

Massendatenanalyse hilft beim Abwehren von Kündigungen

# Im Markt angekommen

**BIG DATA** | Konkrete Anwendungen und zählbare Mehrwerte durch die Nutzung von Big Data waren für den Energiemarkt bisher nur schwer realisierbar, speziell für Stadtwerke und kleinere Versorger. Durch ein Kooperationsprojekt der AVE GmbH, Full-Service-Dienstleister für die Energiewirtschaft, mit dem IT-Branchenspezialisten Gisa GmbH hat diese Regel ihre Gültigkeit verloren. Die beiden Unternehmen aus Halle an der Saale nutzen die Möglichkeiten von Big Data für Anwendungen, die das Marketing im Energievertrieb nachhaltig verändern können.



Ablauf der Kündigeranalyse mit „gisa.Customer Insight“.

Schon auf der SAP-Kundenmesse „Saphire Now“ im Mai 2017 in Orlando, Florida, haben Gisa und AVE mit der SAP AG eine „SAP Business Transformation Study“ veröffentlicht. Das Best-Practice-Beispiel gibt Antworten auf die Frage, wie vorausschauende Analysen dazu beitragen können, dass weniger Kunden kündigen. Die Basis dafür liefert die Gisa-Eigenentwicklung „gisa.Customer Insight“. Energiedienstleister können damit anhand von Verbrauchs- und Abrechnungsdaten den Kundenwert und die Kündigerwahrscheinlichkeit ihrer Kunden schnell und präzise ermitteln. In Kooperation mit Gisa hat AVE im Rahmen des Angebots Kündigerabwehr 4.0 die Gisa-Innovation mit ihrem Portfolio an gezielten Maßnahmen zur Kundenbindung ergänzt.

## Gießkannenmethoden ade

Ausgangspunkt für die Entwicklung von gisa.Customer Insight war die starke Dynamik im Energiemarkt. Neukunden-

akquise ist ein teures Geschäft, und auch Maßnahmen zur Kundenbindung über den gesamten Kundenstamm hinweg sind weder zielgerichtet noch praktikabel.

Das Gisa-Tool läutet nun einen Paradigmenwechsel ein. Einerseits wird damit die Wechselwilligkeit kundenscharf identifiziert, andererseits auch der wirtschaftliche Wert jedes Kunden. Damit lassen sich deutlich effizienter Maßnahmen einleiten, mit denen ein eng definierter und lukrativer Kundenkreis langfristig an das eigene Unternehmen gebunden werden kann. Zielgerichtetes Marketing ersetzt das Gießkannenprinzip.

## Algorithmus folgt dem Best-Practice-Ansatz

Technisch beruht gisa.Customer Insight auf der bei Gisa entwickelten Idee, die spezifischen Werkzeuge der Technologieplattform SAP Hana für die Energiebranche zu nutzen. „Wir haben in enger Zu-

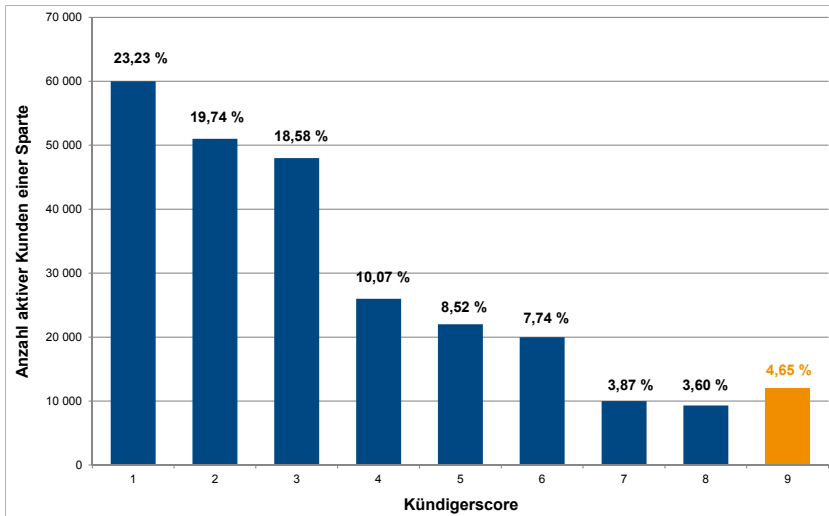
sammenarbeit mit der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg einen Algorithmus entwickelt, der für eine Treffergenauigkeit von 88 % bei der Ermittlung der Kündigerwahrscheinlichkeit sorgt“, erklärt Christian Gratz, Solution Architekt bei Gisa. Im Gegensatz zu Wettbewerbern passt der IT-Dienstleister den Algorithmus jeweils auf die spezifischen Bedingungen wie Kunden- oder Produktstruktur des Energiedienstleisters an. „So kann mit einer ganzen Reihe von Stellschrauben immer das optimale Ergebnis aus dem Algorithmus generiert werden.“

