

CRM für den Energiemarkt

Branchenprozesse und Integrationen entfalten Digitalisierungspotenziale

Die CURSOR Software AG zählt mit mehr als 30 Jahren Branchenerfahrung zu den führenden Anbietern in Sachen CRM. Das Softwarehaus hat mit der Marktliberalisierung 1998 frühzeitig die Notwendigkeit energiespezifischer Lösungen für das Customer Relationship Management (CRM) erkannt. Im Dialog mit EVU entstanden die Branchenlösungen EVI (Vertrieb) und TINA (Netzbetreiber). Die ew-Redaktion sprach mit Jürgen Heidak, Vorstand Software und Consulting, sowie Andreas Lange, Vorstand Vertrieb, über aktuelle Markttrends, die strategische Ausrichtung und die Zusammenarbeit mit den passenden Technologiepartnern.

Herr Heidak, Sie haben bereits als Informatikstudent bei CURSOR angefangen und kennen nicht nur das Unternehmen, sondern auch die Branche sehr genau. Wohin geht die Reise?

Heidak: Die Energiebranche ist maßgeblich vom digitalen Wandel geprägt. Dieser ist wesentlicher Wachstumstreiber für EVU und basiert auf der Vernetzung von Systemen, Services und Organisationen – aber auch von Kunde und Produkt. Für uns als CRM-Anbieter bedeutet das: Privat- und Geschäftskundenprozesse digital abzubilden und diese in bestehende IT-Systeme einzubinden. Nur so lassen sich die Geschäftsprozesse konsequent auf den Kunden ausrichten. Dazu braucht es eine digitale Plattform, und die bieten wir mit unserem CRM 4.0.

Wie profitieren Anwender in der Praxis davon?

Heidak: CRM 4.0 ist für uns ein Modell mit vier Dimensionen. Einerseits dient die Plattform den digitalen Geschäftsprozessen in den klassischen CRM-Bereichen Vertrieb, Marketing und Service. Zum zweiten dient die Plattform der IT-Integration entlang der fachlichen Prozesskette. Die dritte Dimension ist die systemübergreifende Prozessautomation. Eine neue, vierte Dimension sehen wir in der CURSOR-Community. Die Community bietet unterschiedliche Möglichkeiten zur Weiterbildung und zur Vernetzung mit Fach- und Technologieexperten.

Lange: Durch das Zusammenspiel der vier Dimensionen entwickelt sich das System zur zentralen Kommunikations- und Auto-



Quelle: CURSOR Software

Jürgen Heidak: Ein modernes CRM-System, das den Ansprüchen des Markts gerecht werden will, muss über eine Vielzahl von bewährten Schnittstellen verfügen.

mationsplattform bei unseren Kunden. Ich darf einen Kunden zitieren, der den Slogan »EVI ist der Turbo für unsere Geschäftsprozesse« geprägt hat. Alle wertschöpfenden Prozesse laufen ins CRM und werden dort aus- oder weitergeführt. Die Plattform dient als Integrator, um alle Prozesse über mehrere Systeme hinweg zu synchronisieren und zu steuern. Das erzielte Plus an Effizienz und Transparenz kommt Versorgern und Kunden gleichermaßen zugute. Der Kunde profitiert von passenden Produkten und Services. Für Versorger ergeben sich klare Wettbewerbsvorteile.

Sie sehen CURSOR also als digitale Prozessplattform?

Heidak: Wir sehen uns definitiv in dieser Rolle. Denn wir liefern das Hauptssystem für alle Prozesse, die mit Kunden, Interessenten und Marktpartnern zu tun haben, und integrieren alle Systeme, die hierfür erforderlich sind. Dabei arbeiten wir kontinuierlich daran, den Integrations- und Automatisierungsweg weiter auszubauen.

Was ist, wenn das CRM nicht die erforderlichen Integrationsmöglichkeiten bietet?

Lange: CRM-Projekte scheitern häufig, weil standardisierte Schnittstellen nicht vorhanden sind. Ein modernes CRM-System, das den Ansprüchen des Markts gerecht werden will, muss deshalb über eine Vielzahl von bewährten Schnittstellen verfügen. EVI

und TINA sind beispielsweise SAP-zertifiziert und verfügen über Integrationen zu vielen energiewirtschaftlichen Speziallösungen. Dazu gehören bereits im Standard Kalkulations- und EDM-Systeme, aber auch klassische DMS-Schnittstellen oder Groupware-Anbindungen. Besonders wichtig sind außerdem Schnittstellen zu allen im Energiemarkt eingesetzten ERP-Systemen. Dazu gehören SAP IS-U, Schleupen.CS, rhenag Lima, iS Software mit WinEV, SIV (kVaSy), Somentec XAP, Wilken und weitere Anbieter.

Wie wichtig sind in diesem Kontext die passenden Technologiepartner?

Lange: Wir beobachten den Markt sehr genau und nehmen wahr, dass es spezielle Applikationen gibt, die zum Beispiel bei der Abbildung der Customer Journey eine noch größere Anwendungsbreite ermöglichen. Dementsprechend sind wir kontinuierlich auf der Suche nach neuen Technologiepartnern, die genau dieses Know-how liefern. Beispielsweise gibt es im Bereich Marketing Automation aktuell Spezialanbieter, die Mehrwerte wie Live-Tracking, Statistiken zu Landingpages und die Ermittlung von Scoring-Werten anbieten. Daher arbeiten wir mit SC-Networks zusammen, deren Marketing-Automation-Lösung Evalanche zu den modernsten am Markt gehört.

