

ENERGY 2.0

publish
industry
verlag

5+6.2015

ZUKUNFT ENERGIE

DAS INDUSTRIE-
BEWERTUNGSPORTAL
INDUSTR
.COM



Diese Ausgabe
digital lesen auf
iPad und Co.

GEHEIMNISUMWITTERT

WÄRMETAUSCHER-SPEZIALIST MIT NEUEM AUFTRITT

SOLAR KOSTENGÜNSTIG

PV am Boden, Budget-Wechselrichter ab S. 24

WINDKRAFT AUSREIZEN

Fit für den Energiemarkt von morgen S. 34

ENERGIEWENDE DIGITAL

Chance für EVU und Netzbetreiber S. 54

ORDNUNG SCHAFFT DATEN-ÜBERSICHT

Tarife, Kundendaten, Mitbewerber – Energieversorgern darf heute nichts mehr entgehen. Damit sie im Daten-Dschungel nicht den Überblick verlieren, eröffnen flexible Data-Discovery-Lösungen ganz neue Anwendungen und Absatzmöglichkeiten.

TEXT: Thomas Wibbels, Exin BILDER: Muharrem Öner/iStockphoto, Exin

Übersicht ist für Energieversorger essenziell. Dazu gehört auch die Fähigkeit, neue Erkenntnisse flexibel aus der laufenden Geschäftstätigkeit zu gewinnen. Traditionelle Business-Intelligence-Systeme (BI) werten unterschiedliche Daten aus, etwa Kundenstamm- und Abrechnungsdaten, Netznutzungsentgelte, Daten zu Gerätemanagement, Instandhaltung und Betrieb. Dabei greifen sie größtenteils auf strukturierte Daten zurück. In diesem Umfeld spielen sie ihre Stärken voll aus.

Problematisch wird es, wenn die Heterogenität der Datenlieferanten und -formate ansteigt und die Fragestellungen nicht von vorneherein klar sind. Aber mit welchen Tools finden Energieversorger schnelle Antworten auf drängende Fragen wie: Wirken unserer Kündiger-Präventions-Kampagnen? Auf welchen Kanälen kontaktieren uns Neu- und Bestandskunden? Was sind ihre Anliegen? Wie entwickeln sich die Abschlüsse unserer Kunden und welche Auswirkungen hat dies auf unser Beschaffungsportfolio? Wie ist der Effekt von verschiebenden Portfolios und Neukunden-Kampagnen?

Um derartige Fragen aus Vertrieb, Marketing und Beschaffung zu beantworten, besitzen klassische BI-Lösungen aufgrund ihrer langen Entwicklungszyklen und hohen Einrichtungskosten selten die nötige Flexibilität und Kosteneffizienz. Zudem gehen durch die Voraggregation der Daten eventuell wichtige Informationen verloren. Unter Voraggregation versteht man die Sammlung, Vorabauswahl und Vorformatierung der jeweils zu verwendenden Daten, die der Verdichtung der Daten, also zur Reduzierung des Umfangs dient.



Ganz schön aufgeräumt: Man sagt, Ordnung ist das halbe Leben. Zumindest macht sie die Arbeit einfacher, das gilt auch für EVU.

Das erfordert einen hohen Investitions-, Installations- und Schulungsaufwand, insbesondere wenn Social-Media-Kanäle wie Facebook oder Twitter in die Betrachtung mit einbezogen werden sollen. Hinzu kommt zusätzlicher Anpassungsaufwand, wenn schnelle Antworten auf aktuelle Fragen gefunden werden müssen. Abhilfe schafft hier das schlanke Selbstbedienungsprinzip des Data-Discovery.

Damit sind einzelne Abteilungen oder Personen ohne große Einrichtungsmühen in der Lage, nicht nur Kunden zu ermitteln, die zur Churn-Reduktion angeschrieben werden müssen. Ebenso können sie transparent darstellen, wie sich die Churn-Rate während einer Kündigungspräventions-Kampagne entwickelt hat, oder in welchem Verhältnis der Kampagnenerfolg zu den Kosten steht. Für zusätzliche Beschleunigung sorgt die Möglichkeit von QlikView, Social-Media-Einträge auf Twitter oder Facebook direkt von den jeweiligen Anbietern live zu beziehen und ohne Umwege zu analysieren.

