doxee

Innovatives Customer-Care-Tool: Kundenbindung stärken – auch in kritischen Momenten

Das personalisierte und interaktive Video von E.ON

E.ON

CASE STUDY

E.ON

E.ON ist mit rund 75.000 Mitarbeitern einer der weltweit größten privaten Energieversorger und betreut über 50 Millionen Kunden in Europa und der Türkei. In Italien zählt E.ON zu den führenden Anbietern und versorgt über 900.000 Kunden mit innovativen und effizienten Lösungen für einen bewussteren und nachhaltigeren Energieverbrauch.

Mit der grünen Plattform #odiamoglisprechi setzt sich E.ON in Italien für die Förderung nachhaltiger Lebensweisen ein, die auf bewussten Konsum, Energieeffizienz und die Bekämpfung von Verschwendung abzielen. E.ON unterstützt Familien, Unternehmen und Kommunen dabei, ihre Energieeffizienz zu verbessern und Energie nachhaltig zu erzeugen, mit dem Ziel, gemeinsam mehr zu erreichen und Barrieren zu überwinden.

Den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen, bedeutet für E.ON auch, das Verständnis zu vertiefen und langfristige Beziehungen aufzubauen. So wird jeder Kunde zu einem aktiven Energiepartner, der vernetzt, informiert und an der Gestaltung einer nachhaltigeren Zukunft beteiligt wird.

Genau in diesem Kontext ist auch die Initiative von E.ON zur **sanften Krediteinziehung** angesiedelt. Es handelt sich um eine Maßnahme, die darauf abzielt, Kunden im Zahlungsprozess zu unterstützen und ihre Bedürfnisse in den Mittelpunkt zu stellen. Die Digitalisierung und Innovation der Inkassoprozesse kann langfristig dazu führen, ein verstärktes Bewusstsein für **Abfallreduzierung** zu fördern.

Die Ausgangslage

Unbezahlte Rechnungen beeinträchtigen die finanzielle Lage des Gläubigers. Das Unternehmen muss einen **effektiven Krediteintreibungsprozess entwickeln, um den Kunden in der schwierigen Zahlungsphase zu unterstützen.**

E.ON hat den Prozess im Einklang mit seiner kundenorientierten Vision vereinfacht. Dadurch wird er für den Kunden weniger belastend und schneller. Personalisierte und präventive Kommunikation spielen dabei eine wichtige Rolle. Gleichzeitig wird der Prozess effizienter gestaltet, wodurch die Kosten für spätere Inkassomaßnahmen, wie den Versand eines eingeschriebenen Briefes oder die Verwaltung durch externe Partner, gesenkt werden.

Die präventive Kommunikationsinitiative verfolgt drei Hauptziele:

1. **Die Reduzierung ausstehender Rechnungen** durch rechtzeitige Zahlungserinnerungen an den Kunden.

2. Falls der Kunde in der Hektik des Alltags die fristgerechte Zahlung der Rechnung übersehen sollte, ist es **im Zuge der Stärkung der Kundenbindung** sinnvoll, dem Kunden eine höfliche Zahlungserinnerung zuzusenden.

3. Förderung des Bewusstseins zur **Abfallvermeidung** und die Vermeidung von Kosten und Umweltbelastungen durch geringeren Aufwand bei der Verwaltung und Administration ausstehender Rechnungen.

Die Lösung: Personalisierte und interaktive Kommunikation

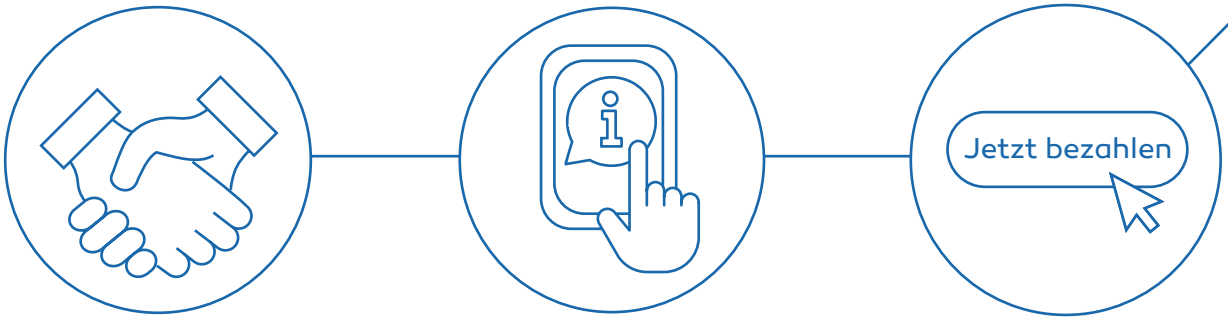
Die Handhabung offener Zahlungen im Versorgungssektor wird zunehmend zu einem entscheidenden strategischen Faktor. Daher ist eine gezielte Strategie zur Reduzierung des Zahlungsausfallrisikos notwendig.

