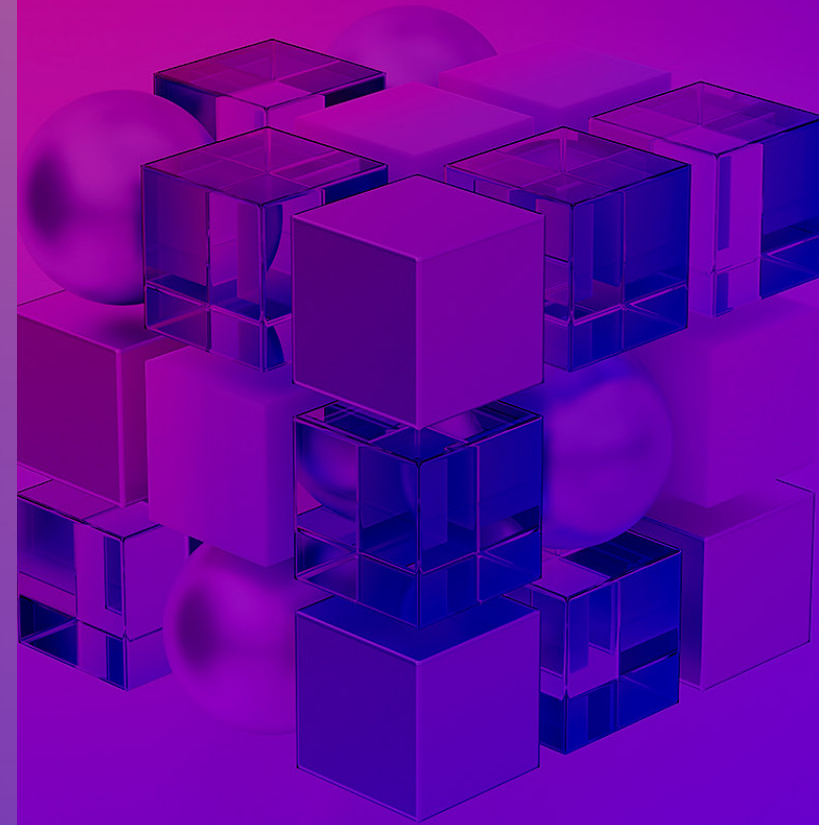


Ratgeber: Der Weg zu höherer Effizienz – Internet & Telekommunikation

So nutzen Sie interne Ressourcen intelligenter
– und verbessern ganz nebenbei das Kundenerlebnis



Inhalt

- S. 3 Einführung
- S. 4 Warum sind Rechnungen und Zahlungen entscheidend für das Kundenerlebnis
- S. 5 Wofür werden Zeit und Ressourcen derzeit aufgewendet?
- S. 6 Wofür könnten die Ressourcen stattdessen eingesetzt werden?
- S. 7 7 Tipps für intelligentere Zahlungsprozesse, von denen Sie und Ihre Kunden profitieren

