

Self-Service-Portale

Spagat zwischen Kosteneffizienz und Kundenservice schaffen

Die Energiewirtschaft steckt in einem stetigen Kulturwandel. Verschärfter Wettbewerb, höhere Kundenwechselraten, überregionale Versorgung und immer weiter ansteigende Energiekosten machen Serviceorientierung in der Energiewirtschaft zunehmend wichtiger. Eine Option sind hier Self-Service-Lösungen. Bei der Umsetzung gilt es jedoch einige Punkte zu beachten.



Kundenzufriedenheit: Die Kunden von heute sind aus dem Onlinehandel eine umfassende Customer Experience auf sämtlichen Kanälen gewohnt. 81 % lösen dabei laut dem Harvard Business Manager ihre Probleme lieber selbst, als den Kundenservice zu kontaktieren.

Quelle: Adobe Stock_386575064



Dominique Kompch, Projektmanagement, Adesso SE, München



Laura Schöning, Business Developing, Adesso SE, München

Self-Service ist ein Konzept, das es bereits seit dem frühen 20. Jahrhundert gibt. Dieses Prinzip wurde erstmals durch den Einzelhandel geprägt und hat sich dann nach und nach in vielen Branchen zum Standard entwickelt.

Die Konsumierenden von heute sind aus dem Onlinehandel eine umfassende Customer Experience entlang aller Touchpoints ihrer Customer Journey und auf sämtlichen Kanälen gewohnt. Auch globale Unternehmen wie Google und Amazon haben diese Erwartungs-

haltung mitgeprägt. Ständige Erreichbarkeit und guter Kundenservice sind deshalb auch in der Energiewirtschaft zu entscheidenden Wettbewerbsfaktoren geworden und man ist gezwungen, den immer anspruchsvolleren und komplexeren Anforderungen gerecht zu werden.

Eine der häufigsten Fragen, die sich auch Service-Abteilungen in der Energiebranche stellen, ist wie die Kommunikation zum Kunden noch effizienter gestaltet werden kann und im besten Fall noch neue zusätzliche Services angeboten werden können. Die Nutzer fassen das Self-Service-Portal als einen meist geschlossenen Ort der Interaktion und Inspiration für eine ausgewählte Zielgruppe auf. So können Unternehmen über die gesamte Customer Journey hinweg eine langfristige Kundenbindung aufbauen und durch positive Erlebnisse neue Kunden gewinnen.

Automatisieren und profitieren

Self-Service-Portale bringen einige Mehrwerte für die Konsumierenden, aber auch für die Dienstleister mit sich:

- **Kostensparnisse:** Gerade im Hinblick auf die immer höheren Energiepreise sucht man an anderer Stelle nach möglichen Einsparpotenzialen. In einem Self-Service-Portal kann der Kunde viele Prozesse komplett selbstständig durchführen und das bestehende Team kann sich stattdessen auf andere Aufgaben konzentrieren.
- **24/7-Verfügbarkeit:** Der Kunde hat jederzeit die Möglichkeit, seine Verträge, seinen aktuellen Tarif, anfallende Kosten etc. einzusehen oder selbstständig Änderungen, Neuabschlüsse und weitere Vorgänge durchzuführen.
- **Transparenz:** Kunden erhalten in einem Self-Service-Portal mit nur wenigen Klicks eine transparente Übersicht über ihre Verträge, Anfragen, Prozessfortschritte bzw. den aktuellen Status ihrer Vorgänge.

Mit kreativen Features auf ein neues Niveau

In der Energiebranche geht es häufig darum, Verbraucher dabei zu unterstützen, ihren Energieverbrauch zu optimieren und Kosten zu sparen. Viele Self-Service-Portale bieten daher ähnliche Funktionen, wie die Anzeige von Verbrauchswerten, die Möglichkeit, Zählerstände einzugeben oder eine Übersicht über Verträge. Doch um sich vom Wettbewerb abzuheben, sind kreativere Ansätze gefragt. Dazu zählen:

- Eine individuelle Analyse des Haushalts, um Energieeinsparungspotenziale aufzudecken
- Die Anbindung von weiteren Stakeholdern, wie beispielsweise Installateure, an das Self-Service-Portal
- Ein Angebot an Online-Beratungsgesprächen, die auf die Bedürfnisse des einzelnen Kunden abgestimmt sind
- Anbindung von städtischen Portalen, um Vertrags- und Kundendaten zu synchronisieren
- Möglichkeit, Geräte im Haushalt zu verwalten und deren Energieverbrauch zu optimieren

Die Bedeutung von persönlichem Kontakt

Obwohl der Einsatz von Self-Service-Portalen in der Energiebranche in erster Linie auf die Minimierung von menschlicher Interaktion abzielt, ist es nicht unbedingt der Fall, dass Verbraucher dies als Nachteil ansehen. Tatsächlich nutzen viele Verbraucher Vergleichsportale, um den günstigsten Anbieter zu finden und legen in diesem Zusammenhang nur geringen Wert auf eine persönliche Betreuung. Es scheint also, dass die Kosteneinsparungen, die durch den Einsatz von Self-Service-Portalen erzielt werden, für viele Kunden ein wichtiger Faktor sind als die persönliche Beratung.

