



energiespektrum

SPEZIAL

Trends für 2015
 Prozessoptimierung bei Standardlastprofilen

Vertriebseffizienz

A+++	A+++
A++	
A+	
A	
B	
C	
D	

Best Practices, CRM-Tool, CRM, BPM-Tool, BPM

Standard war gestern

SLP Kundenbindung und Prozesseffizienz sind Erfolgskriterien für Energievertriebe. Aber die Anbieter müssen sich auch schnell an veränderte Rahmenbedingungen anpassen können. BPM in Verbindung mit Best Practices, Innovationen und Beratung eröffnen neue Potenziale zur Gestaltung und Optimierung der SLP-Prozesse.

Heute sind wirtschaftliche Schief-lagen bei Versorgern Realität und Beleg für einen rasanten Wandel in der Branche. Die Kunden laufen weg, die Erlös- und Kostenrelation auseinander und die Zeit davon – beim Bemühen, sich auf neue und immer anspruchsvoller werdende Herausforderungen des Marktes einzustellen. Doch wo anfangen?

HANDLUNGSBEDARF IM SLP-GESCHÄFT

Am dringlichsten ist aus Sicht der meisten Versorger der Bedarf im SLP-Geschäft, und genau bei diesen Prozessen zahlen sich Automatisierung und Optimierung sehr aus. Kundenbindung und Prozesseffizienz gelten schon seit Längerem als Lebenselixier im Vertrieb. Schon auf mittlere Sicht werden diese Faktoren allein nicht mehr zum Erfolg führen, Flexibilität und Reaktionsgeschwindigkeit dominieren zunehmend das Zielformat erfolgreicher Unternehmen. Die Praxis zeigt, dass viele Unternehmen Geschäftsmodelle und Prozesse nicht schnell und konsequent genug angepasst haben. Das Internet verändert nicht nur das Kommunikations- und Konsumverhalten fundamental, es befeuert auch die technische Entwicklung in allen Bereichen.

ANPASSUNGSFÄHIGKEIT IM FOKUS

Die Folge ist, dass Herausforderungen wie zunehmender Wettbewerb, sinkende Margen, Prozessregulierung und Energiewende Erfolg und Existenz gefährden. Klar ist: Die Branche steht erst am Anfang dieses Wandels. CURSOR Software in Gießen, Anbieter von Systemen für das Kundenbeziehungs- und Prozessmanagement, hat diese neuen Anforderungen früh antizipiert und die Entwicklung zukunftsorientierter Lösungen und Funktionen vorangetrieben. »Wir sind der festen Überzeugung, dass Anpassungsfähigkeit speziell für Unternehmen in der Energiewirtschaft zu einer kritischen Schlüsselkompetenz und einem entscheidenden Erfolgsfaktor wird«, sagt CURSOR-Vorstand Jürgen Topp. »Grundsätzlich geht es darum, Prozesse schnell-

ler auf neue Anforderungen auszurichten und Leistungen in kürzerer Zeit zu geringeren Kosten und in besserer Qualität zu erbringen. Speziell im SLP-Vertrieb rückt das kundenorientierte Management profitabler Geschäftsbeziehungen mehr und mehr in den Fokus.«

ZENTRALE INTEGRATIONSPLATTFORM

Kundenorientierung? Prozesseffizienz? Flexibilität? CRM-Systeme alter Prägung gehen vor diesem Anforderungsprofil schnell in die Knie. Benötigt wird im Energievertrieb eine zentrale Integrationsplattform und agile Drehscheibe für Informationen, Prozesse und Software-Anwendungen. Eine Applikation, die im Herzen der Vertriebsprozesse arbeitet, muss zudem perfekt an

Die Steuerung lässt sich daran erkennen, dass der User durch den Prozess geführt wird und er sich keine Gedanken mehr machen muss, welchen Button oder welches System er als nächstes drücken beziehungsweise ansteuern muss. Das Monitoring passiert im Hintergrund auf Basis eines kontinuierlichen Abgleichs der Abläufe mit den jeweiligen Zielvorgaben. Bei der Erstellung eines Angebotes beispielsweise kann das ein Zeitfenster sein, in dem der Kunde seine Vertragsunterlagen erhalten soll.

