

Pressemitteilung

Effektivitätssteigerungen im Geschäftskundenvertrieb und Key-Account Management von Energieversorgern

Frankfurt am Main, den 11. August 2015

Der Geschäftskundenvertrieb und insbesondere das Key-Account Management glänzen bei vielen Energieversorgern mit hohen Absatzmengen bei Strom und Gas, aber häufig negativen Deckungsbeiträgen. Der hohe Konkurrenzdruck und die Regulatorik der Energiewende haben die Preise im Großkundengeschäft massiv gedrückt. Konnte der Großkundenvertrieb bislang noch durch eine exzellente Betreuung und Beratung punkten, entscheidet heute oft nur noch der Preis, der über Plattformen und Berater ermittelt wird.

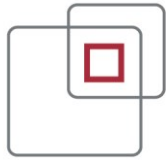
Viele Stadtwerke stellen sich die Frage, ob und wie das Großkundengeschäft noch wirtschaftlich betrieben werden kann. Die Gründe für die mangelnde Wirtschaftlichkeit sind vielfältig, lassen sich jedoch auf fünf wesentliche Punkte zusammenfassen, unter deren Berücksichtigung eine unmittelbare Effizienzsteigerung und damit Kosteneinsparung von ca. 15-20% erreicht werden kann.

An erster Stelle steht die mangelnde Transparenz. Oft fehlt eine realistische und transparente Deckungsbeitragsrechnung für Groß-, Gewerbe- und Haushaltskunden differenziert nach Sparten. Häufig werden Kosten eher nach Tragfähigkeit als verursachungsgerecht zugeordnet. Die mangelnde Transparenz setzt falsche Anreize und führt zu Fehlentscheidungen. Lieferverträge mit teils hohen Verlusten sind die Folge.

An zweiter Stelle stehen zu hohe „Cost-to-Acquire“ und „Cost-to-Serve“ Aufwendungen. Der Vertrieb und die unterstützenden Funktionen, wie z.B. Pricing, Prognose oder Beschaffung, sind häufig zu umständlich organisiert und werden nicht ausreichend von effizienten Prozess- und Systemstrukturen unterstützt, insbesondere herrscht oft ein zu geringer Automatisierungsgrad.

Als dritter Punkt ist eine ungenügende Fokussierung zu nennen. Attraktive Marktsegmente, wie z.B. Kleingewerbe oder Wohnungswirtschaft und eine gezielte Verflechtung der vorhandenen Kunden, beispielsweise über Contracting, stehen zu wenig im Fokus. Einzig der rein nach Absatzmenge ausgerichtete Vertriebs Erfolg steuert häufig die Ausrichtung der vertrieblichen Ambitionen.

Viertens gibt es in vielen Fällen keine Differenzierung der Kanäle. Online-Plattformen entwickeln sich immer stärker zu einem interessanten und attraktiven Vertriebskanal, der jedoch spezifische Prozesse sowie Entscheidungswege erfordert und dafür geringere Prozesskosten verursacht.



Nicht zuletzt werden die Optimierungspotenziale der Beschaffung oft nicht genutzt. Bei einer engen Verzahnung von Kraftwerken, Vertrieb und Handel und einem entsprechenden Aufbau eines Portfolio-Managements können Stadtwerke mit eigenen Kraftwerken die Kosten für Mehr-/Minderverbräuche und Beschaffung entlang der gesamten Wertschöpfungskette senken.

Erfahrungen in verschiedenen Vertriebsprojekten bei großen und mittelständischen Stadtwerken zeigen sehr deutlich, dass ein moderner und gut strukturierter Geschäftskundenvertrieb nicht nur eine messbare und nachhaltige Wirkung auf die Kundenzufriedenheit und Kundenbindung hat, sondern auch unmittelbare Kostensenkungspotenziale eröffnet und neue Vertriebspotenziale erschließen kann.

Über cerasus consulting:

Als Strategie- und Prozessberatung mit Sitz in Frankfurt am Main arbeiten wir seit über 10 Jahren erfolgreich für namhafte Finanzinstitute, Versicherungen oder Energieversorger. Unsere Kunden erleben uns als innovativ, pragmatisch und umsetzungsstark. Wir bewirken greifbare Veränderungen und Weiterentwicklungen, weil das Machbare in unserer Arbeit Vorrang vor Visionen hat. Deswegen hören wir genau auf die Bedürfnisse unserer Kunden, arbeiten partizipativ und beziehen unterschiedliche Hierarchieebenen mit in die Lösungsfindung ein.

<http://cerasus-consulting.com/>
info@cerasus-consulting.com