DIGITALISIERUNG IN DER ENERGIEWIRTSCHAFT: „DATEN SIND DAS KAPITAL DER ZUKUNFT“

Die zunehmende Digitalisierung wird die österreichische Energiewirtschaft nach Einschätzung von Experten stärker aufmischen als die Liberalisierung, mit der 2001 die Türen für neue Anbieter aufgestoßen wurden. Noch nie war es möglich, eine solch ungeheure Fülle an Kundendaten verfügbar zu machen und in die Unternehmensstrategie einfließen zu lassen. Die erfolgreiche Umsetzung der digitalen Transformation wird maßgeblich dafür sein, welche Energieversorger überleben werden und welche nicht.

Energieversorger, die es verstehen, Daten intelligent zu verarbeiten, werden langfristig am Markt Erfolg haben. Dies ist laut einer Studie der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PwC eine der wichtigsten Aufgaben, vor der die Energiewirtschaft in Österreich steht. Eine weitere sehr große Herausforderung ist der Einstieg Branchenfremder in den Markt der klassischen Energieversorger. So verkaufen bereits Einzelhändler Strom, ebenso wie Discounter (Hofer), die Österreichische Post oder Banken (BAWAG). Im Hintergrund lauern bereits Internet-Giganten wie Google oder Amazon und bereiten ihren Markteintritt vor. Sie alle setzen unter anderem auf kundenorientierte Angebote, unterstützt durch digitale Services. Um den Anschluss nicht zu verlieren, sind nach einer Einschätzung der Beratungsgesellschaft A.T. Kearny bis 2025 in Österreich Investitionen in Höhe von 20 Milliarden Euro notwendig.

„Gerade in der Energiewirtschaft stellen digitalisierte Geschäftsprozesse und Qualitätsmanagement ein hohes Potenzial dar“, sagt Alexander Kubicek vom Systemintegrator Kapsch BusinessCom AG – beispielsweise in Form von Selfservices oder der automatisierten Bereitstellung von Informationen für den Endkunden. Mit Sprachanalysetools könne der Kontakt zum Verbraucher und damit das Qualitätsmanagement deutlich verbessert werden.

Attraktive Serviceangebote sind das Gebot der Stunde

In Österreich gibt es derzeit rund 140 verschiedene Stromlieferanten und über 30 Gasversorger. Sie alle buhlen um die Gunst des Endverbrauchers. Falsch wäre es zu glauben, dass hierbei der Preis die entscheidende Rolle spielt. Dagegen spricht eindeutig, dass die Wechselquote der österreichischen

Energieversorger, die es verstehen, Daten intelligent zu verarbeiten, werden langfristig am Markt Erfolg haben.

© A. Kubicek

© Schramm

ALEXANDER KUBICEK
Kapsch BusinessCom AG

„Gerade in der Energiewirtschaft stellen digitalisierte Geschäftsprozesse und Qualitätsmanagement ein hohes Potenzial dar.“

MARCEL BUSCHNEG
Abteilungsleiter Energie Service Center der Energie Steiermark Service GmbH

„Unsere Kunden wollen ihr Anliegen sofort und fallabschließend erledigt wissen – rund um die Uhr und an jedem Ort.“

Stromkunden lediglich bei 1,5 Prozent liegt. Zum Vergleich: In Deutschland wechseln im Schnitt jährlich 6,5 Prozent aller Stromkunden den Anbieter. Nicht ohne Grund: Laut einer aktuellen Umfrage des Branchenverbandes Bitkom begründet jeder fünfte Endverbraucher in Deutschland seinen Anbieterwechsel mit der Hoffnung auf besseren Kundenservice. Schnelligkeit und wechselnde Kommunikationskanäle stehen dabei ganz oben auf der Wunschliste.