MONITORING IM HINTERGRUND

Bei Verzögerungen informiert das BPM-Tool den zuständigen Mitarbeiter. Kennzahlen sichern darüber hinaus die Qualität von Prozessen und lie-

»Das kundenorientierte Management profitabler Geschäftsbeziehungen rückt mehr und mehr in den Fokus.«

Jürgen Topp, CURSOR Software AG



ihre Umgebung und die spezifischen Anwenderbedürfnisse angepasst sein. Ein Höchstmaß an Integrationsfähigkeit und Funktionalität ist dafür gefragt.

BUSINESS PROCESS MANAGEMENT

Mit EVI, dem CRM-Branchenstandard für die Energiewirtschaft, war CURSOR technologisch und funktional schon bisher voll auf der Höhe der Zeit. Mit Business Process Management (BPM) hat das Gießener Softwarehaus nun den Optimierungsturbo gezündet. BPM bedeutet zunächst einmal einen strikt prozessorientierten, system- und bereichsübergreifenden Denkansatz. Doch dahinter steht auch eine Software, die sowohl das Gestalten und Umsetzen als auch das Steuern und Überwachen von Prozessen im CRM-System unterstützt. Modellierung und Umsetzung werden durch eine transparente grafische Prozessbeschreibung vereinfacht.

fern die Basis für Verbesserungen, die rasch und zielgerichtet umgesetzt werden können. Damit dient das BPM-Tool maßgeblich zwei Kernzielen: Einerseits lassen sich Prozesse wesentlich schneller installieren und leichter anpassen. Damit wird es möglich, beispielsweise Marketingaktionen rascher zu starten und neue Produkte, hinter denen oft spezielle Prozesse stehen, früher an den Markt zu bringen. Andererseits lässt sich mittels BPM die Effizienz von Geschäftsprozessen zielgerichtet und kontinuierlich verbessern. »In den neuen technischen Möglichkeiten liegen ganz wesentliche Optimierungspotenziale, was Umsetzungstempo und -qualität betrifft«, so Topp.

BPM IN DER PRAXIS

Der Nutzen der Prozessoptimierung lässt sich am besten anhand von Praxisbeispielen zeigen. Bei den Stadtwerken Gütersloh dauern Beratungsgespräche im Schnitt nur noch halb so lang



Geehrt: BPM-Award für die Stadtwerke Düsseldorf. Von links: Jürgen Topp und Stefan-Markus Eschner (CURSOR), Anita Röhm (ZDH), Heinz-Dieter Vöge, Dirk Bünnagel (Sw Düsseldorf) und Jürgen Heidak (CURSOR).

wie vor der CRM-Einführung. Wenn heute ein Kunde anruft oder das Servicecenter besucht, sehen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter schon in der Einstiegsmaske der Kundenakte alle wesentlichen Informationen.

»Dadurch können wir die Beratungszeit verkürzen und dem Kunden schneller und zielgerichteter die Auskünfte geben, die er erwartet«, sagt Servicecenter-Leiter Christian Müller. »Dauerte beispielsweise ein telefonisches Beratungsgespräch früher durchschnittlich sieben bis acht Minuten, sind es heute nur noch drei bis vier Minuten.

Die Stadtwerke Düsseldorf haben EVI und ihre Kalkulationssoftware nahtlos miteinander verknüpft und die Erstellung von Angeboten deutlich vereinfacht und beschleunigt: nach Eingabe der Kundendaten werden die Lieferdaten an das Kalkulationstool übergeben, das Kalkulationsergebnis nach EVI zurückgeschrieben und in das

Dienstleister in Luxemburg, kam die BPM-Software zur Optimierung des bestehenden Dokumentenmanagements zum Einsatz. In der Zentrale treffen werktäglich bis zu 50 Briefe und Faxe ein, die digitalisiert, mit Schlagwörtern versehen, Geschäfts- und Ansprechpartnern zugeordnet und im Archivsystem abgespeichert werden müssen. In gleicher Weise wird mit der ausgehenden Post verfahren. Der vor acht Jahren mit damals verfügbaren Mitteln im CRM realisierte digitale Workflow arbeitete zwar auch schon in gewünschter Weise, lief jedoch nicht hundertprozentig stabil und war nicht releasefähig. »Mit BPM war es erstmals möglich, die externen Prozesse restriktionsfrei anzubinden«, sagt Klaus Grün von LuxEnergie. »Aufgrund der Möglichkeiten zur Prozessspezifikation ist BPM übrigens auch ein wunderbares Instrument zur Vermeidung von Missverständnissen zwischen Soft-

Best Practices auch ideale Komponenten für die BPM-basierte Prozessoptimierung. Der Kunde kommt damit einfach schneller ans Ziel.« Innovationen sind, das zeigt das Beispiel BPM eindrucksvoll, ein wesentlicher Schlüssel für mehr Prozessqualität und Prozess tempo. Seine Innovationsfähigkeit stellte CURSOR beim jüngsten CRM-Symposium auch mit einer ganzen Reihe anderer neuer Ideen unter Beweis.

