

Werl

Analyse zur Kundenkommunikation

[28.02.2022] Die Stadtwerke Werl haben jetzt eine umfassende Studie durchgeführt, die als Grundlage für eine optimale und zukunftsgerichtete Kundenkommunikation sowie Vertriebsaktivitäten dienen soll.

Die Stadtwerke Werl haben jetzt eine umfassende Analyse zur Kundenkommunikation erstellt. Wie die Stadtwerke mitteilen, verfolgen sie damit das Ziel, die Nutzerfreundlichkeit für ihre Kunden optimal zu gestalten und ihre vertrieblichen Aktivitäten passgenau zu steuern. Die Ergebnisse zeigten eine deutliche Tendenz zur stärkeren Nutzung digitaler Kanäle. Robert Stams, Geschäftsführer der Stadtwerke Werl, erläutert: „Corona hat die Entwicklung hin zur digitalen Kommunikation enorm beschleunigt. Wir gehen davon aus, dass der Trend weitergeht.“

Angaben der Stadtwerke zufolge belegen die Zahlen, dass bestimmte Prozesse leicht digitalisiert und standardisiert werden können. Es gehe aber nicht darum, grundsätzlich alles zu automatisieren, betont Norman Petersson, Leiter Vertrieb und Finanzen. Vielmehr sei das Ziel, die Kapazitäten der Mitarbeiter genau da einzusetzen, wo sie auch wirklich gebraucht werden. Die Stadtwerke Werl berücksichtigen die Ergebnisse der Studie etwa bei der Überarbeitung ihres Kundenportals, das im zweiten Quartal 2022 online geht. „Für uns sind die Zahlen eine solide Grundlage für Entscheidungen in Richtung Zukunft. Und sie geben vor, welche Tools wir in welcher Weise ausarbeiten werden“, sagt Norman Petersson. Das Portal biete auch weniger digitalaffinen Kunden eine leicht verständliche, intuitive Nutzerführung und gebe Vertrieb und Marketing der Stadtwerke die Möglichkeit, passgenau und unaufdringlich auf interessante Produkte hinzuweisen.

Verteilung der Anfragen

Laut den Stadtwerken Werl geben die ermittelten Zahlen detaillierten Aufschluss darüber, welche Anliegen in welcher Häufigkeit anfallen – und welche Kommunikationskanäle dafür vorwiegend genutzt werden. Ein Beispiel: Der klassische „An- und Abmeldeprozess“ finde schon häufig per E-Mail statt, dennoch bevorzugen viele Kundinnen und Kunden dafür noch den persönlichen Kontakt. „Es hat also Sinn, im Kundenportal entsprechende Vertriebsaktivitäten zu etablieren. Gleichzeitig wissen wir, dass auch in der persönlichen Beratung Kapazitäten für diese Anliegen da sein müssen“, erläutert Norman Petersson. Aufgrund der Ergebnisse, so die Stadtwerke Werl, wissen sie nun auch ganz genau, an welchen Tagen Anliegen sich häufen. Auch die Verteilung der Anfragen über ein Jahr hinweg haben die Stadtwerke Werl beobachtet: Hier zeige sich eine logische Häufung um den Jahreswechsel: die Stichtagsabrechnung mit den vor- und nachgelagerten Prozessen werde durch die Zahlen in der Auslastung sichtbar. Entsprechend plane der Energiedienstleister die Kapazitäten der Mitarbeiter – und trage somit auch zur internen Prozessoptimierung bei. Denn es gelte, auch und gerade in Zeiten der Energiewende wettbewerbsfähig zu bleiben. „Die Auslastung ist ohnehin im ganzen Haus spürbar, mit der Analyse kann sie besser verteilt werden“, sagt Norman Petersson. Beispielsweise habe der Energieversorger zwei feste jährliche Workshops eingeführt. Einen drei Monate vor der Jahresverbrauchsabrechnung, um die Planung optimal vorzubereiten, einen kurz nach erfolgter Abrechnung, mit dem Ansatz Was lief gut? Was schlecht? „Um unseren Kunden optimalen Service und zukunftsweisende Dienstleistungen zu bieten, müssen wir am Markt bestehen und dafür entsprechende Maßnahmen ergreifen: wichtig ist den Kunden zu kennen, nur so werden wir unseren naturgemäßen Wettbewerbsvorteil, das Vertrauen, ausbauen und halten können“, sagt Norman Petersson. Wie die Stadtwerke berichten, wird die detaillierte Analyse im Jahr 2022

wiederholt, um Anomalien und Entwicklungen frühzeitig erkennen zu können. Unter anderem werden im Zuge der Analyse auch Werbeeffekte gemessen. Eine geschaltete Werbung und die darauf folgende detaillierte Registrierung auf den unterschiedlichen Kanälen mache den Erfolg messbar.

(th)

Stichwörter: Unternehmen, Kundenkommunikation, Stadtwerke Werl