

# Ihre Energie bekommt ein unverwechselbares Gesicht

## Mit gezielter Begrüssung von neuen und umgezogenen Kunden stärkt CKW sein Image und beschleunigt die Anmeldungen



CKW schafft mit einem Willkommensbrief und dem Umzugsset der Post einen positiven ersten Kundenkontakt.

bedarf von knapp 4000 Millionen Kilowattstunden haben. In den 115 Jahren seines Bestehens hat sich CKW stets den Bedürfnissen seiner Kunden angepasst. CKW ist auch heute Vorreiter im Energiemarkt – im Dienstleistungsangebot ebenso wie in der zukunftsgerichteten Kundenkommunikation.

### Die Herausforderung

Im Versorgungsgebiet von CKW gibt es jährlich 3000 Neuzuzüger und 20 000 Personen, die umziehen. CKW verfolgt bei diesen Kunden drei Ziele:

- Erstens will CKW durch eine hohe Aufmerksamkeit möglichst viele Anmeldungen generieren. Ziel ist es, ein klares Profil als serviceorientierter Energiedienstleister zu vermitteln und ein positives Image bei den Kunden aufzubauen.
- Zweitens will CKW die Bekanntheit seiner neuen Dienstleistungen bei den Kunden steigern. Wichtigstes Beispiel ist das Naturstromangebot «RegioMix». RegioMix-Strom wird zu 100 Prozent aus erneuerbaren regionalen Energiequellen produziert. Ziel ist, dass bei der Ummeldung/Neuanmeldung möglichst viele Kunden auf höherwertige Energieangebote aufmerksam werden.
- Drittens will CKW eine hohe Qualität der Kundendaten aufrechterhalten. Bislang vergassen viele Kunden, sich beim Umzug ab- bzw. anzumelden. Die Folge waren Reklamationen, weil der Zählerstand bei der Wohnungsübergabe nicht dokumentiert war. Bei CKW verursacht die Nachbearbeitung dieser Fälle beträchtlichen Verwaltungsaufwand und Verzögerungen.

CKW setzt mit zwei speziellen Kommunikationslösungen auf einen guten ersten Eindruck bei Neuzuzügern und Umzügern.

### Die Lösung für Neuzuzüger: das Begrüssungspaket von CKW

CKW sendet allen Neuzuzügern unmittelbar nach der Neuanmeldung ein persönliches Begrüssungspaket. Mit einem hochwertigen grossformatigen Mailing mit stimmungsvollen Bildern überreicht CKW seinen neuen Kunden einen exklusiv produzierten «CKW-Freizeitführer» der Region Zentralschweiz. Das Begrüssungspaket enthält bewusst kein Responseelement, sondern soll als Geschenk für einen positiven ersten Kontakt sorgen.

Die Öffnung des Schweizer Strommarkts schreitet voran. CKW will sich deswegen im Kundenkontakt ein «unverwechselbares Gesicht» geben und damit einen Wettbewerbsvorteil für die Zeit nach der vollständigen Marktöffnung aufbauen. Bereits der erste Kundenkontakt – bei der Anmeldung von Neuzuzügern und Umzügern – ist entscheidend. Mit speziellen Kommunikationslösungen vermittelt CKW von Anfang an ein klares Bild von sich als besonders serviceorientierter Energieversorger. Zusätzlich vereinfacht CKW damit die Anmeldungen.

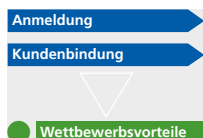
### Centralschweizerische Kraftwerke AG (CKW)

CKW ist der führende Energieversorger im Kanton Luzern. Er versorgt über 140 000 Haushalte und Unternehmen, die zusammen einen jährlichen Strom-



Centralschweizerische  
Kraftwerke AG  
Täschmattstrasse 4  
6015 Luzern

Telefon 041 249 51 11  
Telefax 041 249 52 22  
www.ckw.ch





**Neue Kunden erhalten von CKW ein hochwertiges Begrüssungspaket.**

#### **Die Lösung für Personen, die umziehen: das Umzugsset der Post**

Die Ansprache der Kunden, die innerhalb des Versorgungsgebiets umziehen, erfolgt über eine auffällig platzierte Broschüre im Umzugsset der Post. Jeder, der umzieht und bei der Post einen Nachsendeauftrag aufgibt, erhält dieses Set automatisch zugeschickt. Damit erreicht ihn auch die Broschüre von CKW mit nützlichen Checklisten für den reibungslosen Wohnungswechsel sowie ein Formular zur Meldung von Zählerstand und neuer Adresse. In dieser Broschüre findet der Empfänger ausserdem attraktive Gutscheine für vergünstigte Kochkurse im CKW-Kochstudio, eine kostenlose Führung im CKW-Infozentrum, den kostenlosen Pfannenservice für Kunden im Netzgebiet und drei CKW-Zügelkisten. Das Ganze steht unter dem Motto: «Wenn Sie zügel, zügelt CKW mit».

#### **Der Nutzen für CKW**

CKW erreicht seine Ziele bei den Neuzuzüglern/Umzüglern.

- Das sehr positive Feedback der Stromkunden ist ein Zeichen für die Aufmerksamkeit, die CKW mit der Aktion erreicht. Das Begrüssungsset zeigt den Effekt am deutlichsten. Franco Matrangolo, Fachspezialist Produktentwicklung und Marketing: «Obwohl kein eigentliches Responseelement integriert ist, melden sich rund zwei Prozent der Empfänger spontan und bedanken sich für das Geschenk. Sogar «Nachbestellungen» kommen vor.»
- Die Bekanntheit der Stromprodukte und weiteren Dienstleistungen von CKW steigt.
- Dank der Broschüre im Umzugsset der Post verläuft der Anmeldeprozess reibungsloser. Bereits einige Monate nach der Einführung spürt CKW den Unterschied. Franco Matrangolo berichtet: «Wir bemerken, dass mehr Kunden bei ihrem Umzug die Meldung an CKW einplanen und fristgerecht erledigen. Die Anzahl der Nachforschungen hat sich reduziert.»

#### **Die Zukunft der Lösung**

Thorsten Seiferth, Leiter Vertrieb von CKW, sieht die Lösung als Meilenstein in der Entwicklung der Kundenkommunikation: «Vor dem Jahr 2000 war die Stromrechnung der einzige Kontakt zu den Kunden. Dann begannen wir, Zusatzinformationen beizulegen. Mit dem Begrüssungspaket und dem Umzugsset beeinflussen wir nun bewusst den ersten Eindruck beim Kunden. Unser Imageaufbau steht allerdings erst am Anfang. Weitere Schritte werden folgen. Wir wollen CKW Schritt für Schritt «ein unverwechselbares Gesicht» geben, das uns klar von unseren Wettbewerbern abhebt.»

<b>Kontakte Umzugsset</b>	<b>20 000 pro Jahr</b>
<b>Response auf Umzugsset (ungefragt)</b>	<b>1% im ersten Halbjahr</b>
<b>Kontakte Begrüssungsset</b>	<b>3000 pro Jahr</b>

Mehr Informationen zu adressierten Mailings und zum Umzugsset der Post finden Sie unter **[www.post.ch/directmarketing](http://www.post.ch/directmarketing) > National > Adressierte Mailings**

**[www.post.ch/umzugs-service](http://www.post.ch/umzugs-service) > Umzugsset**