GEO-ANALYSE-TOOL

Dabei spielt der Gießener CRM- und Prozessmanagementspezialist bewusst und mit großem Erfolg die Kooperationskarte. »Für uns ist es von strategischer Bedeutung, unsere Anwendung mit Partnerlösungen, die gut zu unserer CRM-Kernapplikation passen, anzureichern und nahtlos zu integrieren«, so Eschner.

»Grundsätzliche Prämisse bei innovativen Entwicklungen ist natürlich, dass sie dem Kunden wirklichen Nutzen bringen.« Beispiel Geoanalyse und Geomarketing: Zusammen mit der Firma Fichtner hat CURSOR das Modul »GeoAnalyse« entwickelt. Es lässt sich an beliebiger Stelle im CRM-System integrieren und ermöglicht auf hinterlegten Landkarten, die in verschiedener Weise konfigurierbar sind, aufschlussreiche Visualisierungen und Analysen. So lassen sich bei- >>



»Es wäre ineffizient, bei Standardprozessen das Rad immer wieder neu zu erfinden.«

Stefan-Markus Eschner, CURSOR Software AG

Angebotsdokument übertragen. »Ohne BPM-Unterstützung ist das sehr umständlich, da der Vertriebsmitarbeiter mehrere Masken öffnen und die Daten zum Teil doppelt eingeben muss«, so Dirk Bünnagel, der bei den Stadtwerken Düsseldorf den Vertriebsservice leitet.

ARBEITSERLEICHTERUNG

»Jetzt sind die Masken so konfiguriert, dass die einmal erfassten Daten automatisch verteilt werden. Für die Vertriebsmitarbeiter bedeutet das eine große Erleichterung, da der Prozess weniger fehleranfällig ist und schneller von der Hand geht.« Bei LuxEnergie, einem Contracting-

wareprogrammierern und dem Kunden.«

BEST PRACTICES UND INNOVATIONEN

Dem Ziel, CRM-Systeme schneller zu installieren und Geschäftsprozesse möglichst rasch operativ nutzbar zu machen, dienen auch Best Practices. Das sind in der CRM-Lösung idealtypisch vorkonfigurierte Prozesse, die meist schon bei Kunden im Einsatz sind und sich im Alltag bewährt haben.

»Es wäre ineffektiv, bei Standardprozessen das Rad immer wieder neu zu erfinden«, sagt Stefan-Markus Eschner von CURSOR.

»Rasch umsetzbares Customizing sorgt für eine passgenaue Individualisierung. Insofern sind



STATEMENTS

»Was ist aus Ihrer Sicht besonders wichtig, um ein CRM-Projekt zum Erfolg zu führen?«



Jürgen Heidak
Bereichsleiter Consulting, CURSOR

Wir sehen die CRM-Einführung als den Beginn einer Partnerschaft mit dem Kunden. Das bedeutet, dass wir den Blick nicht allein auf das Einführungsprojekt und den Produktivgang richten, sondern auch weitere Planungen und strategische Vorgaben ins Kalkül einbeziehen. In der Einführungsphase ist eine intensive Zusammenarbeit, in die auch Anwender einbezogen werden, unumgänglich. Deren Rückmeldung liefert wertvolle Hinweise für die ergonomische Systemgestaltung und gezielte Trainingsmaßnahmen. Im Produktivbetrieb lebt die Partnerschaft durch regelmäßigen Austausch, beispielsweise in Form regelmäßiger Treffen von Geschäftsführungsmitgliedern und Projektleitern beider Parteien. Consulting gewinnt in Zeiten immer komplexer werdender und sich schneller wandelnder Anforderungen an Bedeutung. Grundsätzlich ist wichtig, dass die Consultants die Sprache der Branche sprechen, die Prozesse verstehen und Erfahrung mitbringen. Gute Beratung ist der Schlüssel zum Projekterfolg.



