

## Pressemitteilung

---

### Wie Energieversorger die Abwanderung von Tarifikunden stoppen können

*Frankfurt am Main, den 10. August 2015*

Haushalts- und Gewerbekunden sind ein wichtiger Ertragsbringer für viele Energieversorger geworden. Doch die komfortablen Marktanteile im Netzgebiet gehören der Vergangenheit an. Steigende Wechselbereitschaft der Kunden, Transparenz über Vergleichsplattformen im Internet und gezielte Kundenabwerbung durch Wettbewerber erodieren sukzessive Marktanteile und Kundenbasis.

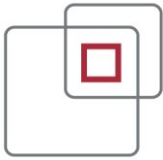
Viele Energieversorger arbeiten intensiv an einer Reduktion der Wechselraten und Verbesserung der Neukundengewinnung. Dabei lassen sich vier wesentliche Hebel zusammenfassen, mit denen sich die Abwanderung der Haushaltskunden um ca. 20-25% reduzieren lässt, bei den Gewerbekunden sogar bis zu 30-35%.

An erster Stelle müssen Kundenbindungsmaßnahmen im Mengenkundengeschäft gezielt auf den Ursachen der Abwanderung aufsetzen. Dies erfordert die Verbesserung des Kundenerlebnisses für unterschiedliche Kontaktpunkte und Geschäftsvorfälle. Zum Beispiel Premium-Service für wertvolle Kunden, intelligente Vertragsgestaltung über Produkt-Bundles oder Loyalitätsprogramme und eine pro-aktive Ansprache der Kunden im In- und Outbound mit passenden Angeboten.

Ein ebenfalls wichtiger Punkt ist der Aufbau eigener Prozesse für die Kündigerbearbeitung und Rückgewinnung. Lange wurden Kündigungen einfach hingenommen und abgearbeitet. Für eine erfolgreiche Rückgewinnung sind allerdings spezielle Prozesse und eigens geschulte Mitarbeiter erforderlich. Durch einen zeitnahen Anruf direkt nach Kündigung mit einem attraktiven Rückgewinnungsangebot können ca. 15-20% der Kündiger zurückgeholt werden. Für die Rückgewinnung bereits verlorener, werthaltiger Kunden bietet sich der Einsatz von Door-to-Door Maßnahmen nach 12 Monaten an.

Ein weiterer, wesentlicher Hebel ist das Aufsetzen einer Roadmap für den Ausbau des Online-Kanals. Denn das Internet ist die wichtigste Informationsquelle für Neukunden und Wechsler. 75% aller Deutschen informieren sich online zum Thema Strom und 55% aller Anbieterwechsel finden online statt. Der größte Teil des Online-Geschäfts läuft dabei über Online-Vermittler wie beispielsweise die Vergleichsportale VERIVOX und CHECK24, nur 15% aller Wechsel werden direkt auf den Seiten der Energieversorger durchgeführt.

Erfolgskritisch sind ein vertriebsorientierter Online-Auftritt mit nutzerfreundlichen Abschlussprozessen, ein attraktives Produktangebot für online-affine Kunden sowie gezielte Kooperationen mit Vergleichsportalen und Affiliate-Netzwerken. Meist ist damit auch eine Verlagerung von Budgets aus der klassischen Werbung hin zum Performance-Marketing in Form von SEO, SEA, Kunden werben Kunden und Portalkooperationen notwendig.



Zudem gilt es, erfolgreiche Strategien der sogenannten Angreifer zu übernehmen. Im Offline-Vertrieb agieren Angreifer häufig mit Direktvertrieben, wie zum Beispiel Ranger. Für die Neukundengewinnung kann dies als flankierende Maßnahme durchaus sinnvoll sein. Allerdings ist die Bindung von Kunden, die über den Direktvertrieb gewonnen werden, besonders zu beachten, vor allem in Sachen Nachhaltigkeit.

Erfahrungen in verschiedenen Vertriebsprojekten bei großen und mittelständischen Energieversorgern zeigen sehr deutlich, dass ein moderner und gut strukturierter Vertrieb für Haushalts- und Gewerbekunden nicht nur eine messbare und nachhaltige Wirkung auf die Kundenzufriedenheit hat, sondern auch die Kundenbasis erfolgreich stabilisieren 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](mailto:info@cerasus-consulting.com)