



Peter Herbertz, Chief Information Officer (CIO), Verivox

ZUVERLÄSSIG, KOMPETENT, KUNDEN-ORIENTIERT UND BUSINESS-INTELLIGENT

Konkurrenzlose Innovationskraft bei Deutschlands größtem unabhängigem Verbraucherportal für Energie und Telekommunikation



„Wir können unseren Kunden garantieren, dass persönliche Daten zu keiner Zeit in die Hände Dritter gelangen. Die Tatsache, dass bei uns nicht nur über Daten- und Kundenschutz geredet, sondern dieser auch aktiv praktiziert wird, belegt ein jährlicher Check unserer Soft- und Hardware-Infrastruktur durch den TÜV Süd. Die Entscheidung für SAS wurde auch vor diesem Anforderungshintergrund gefällt.“

Peter Herbertz

Chief Information Officer (CIO), Verivox

Branche

Dienstleister
(Strom, Telekommunikation)

Aufgabe

Analytische Weitsicht und organisatorische Reaktionsfähigkeit angesichts höchst dynamischer Marktentwicklungen

TOP Herausforderung

Gewährleistung höchster Service-Qualität

TOP Nutzen

Absolute Strommarkt-Transparenz für konkurrenzlos kompetente Beratungsleistung

Der Kunde

Verivox.de ist das größte unabhängige Verbraucherportal für Energie und Telekommunikation in Deutschland. Verbraucher können auf www.verivox.de einfach und schnell alle verfügbaren Tarife vergleichen und direkt zum besten Anbieter wechseln. Die kostenfreie Beratung per Telefon und E-Mail sowie zahlreiche Hintergrundinformationen runden den Verbraucherservice ab.

Die Verivox GmbH wurde 1998 in Heidelberg gegründet. An den Standorten Heidelberg und Berlin arbeiten insgesamt ca. 350 Menschen daran, den Verbrauchern einen reibungslosen Anbieterwechsel zu ermöglichen. Seit seiner Gründung hat Verivox viele Millionen Informationssuchende kompetent beraten und über 900.000 Verbrauchern beim Anbieterwechsel geholfen. Regelmäßige Top-Platzierungen bei zahlreichen Beurteilungen von Verbraucherportalen (z. B. Testsieger Stiftung Warentest) begründen sich – neben der Unabhängigkeit von Verivox – auf dem konkurrenzlos hohen Innovationsgrad des Unternehmens. Ein deutlicher Pluspunkt, den ratsuchende Kunden honorieren.

Die Aufgabe

Im Jahr 2007 begann auf dem Strommarkt in Deutschland ein bis zu diesem Zeitpunkt und in dieser Intensität nicht gekannter Wandlungsprozess. Die steigenden Preise sowie die immer größer werdende Anbieter- und Angebotsviel-

falt führten bei vielen Kunden zu einem ganz neuen Umgang mit der Materie. Strom wird mittlerweile als ein preisintensives Produkt wahrgenommen, dessen Konsum wohlüberlegt und geprüft werden muss. Sowohl aus finanziellen als auch aus umweltrelevanten Gründen. Eine Entwicklung, die zu einer ungeahnten Dynamik geführt hat. Als führendes Verbraucherportal sah sich auch Verivox durch die Situation am Markt vor neue Herausforderungen gestellt. „Wie plant man den Einsatz seiner Berater und wird gleichzeitig den selbst auferlegten Service- und Qualitätsansprüchen gerecht, wenn der Markt einen signifikanten Aufmerksamkeitsschub erlebt? Schließlich vervielfacht sich der damit verbundene Beratungsbedarf“, skizziert Verivox Chief Information Officer (CIO) Peter Herbertz die damalige Ausgangssituation.

Medienauftritte zum Thema Stromkonsum-Beratung – beispielsweise in der Sendung SternTV – haben zum damaligen Zeitpunkt teilweise sogar zu einer Verfünffachung des normalen Nachfragevolumens geführt – von einem Tag auf den anderen. Solche Herausforderungen lassen sich nur mit analytischer Weitsicht und einer sehr guten organisatorischen Reaktionsfähigkeit bewältigen.