## Schub für Marketing-orientierten Kundenservice

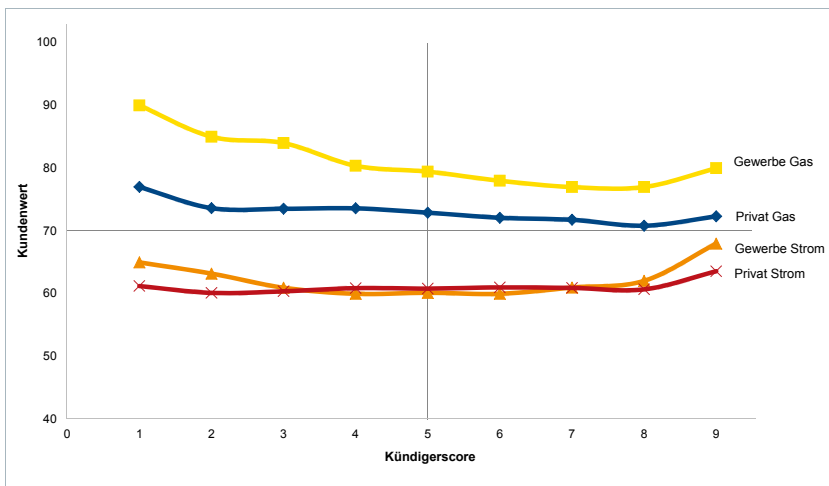
Steffen Hefter, Key Account Manager der AVE GmbH, erläutert, wie die Services der beiden Unternehmen ineinander greifen: „Gisa.Customer Insight liefert uns eine Basis, mit der wir sofort loslegen können. Mit Kündigerabwehr 4.0 bieten wir einen Service aus Einführung und Analyse zum Festpreis. Dazu kommen individuelle und effektive Maßnahmen, mit denen Kündigungen rechtzeitig abgewehrt werden können. Ein Beispiel: Gemeinsam mit einem Stadtwerk können wir Kunden gruppieren und anschließend jeder Gruppe individuelle Maßnahmen zuordnen. Für Kunden mit hohem Wert und Kündiger-Score, das heißt, die wahrscheinlich kündigen wollen, bieten sich nun Upselling-Calls beziehungsweise Mailing-Maßnahmen mit Nachfass-Calls an, um diese gezielt auf Sonderprodukte umzustellen.“

Grundsätzlich werden die Maßnahmen vom Servicespezialisten jedoch exakt auf die Kundenstruktur des Energiedienstleisters sowie seine Produktpalette zugeschnitten. Alternativ übernimmt AVE auch die Schulung von Mitarbeitern bei Versorgern, um nachfolgende Kampagnen zu organisieren oder grundsätzlich deren Kundenservice zu stärken.

Für Susanne Senk, Produkt- und Projektmanagerin bei AVE, ist entscheidend, dass Stadtwerke mit dem Ergebnis der Analysen nicht alleingelassen werden. „Jeder Marktteilnehmer weiß, wie wichtig Kundenbindung ist. Wir können nun die Ressourcen bereitstellen, die für die optimalen Kundenbindungsmaßnahmen notwendig sind und über die viele Energiedienstleister nicht verfügen.“



Beispiel einer grafischen Auswertung; Anzahl aktiver Kunden einer Sparte.



Beispiel einer grafischen Auswertung; durchschnittlicher Kundenwert pro Score-Klasse.

Seit der Vorstellung der Kündigerabwehr 4.0 auf der diesjährigen E-world entwickelt sich die Nachfrage nach den gemeinsamen Services laut beiden Unternehmen „ausgesprochen dynamisch“. AVE hat die Kündigerabwehr 4.0 schon bei mehr als 20 Energieversorgern vorgestellt. Mit der Energieversorgung Mittelrhein AG (evm), dem größten Energie- und Dienstleistungsunternehmen in Rheinland-Pfalz, nutzt das erste Energieunternehmen bereits wenige Wochen nach Produkteinführung das Tool in der Praxis.

### Big Data – nicht nur etwas für die Großen der Branche

Den Nutzen, den vorausschauende Analysen auf Basis von Big Data für das Kerngeschäft liefern, hat gisa.Customer Insight auch schon an anderer Stelle bewiesen. Gisa verfügt über Referenzen bei Branchengrößen wie enviaM, bei regionalen Versorgern wie evm sowie bei einer Reihe weiterer Stadtwerke. Christian Gratz erläutert, wie Gisa die Lösung auch für kleine und mittelgroße EVU lukrativ öffnet: „Mit der SAP Partner Managed Cloud werden wir gisa.Customer Insight auch Unternehmen anbieten können, die über keine eigene SAP-Suite beziehungsweise Hana-Lösung verfügen – und das wirtschaftlich, leistungsfähig und flexibel.“ Die nach höchsten Sicherheitsstandards im Gisa-Rechenzentrum gehostete Lösung sorgt dafür, „dass kein Unternehmen der Energiebranche auf die einzigartigen Möglichkeiten von Big Data zur Kundenbindung verzichten muss.“

Bilder (3): Gisa / AVE

[www.gisa.de](http://www.gisa.de)

© Springer-VDI-Verlag GmbH & Co. KG, Düsseldorf 2017