

LAS

Vertrieb jetzt ausbauen

[26.07.2013] Das Unternehmen LAS unterstützt Stadtwerke beim Aufbau überregionaler Vertriebsmarken. Der Dienstleister bietet dazu ein Serviceportfolio, das Risiken minimieren soll.

Die Rahmenbedingungen für die Gründung neuer Vertriebsmarken durch Stadtwerke sind so günstig wie noch nie. Diese Auffassung vertritt Markus Axt, Geschäftsführer der Leipziger Firma LAS: „Nachdem Pleiten wie die von Teldafax oder Flexstrom national für hohe Aufmerksamkeit gesorgt haben, gehen viele Verbraucher bei der Auswahl ihres Energieversorgers deutlich sorgfältiger vor. Wer hier als Stadtwerk mit hohen Vertrauenswerten und auf Basis eines marktfähigen Angebots bundesweit überzeugen kann, stellt alle Weichen für die Zukunft.“

Regionale Versorger könnten im Sinne der Risikominimierung auf die Dienstleistungen seines Unternehmens, einer Tochter der Stadtwerke Leipzig, zurückgreifen, wirbt Axt. Damit sich Stadtwerke ganz auf ihr Kerngeschäft sowie den Ausbau des bundesweiten Vertriebs konzentrieren können, biete die LAS ein Serviceportfolio, das sich am gesamten Kundenlebenszyklus eines Versorgers ausrichte. Einzelne Leistungen – wie der Aufbau und Betrieb eines effizienten und damit kostengünstigen Web-Portals – könnten an individuelle Bedürfnisse angepasst werden. Neben der Verlässlichkeit der automatisierten und somit kostengünstigen Abwicklung der Standardprozesse stehe dabei vor allem der Innovationsgedanke im Vordergrund. Aus diesem Grund arbeite die unternehmensinterne Forschungs- und Entwicklungsabteilung konsequent am Ausbau der Support-Möglichkeiten im Tagesgeschäft von Energiemarktakteuren. Zudem stehe ein eigenes Formular-Team für die einfache Umsetzung kundenindividueller Ausprägungen der Vertriebskommunikation bei Kampagnen oder Kundenbindungsprogrammen zur Verfügung.

Das Service-Management der LAS garantiere Stadtwerken im Rahmen der Leistungserbringung umfassende Transparenz. Die Bearbeitungsqualität werde auf Basis der definierten Service Level Agreements zu jedem Zeitpunkt überwacht und ein ganzheitlicher Überblick über die erbrachten Leistungen gewährleistet. Auf diese Weise könnten Risiken von Anfang an vermieden und der Vorsicht der Energiemarktakteure effektiv Rechnung getragen werden.

(al)

Stichwörter: Unternehmen, LAS, Vertrieb