goSmart

goSmart – Mit der App-basierenden Fahrstil-Analyse sicher fahren, Punkte sammeln und Goodies holen.

Programm / Ausschreibung	AT:net, Phase 4, AT-net (4) 5. Ausschreibung 2018	**Status**	abgeschlossen
Projektstart	01.06.2018	**Projektende**	30.11.2020
Zeitraum	2018 - 2020	**Projektlaufzeit**	30 Monate
Keywords	eCall; bCall; Sicherheit im Straßenverkehr; Location Based Service; Handyapp		

Projektbeschreibung

Mehr als ein Drittel aller Autounfälle passieren durch Ablenkung und dabei vor allem durch jene vom Mobiltelefon. Beim Fahren eine SMS zu tippen ist ebenso gefährlich wie eine Fahrt mit 1,1 Promille. Das Unfallrisiko steigt dabei um bis zu mehr als das 20-fache. In einer gemeinsam mit dem KFV – Kuratorium für Verkehrssicherheit und der WU Wien – Institut Finance, Accounting & Statistics (Prof. Alexander Mürmann) durchgeführten Studie konnte nachgewiesen werden, dass Feedback über eine App den Fahrstil positiv beeinflusst und Aussicht auf Belohnung diese Veränderung sogar mehr um als das Doppelte verstärkt. Diese Studie wird dem Antrag beigelegt.
goSmart ist eine App für iOS und Android, welche Autofahrer, die ihr Smartphone während der Fahrt nicht benutzen, belohnt. Sie liefert Mehrwerte wie Feedback zum eigenen Fahrstil, Sicherheitsfeatures wie die automatische Unfallmeldung („eCall nicht nur für Neufahrzeuge“) und Services zur Mobilität in- und außerhalb des eigenen Fahrzeugs. goSmart Nutzer werden für den Verzicht, während ihrer aktiven Autofahrt zum Handy zu greifen, mit so genannten Goodies belohnt. Attraktive Goodies werden von Partnern wie Coca-Cola, OMV, Car2Go, Uber, Der Mann Bäckerei, MAM Baby und vielen anderen kostenlos bereitgestellt. Die Werbepartner verbinden das Gute mit dem Besseren. Sie finden eine Werbeplattform mit Kontaktpunkten zur Zielgruppe der goSmart Nutzer und unterstützen gleichzeitig aktiv die Verkehrssicherheit in Österreich. Neben dem menschlichen Leid, welches mit schweren Verkehrsunfällen einhergeht, möchten wir die Unfallkosten und somit den volkswirtschaftlichen Schaden, der sich aus der Handy-Ablenkung und durch einen schlechten Fahrstil ergibt, senken. Alleine in Österreich konnten wir hier ein Potenzial von 300 Millionen Euro ausmachen, welches die Messlatte und Motivation für unser Projekt darstellt.
Der hier vorgestellte Prototyp ist in der vorliegenden Version voll einsatzbereit und frei von technologischen Risiken und offenen Fragestellungen. Derzeit läuft ein Live-Test über die App-Stores für erste interessierte User, die bereits auf die Basisfunktionalität von goSmart zugreifen können. Ziel des hier vorgestellten Projektes ist es, die goSmart App inhaltlich auf der Basis der an uns herangetragenen Benutzerwünsche zu ergänzen, in Richtung Mobilität zu erweitern und aus einem erweiterten Testbetrieb mit ca. 3.000 aktiven Testern in Österreich (als aktiv gilt wer innerhalb der letzten 90 Tage die App benutzt hat) in einen umfassenden Echtbetrieb überzuführen. Dabei soll die Nutzeranzahl bis Ende 2020 in Österreich auf 100.000 und international auf 175.00 Benutzer gesteigert werden. Um Relevanz und Frequenz von goSmart weiter zu erhöhen, sollen bereits andernorts vorhandene Funktionen, wie die automatische Unfallmeldung mittels eines im Fahrzeug ansteckbaren Sensors (OBD Schnittstelle) und andere Mobilitätsservices, in goSmart integriert werden.

