ein seit Jahrzehnten etabliertes Unternehmen. Das ist ein neuralgischer Punkt, wenn es um den Aufbau eines Unternehmens mit internationalen Ambitionen geht. Die zentrale Herausforderung lautet: "Profit versus Potenzial". Oder anders formuliert: Wie können wir die Märkte bedienen und dabei unsere Wettbewerbsstärke weiter ausbauen.

Sie entwickeln ein Tool zur Erfassung der Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit. Weshalb haben Sie sich gerade für diese beiden Stakeholder-Gruppen entschieden?

Wir entwickelten eine Plattform für Führungskräfte und folgten dabei dem Prinzip "Insights-driven Leadership". Wir befähigen Entscheider, in ihrem Alltag besser schnellere Entscheidungen zu treffen. Das erfasste Feedback von Kunden und Mitarbeitenden bildet die Datenbasis dafür.

Warum ist das Feedback dieser Anspruchsgruppen wichtig?

Weil es für jedes Unternehmen die wichtigsten sind. Wenn es einer Organisation nicht gelingt, positive Rahmenbedingungen zu schaffen, bringen Mitarbeitende nicht ihr volles Leistungspotenzial ein oder sie können die erforderlichen Talente nicht gewinnen. Das schmälert die Innovationskraft oder führt zu negativen Kundenergebnissen. Versteht die Organisation den Kunden unzureichend, bietet sie Dienstleistungen oder Produkte mit einem ungenügenden Nutzen an, was vielleicht zu einem negativen Kundenerlebnis führt. Die finanziellen und personellen Ressourcen werden somit nicht nachhaltig gemanagt und münden letztlich in ein schlechtes Betriebsergebnis.

Braucht es dazu IT?

Sicher sind Erfahrung und Intuition wichtig, um ein Unternehmen erfolgreich zu führen. Allerdings verlieren diese Eigenschaften in einem sich beschleunigenden und rasch wandelnden Umfeld an Bedeutung. Im Zeitalter der Digitalisierung steigert sich das Leistungsvermögen einer Organisation dann, wenn Entscheidungen auf soliden Grundlagen getroffen werden. Unsere Plattform schafft diese Entscheidungsgrundlagen.

Wie setzen Sie Predictive Analytics ein?

Wir wollen die Führungsarbeit so weit wie möglich unterstützen. Die zentralste Fragestellung in der Führungsarbeit ist seit jeher: Wie sieht die Zukunft aus? Kann man diese Frage beantworten, gibt es keine unbekanntes Risiken. Davon sind wir aber noch weit entfernt. Wir nutzen verschiedene Ansätze aus der Statistik und Machine Learning, um beispielsweise die Entwicklung der Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit vorauszusagen.

Können Sie ein Beispiel dazu machen?

Eine passende Veranschaulichung dazu ist die Kündigung eines Mitarbeitenden. Stellt man fest, dass die Unzufriedenheit eines Mitarbeitenden zunimmt, steigt die Wahrscheinlichkeit einer Kündigung. Echonomum identifiziert diese Situation, gewichtet sie als relevant und stellt sie im entsprechenden Dashboard dar. Analog dazu finden sich auch Trends in Kundenbeziehungen, die sich zur Abbildung von Zukunftsszenarien nutzen lassen.

Wie sehen die nächsten Schritte von Echonomum aus?

Ich sehe Echonomum als ein weiterhin inspirierendes Unternehmen: Ein Unternehmen, mit dem Kunden zusammenarbeiten wollen. Mitarbeitende sehen es als Chance an, ihre Fähigkeiten bei uns einzubringen und sich weiterzuentwickeln. Aktuell beschäftigt uns die Frage, wie wir schneller nachhaltig wachsen können. Dazu werden neue Arbeitsplätze geschaffen. Wir freuen uns darauf, diese Vakanzen mit spannenden Talenten besetzen zu dürfen. Als wachsende Performance Family und als Schweizer Unternehmen setzen wir künftig auch international Massstäbe rund um Insights-driven Leadership.

WEBCODE: DPF8_149656

KOMMENTARE
