

Link: <https://www.computerwoche.de/a/wie-pra-sk-energetika-vertriebsprozesse-optimiert,2351746>

Mehr Energie mit SAP CRM

Wie Pražská energetika Vertriebsprozesse optimiert

Datum: 14.09.2010

Der tschechische Stromversorger Pražská energetika (PRE) setzt eine SAP-CRM-Lösung ein, die speziell auf branchentypische Prozesse zur Stromabrechnung und Kundenbetreuung zugeschnitten ist. Das soll eine einheitliche Sicht auf Kundendaten ermöglichen und mehr Effizienz in Vertriebsabläufe bringen.

Durch die rasche Deregulierung des Strommarktes in der Tschechischen Republik hat sich auch für den Stromversorger **Pražská energetika**¹ (PRE) das Geschäftsumfeld spürbar verändert. Seitdem steigen die Anforderungen von Kunden, etwa in punkto **Servicequalität**², kontinuierlich. Dadurch wird es für Stromversorger wie PRE zunehmend schwieriger, Bestandskunden zu halten beziehungsweise neue Kunden zu gewinnen.

Um im liberalisierten Strommarkt zu bestehen, setzt PRE künftig auf noch mehr Service und noch mehr Qualität bei der **Kundenbetreuung**³. So wird der Stromversorger eine Reihe von zusätzlichen Services anbieten, wie etwa Beratungsleistungen zum Thema Energiesparen. Ebenso sollen Kunden künftig Stromzähler kostenfrei mieten können und Analysen zum Stromverbrauch erhalten.

Flexibler am Markt agieren

Damit sich das Unternehmen rasch und flexibel an ständig wechselnde Kundenanforderungen anpassen kann, ist es nötig, vorhandene Kundenstammdaten durch die Integration interner Prozesse in Vertrieb, Service und Marketing bestmöglich zu nutzen. Die notwendige Basis dafür schafft PRE laut einer Mitteilung von SAP durch die Einführung der Kundenmanagement-Lösung **SAP CRM**⁴ mit speziellen SAP-Komponenten für die Stromabrechnung.

Einheitliche Sicht auf Kundendaten

Auf Grundlage der integrierten **CRM**⁵-Lösung will das Unternehmen künftig eine einheitliche und umfassende Sicht auf alle kundenorientierten Daten und Prozesse schaffen und so Abläufe in Vertrieb, Service und Marketing effizienter gestalten. Detaillierte **Analysen zum Kundenverhalten**⁶ sowie die Segmentierung von Kundengruppen sollen fein abgestimmte **Marketing-Kampagnen**⁷ ermöglichen. Gleichzeitig will man in der CRM-Lösung auch Kundenverträge und Abrechnungen aus allen Segmenten stringent verwalten.

Links im Artikel:

¹ <http://www.pre.cz/en.html>

² <https://www.computerwoche.de/management/it-strategie/1938769/index2.html>

³ <https://www.computerwoche.de/software/crm/2350115/>

⁴ <https://www.computerwoche.de/software/crm/2349567/>

⁵ <https://www.computerwoche.de/software/crm>

⁶ <https://www.computerwoche.de/software/crm/1884936/>

⁷ <https://www.computerwoche.de/software/crm/2349976/>

IDG Tech Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Tech Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Tech Media GmbH keine Verantwortung.