Einführung

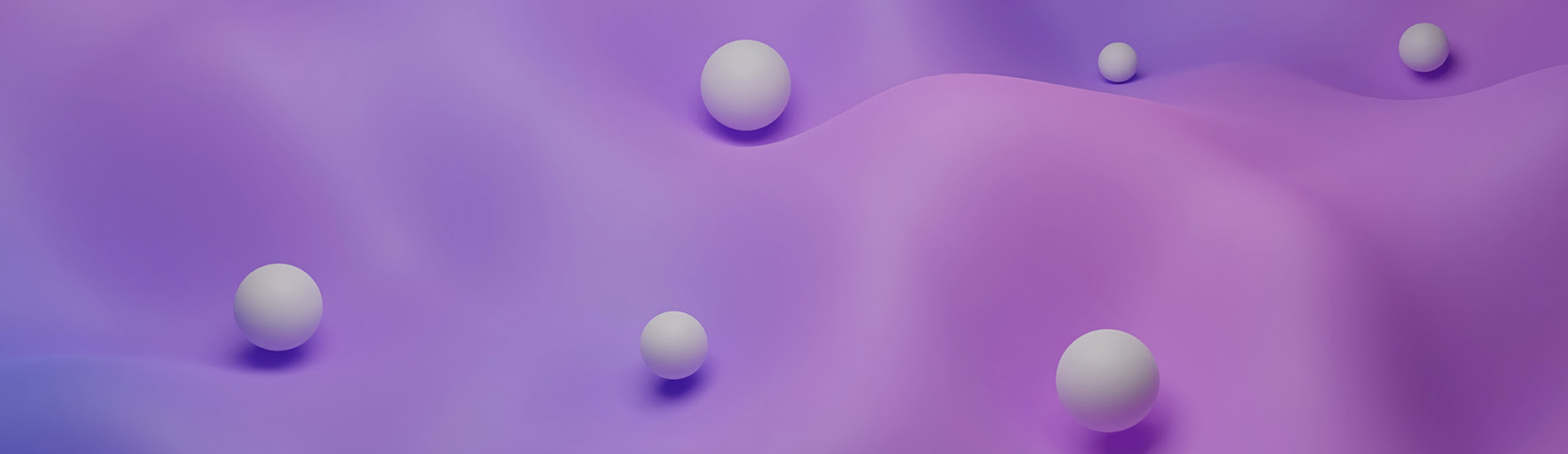
Telekommunikation und Breitband sind hart umkämpfte Branchen. Unternehmen investieren deswegen umfangreich und kontinuierlich, um ihr Leistungsangebot ständig zu verbessern. Alles, um den Bedürfnissen und Erwartungen der Kunden gerecht zu werden. Aber aller Zukunfts- und Kundenorientierung zum Trotz: Verglichen mit anderen Bereichen erhalten die Unternehmen in dieser Branche mit die allermeiste Schelte von den Kunden. Vermutlich hängt das auch damit zusammen, dass ihre Leistungen im Leben der Endkunden eine so zentrale Rolle spielen. Woher aber der Frust der Kunden? Das können beispielsweise lange Warteschleifen beim Kundendienst sein. Auch Schwierigkeiten, auf Fragen zu Rechnungen und Verträgen, klare Antworten zu erhalten, können Unmut wecken.

Trotz der Digitalisierung der letzten Jahre haben viele Telekommunikations- und Internetunternehmen mit ineffizienten Rechnungsstellungs- und Zahlungs-

prozessen zu kämpfen. Dabei gewinnen kleinere Unternehmen, die die Branche herausfordern, immer mehr Marktanteile: Sie nutzen beispielsweise Kundendaten, um ein besseres Zahlungserlebnis bereitzustellen. Mit diesem Erfolgsrezept konnten sie eine neue Kundengeneration mit anderen Erwartungen an unkomplizierte digitale Lösungen gewinnen.

Größeren Unternehmen ist häufig bewusst, dass Veränderungen nötig sind, um nicht überholt zu werden. Es kann aber schwierig sein, die benötigten Ressourcen freizusetzen. Kommt Ihnen das bekannt vor? Dann sollten Sie Ihre Prozesse und Arbeitsmethoden auf den Prüfstand stellen, um die Rentabilität für die Zukunft zu sichern. In diesem Ratgeber erhalten Sie praktische Tipps, wie Sie interne Ressourcen effizienter nutzen und dabei einen Mehrwert für Ihre Kunden schaffen können.

Viel Spaß beim Lesen!



Warum sind Rechnungen und Zahlungen entscheidend für das Kundenerlebnis?

Laut einer großen Umfrage¹ ist die Rechnung für rund sieben von zehn Mobilfunkkunden der einzige Kontakt, den sie mit ihrem Anbieter haben. Bei Internetkunden ist der entsprechende Anteil sogar noch höher: nahezu acht von zehn². Vor allem, wenn Ihre Kunden ihre Rechnung erhalten und bezahlen, fühlen sie sich entweder darin bestätigt, Sie als Anbieter gewählt zu haben, oder stellen ihre Entscheidung infrage. Rund die Hälfte der Kunden denkt noch einmal aktiv über den Anbieter nach, wenn die Rechnung eintrifft. Bei den unter 30-Jährigen liegt der

Anteil sogar bei 80 %. Jüngere Verbraucher stellen nicht nur eher ihre Entscheidungen infrage, sondern haben im Vergleich zu früheren Generationen auch höhere Erwartungen an unkomplizierte digitale Erlebnisse – ganz unabhängig von der angebotenen Leistung. Bei effizienten, digitalen Prozessen für das Rechnungsmanagement geht es also um viel mehr als die Einsparung interner Ressourcen. Sie sind auch eine entscheidende Voraussetzung, um einen großen, zufriedenen Kundenstamm für die Zukunft aufbauen zu können.

