

e | m | w

Energie. Markt. Wettbewerb.

Organisation & Strategie

Dem Kunden mehr als einmal begegnen

Von **Daniel Paulmaier**, Leiter strategische Produktentwicklung,
Wilken Software Group

Dem Kunden mehr als einmal begegnen

Individualisierte Kommunikation in allen Lebenslagen

Lange Zeit kommunizierten Versorgungsunternehmen genau einmal im Jahr mit ihren Kunden: über die Jahresabrechnung. Dass dies nicht ausreicht, haben inzwischen die meisten Stadtwerke erkannt. Dennoch fehlt es Ihnen an Mitteln, den Kunden individuell und persönlich anzusprechen, mit genau den Informationen, die ihn in der jeweiligen Lebenssituation auch tatsächlich interessieren. Dies ändert sich gerade: Denn mithilfe moderner Portaltechnologien lässt sich nun auch online eine „One2One“-Kundenkommunikation umsetzen, welche die Kunden über alle Lebensphasen hinweg begleitet.

✦ Von **Daniel Paulmaier**, Leiter strategische Produktentwicklung, Wilken Software Group

Schüler brauchen andere Informationen und Angebote als junge Familien, eine Rentnerin benötigt einen einfacheren Portalzugang als ein Student: Moderne Portallösungen müssen sich flexibel und rollenbasiert an die jeweilige Lebenssituation von Kunden und Interessenten anpassen. Denn für Versorgungsunternehmen reicht es nicht mehr aus, einmal jährlich über die Rechnung mit dem Kunden zu kommunizieren. Um sie langfristig binden zu können, werden eine Vielzahl von positiven Kontaktpunkten benötigt, um eine entsprechende Markenwahrnehmung und damit -bindung herzustellen. Mit herkömmlichen Kundenportalen funktioniert dies bisher nicht, denn diese sind nicht flexibel genug, sondern lediglich von den internen Prozessen und nicht vom Kunden her gedacht.

Während die meisten Branchenlösungen für die Versorgungswirtschaft schon seit vielen Jahren auf dem Markt sind, stellen Online-Schnittstellen zum Kunden – wie etwa Self-Service- oder Vertriebsportale – eine verhältnismäßig junge Entwicklung dar. Das erklärt, warum sie kaum standardisiert sind und in der Regel auch technologisch auf einer völlig anderen Basis entwickelt wurden, als die restlichen der im Unternehmen eingesetzten Anwendungen. Anders

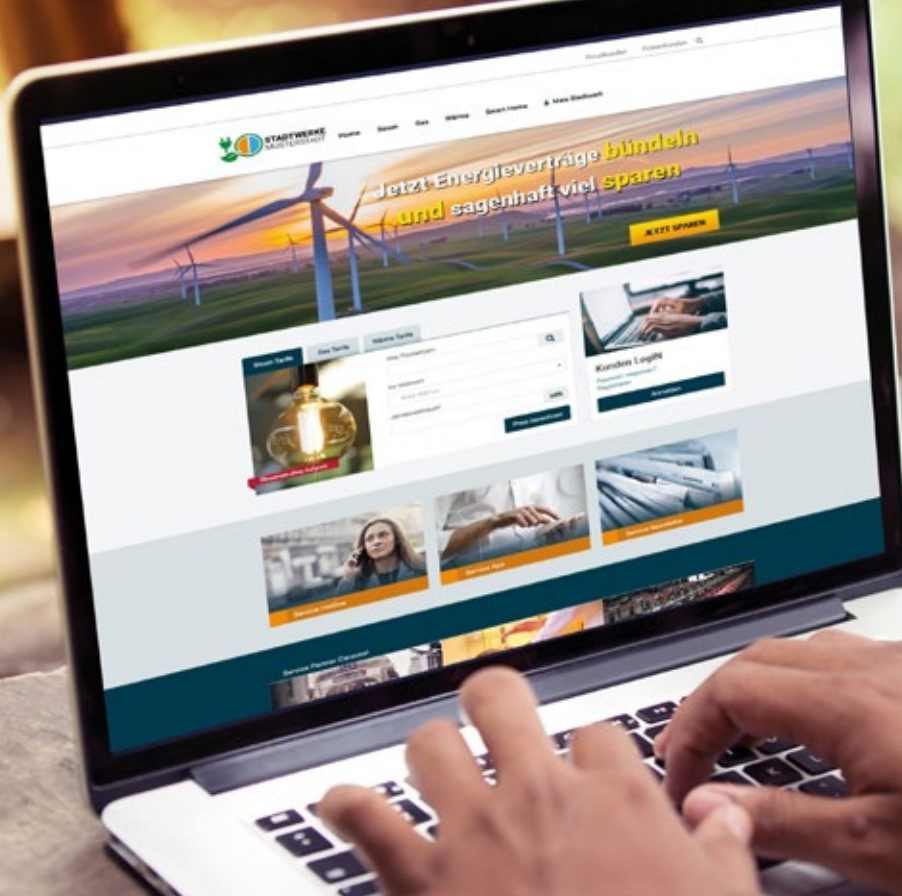
als bei normalen Websites wird für die Entwicklung und Pflege der Inhalte meist kein Content-Management-System (CMS) verwendet, sondern die Seiten werden separat programmiert. Damit sind sie jedoch weder ein integraler Bestandteil des Internet-Auftritts noch tief in die operativen Systeme integriert. Die Folge: Die Portale sind nur unvollständig in die internen und externen Geschäftsprozesse eingebettet, es kommt zu Systembrüchen und nicht selten auch zu menschlichen Schnittstellen, die Daten manuell in die weiterführenden Systeme übergeben. Solche Lösungen sind aufwändig im Betrieb und fehleranfällig – es handelt sich gewissermaßen um eine Digitalisierung mit Krücken. Natürlich führte die technologische Entwicklung dazu, dass sich die Anbindung der Portale über entsprechende Web-Services immer weiter verbessert hat. Doch es blieb dabei, dass sie im Grunde Fremdkörper sind, die nur mit viel Aufwand in die digitalen Abläufe eingebunden werden konnten.