Leitungsfähigkeit des Vertriebs stärken

Bei der Vielzahl an Tarifen innerhalb einer differenzierter werdenden Produktvielfalt wächst für viele Energieversorgungsunternehmen auch der Aufwand, den aktuellen Vertriebsstatus genau einzuschätzen.

Das Produktangebot wird zunehmend komplexer und die Daten befinden sich mitunter in separaten Systemen. Um den aktuellen Finanzstatus des Energiegeschäfts im Blick zu behalten, aber auch um potenzielle Schwachstellen zu analysieren und Umsatzchancen rasch zu identifizieren, ist ein konsolidierter Blick auf die Vertriebsperformance jedoch eminent wichtig.

Die Vertriebscontrolling-Lösung von Exin auf Basis von QlikView ermöglicht Entscheidern, individuelle Analysen nach eigenen Fragestellungen binnen kürzester Zeit selbständig durchzuführen, etwa wie sich Kundenzahlen, Kosten, Erlöse und Margen entwickeln und ob ein Team im Plan liegt. Ebenso einfach können die einzelnen Produkte hinsichtlich Kosten und Marge miteinander verglichen werden. So lässt sich eine zuverlässigere Plan-/Ist-Auswertung durchführen, man kann den Umsatz nach Gebiet, Produkt und Kunde analysieren und den Fokus auf die profitablen Produkte und Geschäftsbereiche legen.

An Preisvergleichsportale denken

Immer mehr wechselwillige Verbraucher orientieren sich auf der Suche nach einem Strom- oder Gasanbieter an Preisvergleichsportalen wie Verivox, Check24 oder Toptarif. Dieser neue Vertriebskanal stellt die jeweiligen Fachbereiche der Versorger vor Herausforderungen: Wie gelangt man mit den eigenen Tarifen unter die Erstplatzierten und schafft es dabei, trotz günstigen Preises noch genügend Marge zu erwirtschaften? Die Exin-Analyse-Lösung bietet dafür Versorgungsunternehmen passgenaue Einblicke in den Zusammenhang zwischen der Positionierung auf den Preisvergleichsportalen und der jeweils erzielten Abschlussrate – samt Rückschlüssen auf die Marge der verschiedenen Tarifangebote.

Die Ergebnisse liefern eine verlässliche Basis für flexible Preisadjustierungen und Gewinnkalkulationen auf der Versorgerseite. Hierfür fließen die Daten aus dem eigenen Abrechnungs- oder CRM-System wie Preisangaben und Informationen zu gewonnenen Neukunden mit den Daten der jeweiligen Vergleichsportale zur aktuellen Platzierung zusammen. Hinzu kommen spezifische Informationen zu den Netzkosten in den jeweiligen Postleitzahlengebieten – die beispielsweise Dienstleister wie Ene't gesammelt anbieten.

Eine Verknüpfung der verschiedenen internen und externen Datentöpfe ist dank der umfangreichen Möglichkeiten der DD-Software von QlikView jederzeit möglich. Auswertungen können beliebig erweitert werden, ohne dass hierfür jedes Mal die IT-Abteilung zu Rate gezogen werden muss. Fachabteilungen gewinnen somit ganz neue Freiheiten und Preisspielräume können optimal ausgenutzt werden.

So könnte ein Anbieter, der aktuell bei einer Anfrage eines Interessenten auf Platz 1 in einer Vergleichsliste auftaucht, seinen Preis sogar noch um fünf Euro im Monat anheben, ohne dass sich etwas an der Platzierung selbst ändert. Im Endeffekt bedeutet das: Wenn aufgrund des Rankings tausend Kunden zu ihm wechseln, wäre sein Umsatz gleich um 5000 Euro im Monat höher. □



Thomas Wibbels, Senior Berater bei der eXin AG