

Neue Wege zur Steigerung von Kundenbindung und Erlösen

Erfolgreiches Churn Management –

wie Sie Kundenabwanderung vorbeugen

Handeln Sie,
bevor es Ihre
Kunden tun!

Bestandskunden zu halten ist bis zu 5 Mal günstiger, als neue zu gewinnen. Dennoch wird dieses Potenzial in der Energiebranche nicht vollständig ausgereizt. Oft liegt es am losen Kundenkontakt oder daran, dass die Kündigung gleichzeitig mit dem Versorgerwechsel erfolgt – zu spät für eine Rückgewinnung.

Die Herausforderung – komplex

Für Vertriebe ist es elementar zu wissen, wie wechsellaffin und wertig ihre Kunden sind und weshalb und wann sie kündigen. Nur mit diesem Wissen ist eine nachhaltige Strategie zur Kündigungsabwehr und Steigerung der Rentabilität des Endkundengeschäfts möglich.

Die Lösung – komfortabel und nachhaltig

Gemeinsam mit unseren Kunden haben wir ein einzigartiges, statistisches Modell entwickelt, mit dem wir die Kündigungsbereitschaft verlässlich vorhersagen können. Eine nachgelagerte Margenoptimierung gibt eine Empfehlung darüber, welche Kunden proaktiv attraktive Vertragsverlängerungsangebote erhalten sollten.

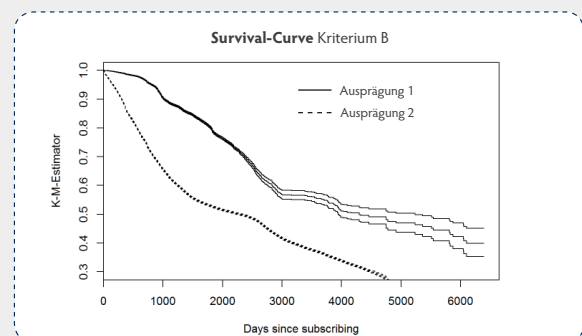
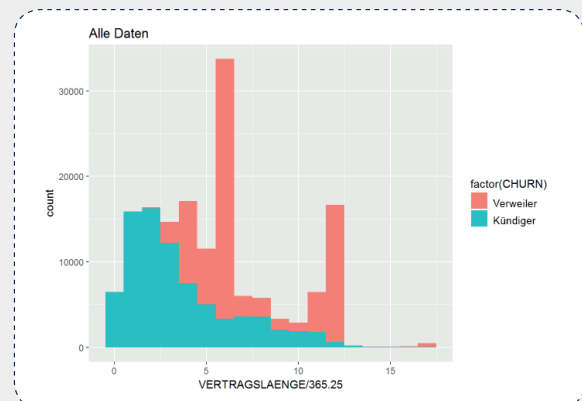
Die Umsetzung

Wissenschaftlicher Ansatz in der Praxis angewandt

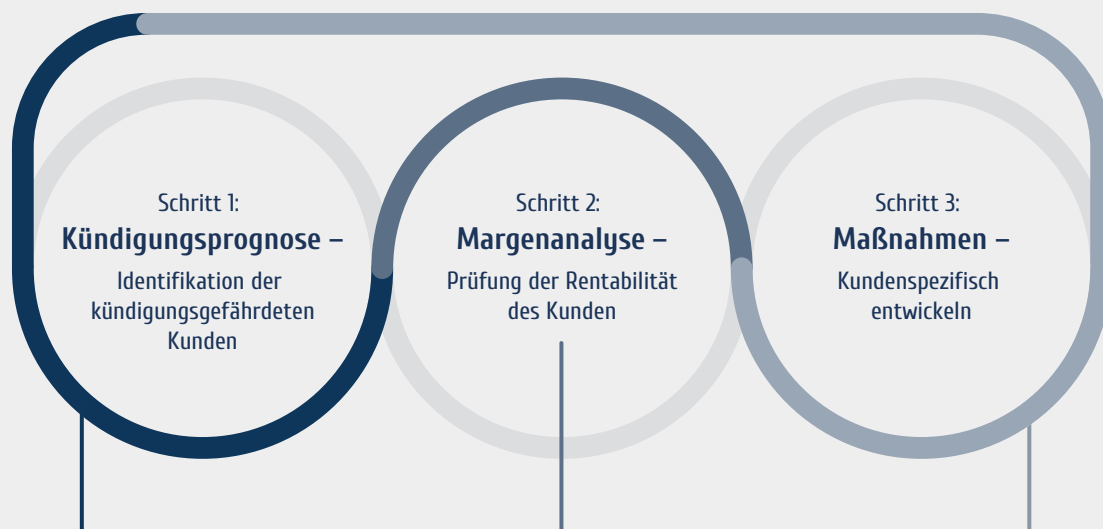
Mittels Methoden der mathematischen Regression ermitteln unsere Mathematiker aus Ihren Kundendaten potentielle Kündiger. So ergibt sich oft eine wahrscheinliche Kündigungsquote von 10% bis 15% über den gesamten Kundenstamm. Die tatsächliche Eintrittswahrscheinlichkeit der Kündigungen liegt dabei zwischen 75% und 85%.

