

#GIPSmagazin



In zwei Schritten zur sicheren Anmeldung

So einfach gelingt die Zwei-Faktor-Authentifizierung auf Ihrer Website

**IHRE WEBSITE IN
NEUER OPTIK**

Das Facelift

**DIE ERFOLGREICHE ART,
KUNDEN ZU GEWINNEN**

Das GIPS KWK-Modul

**LASTDATEN GRAFISCH
DARSTELLEN**

Das GIPS Lastdatenportal

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

vielen Dank für die positive Resonanz auf unser letztes Magazin. Mit der derzeitigen Herbstausgabe halten Sie bereits unser 12. Magazin in den Händen. Wir freuen uns schon jetzt auf Ihr Interesse und Ihr aufschlussreiches Feedback.

Der vergangene Sommer hat uns allen noch einmal deutlich gemacht, wie wichtig die Digitalisierung für die Branche der Stadtwerke und Energieversorger geworden ist und auch zukünftig bleiben wird.

Viele kommunale Unternehmen haben sich ihren Kunden zuverlässig und gleichzeitig innovativ präsentiert. Dabei konnten wir unsere Kunden durch die stetige Weiterentwicklung unserer Produkte unterstützen.

So lernen Sie in dieser Ausgabe beispielsweise etwas über das sogenannte Facelift, was genau man eigentlich unter „2FA“ versteht oder wie Sie Neukunden mit der Hilfe von Bestandskunden akquirieren können.

Wir wünschen viel Spaß beim Lesen.

Hakan Atak

Hakan Atak

➔ www.gipsprojekt.de/magazin

HEHNER REUS SYSTEMS GMBH

HR Systems ist eine Technologieagentur für Stadtwerke und Energieversorger. Unter der Dachmarke GIPS erstellen und betreiben wir Full-Service-Lösungen für Websites, Portale und Smartphone-Apps. Unsere Experten beraten mehr als 300 Kunden aus der Energiewirtschaft. Zu unseren Schwerpunkten gehören die Konzeption und Gestaltung, die technische Entwicklung und Umsetzung der Projekte sowie ein umfangreicher Service nach der Freischaltung. Darüber hinaus bieten wir unseren Kunden fachliche und technische Unterstützung beim Online-Marketing.



INHALT

- Editorial 2
- Das Dynamische Pop-up 3
- Kurz informiert 3
- Ein neuer Anstrich für Ihre Website – Das Facelift. . . . 4–5
- Ticketbuchung – das webbasierte Reservierungssystem für Schwimmbäder 6–7
- Zwei-Faktor-Authentifizierung – mehr Sicherheit für Ihre Kunden. 8–9
- Kunden werben Kunden – die wohl älteste und beliebteste Form des Marketings 10
- GIPS Lastdatenportal – Lastdaten übersichtlich darstellen 11
- GIPS Schulungen 12

Melden Sie sich für unsere Newsletter an!

Sie erhalten regelmäßig die neuesten Informationen rund um unsere Produkte sowie die aktuellsten Online-Trends für Ihren Internetauftritt. Egal ob mit unserem monatlichen GIPS Newsletter oder unserem speziellen CMS Newsletter einmal im Quartal – wir halten Sie gerne auf dem Laufenden.

GIPS Newsletter – Trends und neue Produkte

Melden Sie sich jetzt an:

➔ www.gipsprojekt.de/newsletter

CMS Newsletter – Tipps und Tricks

Melden Sie sich gerne bei Frau March unter march@hr-sys.de.



DAS DYNAMISCHE POP-UP

Aktuelle, wichtige Informationen müssen schnell und einfach für Website-Besucher zugänglich sein. Für diesen Einsatz haben sich Pop-ups bewährt. Ein klassisches Pop-up bildet dabei allerdings eine Hürde für den Einstieg in die Website. Der Besucher muss das aufpoppende Fenster zunächst schließen, bevor er den eigentlich gewünschten Inhalt erreicht. Mit dem neuen Dynamischen Pop-up haben wir jetzt eine elegantere Lösung entwickelt mit folgenden Möglichkeiten:

- **Flexible Größe**
- **Variable Platzierung**
- **Dynamische Einblendung**
- **Zeitliche Steuerung**

Durch den dezenten Einbau auf der Website kann es für die Weitergabe von wichtigen Informationen, als Hinweis auf eine Terminreservierung oder auch als Werbebanner fungieren. Dabei kann das Pop-up für den jeweiligen Einsatz unterschiedlich gestaltet werden.

