

Mit dem Chat in den Multichannel-Kundendialog starten

Chat als Dialogkanal bietet Vertriebschancen für die Energiewirtschaft

Wie sieht der Kundendialog zukünftiger EVUs heute und in der Zukunft aus? Kunden werden immer anspruchsvoller, Kontaktkanäle immer vielfältiger. Neben Telefon und E-Mail wollen Kunden unter anderem den Chat, heißt es. Doch trifft das auch zu für die, die ihren Energieanbieter wechseln wollen, die Fragen zu Abrechnung und Vorauszahlung haben oder schlicht ihren Ablese-Termin wissen wollen? Ein Praxisbericht:

davero dialog betreut mit einem 80-köpfigen Team eine Discount-Marke eines der großen Energieversorger in Deutschland. davero ist sich sicher: „Der Chat greift die Leute ab, die sonst keinen Kontakt gesucht hätten, die auf der Website unterwegs sind, im FAQ nach Antworten suchen. Diese neuen, zusätzlichen Kontakte bieten im besten Fall Vertriebspotenzial.“ Die Zahlen sprechen dafür. In dem Projekt können 30 Prozent höhere Fallabschluss-Zahlen vorgewiesen werden, verglichen mit E-Mail, Brief oder Fax. Und sofern die Chats in Telefonate überführt werden, ist die Fallabschluss-Quote stolze 20 Prozent höher als bei der klassischen Inbound-Telefonie. Auch bei der Kundenzufriedenheit schneidet der Chat grundsätzlich klar besser ab als die anderen Kanäle.

Eine typische Anwendung ist auch der Service: Viele Fragen, die die Internetseite des EVU unbeantwortet lässt oder deren Antwort der Kunde nicht sofort finden kann, werden im Chat beantwortet.

Nach der ersten Entscheidung, auf den neuen Kanal zu setzen, galt es zuvor Prozesse zu definieren und rechtliche Fragen zu klären. IT, Marketing, Operations, Coaches, Juristen und Datenschützer waren bei der Einführung eingebunden.

Aus dem Jahr 2016