Eines der Ziele der Energiepolitik in Österreich ist es zwar, die Wechselbereitschaft der Verbraucher zu erhöhen. Gefordert sind hier allerdings in erster Linie die Stromanbieter. Sie müssen neben einem ansprechenden Preis-Leistungsverhältnis zusätzlich attraktive Serviceangebote bieten, wollen sie denn im Wettbewerb bestehen. Voraussetzung für individuell zugeschnittene Serviceleistungen sind Kundendaten, die mithilfe komplexer Analysemethoden und Technologien über alle Kommunikationskanäle hinweg gesammelt und systematisch aufbereitet werden können. „Daten sind das Kapital der Zukunft“, rät Gerhard Marterbauer vom Consulting-Unternehmen Deloitte der österreichischen Energiewirtschaft. Dass der Umgang mit personenbezogenen Daten vertraulich sein sollte, versteht sich von selbst. Bei der Energie Steiermark Service GmbH ist die Einhaltung der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) oberstes Gebot. Zu diesem Zweck hat das viertgrößte Energie- und Dienstleistungsunternehmen Österreichs eine Service-PIN für alle Kunden eingeführt. Auf analytischer Ebene werden aggregierte Daten herangezogen, um die Kundenansprache bzw. die Interaktionsschemen im Sinne des Customer Experience Managements zu optimieren.

Damit Daten gesammelt und ausgewertet werden können, um auf den Kunden zugeschnittene Geschäftsmodelle zu entwickeln und anbieten zu können, „ist ein weitreichendes CRM-/ERP-System über die unterschiedlichsten Kommunikationskanäle notwendig“, sagt Alexander Kubicek von der Kapsch BusinessCom AG. Das Wiener Traditionsunternehmen hat bei der Energie Steiermark die Omnichannel-Lösung „Voxtron Communication Center“ von Enghouse Interactive mit integrierter Sprachaufzeichnung für bis zu 120 Agenten integriert.

≫

Kunden erwarten innovative Geschäftsmodelle

Dass an der Digitalisierung kein Weg vorbeiführt, daran besteht in der Branche auch kein Zweifel. Laut einer Benchmark-Studie der Energieforen Leipzig GmbH haben die Energieversorger die notwendigen Schritte zur Automatisierung des Kundenservice erkannt. Gerechnet wird mit Einsparpotenzialen in den Geschäftsprozessen sowie zusätzlichen Marktchancen durch innovative Geschäftsmodelle. „Die Digitalisierung bietet für die österreichische Energiewirtschaft eine einmalige Chance: Jedes Gerät wird vernetzt und benötigt Energie", sagt Gerhard Marterbauer – wie zum Beispiel intelligente Stromzähler, sogenannte Smart Meter, die den Stromverbrauch automatisch viertelstündlich messen und die Einführung neuer Geschäftsmodelle mit unterschiedlichen Tarifen, abhängig vom Zeitpunkt des Stromverbrauchs, erlauben.

Intelligente Lösungen für die Digitalisierung von Prozessen in der Kundenkommunikation schaffen neue Marktpotenziale für den Service in der Energiewirtschaft. Zum Beispiel abteilungsübergreifende Serviceprozesse, vollautomatisierte Qualitätssicherung, individuelle Kundenberatung und damit hohe Produktivität. Gleichwohl besteht bei den Energieversorgern ein deutliches Potenzial. Nach Meinung der Unternehmensberatung KPMG steht „die Branche beim Thema Kundenbindung noch ziemlich am Anfang". Laut oben genannter Benchmark-Studie der Energieforen Leipzig GmbH ist bei den Energieversorgern der für die Datenerfassung und -auswertung erforderliche Automatisierungsgrad zu gering. Auch die Automatisierung der Kontaktkanäle lässt laut Studie zu wünschen übrig, manuelle Nachbearbeitung von Kundenanliegen sind an der Tagesordnung.

Kundenanfragen schnell gelöst

CTI-Anwendungen (Computer Telephony Integration) sind ein entscheidender Aspekt bei der Optimierung des Kundenservices. Erst dann kann das CRM-System im Contact Center wirkungsvoll genutzt werden. Den Agenten stehen sofort relevante Kundeninformationen, unter anderem in Form von Popup-Fenstern, zur Verfügung. Anfragen lassen sich deutlich schneller an einen qualifizierten Mitarbeiter weiterleiten und persönlicher lösen, die Zufriedenheit von Kunden lässt sich erheblich steigern. Die CTI-Lösung von Enghouse Interactive für CRM im Contact Center kann nahtlos in CRM-Systeme führender Hersteller integriert werden. Darunter Salesforce, Siebel, Oracle oder Microsoft CRM Dynamics.