Die Entscheidung, ob das Pop-up auf der gesamten Website gleichzeitig, nur auf der Startseite oder verschiedene Pop-ups auf verschiedenen Unterseiten erscheinen sollen, liegt ganz beim Inhaber der Website.

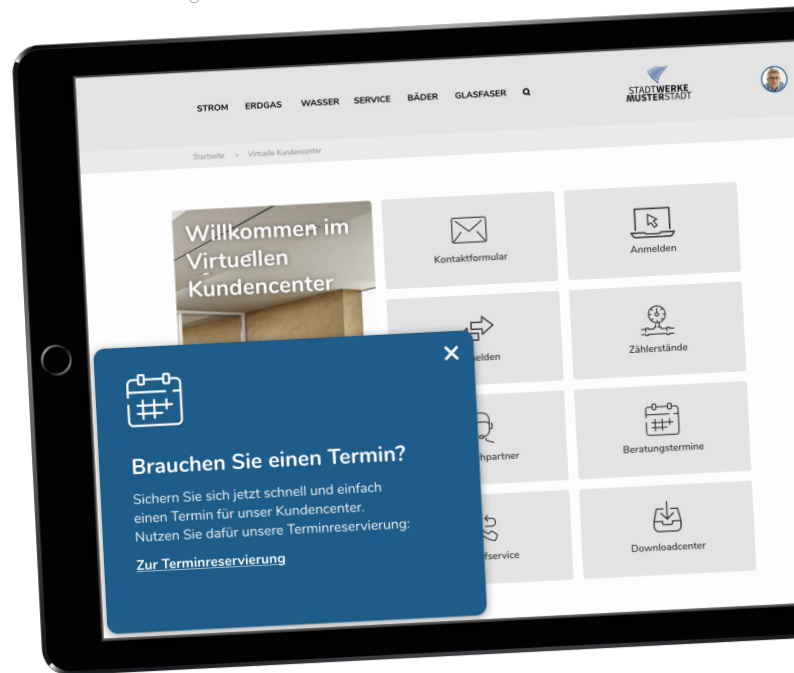
Nach der Einrichtung kann das Dynamische Pop-up eigenständig im GIPS CMS angelegt und die gewünschten Eigenschaften eingestellt werden. Der Kunde kann also das Pop-up beispielsweise als Hinweis auf ein aktuelles Gewinnspiel nutzen, indem

das neu angelegte Werbebanner von rechts oben in den Bildschirm fährt. Zuvor hat er das Pop-up bereits so eingestellt, dass es nach Ablauf der Anmeldefrist nicht mehr angezeigt wird.

➔ www.stadtwerke-musterstadt.de/dynamisches-pop-up

➔ www.gipsprojekt.de/dynamisches-pop-up

Das Dynamische Pop-up mit Hinweis auf die Terminreservierung



KURZ INFORMIERT ...

Trendgespräche

Wir möchten die Entwicklung zukunftsfähiger Websites innerhalb der Energiewirtschaft vorantreiben und bieten unseren Kunden kostenlose Video-Termine zu den individuellen Potenzialen ihrer Internetauftritte an.

Bäder-Relaunch

Unserer Demo-Website für Bäder haben wir einen Relaunch spendiert. Versehen mit neuen Modulen, wie dem Wettermodul, wurde die gesamte Website neu aufgebaut und mit modernen Designelementen bestückt.

➔ baeder.stadtwerke-musterstadt.de

Nachhaltigkeitsbericht 2020/21

Nun schon im sechsten Jahr veröffentlichen wir unseren Nachhaltigkeitsbericht zur Unterstützung der Initiative UN Global Compact und stellen unsere Maßnahmen in den vier Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsprävention vor.

HR Systems bei LinkedIn

Neben Facebook und Instagram sind wir nun auch auf LinkedIn aktiv. Unsere Kunden können dort unsere Arbeit und das Geschehen im Büro verfolgen. Neben Stellenausschreibungen findet man hier auch immer einen Auszug aus unseren aktuellen Referenzen.

➔ www.linkedin.com/company/hehner-reus-systems-gmbh

EIN NEUER ANSTRICH FÜR IHRE WEBSITE – DAS FACELIFT

Um eine Website moderner zu gestalten, ist nicht immer ein zeitintensiver Relaunch nötig. Ein Facelift kann bereits mit kleinem Zeitaufwand sehr viel an Ihrem Web-Auftritt bewirken.

In der Automobilbranche ist der Begriff Facelift schon länger bekannt: Fahrzeugmodelle werden optisch angepasst, während die eigentliche Technik des Wagens dabei unberührt bleibt. Ein ähnliches Prinzip kann aber auch bei der Anpassung von Websites angewandt werden.

