



Quelle: Fichtner IT Consulting GmbH

Business Geo Intelligence

Vertriebsprozesse und Kundenanalyse optimieren

Disruptive Prozesse wirken sich auch auf die Abläufe in den Vertriebsabteilungen von EVU und Stadtwerken aus. So müssen die Unternehmen künftig schnell auf sich ändernde Kundenanforderungen und Wettbewerbssituationen reagieren können. Innovative Softwaretools auf der Basis von Business Geo Intelligence unterstützen sie dabei, indem sie Kundendaten transparent darstellen. Regionale Aspekte werden berücksichtigt und Kündigungswahrscheinlichkeiten vorausgesagt. So lassen sich alle wichtigen Fragen im gesamten Vertriebsprozess transparent, schnell und nachvollziehbar beantworten.

Energieversorgungsunternehmen sind mitten in einer der größten Veränderungsphasen, die sie jemals zu bewältigen hatten. Nach der Liberalisierung des Energiemarkts schlagen nun disruptive Effekte rund um die digitale Transformation auch in den Vertriebsabteilungen auf. Abläufe müssen entsprechend angepasst werden. Zudem haben sich die Bedürfnisse der Verbraucher in den vergangenen Jahren rasant verändert. Sie fordern individualisierte und flexible Angebote. Viele Rahmenparameter des Energiemarkts weisen dabei regionale Bezüge auf. Zum Bewältigen solcher Herausforderungen gibt es entsprechende Technologien und

Systeme, die den Energievertrieb von EVU und Stadtwerken optimal unterstützen.

Integrierte, transparente und steuerbare Vertriebsprozesse

Bereits auf dem BDEW-Kongress 2008 wurde intensiv darüber diskutiert, dass nicht nur eine optimierte Beschaffung, sondern auch ein effizienter Vertriebsprozess den entscheidenden Wettbewerbsvorteil schafft, um die anstehenden Herausforderungen des modernen Energiemarkts bewältigen zu können. Notwendig dafür ist vor allem die Nutzung moderner, integrierter Techno-

logien, um Vertriebsprozesse steuerbar, transparent und messbar zu machen.

Wichtig ist dabei, zu erkennen, dass moderne IT-Systeme nicht nur Kostenpositionen sind. Sie sind vielmehr die entscheidenden Erfolgsfaktoren nachhaltig erfolgreicher Unternehmen und die geeigneten Werkzeuge, um Kosten einzudämmen sowie Geschäftsentwicklung und Umsatzwachstum zu fördern. Diese Erkenntnis ist im Jahr 2018 nahezu flächendeckend akzeptiert.

Während jedoch einige Unternehmen versuchen, mit einer vorgelagerten Kundensegmentierung und Marktanalyse

geeignete Vertriebsstrategien zu entwickeln, fehlt es meist an der Möglichkeit, diese Analysen dynamisch, transparent und vor allem integriert ausführen zu können. Zudem weisen die meisten Rahmenparameter sowohl einen hohen Raumbezug (zum Beispiel Netzverfügbarkeit, Nähe zu Service-Centern, E-Mobility-Angebote, Events) als auch eine zeitliche Variabilität auf, die bislang mit den bekannten Mitteln fast nicht berücksichtigt werden konnten.