Zielgruppengerecht kommunizieren

Die zuvor beschriebene Situation war Grund genug für die Wilken Software Group, ihre bestehenden Kundenportale auf den Prüfstand zu stellen und mit dem „P/5 One2One“-Portal ein völlig neues Konzept zu entwickeln. Eine Grundidee war dabei, dass Portale künftig standar-

disiert und einfach konfigurierbar sein müssen. Je nach Rolle oder Zielgruppe lassen sich so in Abhängigkeit vom Zweck eigene Zugänge schaffen, über die auch nur die Dienste zur Verfügung stehen, die dafür nötig sind. Und es sollten nicht nur klassische Dienste integriert werden, wie etwa die Möglichkeit, Adressänderungen durchzuführen oder neue Bankverbindungen einzupflegen.

Vielmehr sollte es möglich sein, sämtliche Prozesse eines Versorgungsunternehmens, bei denen externe Zielgruppen wie Kunden oder Geschäftspartner beteiligt sind, in die Abläufe einzubinden. Das Ziel: Eine rollenbasierte Online-Zentrale, die ganz unterschiedliche Aufgaben abdeckt. Kunden sollten hier nicht nur ihre Abrechnungen angezeigt bekommen, sondern beispielsweise künftig auch Messdaten zum individuellen Energieverbrauch oder den Heizkosten abrufen können. Aber auch neue Angebote – wie etwa die Suche nach einem freien Parkplatz – sollte über die Einbindung von LoRa-Sensoren möglich sein. Diese funktionalen Komponenten sind dabei eingebettet in redaktionelle Inhalte, die für die jeweilige Zielgruppe relevant sind. Denn nur relevante Inhalte machen das Kundenportal zu einer gern besuchten Informationsquelle. Und nur dann lässt sich auf diesem Kanal auch effektiv kommunizieren.



Individuelle Seiten per Drag&Drop

Basis für die neue Portallösung ist ein hybrides Content-Management-System mit branchenspezifisch ausgeprägten Widgets. Über diese können im Redaktionssystem die jeweiligen Portalseiten schnell und einfach mit der Maus zusammengebaut werden. Je nach Zielgruppe und Zweck werden die dafür nötigen Bausteine zentral entwickelt und zur Verfügung gestellt. Das Portal ist somit einfach an die jeweiligen Kunden- und Interessentenprofile anpassbar, ohne dass Programmierkenntnisse nötig wären. Damit können Versorgungsunternehmen diese Anpassungen jederzeit selbst vornehmen.

