

GP+S Viewpoint

MITTELS CUSTOMER JOURNEY MAPPING IM PV-UMFELD POTENZIALE ERSCHLIESSEN

Ein persönliches GP+S Erlebnis als Ausgangspunkt

Unser Beratungskollege Christoph Preukschat ist als Eigenheimbesitzer an einer nachhaltigen energetischen Ausstattung seines Hauses interessiert und hat sich aufgrund dessen für eine Photovoltaik-Speicherlösung entschieden und diese angeschafft.

Seine persönlichen Erfahrungen, die er innerhalb des Prozesses von der Information über Auswahl, Anschaffung, Installation und die Inbetriebnahme der PV-Anlage inklusive Speicher gemacht hat, hat er als Kundenerlebnis in die strukturierte Form einer Customer Journey dokumentiert und liefert so einen strukturierten Blick auf das durchwachsene Kundenerlebnis „PV-Anlage“.

DIE ERFAHRUNG ZEIGT POTENZIAL ZUR VERBESSERUNG

Die gemachten Erfahrungen innerhalb dieses Prozesses lassen sich in drei Teilphasen untergliedern und machen die Stellen erkennbar, an denen Potenzial zur Verbesserung des Kundenerlebnisses vorhanden ist:

Beratungsprozess

- 1 Fragen zur individuellen Machbarkeit wurden nur auf allgemeiner Ebene, mit großem Aufwand und lückenhaft beantwortet. Den Kunden interessiert, welches der am Markt angebotenen Produkte das passgenaue Produkt, ggf. in Verknüpfung mit weiteren Komponenten und Services zu seinem speziellen Bedürfnis und den vor Ort vorhandenen Gegebenheiten passt. Welche Investitionen machen für den Kunden konkret im Einzelfall Sinn und sind verständlich dargestellt? Bleibt der Anbieter mit seinen Informationen zu allgemein und geht nicht auf den konkreten Einzelfall ein oder bleibt nicht nachvollziehbar in seinem Angebot, kann das die Entscheidungsfindung unnötig in die Länge ziehen und ggf. aus Angst vor einer Fehlentscheidung den Prozess gänzlich abbrechen lassen.

Lieferung und Installation

- 2 Kommt es beim Hersteller zu Lieferengpässen, erfolgt keine transparente Kommunikation über den Anbieter bis hin zum Kunden. Lieferverzögerungen erschweren die Planbarkeit des Installationstermins und verhindern die lückenlose Koordination der weiteren Gewerke, die mit der technischen Umstellung einhergehen, z. B. für Netzbetreiber den Wechsel und die Inbetriebnahme des Zählers. Ein intransparenter Kommunikationsprozess führt beim Kunden zu Verärgerung und Vertrauensverlust.

Betrieb und Service

3

Der Kunde erwartet bei Inbetriebnahme eine umfangreiche und verständliche Einführung, sowohl in das installierte Produkt als auch die weiteren Komponenten, um das Potenzial seiner PV-Anlage voll ausschöpfen zu können. Erfolgt dies nicht, so bleibt der Kunde mit offenen Fragen zu Bedienung und Funktionsumfang seiner Anlage zurück. Bei Störungen und Servicefällen ist der Kunde auf eine transparente Kommunikation angewiesen, die über einen zentralen Ansprechpartner laufen soll. Erfolgt dies nicht, verliert der Kunde Zeit und Geld, da die vollumfängliche Nutzung der PV-Anlage nicht möglich ist und die Amortisationsdauer der Investition verlängert.