¹ [Novus Telecom](#)

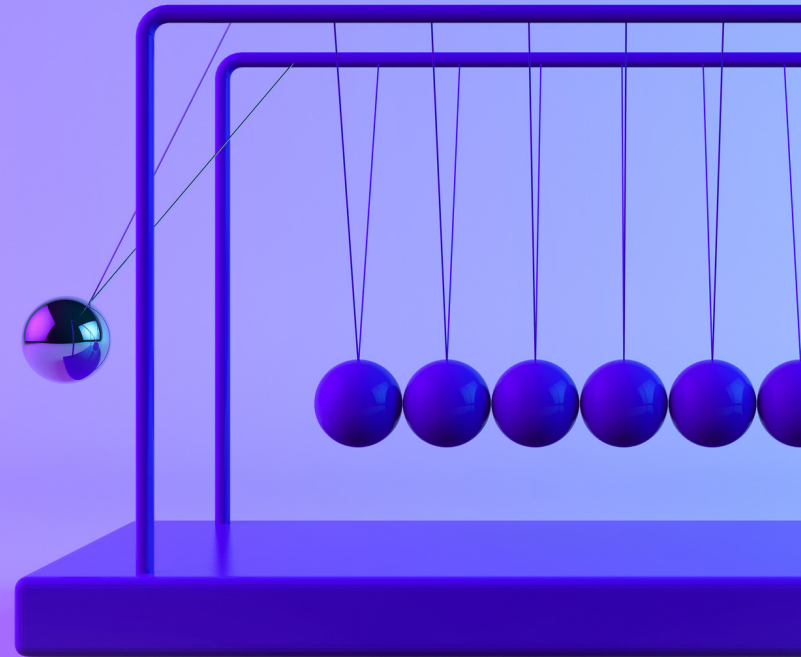
² [Nouvs Broadband](#)

Wofür werden Zeit und Ressourcen derzeit aufgewendet?

In den Unternehmen werden Rechnungen und Zahlungen von verschiedenen Abteilungen bearbeitet: Zum einen von der Finanzabteilung, zum anderen aber auch vom Kundendienst – nicht zuletzt, weil viele Kundendienstvorgänge hierauf beruhen. Wenn Sie den Zahlungsprozess stärker automatisieren, sparen Sie in beiden Unternehmensbereichen Zeit und Ressourcen.

5 Beispiele für administrative Zeitdiebe im Bereich Rechnungsstellung und Zahlung:

- Rechnungen in Papierform
- Fehlgeschlagene Zahlung
- Erinnerungen und Verspätungen
- Aktivierung des Lastschriftverfahrens
- Bearbeitung von fehlgeschlagenen Transaktionen





Wofür könnten die Ressourcen stattdessen eingesetzt werden?

Wenn es Ihrem Unternehmen gelingen würde, den Zeit- und Arbeitsaufwand für die oben beschriebenen Zeitschlucker zu reduzieren: Worin würden Sie stattdessen Ressourcen investieren wollen?

Ein großes Potenzial liegt darin, sich auf neue, wertschöpfende Daten zu konzentrieren, von denen das Unternehmen insgesamt profitiert. Indem Sie stärker proaktiv als reaktiv arbeiten, können Sie zeitaufwendigen Kundendienstvorgängen vorbeugen, die Kundenzufriedenheit erhöhen, Kundenverlust vorbeugen und für potenzielle Neukunden attraktiver werden.

3 Optionen für die Nutzung freigesetzter Ressourcen:

- Kurze Reaktionszeiten beim Kundendienst
- Proaktivere Ansprache von Bestandskunden
- Erstellung besserer, maßgeschneiderter Angebote

7 Tipps für intelligentere Zahlungsprozesse, von denen Sie und Ihre Kunden profitieren

1. Möglichst wenig manuelle Zuordnungen von Kunden und Rechnungen

Die manuelle Bearbeitung von fehlgeschlagenen Zahlungen, wenn Kunden beispielsweise eine Ziffer in der Zahlungsreferenz ausgelassen haben, ist häufig enorm zeitaufwendig. Eine digitale Zahlungsplattform ermöglicht die Zuordnung von Zahlung, Kunde und Rechnung anhand der verfügbaren Daten – auch wenn eine Angabe falsch war.