E.ON hat sich entschieden, **Doxee** und speziell **Doxee Pvideo®** zu nutzen, um personalisierte, interaktive Videos zu erstellen. Diese Videos erinnern die Kunden daran, ihre Rechnungen rechtzeitig zu bezahlen und passen sich den individuellen Bedürfnissen an.

Das Video ist somit ein **effektives Werkzeug für die sanfte Krediteintreibung** und die **Kundenbetreuung**. Denn der Umgang mit offenen Forderungen kann ein kritischer Moment für die Unternehmen selbst und für ihre Beziehung zu ihren Kunden sein.

Mit dem Video können Sie:

- **den Kunden direkt und persönlich ansprechen**
- **alle relevanten Informationen vermitteln**
- **dem Kunden bei der Begleichung der ausstehenden Zahlung helfen und ihn in die Lage versetzen, seine Schuldensituation auf einfache, transparente und respektvolle Weise zu lösen**

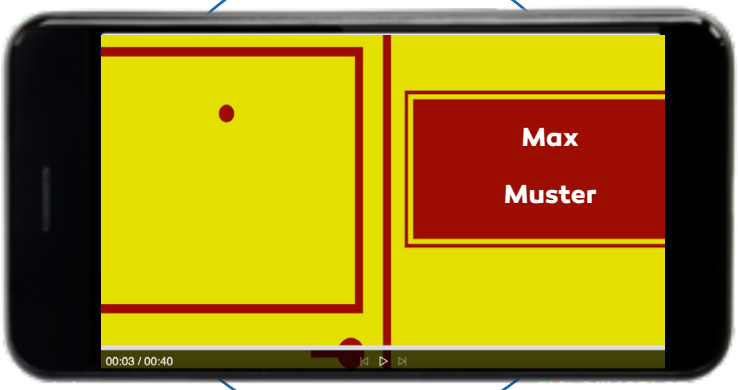


Eigenschaften des personalisierten und interaktiven Videos

Die Videokampagne von E.ON wurde über E-Mail und SMS durchgeführt, wobei den Kunden ein Link zu einem personalisierten, interaktiven Video zugesendet wurde, das individuell auf jeden Empfänger abgestimmt war.

Der Einsatz von Doxee Pvideo® war besonders erfolgreich, vor allem aufgrund der **Benutzerfreundlichkeit des Mediums und der effektiven Kommunikation mit den Kunden**. Besonders hervorzuheben sind die **personalisierten** und **interaktiven Elemente**, die den Empfänger motivieren, die gewünschte Aktion direkt im Video auszuführen.

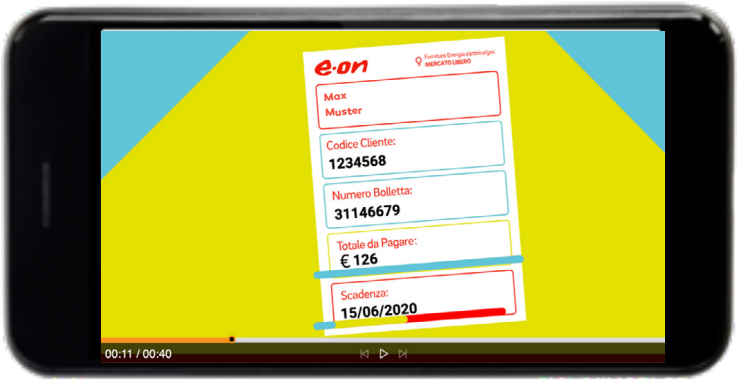
Personalisierung



Das Video wird personalisiert, indem der Name des Kunden zu Beginn grafisch eingeblendet wird. Die Sprachaufnahme im Video spricht den Kunden ebenfalls direkt mit Namen an.

Die Personalisierung der Inhalte und interaktiven Funktionen sind wesentliche Erfolgsfaktoren, da sie den Kunden mit maßgeschneiderten, relevanten Informationen ansprechen, eine sofortige Interaktion ermöglichen, die Conversion-Rate steigern und somit hohe Erfolgsquoten gewährleisten.

Das Video zeigt den Namen des Kunden und **die Details der Rechnung**. Dazu gehören die Rechnungsnummer, der Kundencode, das Fälligkeitsdatum und der Betrag – **individuell an den Empfänger angepasst.** So kann der Kunde schnell erkennen, welche Rechnung zu bezahlen ist. Alle wichtigen Informationen sind auf einen Blick verfügbar.



