

Online-Services werden im Wettbewerb zum Erfolgsfaktor

Servicequalität und Integration im Fokus

Online-Kanäle zur Kundenkommunikation und Vertriebsunterstützung werden für Energieversorger immer wichtiger. Damit sie Wirkung erzielen, müssen Web-basierte Services kundenorientiert konzipiert sein und ihre Nutzung einen Mehrwert bieten. Die Prozesskosten lassen sich nur durch Integration von Online-Systemen in die Unternehmens-IT senken, sagt E-Business-Experte Andreas Zwiopf, Geschäftsführer der ITC Internet-Trade-Center GmbH & Co. KG.



ITC-Geschäftsführer Andreas Zwiopf:
„Versorger mit dem besten und effizientesten Online-Service werden im Wettbewerb Vorteile haben.“

Die Zahl der Internet-Nutzer in Deutschland ist in den vergangenen Jahren stetig gestiegen. Nach Erhebungen der Arbeitsgemeinschaft @facts, die das Internetverhalten der Deutschen studiert, gingen im Dezember 2004 fast 90 % der 14- bis 19-jährigen regelmäßig online. Bei den 40- bis 49-jährigen Deutschen sind es immerhin knapp 70 %, die mittels World Wide Web kommunizieren und Geschäfte abwickeln. Mehr als die Hälfte aller Deutschen (55 %) nutzen inzwischen das Internet.

Online-Services bieten Versorgern und Kunden vielfältige Vorteile

Auch Energieversorger kommen an der Nutzung dieses Kommunikationskanals nicht mehr vorbei. „Online-Services vereinen eine Reihe entscheidender Vorteile“ so Rechtsanwalt Andreas Zwiopf. Das Unternehmen aus Dresden hat sich auf die Realisierung von E-Business-Lösungen für Versorger spezialisiert.

Zu den Vorteilen zählen laut Zwiopf unter anderem:

- Verfügbarkeit echter Online-Services wie Selbstablesung, Online-Rechnung, Kundenkonto,
- unabhängig von Ort und Zeit verfügbar,
- individuelle und interaktive Beratung ohne Zeitverlust durch Anfahrt, Parkplatzsuche, Warten usw.,
- Betrieb deutlich kostengünstiger als Kundenzentrum und Call-Center.

Damit wird der Online-Kanal eine vollwertige Alternative zum Kundenzentrum und Call-Center. Noch allerdings ist das in vielen Fällen Theorie. Vielen Online-Services fehle noch die Kundenorientierung und damit die Akzeptanz, sagt Andreas Zwiopf. Unkomfortable Formulare, fehlende Interaktionsmöglich-



keiten zwischen Kunden und EVU und ein Mangel an Mehrwert schaffenden Angeboten seien die häufigsten Schwachstellen. Unter diesen Voraussetzungen gebe es für die Kunden kaum einen Grund, die Website ein zweites Mal aufzusuchen. Es bringe auch nichts, wenn beispielsweise Zählerstände zwar per Web-Dialog abgefragt werden, die Daten dann aber von Mitarbeitern manuell eingetippt werden müssen. Ein vollwertiges Kommunikationswerkzeug werde das Online-Kundenzentrum erst, wenn es sowohl kundenorientiert aufgebaut sei (einfache, interaktive und personalisierte Nutzung), als auch zur Senkung der Prozesskosten beitrage (durch Integration in die IT-Systeme und Automatisierung). Außerdem müssten solche Online-Angebote beim Kunden bekannt sein, damit hohe Zugriffsraten erzielt werden können.

Für Andreas Zwiopf steht außer Frage, dass im Wettbewerb auf den Energiemärkten langfristig nicht die billigsten Anbieter Vorteile haben werden, sondern diejenigen, die über den besten und effizientesten Service verfügen. Deshalb erfordere der Wettbewerb die Umsetzung wirksamer Rationalisierungsmaßnahmen, eine aktive Verkaufsunterstüt-

zung und die Entwicklung neuer, ergänzender Produkte und Dienstleistungen.

Integration optimiert Abläufe und senkt Prozesskosten

Mit ITC-PowerCommerce biete sein Unternehmen eine E-Business-Lösung an, die speziell auf die Bedürfnisse der Branche zugeschnitten sei und die Versorger in der gewünschten Weise unterstütze. In der Software-Lösung seien zahlreiche Kerngeschäftsprozesse zwischen EVU und deren Kunden abgebildet. Mit dem Produkt ließen sich vielfältige Leistungsangebote umsetzen, von der klassischen virtuellen Unternehmensrepräsentanz mit den wichtigen Transaktionsfunktionen, über Regionalportale mit differenzierten Angeboten bis hin zum überregionalen Energievertrieb. Eine tief greifende Integration mit den vorhandenen Produktivsystemen, in denen die kundenrelevanten Informationen gespeichert seien, biete die Chance zur Prozessoptimierung und damit zur Kostensenkung. Die Integration zahlreicher Backend-Systeme (u.a. SAP/IS-U, SIV kVASy, SDK Eulvis) sei über die ITC PowerCommerce Standard-Adaptern problemlos möglich.

ITC hat für Versorger verschiedenste E-Business-Lösungen entwickelt, beispielsweise für die Teag in Erfurt (u.a. Teag Strom-Banking), MVV Energie in Mannheim (u.a. Regionalportal MVV-life), für enviaM in Chemnitz sowie für die Stadtwerke in Düsseldorf und Schwerin (jeweils Optimierung des internetgestützten Kommunikations- und Serviceangebots). Auf Basis von ITC-PowerCommerce wurde auch das Erweiterungsmodul EVI online zur internetgestützten Kundenbetreuung für die CRM-Software EVI CS der Cursor Software AG, Gießen, entwickelt.

www.internet-trade-center.com