Die Wechselquote der österreichischen Stromkunden beträgt lediglich 1,5 Prozent. Zum Vergleich: In Deutschland wechseln im Schnitt jährlich 6,5 Prozent aller Stromkunden den Anbieter.

Weniger Kosten, höheres Kundenerlebnis

Mit Selfservice-IVR-Anwendungen genießen Kunden erhebliche Vorteile. Sie können automatisiert und ohne Wartezeit einfache Operationen selbstständig, zuverlässig und rund um die Uhr abwickeln. Dazu zählen das Bezahlen von Rechnungen, das Abrufen von Kontoinformationen, Adressänderungen etc. Die Agenten wiederum können sich auf komplexe Kundenanfragen konzentrieren, produktiv arbeiten und somit die Voraussetzung für bestmöglichen Service schaffen. Mit „Mobile IVR Navigator" von Enghouse Interactive kann der Benutzer auf jedem beliebigen Gerät über eine mobile App auf den Selfservice zugreifen und wird dabei visuell durch die IVR-Optionen des Kundenservices geführt. Solche IVR-Systeme sind in der Lage, den Kundenservice in Spitzenzeiten zu entlasten und dem Kunden an jedem Tag im Jahr ohne Wartezeiten einen 24/7-Service zu bieten. Bisherige Erfahrungen haben gezeigt, dass sich aufgrund der Betriebskostensenkung und der Umsatzsteigerung IVR-Anwendungen schnell amortisieren.

Unverzichtbar: Professionelles Qualitätsmanagement

Nur mit entsprechender Qualitätsmanagement-Software kann Kundenservice funktionieren. Betriebsabläufe sollten daher systematisch hinsichtlich ihrer Qualität und Leistung kontrolliert werden. Mit den richtigen Tools etablierter Anbieter wie Enghouse Interactive können Kundenkonflikte gelöst, Mitarbeiterschulungen und Produktivität beschleunigt sowie manuelle Geschäftsprozesse automatisiert werden. Allerdings herrscht in vielen Contact Centern ein Mangel an Softwarelösungen für das Qualitätsmanagement, wie die B-to-B-Studie „Softwarelösungen in Contact Centern" ans Licht brachte (https://enghouseinteractive.de/info/events/whitepaper_software-im-call-center/). Die vom Hamburger Marktforschungsunternehmen Statista im Auftrag der Enghouse AG durchgeführte Studie demonstriert eindrucksvoll, wie sich Dienstleister damit der Chance auf mehr Kundenzufriedenheit berauben.

Abteilungsübergreifende Kommunikation über alle Kanäle

Mit Omnichannel-Lösungen kann die Digitalisierung von Kundenserviceprozessen – einhergehend mit Services und Mehrwert – forciert werden. Am Zuge sind die Energieversorger, denn der Konsument muss von der Omnichannel-Kommunikation nicht mehr überzeugt werden. Kunden wollen über unterschiedlichste Kanäle Serviceleistungen in Anspruch nehmen, zum Beispiel Produktberatung vom Fachmann per Video/Screen-Sharing. Das bestätigt eine bundesweite Befragung zum Thema Kundenservice des Marktforschungsunternehmens produkt+markt im Auftrag von Enghouse Interactive (https://enghouseinteractive.de/qualitaet-im-kundenservice/). Kanalübergreifender Service unterstützt bei der raschen und flexiblen Beantwortung von Anfragen. Die Omnichannel-Lösungen von Enghouse Interactive bieten eine Riesenchance für eine ganz neue Qualität im Kundenservice. Alle Kundenkontaktpunkte werden in einer einheitlichen Anwendungsumgebung, also abteilungsübergreifend, verwaltet. Die unterschiedlichsten Kommunikationsmedien sind vereint. Kanalübergreifend wird der Kunde erkannt und an den richtigen Ansprechpartner weitergeleitet.

