Customer Relationship Management

Der Kunde ist der Schlüssel zum Erfolg

[28.06.2013] Der zunehmende Wettbewerb zwingt die Stadtwerke, sich mit einem IT-gestützten Customer Relationship Management (CRM) auseinanderzusetzen. Eine vorkonfigurierte SAP-Lösung erlaubt auch neuen oder kleineren Energieversorgern den schnellen CRM-Einstieg.

Der Druck auf Stadtwerke steigt weiter: Während der zunehmende Wettbewerb und die Regulierung die Unternehmen schon seit Jahren in die Zange nehmen, kommen noch nicht absehbare Belastungen durch die Energiewende hinzu. Bisher profitieren die kommunalen Versorger von der regional bedingten Nähe zum Kunden.
Doch die im angestammten Vertriebsgebiet weiter bröckelnden Marktanteile zeigen, dass ein reines „Weiter so“ die Zukunftsfähigkeit eines Stadtwerks gefährden kann. „Der Schlüssel zum langfristigen Erfolg ist neben einem marktgerechten Energieeinkauf vor allem der Kunde“, ist sich Klaus Nitschke sicher. Der Geschäftsführer des auf die Energiewirtschaft spezialisierten IT-Dienstleisters Cortility weiter: „Der Kundenkontakt muss wirtschaftlich erfolgen – vor allem im Massenkundengeschäft ist das eine große Herausforderung, für die viele kommunale Versorger noch nicht ausreichend gerüstet sind.“ Außerdem seien mit weiter zurückgehenden Marktanteilen gezielte Vertriebskampagnen erforderlich, um die Kundenzahlen auf einem auskömmlichen Niveau zu stabilisieren.

Hand in Hand agieren

„Vertrieb, Marketing und Service sollten Hand in Hand agieren und dabei auf vorhandene Kundendaten gemeinsam zurückgreifen können“, betont Nitschke. Automatisierte Prozesse und durchgängige Workflows würden dabei die Effizienz steigern und gleichzeitig die Kosten pro Kundenkontakt minimieren. Ohne die Unterstützung durch ein professionelles Customer-Relationship-Management-System (CRM) sei das Kundenbeziehungsmanagement kaum wirtschaftlich und erfolgversprechend zu realisieren. Dies gelte umso mehr, wenn Kunden bundesweit gewonnen und versorgt werden sollen. Auch die heute erforderliche Segmentierung von Kunden – zum Beispiel, um besonders werthaltige Kunden oder solche, die eine hohe Wechselbereitschaft haben, gezielt vertrieblich zu bearbeiten – sei ohne ein IT-gestütztes Customer Relationship Management kaum möglich.
„CRM ist seit Jahren ein Thema bei unseren Kunden – doch die bisherigen Lösungen ließen meist die Zukunftsfähigkeit vermissen oder waren gerade für Stadtwerke zu aufwändig“, blickt Nitschke zurück. So seien Stand-alone-Lösungen durch den schnellen Wandel der IT bei Energieversorgern kaum in der Lage, up to date zu bleiben. „Insbesondere die Schnittstellenproblematik ist bei den ständigen Veränderungen nur mit erheblichen Investitionen in den Griff zu bekommen“, so die Erfahrung des Cortility-Geschäftsführers. Und wirkliche Wettbewerbsvorteile böten langfristig nur integrierte Lösungen wie SAP CRM, die zum Beispiel bei Bedarf direkt auf vorhandene Daten in SAP IS-U zugreifen könnten. „Ich kann verstehen, dass gerade mittelgroße oder kleine Energieversorger sich eher selten für solche Angebote entschieden haben“, sagt Klaus Nitschke. Denn der finanzielle und personelle Aufwand der Einführung sei für diese Unternehmen eine echte Hürde gewesen. „Ich bin froh, dass wir jetzt mit dem Implementierungsservice für SAP CRM Rapid Deployment Solutions eine Möglichkeit für einen überschaubaren Einstieg in die Welt des durchgängigen CRM haben“, freut er sich daher.

Einführung mit Turbo-Speed

„Besonders positiv schätze ich ein, dass Stadtwerke damit klein anfangen und Erfahrungen sammeln können“, betont Nitschke. Anschließend könnten sie ihr System gezielt weiterentwickeln, individualisieren oder um zusätzliche Module ergänzen. Da die vorkonfigurierte Lösung dem Best-Practice-Ansatz folgt, steht der in der Energiewirtschaft notwendige Funktionsumfang, der die täglichen Abläufe in Vertrieb, Service und Marketing vereinfacht, schnell zur Verfügung. „Zusammen mit SAP garantieren wir, dass das System in sechs bis acht Wochen produktiv sein kann – es ist also eine CRM-Einführung mit Turbo-Speed“, erklärt Nitschke (siehe auch Kasten). Außerdem werde SAP CRM Rapid Deployment Solutions zum definierten Festpreis implementiert. „Durch im Voraus festgelegte Kosten und klar abgesteckte Leistungen für die unterschiedlichen Module haben unsere Kunden eine hohe Investitionssicherheit“, so Nitschke. Ein weiterer Vorteil sei das flexible Preismodell, bei dem die Kunden die Rahmenbedingungen entsprechend der individuellen Präferenzen auswählen könnten. „So müssen unsere Kunden nur die Funktionen bezahlen, die sie auch wirklich benötigen“, fasst der Cortility-Geschäftsführer zusammen.

()

Dieser Beitrag ist in der Mai-Ausgabe von stadt+werk erschienen. Hier können Sie ein Exemplar bestellen oder die Zeitschrift abonnieren.

Stichwörter: Informationstechnik, cortility, Customer Relationship Management (CRM)