So wird die Kommunikation kundenzentriert über alle Lebensphasen hinweg steuerbar: für Schüler können auf diese Weise etwa ÖPNV-Angebote oder saisonale Freizeit-Angebote im Vordergrund stehen. Dem Studenten wird dagegen ein spezieller „Out-of-Area“-Tarif angeboten, um ihn als Kunden zu halten. Bei jungen Familien rückt stattdessen die PV-Anlage für das künftige Eigenheim in den Vordergrund. Und für Rentner gibt es einen speziellen, barrierefreien Zugang zum Portal.

Der einzelne Mensch im Fokus

Die neue Portalgeneration ist nur ein Baustein, wenn es darum geht, Kunden oder Interessenten mit genau den Informationen zu versorgen, die sie ihren Bedürfnissen entsprechend auch tatsächlich interessieren. Schon etwas länger sind Lösungen wie die Wilken E-Marketing Suite auf dem Markt, über die der Kunde beispielsweise

via E-Mail sehr individuell mit relevanten Inhalten versorgt werden kann. Dies funktioniert über eine automatisierte Profilierung, bei der nicht nur demografische Daten zugrunde gelegt werden, sondern beispielweise auch das Klickverhalten, wenn er über einen E-Mail-Newsletter bestimmte Angebote auf einer Website ansteuert. Ähnliche Profilierungstechniken werden bald auch im „One2One“-Portal zur Verfügung stehen, um die Inhalte noch besser auf die jeweiligen Bedürfnisse ausrichten zu können.

Dabei wird es schon bald nicht mehr nur um die Angebote des jeweiligen Stadtwerks gehen. Denn mit dem Wandel zum regionalen Umsorger wird auch die neue Rolle als verantwortungsbewusster Datendienstleister einer Region an Bedeutung gewinnen. Schon heute macht es durchaus Sinn, der jungen Familie neben Optionen zum energieeffizienten Hausbau auch einen Zugang zur lokalen Kita-App anzubieten. Dort kann sie nicht nur nach freien Plätzen suchen oder den Betreuungsvertrag abschließen, sondern das Kind im Krankheitsfall auch direkt entschuldigen. Ähnlich lassen sich weitere Angebote einer Kommune in das Portal integrieren, aber auch Angebote von Partnerunternehmen, etwa für die Installation einer Wallbox für das Elektromobil.

Transformation zum Digitalumsorger

Am Ende können Stadtwerke zum Betreiber einer kompletten digitalen Vernetzungsplattform für die Daseinsvorsorge einer Stadt werden. Die Bürger haben

dann über eine Stadt-App Zugriff auf eine Vielzahl von Leistungen. Neben der Verwaltung sind Kulturinstitutionen, soziale Einrichtungen sowie die Unternehmen der Stadt in einer solchen Plattform eingebunden. Darüber lassen sich dann Behördengänge genauso abwickeln wie die Suche nach einem Pflegeplatz. Man kauft dann nicht mehr nur eine Theaterkarte, sondern gleichzeitig die Fahrt mit Taxi oder Bus hin und zurück sowie den Cocktail in der Pause im Paket zum Pauschalpreis. Die Abrechnung mit allen Beteiligten übernimmt dann das Abrechnungssystem im Hintergrund. Das Stadtwerk wird so tatsächlich zum regionalen Umsorger, der die Bürgerinnen und Bürger immer mit den Angeboten beliefert, die sie in der jeweiligen Lebenssituation benötigen. ◀



DANIEL PAULMAIER

Jahrgang 1984

- 2005–2009 Dipl. Wirtschaftsinformatik an der TH Ulm
- 2009–2018 diverse Rollen in der Produktentwicklung bei der Wilken Software Group
- seit 2018 Strategisches Produktmanagement in der Wilken Software Group
- seit 2019 Geschäftsführer der KIK-S GmbH
- ✉ daniel.paulmaier@wilken.de

e | m | w

Energie. Markt. Wettbewerb.

energate gmbh

Norbertstraße 3-5

D-45131 Essen

Tel.: +49 (0) 201.1022.500

Fax: +49 (0) 201.1022.555

www.energate.de

www.emw-online.com

Bestellen Sie jetzt Ihre persönliche Ausgabe!

www.emw-online.com/bestellen