Whitepaper: Automatisierung im Kundenservice

Das Whitepaper „Digitalisierung von Serviceprozessen in der Energiewirtschaft“ der Enghouse AG informiert über den aktuellen Stand der Automatisierung von Kundenserviceprozessen bei den Energieversorgern in Deutschland. Leser erhalten Einblick, welche Rolle ein digitalisierter Kundenservice im Wettbewerb spielen kann. Anhand von Lösungsansätzen und technischen Trends wird anschaulich demonstriert, wie die Branche den Herausforderungen begegnen kann, die die Digitalisierung mit sich bringt und welche Potenziale in der Automatisierung stecken. Nicht zuletzt beschäftigt sich das Whitepaper mit der Frage, wie eine Symbiose zwischen automatisierten Prozessen und menschlicher Beratungsleistung das Niveau beim Kundenservice deutlich verbessern kann.
Das Whitepaper steht kostenfrei zum Download bereit: https://enghouseinteractive.de/digitalisierung-in-energiewirtschaft/

Moderner Kundenservice fordert moderne Technik

Die oben genannte Statista-Studie kommt zu dem Ergebnis, dass Sprachanalyse-Software langfristig zu loyalen und treuen Kunden verhelfen kann. „ELSBETH VocalCoach“ von Enghouse Interactive ist die erste innovative Softwarelösung zur vollautomatisierten Qualitätssicherung und Gesprächsoptimierung in Echtzeit. Anhand eines parallelen Suchverfahrens nach Phrasen, Schlüsselwörtern und Dialogpaaren untersucht die Software Gespräche auf vordefinierte Anforderungen. Die Nutzerführung ist intuitiv und selbsterklärend. Im Handumdrehen erhalten Anwender übersichtliche, grafische Auswertungen. Die Lösung bietet Rechtssicherheit (Opt-in-Kontrolle, Dokumentation und Überprüfung relevanter Gesprächsdetails), Qualitätssicherung (Auswertung der Gesprächsqualität, Selbstkontrolle der Agenten mit gegebenenfalls Korrektur während des Telefonats) sowie Wirtschaftlichkeit (Reduzierung von Stornoquoten, Verbesserung der Kampagnenperformance).

Vernetzung schafft Transparenz

Die digitale Vernetzung von Prozessen – Stichwort IoT (Internet of Things) liefert Energieversorgern wertvolle Daten, zum Beispiel über Betriebs- und Verbrauchsdaten, die zu einer besseren Entscheidungsfindung im Kundenservice herangezogen werden können. Dadurch ergeben sich mögliche Vorteile gegenüber dem Wettbewerb – beispielsweise durch frühzeitiges Erkennen von Optimierungspotenzialen bis hin zur Chance von zusätzlichen Serviceangeboten.
Der Status quo der österreichischen Energiewirtschaft offenbart laut oben genannter PwC-Studie ein großes Aufholpotenzial in der Verwendung von Daten. Demnach plant zum Beispiel jedes dritte Unternehmen keine Datenspeicherung für Analysezwecke. Dennoch, und allen Unkenrufen zum Trotz: Die Energieversorger haben die Zeichen der Zeit erkannt. Laut oben genannter Benchmark-Studie der Energieforen Leipzig gehen die meisten Versorger davon aus, dass digitale Kommunikationskanäle wie IVR-Systeme und Chat stark an Bedeutung gewinnen und dass künftig ohne entsprechende Technologien die veränderten Kundenanforderungen nicht ausreichend bedient werden können. „Unsere Kunden wollen ihr Anliegen sofort und fallabschließend erledigt wissen – rund um die Uhr

und an jedem Ort“, betont Marcel Buschneg, Abteilungsleiter Energie Service Center der Energie Steiermark Service GmbH. Sehr wichtig sei daher die konsequente Ausrichtung des Unternehmens auf Kundenbedürfnisse und -erwartungen (CXM-Ansatz) sowie der Einsatz von innovativen digitalen Servicetools in Ergänzung zu Kernsystemen wie CRM.

