

➔ Automatisierte Kundenrückgewinnung: Welche Kunden möchte ich halten?



Im Rahmen der cronos Marktstudien wurde deutlich, dass die Kundenrückgewinnung in der Energiebranche mittlerweile ein Standardprozess ist. So gaben 82 Prozent der befragten Unternehmen an, Kundenrückgewinnungsaktivitäten regelmäßig durchzuführen. Vielfach wird dieser Prozess jedoch noch weitestgehend manuell abgewickelt. Dabei gibt es durchaus Möglichkeiten, viele Abläufe bei der Kundenrückgewinnung zu automatisieren.

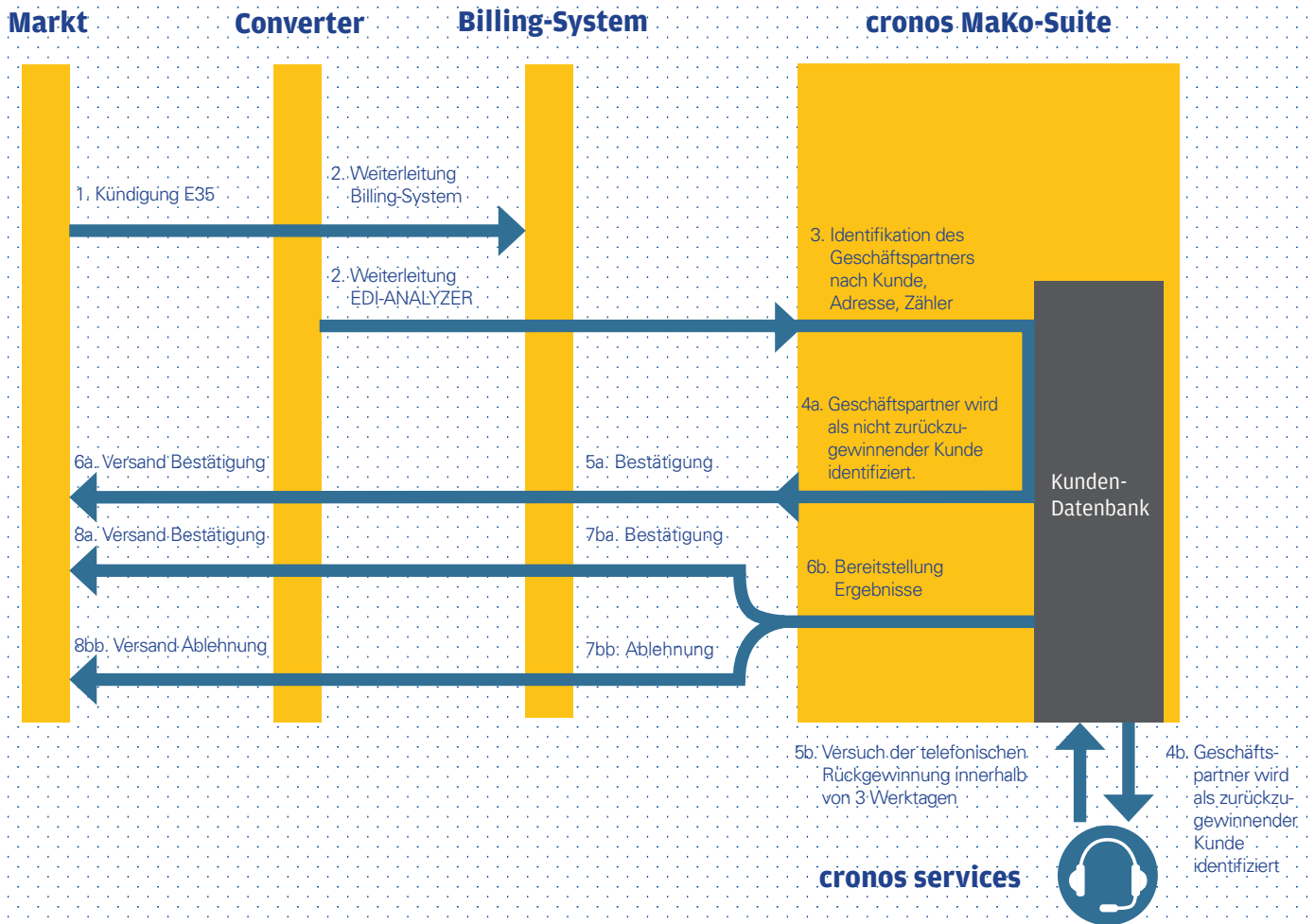
Mit der Einführung der Marktkommunikation 2007 entwickel-

te cronos mit der Mako-Suite ein Tool¹, mit dessen Hilfe alle gängigen Marktnachrichten in Bezug auf die Segmentinhalte analysiert werden können. Dieses Tool wird seit einigen Jahren erfolgreich von Lieferanten dazu eingesetzt, Kündigungen automatisiert zu identifizieren und für Rückgewinnungsaktionen aufzubereiten.

Im Folgenden wird das Verfahren exemplarisch dargestellt:

Zunächst erfolgt der Eingang der Kündigung E35 beziehungsweise der Kündigungsanfrage durch

Abb. 1: Schematischer Prozessablauf



den Netzbetreiber. Danach hat der Lieferant drei Werktage Zeit, mit einer Bestätigung oder Ablehnung auf die Kündigung zu reagieren, und kann so Maßnahmen einleiten, um den Kunden gegebenenfalls umzustimmen. Die Kündigung wird standardmäßig im Billing-System verarbeitet. Zusätzlich identifiziert die MaKo-Suite die E35-Meldungen und prüft sie gegen den aktiven Kundenstamm, der je nach IT-Anwendungslandschaft auch direkt im Billing-System liegen kann, etwa in SAP IS-U. Die Identifizierung der Kunden erfolgt über Adresse und Zäh-

lernummer. Das Ergebnis ist eine Liste von namensscharfen Kündigern. Da nicht Kunde gleich Kunde ist, empfiehlt es sich, die Liste nach weiteren Wertkriterien zu differenzieren, wie etwa Bonität, Kontakthäufigkeit oder bestehende Kundenwertkennzahlen. Damit lässt sich die Frage „Welche Kunden möchte ich als Lieferant halten?“ einfach beantworten. Am Ende erhält man eine „Short-List“ der Kunden, bei denen sich eine Rückgewinnung lohnen würde. Diese wird dann von geschultem Servicepersonal, etwa von den cronos services,

im Rahmen einer strukturierten Rückgewinnungskampagne abgearbeitet. Die Kunden, die sich auf diese Weise zurückgewinnen ließen, erhalten dann innerhalb der Drei-Tage-Frist eine Ablehnung ihrer Kündigung. Allen anderen wird die Bestätigung fristgerecht und automatisiert zugesandt.

Gerne unterstützen wir Sie auch bei der Automatisierung Ihres Rückgewinnungsprozesses.

1) Verweis auf die ci Nr. 18, Mai 2010 „Mako-Suite“

i Marcus Krüger

Jahrgang: 1971
 Studienabschluss/Titel: Dipl.-Kaufmann
 Studium: Studium der Betriebswirtschaftslehre in Münster, Schwerpunkt: Wirtschaftsinformatik
 Werdegang: Seit 2001 Mitglied der Geschäftsleitung der cronos
 Tätigkeitsschwerpunkte: Seit 1996 tätig in der Prozess- und IT-Beratung von Energieversorgungsunternehmen mit den Schwerpunkten Projektmanagement, IT-Strategie, IT-Fusions- und Harmonisierungsprojekte