

---

# REMU CARUSO BULLETIN



## AUSGABE FÜR METERING EUROPE 2000

Caruso erhöht die Kundenbindung im deregulierten Energiemarkt

September 2000

---

### Zufriedenheit des Kunden

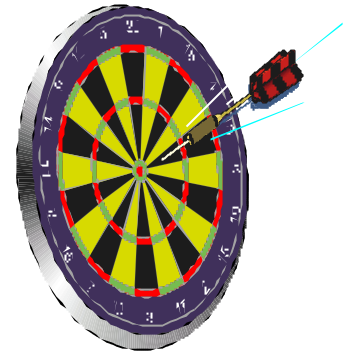
Das von der Europäischen Union geförderte Gemeinschafts-Projekt liefert mit Caruso ein strategisches Instrument im Kampf um Marktanteile, das der Energie-Branche ermöglicht, den Kunden dauerhaft an das Unternehmen zu binden, die Wechselbereitschaft zu reduzieren und neue Abnehmer zu gewinnen. Im Mittelpunkt aller Bemühungen des **Customer Care** und **Relationship Support Office**, das in Zusammenarbeit mit der Ludwig Maximilians Universität München, DataCall Systeme GmbH, München und SFI Portugal entstanden ist, steht die Zufriedenheit des Kunden. Hollands drittgrößter Energieversorger REMU hat Caruso deshalb als Front-Office für MVS (interner Code-Name), seinem universellen Abrechnungs-, Marketing-, Verkaufs- und Service-System, gewählt. Damit ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren im Aufbau eines EVU-Front- und Back-Office gegeben: Partner mit mehr als 80 Jahre Erfahrung im Utility-Business unterstützen Versorgungs-Unternehmen und öffentliche Einrichtungen in der Aufbau- und Betriebsphase.



### Kontaktaufnahme gewährleisten

Ebenso wie MVS mit unterschiedlichen Front-Office-Komponenten betrieben werden kann, ist Caruso mit mehr als zehn Back-Office-Applikationen einsetzbar. Bei allen denkbaren Technologie-Kombinationen muß das oberste Ziel der Gesamtanwendung sein, die Kontaktaufnahme hundertprozentig zu gewährleisten. REMU BillCare und Caruso Front-Office für Utilities bewältigen diese Herkulesaufgabe, die Unternehmen vor allem in den Metropolen oft vor große Probleme stellt. Bereits jetzt nutzen mehr als 25 große Betriebe und Organisationen das System, wie Gemeinden, Wasserversorger, TV-Kabelgesellschaften, Stadtwerke. Über zwei Millionen Kunden und acht Millionen Kunden-Produkt-Relationen werden verwaltet. In Ballungsräumen registriert REMU mehr als 6,5 Millionen Kontakte. Um bei dieser hohen Auslastung den geforderten Service-Level als Aushängeschild des Unternehmens zu garantieren, ist die multimediale Kontaktaufnahme via Dokumente, Telefon, Fax, Internet (Wireless Application Protocols und E-Mail) sowie über Datenschnittstellen (EDI und XML) oder auch durch Besuche eine unabdingbare Voraussetzung. Die Kommunikation kann auch über Call-Center-Agenten und freigeschaltete Nummern erfolgen. Maßgeblich für den Datenaustausch im Internet ist vor allem die einheitliche Benutzerschnittstelle für Mitarbeiter und Kunden, die nicht nur den Dialog sondern auch einen Self-Service gestattet. So kann der Kunde seine Zählerstände selbst ablesen und die Daten an das

Front-Office übergeben, Probleme mit Geräten melden, Abrechnungen reklamieren oder seinen Umzug bekanntgeben.



### Knowledge Based Issue Solver

Unabhängig davon, auf welchem Weg der Kunde mit seinem Energieversorger in Kontakt tritt, löst jede Kontaktaufnahme im Media Layer eine Registration im Contact Layer aus. Hier werden die Datenbanken um neue Informationen ergänzt und via Workflow Management immer dann eine neue Issue, vergleichbar mit einer Task, gestartet, wenn die Aktion nicht sofort zur Zufriedenheit des Kunden beendet werden kann. Kernstück von Caruso ist der Knowledge Based Issue Solver, der neue Kunden und Produkte, An-, Ab- und Ummeldungen, Beschwerden, Probleme, sonstige Informationen, Rechnungen, Schulden; Zahlungseingänge sowie falsche Kontakte in die Knowledge Base aufnimmt und sie nach dem Motto „Learn and Manage“ den Mitarbeitern als gebündelte Business Intelligence zur Verfügung stellt. Tauchen beim nächsten Kontakt ähnliche Fragen auf, gibt der Issue Solver Daten und Antworten vor, die in