Auch Alexander Kubicek von der Kapsch BusinessCom AG sieht in der Bereitstellung unterschiedlichster Kommunikationskanäle für den Kunden eine der größten Herausforderungen. „Der Dienstleister soll ein Gesamtbild seiner Kunden über alle Kanäle bekommen.“ Für die Kapsch BusinessCom AG als Systemintegrator sei die Transformation von Multichannel zu Omnichannel daher ein wesentliches Ziel, also die Zusammenführung der vorhandenen Kanäle zu einer Plattform, auf die entsprechend kompetente Mitarbeiter Zugriff haben.

Wegen des technologischen Fortschritts würden nach Meinung von Kubicek Selfservices an Bedeutung gewinnen. Dies unterstreicht auch die oben genannte PwC-Studie, derzufolge an vorderster Stelle der Investitionen der Ausbau von Selfservice und damit die direkte Einbindung von Kunden in die Vertriebs- und Kundenserviceprozesse steht. Nutzen bislang viele Versorger Selfservice-Portale lediglich für zum Beispiel Tarifrechner, Abschlagsänderung etc., sollen künftig Services wie dynamische FAQs, Apps und Blogs den Kundenservice erweitern. Großes Zukunftsthema sind Chatbots und künstliche Intelligenz.

Stromversorger sollten berücksichtigen, dass Automatisierung in den Kundenserviceprozessen keinesfalls gleichbedeutend ist mit dem Ersatz menschlicher Beratungsleistung. Wahre Dienstleistung äußert sich unter anderem darin, dass der Kunde merkt, dass er jemanden zur Seite hat – egal ob per Chat, Mail oder Telefonat –, der sich mit Empathie, Fachwissen und Leidenschaft seines Anliegens annimmt und ihm hilft, Probleme zu lösen. So gesehen gibt es eine Symbiose zwischen den technischen Möglichkeiten und den Menschen, die in der Folge auch das Niveau beim Kundenservice deutlich anhebt.

AUTORIN: Astrid Pocklington,
Marketing Director Enghouse Interactive
www.enghouseinteractive.de

Energie Steiermark: Digitalisierung lässt Kundenherzen höherschlagen

Die Kunden der Energie Steiermark Service GmbH nutzen vermehrt unterschiedliche Kontaktmöglichkeiten wie Selfservice, Chatbot oder Telefon, die sich nahtlos ergänzen. Dabei wird darauf geachtet, dass die angebotenen Dienste gut erreichbar sind und in hoher Qualität sowie zeitnah durchgeführt werden.

Technisch unterstützt wird die Energie Steiermark dabei durch das „Voxtron Communication Center“. Diese Omnichannel-Lösung von Enghouse Interactive mit integrierter Qualitätssicherung „Quality Management Suite“ fungiert bei dem Energieversorger als ACD-Anlage. „Durch die zahlreichen Möglichkeiten in puncto Echtzeit-Monitoring und -Reporting lassen sich unsere Servicekennzahlen genau verfolgen bzw. analysieren“, bestätigt Marcel Buschneg, Abteilungsleiter Energie Service Center. Besonders profitieren würde die Energie Steiermark vom „Voxtron Communication Center“, wenn man dieses „als Dreh- und Angelscheibe in der Kundenkommunikation verwendet, bis hin zur Umsetzung einer kompletten Omnichannel-Strategie“. So können mit der Funktion „Text to Speech“ Texteingaben zum Beispiel bei einem Stromausfall einfach generiert und den Kunden zur Verfügung gestellt werden. Künftig soll auch Skill-based Routing eingesetzt werden. Die im „Voxtron Communication Center“ integrierte Funktion der Sprachaufzeichnung bietet folgende Vorteile:

1. Sicherung und Messung der Service- und Gesprächsqualität; **2.** Schutz der Mitarbeiter, zum Beispiel bei Drohanrufen, **3.** Erfüllung von gesetzlichen/regulatorischen Bestimmungen (Beispiel: telefonische Vertragsaufzeichnung).