Die Lösung

„Wichtig für uns war und ist es, allen Ratsuchenden als kompetenter, zuverlässiger und absolut neutraler Dienstleister in Erinnerung zu bleiben. Um

diese Vorgabe langfristig zu gewährleisten, nutzen wir analytische Business Intelligence-Lösungen von SAS. Hiermit können wir unser Kundenverhalten auf der Datenbasis von Website-Nutzungs-Informationen sehr genau vorhersagen und die Verivox-Teams entsprechend einplanen“, so Herbertz. Zur Dokumentation dieser immer verfügbaren hohen Servicequalität hat Verivox die Zertifizierung für das „Tested Service Quality“ – Prüfzeichen des TÜV Saarland bereits erfolgreich durchlaufen. Verivox schnitt als eines der 10 besten jemals durch den TÜV Saarland zertifizierten Unternehmen ab.

Die durch den Einsatz der SAS® Web Analytics-Lösung generierten Erkenntnisse sind ein echter Verivox-Wettbewerbsvorteil. Sie machen das Unternehmen zur gleichen Zeit für Verbraucher interessant und für die Energieversorger wichtig. Erstens müssen die Angebote der Energielieferanten kundenorientiert sein, weil ein direkter Vergleich mit der Konkurrenz bei Verivox unumgänglich ist. Zweitens bietet Verivox den Energielieferanten auch verdichtete Daten – selbstverständlich anonymisiert und ausschließlich in Form empirischer Trendreports –, die für deren Angebotsplanung ebenfalls extrem wichtig sind.

Wenn Verivox besondere Interessenschwerpunkte bei den deutschen Verbrauchern ausmacht, sind diese Informationen für die Marktansprache der Energieversorger heute absolut erfolgsrelevant. Da Verivox außerdem deutlich gekennzeichnete Werbeflächen

zur Verfügung stellt, leitet sich die außerordentliche Bedeutung des Verbraucherportals zusätzlich aus den zahlreichen so genannten Jumps – von der Verivox- auf die Energieanbieter-Websites – ab.

Mit der Entscheidung für SAS Web Analytics entspricht das Unternehmen den hohen selbstgesteckten sowie den rechtlich vorgegebenen Richtlinien zum Umgang mit Kundendaten. In verdichteter Form ergeben sich aus Nachfragen von Ratsuchenden sehr interessante und unbedenklich nutzbare Erkenntnisse, die zum Wohle des Konsumenten eingesetzt werden.

Individuelle Kundendaten werden dagegen konsequent und hermetisch gesichert, was der Einsatz von SAS Web Analytics gewährleistet. Hier sieht sich Verivox ganz klar in einer Stellvertreter-Funktion des Verbrauchers, die nur dann funktioniert, wenn eine fundierte Vertrauensbeziehung existiert. „Wir können unseren Kunden garantieren, dass persönliche Daten zu keiner Zeit in die Hände Dritter gelangen“, so Peter Herbertz. Dass dem Thema Online-Sicherheit bei Verivox die höchste Priorität eingeräumt wird, ist mittlerweile ebenfalls offiziell und erfolgreich zertifiziert: durch das TÜV-Süd-s@fer-shopping-Prüfzeichen, das für Vertrauen zwischen Kunden und Online-Anbietern steht.

Der Nutzen

- Auch in absoluten Extremsituationen hat es nie einen Bearbeitungs-Crash gegeben, weil SAS basierte Analysen die operative Qualität jederzeit erhalten haben
- Konkurrenzlose Geschwindigkeit in der Umsetzung und Abfrage von Analysen
- Exakte und zuverlässige Personalkapazitäts-Prognosen
- Erfolgreiche Zertifizierung zum s@fer-shopping-Prüfzeichen (TÜV Süd)
- Erfolgreiche Zertifizierung zum Tested-Service-Quality-Prüfzeichen (TÜV Saarland)



THE
POWER
TO KNOW.

SAS Institute GmbH, In der Neckarhelle 162, 69118 Heidelberg, Germany
Phone +49 6221 415-123, Fax +49 6221 415-145 www.sas.de

SAS and all other SAS Institute Inc. product or service names are registered trademarks or trademarks of SAS Institute Inc. in the USA and other countries. ® indicates USA registration. Other brand and product names are trademarks of their respective companies. Copyright © 2008, SAS Institute Inc. All rights reserved.