Stadtwerke Werl

Studie zur Kundenkommunikation

[12.06.2024] Zum zweiten Mal haben die Stadtwerke Werl eine Studie zur Nutzung verschiedener Kommunikationkanäle in Auftrag gegeben. Die neuen Ergebnisse zeigen, dass sich die regelmäßige Überprüfung der Kundenbedürfnisse lohnt.

Die Ergebnisse einer von den Stadtwerken Werl in Auftrag gegebenen Studie zur Nutzung verschiedener Kommunikationskanäle zeigen, dass sich eine regelmäßige Überprüfung der Kundenbedürfnisse lohnt. Wie das Unternehmen, das die Studie durchgeführt hat, KI-P mitteilt, handelt es sich bereits um die zweite Studie zu diesem Thema. Die erste, mit Daten aus den Jahren 2020/21 erstellte Studie habe eine deutliche Tendenz zur stärkeren Nutzung digitaler Kanäle gezeigt. Die aktuelle Studie zeige nun eine neue Entwicklung: „Generell hat nach der Energiekrise die Anzahl der Anfragen zugenommen. Neu ist, dass zwar wie erwartet die Nutzung digitaler Kanäle weiter zunimmt. Jedoch gibt es bei bestimmten Anliegen nach Corona wieder einen deutlichen Rückwärtstrend zur persönlichen Kontaktaufnahme“, sagt Norman Petersson, Leiter Vertrieb und Finanzen bei den Stadtwerken Werl.

Passgenaue Planung

Laut Auskünften von KI-P nutzen die Stadtwerke Werl die Ergebnisse der Studie, um das Angebot ihres digitalen Kundenportals und des Kundencenters vor Ort zielgerichtet und passgenau zu planen. Zudem helfe das detaillierte Wissen darüber, wann, wie und von wem das digitale Kundencenter genutzt wird, Vertrieb und Marketing bei der zielgenauen und unaufdringlichen Platzierung interessanter Produkte.
Als Basis für die Studie habe das Unternehmen KI-P alle Anfragen aus dem Kundencenter der Stadtwerke Werl im Jahr 2023 ausgewertet. „Insgesamt hat die Anzahl der Kontaktaufnahmen nach Corona um rund 34 Prozent zugenommen“, erklärt Timo Grimm von KI-P. Während die Anzahl der telefonischen Kontaktaufnahmen stabil geblieben ist, ist der Anstieg vor allem bei der persönlichen Kontaktaufnahme sowie beim Online-Service gestiegen, heißt es weiter von KI-P. Dabei bestimme die Art der Anfrage den Kommunikationskanal: Für eine allgemeine Beratung zu Rechnungen und Tarifen suchen Verbraucher tendenziell den persönlichen Kontakt, während An- und Abmeldungen oder SEPA-Lastschriftmandate bevorzugt online getätigt werden. Mit diesem Wissen könnten beispielsweise Mitarbeitende im Kundencenter zielgenau für die potenziellen Anfragen gebrieft werden.

Jahreszeiten-Trends

Neben generellen Trends nach Corona zeige die Studie auch deutlich, mit welchen Anliegen Kundinnen und Kunden bevorzugt an bestimmten Wochentagen oder zu bestimmten Jahreszeiten nachfragen. Beispielsweise zeichne sich ab, dass die Anfragen zu Abschlagsänderungen und -prüfungen im März besonders hoch sind, während in den Herbst. und Wintermonaten verstärkt Zählerstandsmeldungen sowie An- und Abmeldungen stattfinden.
Vertriebsleiter Norman Petersson weist darauf hin, dass die langjährige Erfassung und Auswertung aus dem Kundencenter auch Prognosen erlaubt. Da die Stadtwerke Werl nun schon Daten seit 2020 auswerten, zeichne sich beispielsweise eine deutliche Prognose für das Jahr 2024 ab. Diese helfe, das Kundencenter zu den richtigen Zeiten stark zu besetzen oder die passenden Marketing-Maßnahmen zur rechten Zeit online durchzuführen.

(th)

Stichwörter: Unternehmen, KI-P, Stadtwerke Werl, Studie