Kundenverhalten im Fokus

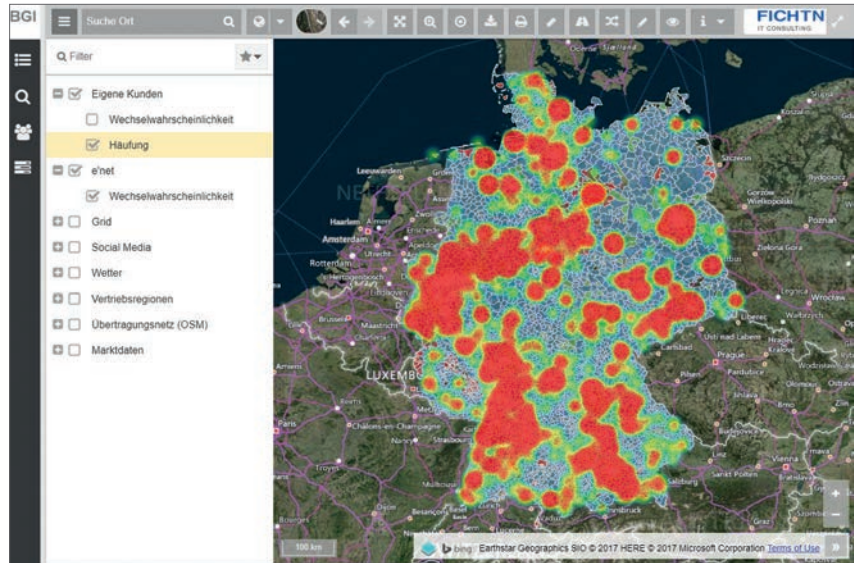
Einige der wichtigsten Fragen der Vertriebsabteilungen von Flächen- und Regionalversorgern im liberalisierten Energiemarkt lauten:

- Wo sind meine kritischen Kunden mit hoher Wechselwahrscheinlichkeit?
- Wo habe ich wie viele Kunden und wo gibt es potenzielle Neukunden?
- Wie bewerte ich einen spezifischen Kunden?
- In welchen Vertriebsgebieten bin ich besonders erfolgreich oder eher unterdurchschnittlich?
- Aus welchen Angeboten anderer Stromversorger können meine Kunden wählen?
- Verliert oder gewinnt das Unternehmen in bestimmten Gebieten und Verbrauchsgruppen auffällig viele Kunden? Ist ein Trend erkennbar?

Hinzu kommen weitere Informationen und Fragestellungen aus externen Markterhebungen und dem internen Customer Relationship Management:

- Wie ist die Restlaufzeit eines Vertrags?
- Gab es bei einem Kunden Störungen? Hat er sich beschwert?
- Hat der Kunde Zahlungsrückstände?
- Ist er Barzahler oder Überweisungskunde?
- Wie hoch ist die statistische Wechselbereitschaft in einem Postleitzahlengebiet?
- Wie sind Altersstruktur und Bildungsniveau im räumlichen Umfeld?
- Welches soziale Umfeld herrscht in dem Gebiet vor?

All diese Fragen können schnell, sicher und anschaulich dargestellt mit dem Tool BGI Customer Analytics von Fichtner IT Consulting beantwortet werden. Darauf aufbauend lassen sich gezielte Maßnahmen einleiten, zum Beispiel in Form eines individualisierten, regionalen Kampagnenmanagements. Stromanbieter können so schnell reagieren, noch bevor Kunden möglicherweise Verträge kündi-



Quelle: Fichtner IT Consulting GmbH, Microsoft, HERE, HERE, eme't

Bild 1. Dynamisches Übersichtsreporting auf Knopfdruck – abgebildet sind die regionale Verteilung von Zugängen und Abgängen zu einem Stichtag und die Wechselwahrscheinlichkeiten.

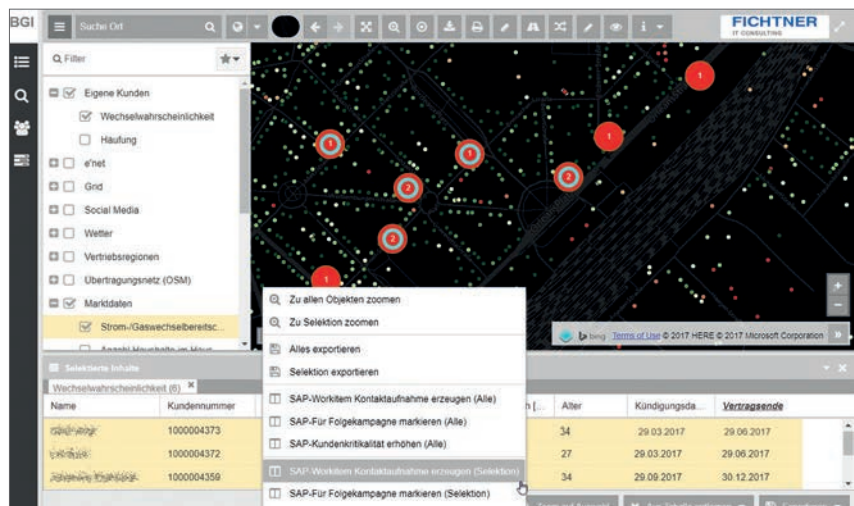
gen. Es ergeben sich aber auch Chancen zur Gewinnung neuer Kunden. Sämtliche Informationen zu Verträgen, zum Verbrauch, zur Historie und zur Kundenkommunikation stehen übersichtlich zur Verfügung und ermöglichen Rückschlüsse auf zentrale Merkmale wie Lieferantentreue, Wechselbereitschaft und Cross-Selling-Potenziale.