2. Erleichtern Sie pünktliche Zahlungen

Verbessern Sie Cashflow und Kundenerlebnis, indem Sie es Ihren Kunden leichter machen, ihre Rechnungen pünktlich zu bezahlen. Das spart auch intern Zeit, denn je mehr Zahlungen verspätet sind, desto mehr Erinnerungen müssen Sie verschicken. Auch hier besteht ein deutlicher Zusammenhang zur Kundenbindung: Daten zeigen, dass die Kundenabwanderung bei Kunden mit verspäteten Zahlungen nahezu dreimal so hoch ist wie bei Kunden, die rechtzeitig bezahlen³.

³[Der Forderungsmanagementbericht](#)

Zwei Wege zum Erfolg:

- Die Kunden, die noch nicht bezahlt haben, erhalten an dem Tag, an dem die Rechnung fällig ist, eine Erinnerung per E-Mail oder SMS. Diese „freundliche“ Erinnerung wird von den Kunden als deutlich angenehmer empfunden als eine „harte“ Erinnerung, die kommt, wenn die Rechnung bereits fällig ist – und in vielen Fällen auch mit einer Gebühr verbunden ist.
- Dynamischer Versand, d. h., wenn eine Kommunikations- oder Zahlungsart fehlschlägt, erfolgt automatisch ein neuer Versuch über einen anderen Kanal – bevor eine Erinnerung versendet wird. Wenn ein Kunde beispielsweise innerhalb eines bestimmten Zeitraums die E-Mail mit der Rechnung nicht öffnet, wird stattdessen eine Textnachricht versendet. Wird diese ebenfalls nicht geöffnet, wird eine Rechnung in Papierform verschickt. Der Versand erfolgt auch dann über einen weiteren Kanal, wenn die E-Mail wegen einer falschen Adresse unzustellbar ist. Wenn eine Lastschrift nicht vom Konto abgebucht werden konnte, erhält der Kunde eine E-Mail mit der Aufforderung, manuell zu bezahlen.

3. Leichtere Aktivierung des Lastschriftverfahren

Trotz Digitalisierung: Papierrechnungen machen in der schwedischen Telekommunikationsbranche nach wie vor einen hohen Anteil aus. Hier bietet das Lastschriftverfahren ein hohes Einsparungspotenzial: Papierverbrauch, Portokosten, Transporte und manuelle Rechnungsbearbeitung lassen sich hierdurch effektiv reduzieren. Durch eine verstärkte Nutzung des Lastschriftverfahrens verringern sich auch die Kundendienstvorgänge. Billogram hat über 20.000 Endkunden⁴ analysiert und ist dabei zu dem Schluss gekommen, dass die Kundenabwanderung bei manuellen Zahlungsarten doppelt so hoch ist wie bei Nutzern von automatischen Optionen.

Sie können somit wirklich davon profitieren, wenn Sie einen möglichst einfachen Einstieg ins Lastschriftverfahren ermöglichen, indem die Kunden die Option selbst aktivieren können. Mit den richtigen digitalen Tools dauert der Vorgang weniger als eine Minute:

1. Die Kunden klicken auf einen Link in einer E-Mail, SMS oder Rechnung (bei einer Papierrechnung kann der Link in einen QR-Code eingebettet werden)
2. Die Kunden weisen sich gegenüber ihrer Bank aus und geben ihr Konto an
3. Fertig – das Lastschriftverfahren gilt bereits ab dem laufenden Monat

⁴ [So wirkt sich Ihre Rechnungs- und Zahlungsabwicklung auf die Kundenbindung aus](#)





4. Mahngebühren abschaffen

Neben reiner Unachtsamkeit kann es viele Gründe geben, warum Kunden ihre Rechnungen nicht rechtzeitig bezahlen. Vergleichen Sie die Einnahmen aus Mahn- und Verzugsgebühren einmal mit dem Kosten und dem Aufwand für die interne Bearbeitung der Vorgänge – einschließlich verärgerter Anrufe beim Kundendienst – lohnt sich das wirklich? Die Gebühren erhöhen auch die Gefahr von Kundenverlusten: Ein Drittel aller Telefonkunden suchen sich einen neuen Anbieter, wenn sie Mahngebühren für ungerechtfertigt erachten⁵. Bei den Internetkunden liegt der entsprechende Anteil bei 4 von 10⁶.