Können Sie das Beispiel näher erläutern?

Lange: Durch die Integration der Lösung Evalanche können im Rahmen einer Kampagne Kunden und Interessenten via E-Mail oder Social Media direkt angesprochen werden. Das Verhalten, wie Webseiten-Besuche oder Klickraten, wird in Evalanche ermittelt und auszugsweise ins CRM zurückgespielt. Diese Kombination aus CRM und Customer Experience Management bietet neue Möglichkeiten für Marketing, Vertrieb und Kundenservice. Und noch viel wichtiger: Sie sichert den 360-Grad-Blick auf das Kundengeschehen.

Heidak: Und dieser 360-Grad-Blick wird auch für Unternehmen aus der Energiebranche immer wichtiger. Regionale Verbundenheit zum lokalen EVU ist für viele Kunden zwar immer noch von hoher Bedeutung, aber sie hat nicht mehr den Stellenwert wie noch vor einigen Jahren. Sowohl Privat- als auch Unternehmenskunden erwarten heute jederzeit beste Preise, faire Konditionen und kompetenten Service – wenn möglich digital. Gerade die Nachfrage nach digitalen Angeboten wird – nicht zuletzt verstärkt durch die Corona-Krise – in Zukunft weiter steigen. Es lohnt sich also, in nachhaltige Kundenerlebnisse und digitale Angebote zu investieren. Ein CRM leistet hier wertvolle Unterstützung.



Quelle: CURSOR Software

Andreas Lange:
Die Kombination aus CRM und Customer Experience Management bietet neue Möglichkeiten für Marketing, Vertrieb und Kundenservice – und sie sichert den 360-Grad-Blick auf das Kundengeschehen.

Was sind aus Ihrer Sicht die erforderlichen Voraussetzungen für eine erfolgreiche CRM-Einführung?

Heidak: Wenn Sie sich heute für eine Lösung zur Realisierung eines exzellenten Kundenmanagements entscheiden, wird der Erfolg durch die Akzeptanz der Anwender bestimmt. Diese haben spezifische Erwartungen und Anforderungen, denen es gilt gerecht zu werden. Daher sind CRM-Lösungen mit energiewirtschaftlichen Prozesstemplates eine gute Wahl. Gerade bei systemübergreifenden Prozessen kommt es auf standardisierte Integrationen an. Dennoch muss dabei eine Erweiterung von Prozessfunktionen und Datenquellen jederzeit möglich sein. Und genau das setzen wir mit unseren CRM-Lösungen um.

Lange: Wichtig ist außerdem eine kompetente Beratung auf Augenhöhe. Bei der Umsetzung von CRM-Projekten ist es wichtig, zunächst die jeweilige Situation des Kunden im Blick zu haben. Also, wie ist der Kunde aufgestellt? Welche Geschäfts- und Vertriebsprozesse werden gefordert? So ergibt sich nach und nach ein klares Bild. Sobald wir dieses Bild haben, lässt sich gemeinsam ein CRM-Konzept mit einem ganz konkreten Nutzen entwickeln.

Welche Rolle spielen energiespezifische Prozesse aus Ihrer Sicht?

Heidak: Wir haben unsere CRM-Lösungen EVI und TINA im engen Austausch mit unseren Energiekunden und Branchenpartnern entwickelt und die Marktanforderungen umgesetzt. Dabei ist einerseits ein CRM-Standardprodukt erforderlich, das die energiewirtschaftlichen Prozesse und Integrationen »Out of the Box« enthält. Andererseits ist auch Flexibilität ein großer Trumpf. Viele unserer Kunden schätzen die innovative Arbeitsumgebung zur Weiterentwicklung der Lösung, zum Beispiel in Form von

Modulen. Diese bieten spezialisierte Funktionen und Prozesse, die aufgrund unserer flexiblen Architektur mit geringem Aufwand eingespielt werden können. Damit versetzen wir unsere Kunden in die Lage, neue Funktionalitäten mit wenig Aufwand evaluieren und auch einsetzen zu können. Dies wiederum ist Voraussetzung dafür, auf die sich immer schneller ändernden Marktanforderungen zu reagieren. Unser Motto hierfür lautet »Mehr Standards, weniger Projekt«. Aktueller Beweis sind unsere konjunkturorientierten Angebote. Diese ergänzenden CRM-Module zur Geschäftspartnerqualifizierung, Insolvenzmanagement und Kündigungsprävention unterstützen bei rezessionsbedingten Herausforderungen und verringern wirtschaftliche Schäden. Somit leisten sie einen nicht unwesentlichen Beitrag, um die Krise erfolgreich zu meistern.

Zum Abschluss noch ein Blick in die Zukunft. Wo sehen Sie CURSOR langfristig in der Branche positioniert?

Heidak: Langfristig möchten wir unsere Rolle als führender Anbieter für CRM und Digitalisierung weiter ausbauen und gemeinsam mit unseren Kunden wachsen. Die digitale Transformation ist zentraler Bestandteil der Unternehmensstrategie von EVU und wichtiges Differenzierungsmerkmal zum Wettbewerb. Unser Fokus als Lösungsanbieter liegt folglich darauf, hier konkrete Unterstützung mit der passenden Software und Beratung zu leisten. Auch wenn wir mit unserem CRM 4.0 aktuell sehr gut aufgestellt sind, arbeiten wir kontinuierlich daran, Markttrends aufzugreifen und unsere Lösung dahingehend weiterzuentwickeln.

>> info@cursor.de

>> www.cursor.de