vergleichbaren Situationen bereits abgerufen worden sind. Von hier aus werden Workflow-Prozesse, das Dokumentenmanagement, das Back-Office oder weitere Applikationen angestoßen. Die Workflow-Komponente arbeitet nach der Devise „Act and Control“. Jeder Workflow-Prozess wird in Aktivitäten, Schritte und einzelne Aktionen unterteilt. Der Workflow-Manager terminiert die Aufträge und überwacht deren pünktliche und ordnungsgemäße Durchführung durch die Service-Abteilung. Ziel der beiden eng zusammenarbeitenden Komponenten ist es, den Kunden schnellstmöglich zufriedenzustellen und dafür seine Zeit und sein Geld so wenig wie möglich in Anspruch zu nehmen.

#### **Durchstrukturierten ICT-Layer**

Die dem Gesamtsystem zugrundeliegende ICT-Layer-Architektur unterscheidet zwischen einer Back-, Middle- und Front-Office-Komponente. Das Back-Office ist für das Datenmanagement zuständig und besitzt eine Schnittstelle zum Trading- und Portfolio-Management. Geht beispielsweise im Front-Office die Anfrage eines potentiellen neuen Abnehmers zu einer Lokation ein, die 300 Abnehmer umfaßt, reicht das Customer Care Center diese Information bis zum Trading weiter, das für die Einkäufe zuständig ist. Durch Caruso gewinnt das Back-Office somit auf schnellstem Weg wertvolle Informationen, die ohne das Front-Office und die klar durchstrukturierten ICT-Layer längst nicht so einfach zu verwerten wären. Mittler ist die Middleware Data Process Pipe. Sie erhält Informationen aus dem Front-Office, die für das Market Interaction Management verarbeitet und ausgewertet werden. Umgekehrt leitet sie Informationen an das Back-Office weiter, das für das Produktmanagement zuständig ist.

Das Middle-Office übernimmt die Verwaltung der Kunden. Die Adreßdaten der Kunden sowie deren Relationen zu Lokationen und

Systemen sind in der Corporate Data Information Base gespeichert. Zur Kundenverwaltung zählen das Workflow- und Dokumentenmanagement, die Verwaltung der Verträge, Offerten und Preisstrukturen, das Abrechnungssystem inklusive Debitoren- und Inkasso-Management sowie Dataming- und Datawarehousing-Tools, die sämtliche im Datawarehouse gespeicherten Informationen analysieren und für Vertriebs- und Marketing-Aktionen zur Verfügung stellen.



#### **Customer Care Dream**

Die Informationen aus Middle- und Back-Office werden im Front-Office als Caruso Supported Processes vereinfacht abgebildet. Im Customer Care Center findet die direkte Interaktion mit dem Kunden und die Pflege der Kontakte statt. Hier liegt die Schnittstelle zu Internet und Extranet-Lösungen, zu Electronic Commerce und dem Account-Management sowie zum Abrechnungssystem. Die Front-Office-Mitarbeiter können zwischen 80 und 90 Prozent aller an sie gestellten Aufgaben ohne Rückfrage im Middle- oder Back-Office lösen. Sie haben keinen direkten Zugang zum Back-Office und müssen sich weder mit dem komplexen Abrechnungssystem noch mit der Datenverwaltung oder Connectivity-Fragen befassen. Das

bedeutet für das Unternehmen eine Minimierung der Einarbeitungszeit des Front-Office-Personals auf zwei bis drei Wochen, während für das Training der Back-Office-Mitarbeiter zwischen sechs und zwölf Monate anzusetzen sind. Das Caruso-Projekt setzt damit den „Customer Care Dream“ für Kunden und Unternehmen in die Tat um. Das Ergebnis sind zufriedene Abnehmer, die auch in stets überlasteten Ballungsgebieten mit der umgehenden Bearbeitung ihrer Anfragen rechnen können. Die Energieversorger profitieren durch die Erhöhung ihrer Wettbewerbsfähigkeit. Zum einen wird die Kundenbindung verbessert, zum anderen lassen sich die Customer-Care-Kosten senken, vor allem durch kürzere Kontaktzeiten und geringere Ausgaben für die Einweisung der Front-Office-Mitarbeiter.



#### **REM U NV**

CARUSO-Projekt  
Postbus 8888  
3503 SG UTRECHT  
E-mail: [Caruso@remu.nl](mailto:Caruso@remu.nl)  
Tel: +31 30 297 6697