Bei einem Vorgang, der zum Inkasso weitergeleitet wird, lagern Sie auch Ihr Kundenerlebnis teilweise an Dritte aus. Inkassounternehmen sorgen zwar sehr effizient dafür, dass Zahlungen erfolgen. Es stellt sich allerdings die Frage, wie sich deren Prozesse langfristig auf Ihre Kundenbeziehungen auswirken.

⁵ [Novus Telecom](#)

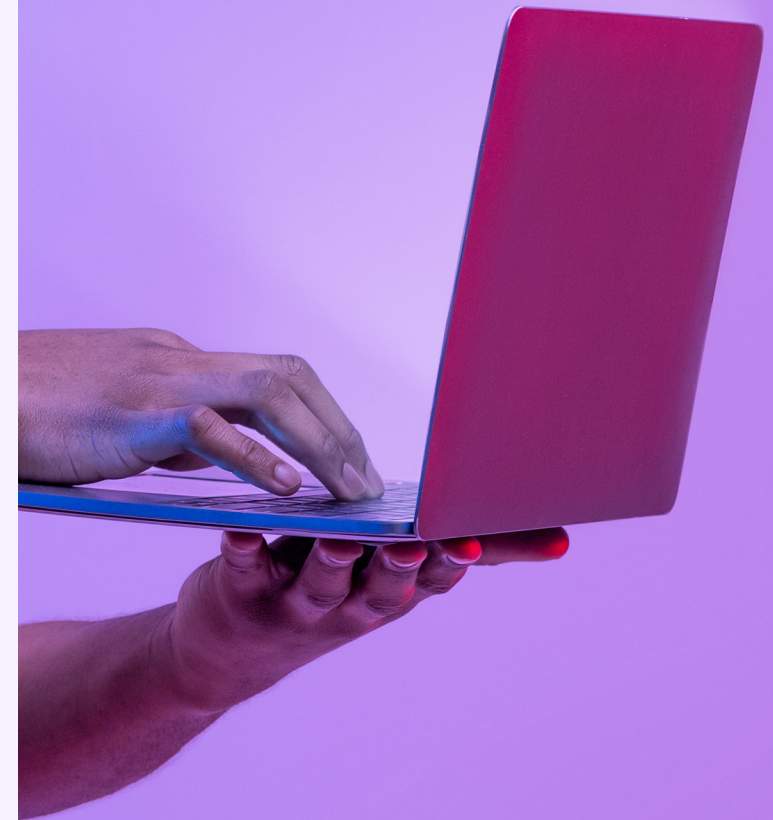
⁶ [Nouvs Broadband](#)

5. Bieten Sie Kunden interaktive Rechnungen

Eine per E-Mail verschickte PDF-Rechnung ist zwar „digital“, erfordert aber nach wie vor mehrere manuelle Arbeitsschritte – für die Kunden und Ihre Mitarbeiter/innen. Gehen Sie mit der Digitalisierung noch einen Schritt weiter, indem Sie eine interaktive Rechnung über eine digitale Plattform anbieten.

Die 3 Vorteile einer interaktiven Rechnung:

- Aktualisierung der Rechnung in Echtzeit, wenn sich beispielsweise der Rechnungsbetrag oder das Fälligkeitsdatum ändert. Wird die Rechnung teilweise beglichen, wird der Rechnungsbetrag aktualisiert, sobald die Zahlung eingegangen ist. So lassen sich viele Folgefragen vermeiden. Der gesamte Verlauf wird ebenfalls gespeichert. So können das gesamte Team und die Kunden genau sehen, was wann stattgefunden hat.
- Zwei-Wege-Kommunikation: Kunden und Kundendienst können direkt über die Rechnung Nachrichten austauschen.
- Diese Funktion ermöglicht Ihnen eine wertschöpfende Kundenansprache. Durch einfaches Anklicken können die Kunden direkt aktiv werden. Sie können beispielsweise maßgeschneiderte Angebote machen, Informationen über aktuelle Reaktionszeiten beim Kundendienst oder Links zu den FAQ bereitstellen. Sie können auch auf Funktionen in Ihrer App oder auf „Meine Seiten“ hinweisen, um die Nutzung dieser Kanäle zu verstärken.