In diesem Projekt steht die Integration und Verprobung von Anwendungen rund um Mobilität und die Vermarktung und Verbreitung von goSmart im Hinblick auf ein sinnvolles Nutzererlebnis für den Einzelnen und die allgemeine Steigerung der Verkehrssicherheit und Unfallvermeidung im Vordergrund. Die Integration, Fertigstellung und Testung der Lösung erfolgt in agilen Sprints im Umfang weniger Wochen, um das Produkt rasch auf den Markt zu bringen.
Die Marketingstrategie und ihre Maßnahmen werden zielgruppenorientiert, stufenweise und über unterschiedliche Kanäle, online und offline umgesetzt. Dabei wird grob zwischen App Nutzern einerseits und Distributoren, Werbern, Mobilitäts-Dienstleistern und Content-Partner andererseits unterschieden. Für Letztere wird die koordinierte direkte Ansprache über Repräsentanten von goSmart (Key Account Management) erforderlich. Dazu wird ein B2B-CRM eingeführt und im Sinne von klassischem Funnel-Management gepflegt. Ergänzend sind der Besuch von oder die Teilnahme an einschlägigen Veranstaltungen, Fachkongressen und Messen vorgesehen. Dazu werden Werbematerialien (Folder, White Paper, Roll-up, etc.) erstellt und die Webseite www.getgosmart.com Zielgruppen-orientiert (z.B. „für Werber“) erweitert.
goSmart Nutzer in Österreich werden vorrangig über Social Media Kampagnen via Facebook/Instagram bzw. Adwords/Youtube und unter Nutzung von noch zu produzierendem Videomaterial angesprochen. Andere digitale Medien wie XING oder LinkedIn werden begleitend eingesetzt. Die Nutzung von Suchmaschinen-Marketing und optimierenden Maßnahmen (SEO), sowie ein entsprechendes Empfehlungsmanagement innerhalb der goSmart App (zu implementierendes „Tell-a-friend-Feature“) soll die virale Verbreitung bei den Nutzern unterstützen.
Wir möchten das beantragte Fördergeld einerseits dazu nutzen, die an uns herangetragenen Feature-Wünsche unserer Testkunden im Rahmen der Markteinführung im Hinblick auf Funktionalität und Benutzeroberfläche bereits frühzeitig anbieten und somit die User-Experience steigern zu können. Andererseits möchten wir die Förderung zu einer Ausdehnung unserer Marketing-Maßnahmen nutzen, um das Bewusstsein um die Gefahr der Handynutzung am Steuer drastisch zu erhöhen und gleichzeitig über den Verzicht darauf die Verwendung unserer Lösung umfangreicher zu vermarkten.

Abstract

More than a third of all car accidents happen through distractions and especially by those from the mobile phone. Typing an SMS while driving is just as dangerous as a drive with 1.1 per mille alcohol in the blood. Thereby the risk on an accident increases by up to the twenty-fold. In a scientific study, jointly carried out with the “Austrian Board for Traffic Safety” (KFV - Kuratorium für Verkehrssicherheit) and the Vienna University of Economics and Business (Institute Finance, Accounting & Statistics - Prof. Alexander Mürmann) it could be proven, that feedback via an app positively influences the driving style and the opportunity to receive rewards even doubles this change. This study will be enclosed with the application.
goSmart is an app for iOS and Android that rewards car drivers who do not use their smartphone while driving. It provides added value such as feedback on the personal driving style, safety features such as the automatic crash notification ("eCall not only for new vehicles") and mobility services inside and outside your own vehicle. goSmart users will be rewarded with so-called “goodies” for refraining from reaching for their mobile phones while driving. Attractive goodies are provided by partners such as Coca-Cola, OMV, Car2Go, Uber, Der Mann Bakery, MAM Baby and many more free of charge. Advertising partners combine the good with the better. They find a promotion platform with contact points to the target group of goSmart users and at the same time they actively support road safety in Austria.
Apart from the human suffering, which is accompanied by serious traffic accidents, we want to reduce the costs of accidents and economic damage resulting from mobile phone distraction and a poor driving style. In Austria alone, we were able to recognize a potential of 300 million Euros, which represents the benchmark and the motivation for our project.
The prototype introduced here is fully operational in its present version and free from technological risks and open issues. A live test is currently executed via the app stores for interested first adaptors who already can have access to the basic

functionality of goSmart. The aim of the project presented here is to content-wise complement the functionality of the goSmart app based on user requirements submitted, to expand in the direction of smart mobility and to transfer from test operation with about 3.000 active testers in Austria (a user is considered as active when used the app within the last 90 days) to a comprehensive live operation. Thereby the number of users shall be increased to 100.000 in Austria and 175.000 internationally by the end of 2020. In order to further increase the relevance and frequency of goSmart's use, functions already existing elsewhere, such as automatic crash notification using a mountable sensor in the vehicle (OBD interface) and other mobility services shall be integrated into goSmart.
This project focuses on the integration and validation of applications related to mobility and the marketing and dissemination of goSmart with regard to a meaningful user experience for the individual and a general increase in traffic safety and accident prevention. Integration, completion and testing of the solution are performed in agile sprints within a few weeks in order to keep time-to-market short.
The marketing strategy and its measures are implemented target-group-oriented, in stages and via different channels, online and offline. It roughly differentiates between app users on the one hand and distributors, advertisers, mobility service providers and content partners on the other. For the latter, the coordinated direct approach via representatives of goSmart (Key Account Management) is required. For this purpose, a B2B CRM is introduced and maintained in the sense of classical funnel management. In addition, visits or participation in relevant events, specialist congresses and trade fairs are envisaged. For this purpose, promotional materials (folders, white papers, roll-up, etc.) shall be created and the website www.getgosmart.com will be expanded in a target group-oriented manner (e.g. "for advertisers").
goSmart users in Austria are primarily addressed by social media campaigns via Facebook/Instagram or Adwords/Youtube and using video material to be produced. Other digital media such as XING or LinkedIn are used alongside. The use of search engine marketing and optimizing measures (SEO), as well as a corresponding recommendation management within the goSmart App ("tell-a-friend feature" to be implemented) should support a viral spread among the users.
We would like to use the grant funds we applied for to offer functional requirements of our testers as part of our market launch at an early stage on the one hand and, thereby increasing a positive user experience. On the other hand, we would like to use the funding to expand our marketing efforts to increase the awareness of risks using a mobile phone while driving dramatically and, at the same time, to propagate the use of our solution for abandoning more extensively.

Projektpartner

- goSmart Mobility GmbH