

## Pressemitteilung

### **Hungrige Kinder versorgen, statt virtuelle Kühe melken.**

**21.02.2011**

„Nina“ heißt die erste virtuelle Beraterin, die allen Facebook-Nutzern erstmalig die Möglichkeit bietet, Fragen direkt zu stellen und sich dabei auch um die Probleme der realen Welt zu kümmern.

Das von The Selfservice Company pro bono für UNICEF entwickelte Widget soll nachhaltige Hilfe für Kinder auf den Weg bringen und taucht dort auf, wo normalerweise virtuelle Farmen und Städte um unsere Aufmerksamkeit ringen. Bislang gab es diese kundenorientierte Technologie nur auf den Webseiten weniger fortschrittlicher Unternehmen.

„Hallo, ich bin Nina!

Hilfst Du mit, 2011 ein gutes Jahr für Kinder in aller Welt zu machen? Im UNICEF-Spendenshop kannst Du dringend benötigte Hilfsgüter auswählen und damit Kindern in Not helfen.“

So begrüßt die von The Selfservice Company entwickelte virtuelle Beraterin die Menschen, die sie auf ihre Facebook-Seite einbinden, und schlägt ihnen weltweite Hilfsprojekte vor.

Wasser? Bildung? Ernährung? Gesundheit? Nina beantwortet kompetent Fragen, gibt Informationen und zeigt vielfältige Spendenmöglichkeiten auf. Sämtliche Produkte des UNICEF-Spendenshops sind durch eine Bildleiste mit Mouseover in Nina eingebunden, können also nutzerfreundlich sofort in Facebook ausgewählt werden. Durch einen Klick gelangen Interessierte mit dem ausgewählten Produkt in den Warenkorb des UNICEF-Spendenshops. Bei allem Komfort wurde auch an den Schutz der sensiblen Daten gedacht; die Abrechnung und Eingabe von persönlichen Informationen erfolgt auf den gesicherten Seiten des UNICEF-Spendenshops.

Möglich macht diesen bahnbrechenden Schritt hin zu einer neuen Generation von Spendern und ihren Gewohnheiten die Technologie des Marktführers im Bereich Online-Kundenkontakt The Selfservice Company. Durch den Einsatz ihrer Dialog-Manager werden heute schon jährlich 60 Millionen Kundenfragen mit einer Trefferquote von über 90% beantwortet.

Und das Unternehmen sieht seine Aufgabe nicht nur in der Verbesserung der virtuellen Kommunikation, sondern es stellt sich auch selbst seiner sozialen Verantwortung, in dem es sich aktiv für gemeinnützige Organisationen einsetzt.

Das hat auch den Impuls zu diesem Projekt in Zusammenarbeit mit UNICEF Deutschland gegeben, das Menschen via Facebook zu UNICEF-Botschaftern und Multiplikatoren des Spendenshops macht.

„Wir sind froh, unsere erfolgreiche Technologie dafür einsetzen zu können, Menschen zu motivieren, sich über Hilfsprojekte zu informieren und verstärkt zu spenden. Und dabei haben wir hier immerhin ganz nebenbei eine Weltneuheit entwickelt! Alle reden davon, dass man im Bereich Social Media etwas tun muss, aber was? Wir zeigen eine neue schlanke Form, Online-Shops auf Facebook mit einer Beratung anzubieten. Umgesetzt haben wir das hier im karitativen Bereich, um Spenden zu sammeln. Aber das ist ja durchaus übertragbar auf kommerzielle Ziele“, erklärt Geschäftsführer Dirk Jan Dokman.

Wer Nina und die Projekte von UNICEF kennenlernen möchte, findet sie unter: <http://apps.facebook.com/unicefchat/>.

The Selfservice Company ist ein schnell wachsendes Unternehmen mit Niederlassungen in Deutschland, Holland und UK. Das renommierte IT-Marktforschungsinstitut Gartner erklärte The Selfservice Company im letzten Jahr zu einem der Cool Vendors und manifestiert damit, dass die Unternehmen, die sich jetzt einen Vorsprung im Kundendienst erarbeiten wollen, nicht an The Selfservice Company vorbeischaun können.

Kunden der The Selfservice Company sind unter anderem E.On, Otto, Essent, Reader`s Digest, KPN, Rabobank, Wehkamp und Staples.

Mehr Informationen unter [www.selfservicecompany.de](http://www.selfservicecompany.de).

**Besuchen Sie uns auf der Call Center World 2011 in Berlin, Halle 1, Stand A13.**

#### **Pressekontakt The Selfservice Company:**

Zielgruppe.net GmbH  
Nicole C. Bitter  
[pr@selfservicecompany.de](mailto:pr@selfservicecompany.de)  
Tel +49 (0) 2102 - 77099 -29