

Customer Success Story

Stadtwerke Essen AG

„Entwicklung einer individuellen CRM-Strategie für regionalen Energieversorger“

Hamburg, 05. Februar. 2003

Zusammenfassung

Unternehmen:

Stadtwerke Essen AG



Stadtwerke Essen AG

Land:

Deutschland

Industrie/Markt:

Energy Utilities

Methoden / Lösungen:

- CRM-Roadmap Vorgehensmodell
- Funktionen von mySAP CRM sowie SAP Netweaver und Business Warehouse.

Herausforderung:

- Hohes Involvement der Mitarbeiter aller Bereiche der Stadtwerke
- Projektdauer von 5 Monate

Ergebnis:

- Geschäftsgetriebene, segment-spezifische Auswahl und Spezifizierung von CRM-Funktionen
- Klare Aussagen zu den bestehenden CRM-Defiziten einschließlich notwendiger Projekte.



Die Stadtwerke Essen sind der regionale Versorger für Gas, Wasser und Abwasser für den Großraum Essen.

Derzeit stellt bei regionalen Energieversorgern und Stadtwerken zunehmend das Thema „Customer Relationship Management“ eine besondere Herausforderung dar. Fragestellungen wie: „Bei welchen unserer Kundensegmente ist CRM am wirkungsvollsten?“ - „Welche CRM-Funktionen verbessern unsere Kundenbeziehungen besonders stark?“ und vor allem „Wie und wo fange ich mit CRM an?“ stehen aktuell im Vordergrund.

Um diese Fragestellungen zu klären, führte die best practice consulting AG (bpc) ein strategisches Projekt zur Standortbestimmung und geschäftsgetriebenen Auswahl von CRM-Funktionen bei der Stadtwerke Essen AG durch. Methodisch wurde dabei das Modell der „CRM-Roadmap“ verwendet. Die „CRM-Roadmap“ wird für Strategiekonzeptionen eingesetzt und basiert auf fundierten betriebswirtschaftlichen Methoden.

Strategische Ausrichtung

Zunächst galt es das Projektteam aus Mitarbeitern unterschiedlicher Fachabteilungen und der IT/Organisation im Rahmen eines Strategieworkshops über CRM bei Energieversorgern zu informieren und auf einen gemeinsamen CRM-Wissensstand zu bringen.

Hauptbestandteil der Phase 1 waren anschließend die strukturierten Workshops zur kundenspezifischen Identifizierung von Chancen und Risiken sowie Stärken und Schwächen bei einer CRM-Einführung. Hierbei konnten wichtige Erkenntnisse in Bezug auf die Vertriebsstrategie,

Customer Success Story

Organisations- und IT-Struktur sowie die Kundensegmentierung der Stadtwerke Essen erarbeitet werden.

Maßnahmenplanung

Im ersten Schritt der Phase 2 wurden die Kommunikationskanäle in jedem Zeitraum der spezifischen Kundenlebenszyklen näher betrachtet und mögliche Veränderungspotenziale festgehalten.

Wichtigstes Werkzeug der Phase 2 war das anschließende „House of CRM“. Ausgehend von den segment-spezifischen Kundenanforderungen wurden im „House of CRM“ die wichtigsten Prozesse rund um die Kundenbeziehungen identifiziert und priorisiert. Diese gewichteten Prozesse waren anschließend die Grundlage für eine Bewertung von analytischen, operativen und kollaborativen CRM-Funktionen. Durch das einfache und verständliche Bewertungsverfahren im „House of CRM“ konnten die einzelnen Resultate direkt im Anschluss an die Workshops mit den Mitarbeitern diskutiert werden. Dies führte letztendlich dazu, dass die Ergebnisse, also die CRM-Funktionen die das CRM bei den Stadtwerken nachhaltig unterstützen, von allen Mitarbeitern getragen wurden.

Wirtschaftlichkeitsbetrachtung

Bei der Wirtschaftlichkeitsbetrachtung wurden die identifizierten Maßnahmen näher spezifiziert und auf ihre monetären Auswirkungen über einen längeren Zeitraum hin analysiert. Dabei wurde zusätzlich das Controlling in die Ausarbeitung mit einbezogen.

Ergebnis dieser dynamischen Investitionsrechnung waren klare Aussagen über prognostizierte Investitionsrückflüsse im Bereich der Auswirkungen einzelner CRM-Maßnahmen.

Als besonderen Vorteil sieht die Stadtwerke Essen AG die strukturierte und verständliche Vorgehensweise der „CRM-Roadmap“. Insbesondere dadurch, dass jeder Projektteilnehmer die Bewertungen entsprechend seinem fachlichen Hintergrund beeinflussen konnte und der Kompromiss bei den Einschätzungen gemeinsam erarbeitet wurde, erreichte man eine hohe Akzeptanz der Ergebnisse innerhalb des Projektteams sowie auch bei den Verantwortlichen.

In Zukunft wird die Stadtwerke Essen AG im Rahmen eines Kooperationsprojektes zum Thema „eBusiness“ weiterhin mit bpc zusammenarbeiten.

Kontakt



Tobias Zierau
best practice consulting AG
Kleine Johannisstraße 9
20457 Hamburg

Tel.: 0 40/30 37 52-0
Fax: 0 40/30 37 52-77

Tobias.Zierau@bpc.ag
www.bpc.ag