Dies setzt allerdings eine intuitive, einfache Bedienung des Portals voraus. Sind alle Möglichkeiten und Interaktionen des Self-Service-Portals ausgeschöpft, sollte der Verbraucher dennoch die Möglichkeit haben, sich beispielsweise telefonisch oder per E-Mail mit dem Anbieter in Verbindung setzen zu können.

User Experience und User Interface

Die Konzeption und Entwicklung einer durchgehenden User Experience und die intuitive Gestaltung der Nutzeroberfläche sind entscheidend für den Erfolg von Self-Service-Portalen. Eine unzureichend gestaltete Benutzeroberfläche kann die Nutzer verwirren und frustrieren, was dazu führen kann, dass sie das mühevoll entwickelte Portal nicht mehr nutzen werden.

Ein Content-Management-System (CMS) kann hier von großem Nutzen sein, da es ermöglicht, die Nutzeroberfläche an die Bedürfnisse der Kunden anzupassen und so eine reibungslose Navigation zu gewährleisten. Mit einem gut gestalteten und intuitiven Self-Service-Portal lässt sich sicherstellen, dass die Kunden zufrieden sind und das Portal regelmäßig verwendet werden.

Stammdatenqualität als Schlüssel zur Customer Experience

Eine hohe Qualität der Stammdaten ist von grundlegender Bedeutung für den reibungslosen Ablauf von Geschäftsprozessen innerhalb und zwischen Unternehmen. Denn nur wenn die Stammdaten korrekt und vollständig sind, können alle Beteiligten in der Lieferkette die Daten zuverlässig verwenden.

Eine mangelhafte Qualität der Stammdaten kann zu Fehlentscheidungen, ineffizienten Prozessen und finanziellen Verlusten führen. Daher ist es wichtig, dass Anbieter von Self-Service-Portalen angemessene Maßnahmen ergreifen, um die Qualität ihrer Stammdaten sicherzustellen.

Content-Management-Systeme als zentraler Content Hub

Auch für Energieversorger ist die Vereinheitlichung von Inhalten, Assets und Daten relevant, um so eine Customer Experience zu erstellen, die so individuell ist wie der jeweilige Anwendungsfall. Die Bündelung von unterschiedlichen Datenquellen in der Nutzeroberfläche des Self-Service-Portals ist elementar wichtig, um personalisierte Erfahrungen über alle Marken, Märkte

und Touchpoints erlebbar zu machen.

Um Endbenutzern sowohl im Self-Service-Portal als auch an sämtlichen anderen Touchpoints in der Customer Journey optimierte Experiences anzubieten, greifen eine Reihe von Energieversorgern auf Content-Management-Systeme als technologische Basis für ihre Self-Service-Portale zurück.

Welches CMS dabei für den jeweiligen Energieversorger und sein Self-Service-Portal die richtige Wahl ist, ist so individuell wie die Anforderungen. Die Identifikation von fachlichen und technischen gepaart mit wirtschaftlichen Anforderungen ergeben ein hervorragendes Fundament, um anschließend anhand eines Kriterienkatalogs die priorisierten CMS-Anforderungen zu bewerten.

Fazit: Aus Kunden Fans machen

Grundsätzlich lässt sich sagen, dass die Kunden und Kundinnen sich einen „Umsorger“ anstelle eines reinen Versorgers wünschen. Das heißt: Eine nahtlose End-to-End-Betreuung wäre das ideale Szenario.

Ein Anbieterwechsel wird in den meisten Fällen nur vorgenommen, um Kosten einzusparen. Vergleichsportale vereinfachen diesen Wechsel enorm. Da der Preis hier Dreh- und Angelpunkt ist, bleibt nur die Customer Experience als einer der wenigen Hebel, um die Kunden intensiver an sich zu binden und sich dadurch einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen.

Mit den typischen Lösungen ist man hier allerdings sehr eingeschränkt. Durch die Anbindung eines Self-Service-Portals auf Basis eines Content-Management-Systems erhält man ein Tool, welches es ermöglicht, die Customer Experience auf das nächste Level zu heben.

dominique.kompch@adesso.de

laura.schoening@adesso.de

www.adesso.de