Externe Daten zum Nachfragemarkt

Für eine umfassende Sicht – nicht nur auf die eigenen Bestandskunden, sondern auch auf den Nachfragemarkt – lassen sich aktuelle Marktdaten und Marktanalysen räumlich verorten und integrieren (Bild 1). Fichtner IT Consulting arbeitet hier eng mit kompetenten

und wissenschaftlich orientierten Partnern zusammen, zum Beispiel mit Ene't, Preisenergie, Digital Data Services und Panadress Marketing Intelligence.

Mit individuell auswählbaren Marktdaten und zuschaltbaren Filtern zum Beispiel bezüglich Verfügbarkeit von Gas, Umweltaffinität und Haushaltsgröße entsteht eine umfassende und ortsscharfe Sicht in Bezug auf die Neukundengewinnung. Zudem können bei Bedarf weitere Daten zum Beispiel zur Bonität (Creditreform) sowie EPRT-Daten oder Points-of-Interest-Daten für die Akquise von Gewerbekunden genutzt werden. Durch Integration und Unterstützung webbasierter Kartendienste wie Bing Maps oder die Here-Location-Plattform lassen sich



Quelle: Fichtner IT Consulting GmbH, Microsoft Corp., HERE BV., panadress marketing intelligence GmbH, DUS Digital Data Services GmbH

Bild 2. Analyse der Kündiger – eingeteilt nach Verbrauch, Altersklasse und Kündigungsdatum einschließlich externer Wechselwahrscheinlichkeiten – und deren Überführung in SAP CRM zur Kontaktaufnahme

Adressdatensätze einfach aktualisieren und die Verortung überprüfen. Aktuelle Luftbildkarten ermöglichen eine schnelle und kostengünstige Ersteinschätzung des betrachteten Gebiets.

Basierend auf diesem Datenbestand werden Leitungsnetze, Kunden- und Ablesedaten sowie Zähler- und Wechselaufträge angezeigt. Vertriebsregionen und Postleitzahlgebiete lassen sich zusammen mit internen und externen Marktdaten differenziert nach thematischen Aspekten darstellen. Über Routingfunktionen von Here Maps for Enterprise können Einzugsbereiche von Kundencentern in Echtzeit unter Berücksichtigung statistischer Verkehrsdaten berechnet werden.

Auch Daten aus sozialen Netzwerken lassen sich in die Analysen einbeziehen: Wo gibt es zum Beispiel Cluster mit Tweets und Posts zu den eigenen Produkten. Über Service-Angebote können auch Live Feeds, Check-Ins, Tweets und aktuelle Posts aus sozialen Netzwerken integriert, analysiert und aussagefähig dargestellt werden.

Reporting und Analyse

Die Software bietet automatisierte und grafikorientierte Reporting-Funktionen sowie Analysemodule zur Unterstützung der Entscheidungsfindung. Hierfür werden Dashboards mit umfassenden Funktionen für Auswertungen und Analysen zum Beispiel nach räumlichen und anderen Aspekten bereitgestellt. In **Bild 2** ist eine solche Analyse dargestellt. Sie zeigt Kündigung eingeteilt in Verbrauchs- und Altersklassen sowie Kündigungsdatum einschließlich der Wechselwahrscheinlichkeiten.