6. Datennutzung zur Optimierung des Kundenerlebnisses

Je stärker Ihr Kunden- und Rechnungsmanagement digitalisiert ist, desto mehr Kundendaten werden für Sie verfügbar. Hieraus können Sie wertvolle Informationen schöpfen:

- Wann und wie zahlen Ihre Kunden ihre Rechnungen am liebsten?
- Welche Kanäle bevorzugen Ihre Kunden zur Kontaktaufnahme mit Ihrem Unternehmen (z. B. Telefon, E-Mail, Chat, SMS oder Nachrichten direkt auf der Rechnung)?
- Wann und in welchen Kanälen erreichen Sie Ihre Kunden am besten mit Informationen und Angeboten?
- Welche Informationen und Angebote wecken bei verschiedenen Kundengruppen das größte Interesse?

Sie können diese Erkenntnisse dann nutzen, um Ihre Kundenansprache wirkungsvoller zu gestalten, rechtzeitig an Zahlungen zu erinnern und interne Ressourcen wie beispielsweise die Personalbesetzung beim Kundendienst besser zu planen.

7. Proaktive Kommunikation über mehrere Kanäle

In den meisten Unternehmen gehören Rechnungen und Zahlungen zu den Hauptanliegen beim Kundendienst. Mithilfe von quantifizierbaren Daten können Sie ermitteln, welche Schritte bei Ihren Kunden häufig Fragen aufkommen lassen und wie Sie Ihre Kunden am wirksamsten ansprechen können. Achten Sie hierbei darauf, dass für alle Kunden aktuelle Kontaktdaten vorliegen – und zwar für mehr als einen Kontaktweg. Auf der Grundlage Ihres Kundenwissens können Sie den Kundendienst entlasten, indem Sie proaktiv kommunizieren und den Kunden dabei helfen, Informationen selbst zu finden.

Die Erinnerung an die Fälligkeit, die unter Punkt 3 erwähnt wird, ist ein sehr gutes Beispiel für proaktive Kundenansprache. Weitere Situationen, in denen Sie Kunden angemessene Erwartungen vermitteln und künftigen Anfragen vorbeugen können:

- Wenn die Wartezeiten beim Kundendienst zeitweise länger sind: Informieren Sie darüber an der Stelle, an der auch die Kontaktdaten des Kundendienstes angegeben sind. Stellen Sie auch Links zu den Antworten auf die häufigsten Fragen bereit oder Tipps, wie die Kunden Probleme selbst lösen können, wenn sie sich bei ihrem persönlichen Konto anmelden.
- Bei voraussichtlichen Preiserhöhungen: Informieren Sie die Kunden möglichst frühzeitig darüber, am besten direkt auf der Rechnung, und erläutern Sie die Gründe für die Erhöhung.
- Bei Betriebsstörungen oder anderen Problemen mit der Verbindung oder Zugänglichkeit: Informieren Sie betroffene Kunden über die voraussichtliche Dauer sowie darüber, ob sie selbst etwas tun können, um ihre Dienste trotzdem weiterhin nutzen zu können.

Über Billogram

Billogram wurde im Jahr 2011 gegründet. Seitdem haben wir einen überholten Rechnungsstellungsprozess modernisiert, indem wir Unternehmen mit wiederkehrenden Zahlungen eine intelligente digitale Plattform für Zahlungen bieten. Durch unkomplizierte, interaktive Rechnungen verbessern wir dabei das Kundenerlebnis rund ums Bezahlen.

Mit intelligenter Technologie helfen wir Unternehmen, die Beziehungen zu ihren Kunden zu stärken und dabei Prozesse zu automatisieren. Das spart Kosten, erhöht den Umsatz und verringert die Kundenabwanderung. Letztlich entsteht ein Zahlungsprozess, von dem alle profitieren.

Auf billogram.com können Sie mehr über uns erfahren.

