**Zeitschrift:** bulletin.ch / Electrosuisse

Herausgeber: Electrosuisse

**Band:** 96 (2005)

Heft: 20

**Artikel:** Kennen Sie Ihre Stromkunden?

Autor: Zurbruegg, Ruedi / Rageth, José Carlos

**DOI:** https://doi.org/10.5169/seals-857856

## Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

# Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

**Download PDF:** 10.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

# **Kennen Sie Ihre Stromkunden?**

Eines haben erfolgreiche Unternehmen gemeinsam: Sie gehen aktiv an Veränderung ran und rüsten sich frühzeitig für die Zukunft. Im Zuge der Veränderungen im Schweizer Strommarkt sind aus Stromabonnenten unlängst Stromkunden geworden. Der lange Schatten einer möglichen Strommarktliberalisierung rückt den Stromkunden und seine Bedürfnisse zunehmend ins Zentrum der Stromversorger. Es gilt zu entscheiden, welche Massnahmen heute ergriffen werden müssen, um sich zukünftig erfolgreich im Markt zu positionieren.

Ruedi Zurbruegg und José Carlos Rageth

#### Preis nicht alleinentscheidend

Ein Blick auf unseren nördlichen Nachbarn zeigt es deutlich: Der Markt ist nach der Liberalisierung in Bewegung geraten, und viele Tausende haben sich einen neuen Stromanbieter gesucht. Bei näherer Betrachtung stellt man fest, dass nicht nur der Preis massgebend für die Neuverteilung der Marktanteile ist. Vielmehr findet eine Profilierung der Stromanbieter durch andere Werte statt. Stichworte dazu sind der Aufbau von neuen Marken im Strommarkt und die verstärkten Anstrengungen der Stromlieferanten, die Kunden an sich zu binden und in den Verkauf zu investieren.

#### **Situation Schweiz**

Ob der Strommarkt in der Schweiz geöffnet wird, kann niemand mit Bestimmtheit sagen. Doch eines ist sicher: Die
heutigen Stromkunden in der Schweiz erwarten bereits heute eine Betreuung, wie
sie in liberalisierten Märkten üblich ist.
Die Energieversorger sind bereits heute
gefordert, ein Kundenbeziehungs-Management aufzubauen, das nachhaltig ist
und über eine mögliche Marktöffnung
hinausgeht.

#### Wissen schafft Vertrauen

Ein wesentlicher Faktor, dass eine vertrauensvolle Kundenbeziehung entstehen kann, ist Ihr Wissen über den Kunden; ein Wissen, welches Sie vor allem im Kundengespräch einbringen können. Wissen bedeutet in erster Linie Authentizität und Glaubwürdigkeit. Wenn Unternehmen in der Lage sind, die Informationen, welche über die verschiedenen Kommunikationskanäle (E-Mail, Telefon, persönlicher Kontakt) einfliessen, zu

bündeln und wiederum dezentral dem Verkauf zur Verfügung zu stellen, ist ihnen der Erfolg auch in einem liberalisierten Markt sicher.

# Kontaktplanung und CRM sind zentrale Elemente

Nur wer plant, kennt sein Ziel. Es ist daher unabdingbar, dass Sie Ihre Kundenkontakte in der Jahresplanung exakt niederschreiben. Legen Sie fest, wie viele Kundenbesuche, Mailings, Kundenanlässe, Telefone usw. Sie in der kommenden Periode vorsehen. Die stattgefundenen Kontakte sind dann mit einem geeigneten CRM-Werkzeug festzuhalten. Diese systematisch abgespeicherten Kundeninformationen dienen der Überwachung einzelner Kontakte oder der Analyse ganzer Kundensegmente.

## **Bildung einer CRM-Kultur**

CRM ist in erster Linie eine Frage der Unternehmenskultur. Bevor eine CRM-Kultur etabliert werden kann, ist es wichtig, dass eine bewusste Abnabelung von der bisherigen Kultur vollzogen wird. Belegen Sie die neue CRM-Kultur mit Ritualen und Symbolen und definieren

sie deren Werte für die Gruppe und das Unternehmen. Sorgen Sie dafür, dass alle Mitarbeiter die Verantwortung für die Veränderung übernehmen.

Bei der Definition geht es somit zum Beispiel um Fragen wie:

#### Kontaktangaben der Autoren

José Carlos Rageth bebridge AG Lukasstrasse 4, 9008 St. Gallen management@bebridge.com www.bebridge.ch | www.swissCRMguide.ch Ruedi Zurbruegg

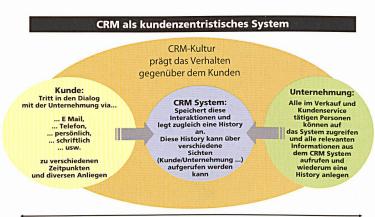
Zurbruegg VerkaufsOptimierung Luzernerstrasse 26, 6330 Cham info@VerkaufsOptimierung.ch www.VerkaufsOptimierung.ch

- Welche Informationen wollen wir über den Kunden gewinnen?
- Zu welchem Zeitpunkt gewinnen wir diese Informationen?
- Wer hat Zugang zu diesen Informationen?
- In welcher Situation setzen wir dieses Wissen ein?
- Wie prägt dieses Wissen unser Verhalten gegenüber unseren Kunden?
- Welche Verhaltensregeln wenden wir bei Anfragen, Aufträgen, Reklamationen usw. an?

#### **Auswahl einer CRM-Software**

CRM ist in zweiter Linie eine Frage der Software. In der Schweiz gibt es rund 200 Anbieter von CRM-Software, die sich auf spezifische Anwendungen spezialisiert haben. Die Auswahl aus den verschiedenen Systemen fällt dem Laien schwer, da der Markt intransparent ist und sich zudem stark volatil verhält, d.h. die Anwendung, aber auch die Anbieter verändern sich fortlaufend.

Deshalb wurden Methoden geschaffen, um CRM-Systeme zu evaluieren. Im Gegensatz zu herkömmlichen Vorgehensweisen bietet eine solche Systematik für den Kunden zwei gewichtige Vorteile: Schnelligkeit, da die wichtigsten Informationen zu den einzelnen CRM-Systeme bereits in einer Datenbank vorhanden sind, und eine hohe Sicherheit und Vergleichbarkeit, dank einer breit angelegten und ständig aktualisierten Datenbasis.



Gegenseitige Interaktionen und Austausch von Informationen



Le publiphone, un service essentiel. Nous vous proposons des appareils à monnaie avantageux pour l'intérieur et des modèles à Taxcard résistants pour l'extérieur. Nous vous conseillons volontiers au numéro gratuit 0800 800 800. Consultez aussi notre site sous www.swisscom-fixnet.ch/publifon

# Pour téléphoner au calme, Iris Bondi préfère le publiphone.

**Publifon® Polaris** Le téléphone à monnaie pratique et polyvalent.



**Publifon® Sirius** Le téléphone à Taxcard simple et discret.



Cadeau:
3 mois de location et
les frais d'installation.\*