Anwendern in der Energiewirtschaft wird mit BGI Customer Analytics somit die so oft gewünschte transparente 360°-Sicht auf alle Kunden sowie auf den gesamten Markt ermöglicht. Mit modernen Technologien lassen sich dabei vor allem große Mengen von Adress-, Stamm- und Bewegungsdaten sehr schnell verarbeiten.

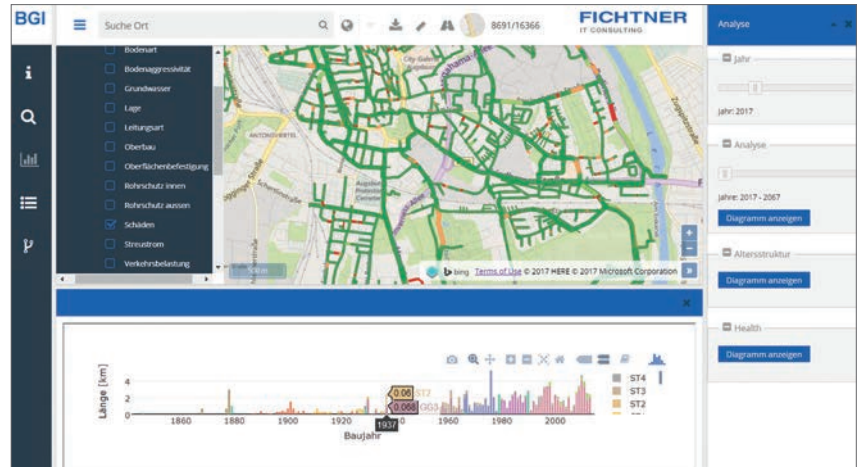


Bild 3. Das Tool BGI OptNet V8 unterstützt das Assetmanagement in der Versorgungswirtschaft.

Modular, integriert und transparent

Das modular aufgebaute Framework Business Geo Intelligence (BGI) ist ein IT-System, das mit der Fachschale Customer Analytics ein effizientes und integriertes Kundenmanagement bei Energieversorgungsunternehmen unter Einbindung großer Datenmengen ermöglicht. Es ist im Frontend ein browserbasiertes Web-GIS-Dashboard und greift serverseitig über bidirektionale Schnittstellen auf Stammdaten aus unterschiedlichen Systemen zu. So fließen zum Beispiel ERP-Daten aus Systemen wie SAP IS/U und FI/CO, Kundendaten aus einem CRM oder Marktdaten aus anderen Plattformen nahtlos in das System ein. Diese Daten können nach den Analysen wieder strukturiert in den Datenstamm zurückfließen. Sie lassen sich so zum Beispiel zur Kontaktaufnahme oder für ein Kampagnenmanagement nutzen.

Weitere Anwendungsmöglichkeiten

Das BGI-Framework wird mit identischer technologischer Basis auch für andere Anwendungsfälle genutzt, zum Beispiel im Netzbetrieb als Grid Analytics sowie für Monitoring- und Standortszenerarien. So deckt Fichtner IT Consulting auch

diese Bereiche mit smarten Web-GIS-Lösungen ab. Damit stehen wichtige Entscheidungshilfen zum Beispiel zum Risikomanagement, zur Bewertung eines Anlagenzustands, zur Netzanalyse sowie zum Instandhaltungs- und Assetmanagement zur Verfügung (**Bild 3**). Zum Einsatz kommen dabei sowohl Module des BGI EnergyMapper, der dynamische Wetterinformationen und Daten von Leitungsnetzen als Web-GIS für das Störfallmanagement bereitstellt, als auch mobile Vor-Ort-Szenarien. So unterstützt Fichtner IT Consulting mit BGI Analytics alle wichtigen Bereiche in der Energiewirtschaft, um transparent, schnell und nachvollziehbar Fragen beantworten zu können, die sich aus den unterschiedlichen energiewirtschaftlichen Geschäftsprozessen ergeben.



Peter Brack,
Prokurist und Leiter Business Geo Intelligence,
Fichtner IT Consulting GmbH,
Berlin

>> peter.brack@fit.fichtner.de

>> www.fit.fichtner.de

Quelle: Fichtner IT Consulting GmbH, Microsoft, HERE