Aus den Erfahrungen leiten sich grundsätzliche Thesen zur besseren Erschließung eines spannenden Marktsegmentes ab

Grundlegende strukturelle Probleme als Ursache

Innerhalb dieser sehr persönlichen, als Einzelfall zu betrachtende Erfahrung, wurden die Brüche im Kundenerleben insbesondere an den Stellen wahrgenommen, an denen die Verantwortlichkeiten für die zu erbringenden Dienstleistungen von einem Akteur bzw. Gewerk auf den nächsten übergehen. Die Vermutung liegt nahe, dass dies sich als grundlegendes, strukturelles Problem darstellt, da in dem Prozess der Leistungserbringung mehrere Akteure bzw. Gewerke beteiligt sind, die nicht über eine zentrale Schnittstelle miteinander verknüpft sind. Es wird angenommen, dass die Beteiligten nur innerhalb ihres Kompetenzbereiches und mit Fokus auf das eigene Produktportfolio agieren und es keinen zentralen Ansprechpartner gibt, der Fragen von Kundenseite beantwortet und bei Problemen eine durchgängige Koordination und Kommunikation übernimmt. Der Kunde wird allein gelassen, sobald der Prozess von einem auf den anderen Akteur übergeht.



Bereich bietet erhebliches Wachstumspotenzial

Die Investition der Bürger in erneuerbare Energien ist politisch gewollt und unter ökologischen Gesichtspunkten wichtig (Nachhaltigkeitsgedanke). Somit ist die Erschließung dieses Segmentes im Bereich PV, Speicherlösungen und Wallbox ein wichtiges Wachstumsfeld, das auch unter ökonomischen Gesichtspunkten für die Anbieter viel Potenzial bietet.



Durchgängiges Kundenerlebnis als Werttreiber

Für die Erschließung dieses Segmentes und die Begeisterung der Menschen für Investitionen in diesen Bereich, ist der durchgängige Kundenbezug und die optimale Betreuung des Kunden über die gesamte Customer Journey hinweg der entscheidende Werttreiber. Die grundsätzliche Herausforderung liegt darin, für den Kunden ein durchgängig positives, überwiegend digitales Kundenerlebnis zu schaffen, das über alle beteiligten Player im Gesamtprozess hinweg gegeben ist und den Kunden abholt. Es gilt, die Komplexität und Unsicherheit mittels transparenter Kommunikation und guter Beratung zu reduzieren und somit die Toleranz für etwaige, auftretende Probleme bereits in einer frühen Phase der Kundenreise durch guten Service zu stärken.



Journey Mapping als Werkzeug zum Ableiten wirkungsvoller Maßnahmen

Die Anwendung der Methode des Customer Journey Mappings im PV-Umfeld zeigt klar auf, an welchen Stellen in der Journey die Risiken lauern, den Kunden zu verlieren. Durch die Einnahme der Kundensicht lassen sich die Herausforderungen und Potenziale, die sich innerhalb des Prozesses ergeben klar herausarbeiten und gezielte Maßnahmen ergreifen, um sich durch guten Service und Kundenbindung vom Wettbewerb abzuheben. Durch Customer Journey Mapping lassen sich die notwendigen organisatorischen Veränderungen definieren, z. B. die Notwendigkeit einer langfristigen Kooperation zwischen den Akteuren, um auf ein gemeinsames Ziel hinzusteuern und ein kundenorientiertes Mindset zu etablieren.

Sprechen Sie uns an, gerne unterstützen wir Sie

GP+S Consulting ermöglicht mit der Customer Journey Mapping Toolbox die Herausforderungen sichtbar zu machen und das Potenzial zur Verbesserung und Entwicklung neuer Services aufzuzeigen. Dabei blicken wir auf eine langjährige Branchenerfahrung und spannende Referenzprojekte auf dem Energiesektor zurück, bei denen wir mit Hilfe der Methode des Customer Journey Mappings langfristige Mehrwerte für Anbieter und Nutzer herausarbeiten konnten.

MANAGEMENTBERATUNG FÜR WACHSTUM UND TRANSFORMATION

GP+S CONSULTING GMBH

Schaberweg 28 a
61348 Bad Homburg v. d. H.

Tel.: +49 6172 / 49556-0
Mobil: +49 171 / 495 56 51

info@gps-consulting.com
www.gps-consulting.com



Cordula Böhm
Managing Partner
cordula.boehm@gps-consulting.com