Steffen Homrighausen
Teamleiter Business Consulting, CURSOR

Der langfristige Erfolg eines CRM-Projektes hängt ganz wesentlich davon ab, wie belastbar, passgenau und gleichzeitig flexibel sein Fundament und sein Grundgerüst gestaltet werden. Das Business Consulting hat zum einen die Aufgabe, den Aufbau von Strukturen und Prozessen beratend zu begleiten, die ein optimales Zusammenspiel von Mensch und IT ermöglichen. Darüber hinaus ist der Business Consultant erster Ansprechpartner des Kunden bei Anliegen aller Art. Er kennt das Projekt am besten und betreut die fortlaufende Entwicklung und Anpassung der CRM-Lösung. In allen Phasen der Zusammenarbeit mit dem Kunden gelten die Grundsätze Partnerschaft, Teamarbeit und kontinuierliche, schrittweise Optimierung. Es ist unser Anspruch, bei der Lösung der Anforderungen ein starker und verlässlicher Partner zu sein. Unser Consulting-Team besteht aus praxis- und branchenerfahrenen Experten, die ganzheitlich bei der Einführung, Wartung und Optimierung der CRM-Anwendung unterstützen.



Markus Keil
Teamleiter IT-Consulting und Leiter Akademie, CURSOR

Das IT-Consulting gliedert sich in das technische Consulting und in die Datenintegration. Beim technischen Consulting steht die schnelle und flexible Umsetzung kundenindividueller Prozesse im Fokus. Damit eng verknüpft ist der Bereich Datenintegration, der die Aufgabe hat, zuverlässige und performante Schnittstellen zu benachbarten Systemen zu implementieren. Ein effizientes und zuverlässiges Zusammenspiel aller eingebundenen Systeme ist die Grundlage für nahezu alle Abläufe in Vertrieb, Marketing und Kundenmanagement – und natürlich auch für die interne Kommunikation. Eine weitere elementar wichtige Erfolgskomponente ist ein individuelles Schulungskonzept. Anwender, die sicher im Umgang mit dem CRM-System sind, können sich voll auf ihre Kernaufgaben und den Kunden konzentrieren.

spielsweise Kundenklassen, Umsätze, Angebotspotenziale, Kundenwert oder Geschäftsbeziehungen in definierten Regionen auf verschiedene Art und Weise darstellen. Weitere typische Anwendungen sind beispielsweise die Erstellung von Fahrzeitzonen sowie Routenplanung und -optimierung.

SOCIAL MEDIA CONTROL

Beispiel Social Media Control: Auch für Energieversorger wird es immer wichtiger, aus dem Rauschen in den sozialen Medien sie betreffende Meinungsäußerungen herauszufiltern. Dies ermöglicht die Applikation Social Web Control per Multi-Channel-Web-Monitoring. Die Meldungen werden automatisch ins CRM-System importiert, wo sie gesichtet, bewertet und bearbeitet werden können. Partner sind die Firma Revolvermänner und das Deutsche Medieninstitut. In Verbindung mit dem Geo-Analyse-Modul lassen sich Heat-Maps erzeugen, die darstellen, wie sich negative oder positive Posts in sozialen Medien regional verteilen.

CTI-INTEGRATION

Beispiel Telefonie: Mit dem Communication Center der Firma Clarity lassen sich alle Telefonie-Applikationen im Unternehmen unabhängig vom Hersteller per LAN bündeln und nahtlos mit EVI koppeln. Eine typische Anwendung: Wenn der Kunde unter seiner im CRM-System hinterlegten Rufnummer anruft, öffnet sich automatisch die Kundenakte. Oder man kann selbst Anrufe bequem aus der Kundenakte starten, die Anruflhistorie aufrufen und darin sehen, ob kürzlich eine Kollegin beziehungsweise ein Kollege mit einem Kunden telefoniert hat.

BERATUNG SICHERT ERFOLG

Allerdings bleibt die modernste Software mit den tollsten Features oft eine stumpfe Waffe, wenn sie nicht mit Weitblick und Expertise implementiert wurde. Deshalb betrachtet CURSOR eine gute Beratung auf allen Ebenen als zentralen Erfolgsfaktor bei CRM-Projekten. »Kompetentes Consulting ist extrem wichtig, da es den Kunden hilft, Prozesse von Anfang an abteilungs- und systemübergreifend ablauforientiert zu denken und zu leben«, so Jürgen Topp. »Wer diese klare Fokussierung hat und unnötige Umwege vermeidet, erreicht Projekt- und Prozessziele schneller und mit besseren Ergebnissen. Erst das Gesamtpaket macht nachhaltig fit für den Wettbewerb 2.0.«

→ www.CURSOR.de