Call-to-action

Im Video werden die Erinnerungsdetails und alle relevanten Ausgabenposten auf dem gewählten Gerät erklärt. Der Kunde kann zudem seine Zahlungs-Historie einsehen und mit einem **einfachen Klick die Zahlung vornehmen**.

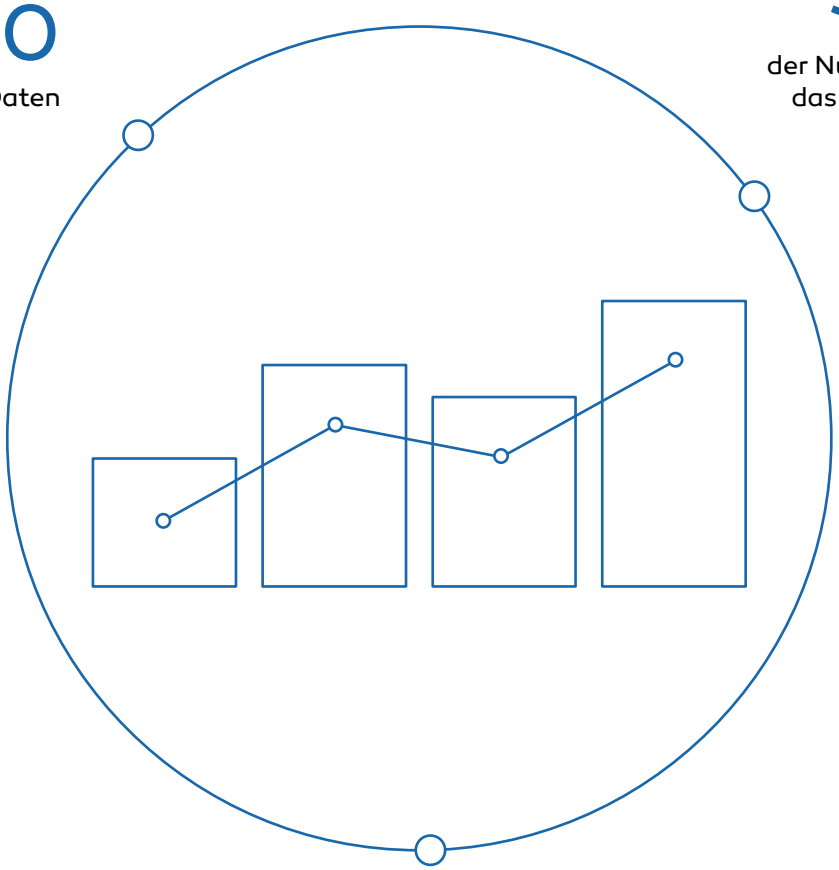
Durch die Integration der **Call-to-Action-Funktionalität** im Video werden **Kunden direkt nach dem Anklicken entsprechend weitergeleitet**. Sie haben die Möglichkeit, über „Rechnung bezahlen“ in ihren Kundenbereich zu gelangen und bequem zu Hause zu zahlen oder die Rechnung als PDF über „Rechnung herunterladen“ zu speichern.

Die Call-to-Action-Aufforderungen im Video steigern die **Conversion-Rate**. Doxee Pvideo® gestaltet Call-to-Action so, dass der Effekt der Personalisierung maximiert wird, um die Aktion hervorzuheben. **Sie sind nahtlos in das Video eingebunden.**

Ergebnisse

4.280
verabeitete Daten

52%
der Nutzer sahen sich das Video bis zum Ende an



37%
der Nutzer folgten dem Aufruf „Call-to-action“

Vertrauen Sie auf den Marktführer für innovative, cloudbasierte Kundenerlebnisse

Bei Doxee transformieren wir das Kundenerlebnis durch innovative Technologien, die Unternehmen dabei unterstützen, effektiver mit ihren Kunden zu kommunizieren und zu interagieren. Dadurch entstehen starke, vertrauensvolle Beziehungen, die langfristiges Geschäftswachstum fördern. Unsere Cloud-Lösungen für Customer Communication Management (CCM), Digital Customer Experience und Paperless bieten unseren Partnern und Kunden ein voll integriertes Anwendungspaket, das die gesamte Customer Journey optimal unterstützt.

Mehr Informationen über Doxee, Anwendungsbereiche und Kunden finden Sie hier

Mehr erfahren

Italia
Modena – Headquarters
Viale Virgilio 48/B 41123 Modena
Office: +39 059 88680

Italia
Centro Direzionale Eur
Via del Poggio Laurentino 108
00144 Roma

Munich
Kronstadter Str. 4,
81677 Munich

Vienna
Doxee AT GmbH
Leonard-Bernstein-Straße 10
1220 Wien