Erlöse durch Kundenbindung – ein Rechenbeispiel

Bei einem Stadtwerk mit 100.000 Kunden und einen mittleren Kündigeranteil von 12,5% wären also etwa 12.500 Kunden stark wechsellaffin. Davon werden, mit einer Eintrittswahrscheinlichkeit von 75%, 9.400 Kunden kündigen und zum Wettbewerb wechseln. Bei einer durchschnittlichen Marge i.H.v. 35,00 € pro Kunde und Jahr entsteht ein Verlustrisiko von ca. 330.000 € durch Kundenabwanderung. Die Chance, genau diese Kunden vor ihrer Kündigung durch geeignete Kommunikationsmaßnahmen weiter zu halten, ist sehr groß. Gelingt dies bei 50% der potentiellen Wechsler, entspricht das gegenüber der Ausgangssituation einem jährlichen Margengewinn von 165.000 €. Ein Betrag, der Ihnen wiederum im Neukundengeschäft einen wesentlich größeren Spielraum schafft.



Wie gehen wir dabei vor?



Kundenwechsel lassen sich mit Methoden für statistisches Lernen vorhersagen. Für die Klassifikation, ob ein Kunde den Lieferanten wechselt oder nicht, verwenden wir Kundendaten, die ein typischer Energielieferant in Deutschland bereits zur Verfügung hat.

Anhand einer großen Datenmenge (100.000-2.000.000 Kundendaten) und bereitgestellten Variablen können wir Modelle mit einer Vorhersagegenauigkeit von bis zu 85 %, und je nach Datenlage sogar mehr, liefern.

Darüber hinaus ermitteln wir anhand von Survival-Analysen die Variablen-Werte, welche zu einer bestimmten Versorgungsdauer führen (z. B. Zusammenhang von der Länge des Versorgungszeitraumes und Kündigungsgrund). Im Anschluss wird geprüft, ob diese Methode als Komplement zur mathematischen Methode verwendet werden kann.

Gleichzeitig findet eine Margenoptimierung statt. Die Ergebnisse daraus geben Aufschluss über den vergangenen und zukünftigen Deckungsbeitrag des Kunden. Dies unterstützt die Vertriebe bei der Erreichung von Mindestmargen. Anhand dieses Zahlenmaterials entscheidet der Versorger, welche Maßnahmen zur Kündigungsabwendung ergriffen werden.

Im Rahmen des Maßnahmenmanagements stellen wir unseren Kunden weitere Werkzeuge, wie zum Beispiel unsere Angebotskalkulation zur Verfügung. Basierend auf den Ergebnissen der Deckungsbeitragsrechnung können dem Endkunden damit maßgeschneiderte Angebote mit den jeweils erforderlichen Preisparametern automatisiert erstellt werden.

Dienstleistung ohne weitere Kosten

Sämtliche Dienstleistungen werden sicher über die **robotron*Cloud** abgewickelt. Damit entstehen keine zusätzlichen Kosten für Hardware oder Administration Ihrerseits. Rufen Sie uns gerne an und wir erstellen Ihnen ein individuelles Angebot.