

CRM-Trends in der Energiewirtschaft

Von der Kundeninteraktion zur Customer Experience

Immer mehr Energieversorger setzen auf leistungsfähige Customer-Relationship-Management-Systeme (CRM). Eine CRM-Plattform, die als zentraler Informations-Hub für alle Kundenbelange fungiert, bringt dabei entscheidende Wettbewerbsvorteile. Welche besonderen Aspekte bei der Auswahl und Einführung einer CRM-Lösung berücksichtigt werden müssen, beschreibt Andreas Lange, Vorstandsmitglied bei der Cursor Software AG.

Das Digitalisierungstempo bei Stadtwerken und EVU steigt rasant. Verstärkt durch die Corona-Pandemie und den damit einhergehenden Wegfall persönlicher Vor-Ort-Interaktionen gewinnt die digitale 1:1-Kommunikation immer mehr an Bedeutung. Laut der aktuellen Studie Digital@EVU des Bundesverbands der Energie- und Wasserwirtschaft (BDEW) hat die Mehrheit der befragten EVU eine klare Digitalisierungsstrategie; 33 % planen die digitale Kundenzentrierung durch Omni-Channel-Optimierung voranzutreiben. Zahlreiche Versorger setzen daher auf leistungsfähige Customer-Relationship-Management-Systeme (CRM), wie Evi (für EVU) und Tina (für Netzbetreiber) der Cursor Software AG, um mit einem Schlag ihre Kunden- und Geschäftsprozesse der neuen Realität anzupassen. Bei der Wahl der passenden Lösung gilt es allerdings, Trends sowie Funktionsumfang des jeweiligen CRM-Systems zu berücksichtigen.

CRM-System als zentraler Informations-Hub

Um die Möglichkeiten des Customer-Relationship-Managements voll auszuschöpfen, führt heute kein Weg mehr an einer CRM-Plattform vorbei. »Diese fungiert quasi als zentraler Informations-Hub für alle Kundenbelange inklusive professioneller Datenanalyse mit 360-Grad-Sicht auf Kunden und Interessenten. So gelingt die durchgängige digitale Unterstützung aller kundenbezogenen Geschäftsprozesse und deren Automatisierung – zum Beispiel in EVU-Kernbereichen wie Preisanpassungen oder der Erstellung von Vertragsangeboten«, berichtet Andreas Lange, Vorstandsmitglied beim CRM-Experten Cursor. Außerdem, so Lange, ergeben sich auf elegante Weise kurze, einfache



Quelle: Cursor

Cursor-Vorstandsmitglied Andreas Lange: »Eine CRM-Plattform muss als zentraler Informations-Hub fungieren – für alle Kundenbelange inklusive professioneller Datenanalyse mit 360-Grad-Sicht auf Kunden und Interessenten«.

und effiziente Wege bei der täglichen Arbeit, auch im mobilen Office.

Integrationsvielfalt ist ein Muss

Damit das CRM seine Stärken voll ausspielen kann, sollten gerade EVU auf eine hohe Integrationsdichte achten. »Entscheidend ist die professionelle und idealerweise standardisierte Integration energiewirtschaftlicher ERP-Systeme beispielsweise von SAP, Schleppen, iS Software, Wilken oder Powercloud. Über Webservice-basierte Integrationen im Live-Betrieb sorgen Evi und Tina für eine tiefe Verzahnung von Service, Marketing und Vertrieb und ermöglichen ein effizientes Geschäftsmanagement – zum Beispiel durch die Initiierung von Abrechnungsprozessen aus dem CRM«, stellt Lange klar. Generell gilt: Nahtlose Integrationen sind kein Nice-to-Have, sondern heute ein absolutes Muss bei der CRM-Auswahl.

Cursor setzt schon seit Langem auf eine hohe Integrationsvielfalt bei ihren CRM-Systemen. »Stand heute bieten wir über 400 Integrationen und werden diese –

in Zusammenarbeit mit unseren Kunden – weiter forcieren«, verdeutlicht Lange. Denn auch jenseits von ERP-Systemen bieten angebundene Drittsysteme vielfältige Möglichkeiten, um die eigenen CRM-Daten mit relevanten Informationen anzureichern. Dazu zählen vor allem die Aktivitäten aus dem Kunden- und Partnerportal, Schufa-Auskünfte und die Integration von Newsletter-Tools für qualifiziertes E-Mail-Marketing. Vor allem Energieversorger und Netzbetreiber verfügen über heterogene IT-Umgebungen mit einer Vielzahl an Drittsystemen. »Das Vorantreiben der eigenen Integrationsfähigkeit ist uns ein wichtiges Anliegen. So schaffen wir Raum für die Gestaltung benutzerbezogener Prozesse mit direkt spürbarem Mehrwert entlang der Customer Journey«, so Lange.

Mehrwert durch Partnerschaften: Beispiel Omni-Channel-Beratung

Mit vielfältigen Integrationsmöglichkeiten sollte auch ein passendes Partnernetzwerk des geplanten CRM-Anbie-

