

# Predictive Analytics für Energieversorger

## Kundenbindung ist Trumpf



Energieversorger stehen vielfältigen Herausforderungen gegenüber, denn der liberalisierte Energiemarkt ist im stetigen Wandel. Immer mehr Anbieter konkurrieren um zunehmend anspruchsvolle und wechselwillige Kunden, wodurch Preisangebote enorm schwanken. Vertrieb und Marketing stehen in der Verantwortung, Angebote auf den jeweils geeigneten Kanälen kundenspezifisch zu optimieren und adressieren. Vorrang hat dabei die Bindung der Bestandskunden, da ein Neukundengewinn um ein Vielfaches kostenintensiver ist.

### Kundenbindung, Vertriebssteuerung und Service-Optimierung

Wer wechselwillige Kunden frühzeitig identifiziert, kann deren Loyalität durch Transparenz der Kosten- und Versorgungsstrukturen wieder stärken. Der Einsatz innovativer Informations- und Kommunikationstechnologien, Kundenwertanalysen und ein intensiver Dialog anstatt reiner Informationsbereitstellung helfen, diese Ziele zu erreichen. Eine Verschmelzung der einzelnen Vertriebs- und Kommunikationskanäle dient der individuellen Ansprache der Kunden auf dem bestmöglichen Weg. Zudem ist es wichtig, Responseraten zu erhöhen und Cross- und Upsell-Potenziale effektiv zu nutzen. Damit Callcenter-Mitarbeiter bei kritischen Kunden schnell reagieren und einen proaktiven Service bieten können, brauchen sie Entscheidungsunterstützungen in Echtzeit. Auch im Vertrieb tragen standardisierte Prozesse dazu bei, langfristig Kosten senken

### Mit Predictive Analytics ans Ziel

Die nötigen Informationen für eine optimale Kundenbetreuung sind meist schon vorhanden und in großen Mengen strukturierter und unstrukturierter Unternehmensdaten verborgen. Mit dem Know-how um die richtigen Analyse-Technologien und deren zielgerichteten Einsatz helfen wir dabei, für jeden Kunden ein eigenes und in Echtzeit aktuelles Profil zu erstellen. Dazu lohnt es sich etwa, aufgezeichnete Audiofiles aus dem Callcenter hinsichtlich Gesprächsverlauf und Kontext oder sämtliche E-Mail- und Postkorrespondenz in Echtzeit auszuwerten und in das Profil einfließen zu lassen. Aufgrund unserer weitreichenden Erfahrung in anderen Projekten wissen wir, welche Analytics-Tools und Machine-Learning-Algorithmen für welche Herausforderung die beste Lösung sind. Mit einem ganzheitlichen Projektansatz können Service und Kundenkontakt verbessert, Cross- und Upsell-Potenziale genutzt und Kündigungsraten signifikant und messbar verringert werden.

axians

### Auf einen Blick

#### ➤ Kundenbindung und Kündigerprävention

Wechselwillige Kunden identifizieren und mit personalisierter Ansprache sowie verbesserten Angeboten deren Loyalität zurückgewinnen

#### ➤ Predictive Marketing und Vertriebssteuerung

Responseraten erhöhen und Cross- und Upsell-Potenziale effektiver nutzen

#### ➤ Callcenter-Optimierung

Entscheidungsunterstützung der Callcenter-Agenten mit Next-Best-Action-Vorschlägen in Echtzeit

#### ➤ Kosten senken

Standardisierung der Vertriebsprozesse

### Ihr Ansprechpartner

#### Philipp Ripkens

Solution Manager

Analytics & Data

+49 160 54 66 720

[philipp.ripkens@axians.de](mailto:philipp.ripkens@axians.de)