3 Anzeichen für einen Facelift-Bedarf

- Sie möchten Ihre Website modernisieren, aber Ihre Struktur beibehalten
- Die Grafiken Ihrer Website sind mittlerweile überholt und könnten neu aufbereitet werden
- Sie sind zufrieden mit der Optik der Website, aber „etwas fehlt“

Facelift – wenig Aufwand für Sie, aber sehr viel Wirkung

Der Fokus des Facelifts liegt auf der optischen Überarbeitung der Website. Die bewährten Funktionen werden beibehalten, sodass eine Website bereits innerhalb kürzester Zeit frischer und ansprechender wirkt – ohne eine Kursänderung im Homepage-Konzept.

Das Facelift hat den Vorteil, mit kleinen optischen Anpassungen einen großen Effekt zu erzielen. Allein das Austauschen des Kopfbildes und der Grafiken auf der Startseite kann der Website einen komplett neuen Look geben und einen moderneren Eindruck verleihen. Das Kopfbild spielt dabei eine besondere Rolle, da es vom Besucher am ehesten wahrgenommen wird und im Gedächtnis bleibt. Zudem ist es für einen frischen Anstrich sinnvoll, von Zeit zu Zeit die Bilderwelt einer Website auszutauschen.

Weitere Elemente der Website, die optisch angepasst werden können, sind beispielsweise:

- Buttons
- Infoboxen
- Kacheln
- Formulare
- Icons
- Tarifrechner
- Schrift
- Fähnchen

Schafft man es, neue Trends im Design und die Nutzerfreundlichkeit der Website im Auge zu behalten, kreiert man für den Besucher der Website in kürzester Zeit eine optimierte User-Experience.

Facelift oder Relaunch?

Das Facelift ist nicht zu verwechseln mit dem Relaunch einer Website. Während man sich bei einem Relaunch der Website mit dem gesamten Konzept einer Website beschäftigt, beschränkt man sich beim Facelift hingegen auf das Layout des Online-Auftritts.

Allgemein empfehlen wir den Ansatz des evolutionären Relaunchs, bei dem man in kleinen Intervallen von Zeit zu Zeit, aber spätestens nach drei Jahren, verschiedenste Funktionen der Website modernisiert, anpasst und erneuert. Auf diese Weise entspricht die Website immer dem neuesten Stand der Technik und der erforderliche Relaunch wird in einem gewissen Aufwandsrahmen gehalten.

Das Facelift ist in diesem Sinn ein besonderer Fall: Es gibt einem auch kurzfristig die Möglichkeit, die User-Experience zu optimieren. Dazu ist jedoch im Gegensatz zum Relaunch kein Eingriff in die Struktur der Website nötig.

Der richtige Zeitpunkt für das richtige Modul

Selbstverständlich kann ein Facelift dennoch Anlass sein, kleine technische Veränderungen an der Website vorzunehmen. So bieten sich unsere Module aufgrund ihrer kurzen Einrichtungszeiten und der direkten Erhöhung der Usability besonders für eine zeitgleiche Umsetzung mit einem Facelift an.

Der Effekt des Facelifts

Das Facelift kann das Branding einer Marke unterstützen und die User Journey positiv beeinflussen. Ein modernisiertes Design der Website lenkt den Fokus des Betrachters auf neue Produkte und erhöht die Identifikation und Kaufbereitschaft des Interessenten.

Sie haben einiges mit Ihrer Website vor und interessieren sich für ein Facelift? Vereinbaren Sie auch gerne einen Workshop-Termin mit uns.

➔ www.gipsprojekt.de/kontaktanfrage

➔ www.gipsprojekt.de/facelift

NEUE MODULE GEFÄLLIG?

- 1 Klick – der verkürzte Bestellprozess
- Kunden werben Kunden
- Terminreservierung
- Virtuelles Kundencenter
- Dynamisches Pop-up
- Website-Assistent

Facelift der Stadtwerke
Musterstadt-Website



TICKETBUCHUNG – DAS WEBBASIERTES RESERVIERUNGSSYSTEM FÜR SCHWIMMBÄDER

Nachdem die Corona-Beschränkungen gelockert wurden, standen viele Stadtwerke, Bäderbetriebe oder kommunale Unternehmen vor der großen Herausforderung, wie sie ihre Bäderbetriebe wieder öffnen können. Um den vielen Vorgaben und Auflagen gerecht zu werden, haben wir dazu eine digitale Lösung entwickelt – unsere Ticketbuchung.

Die Ticketbuchung ermöglicht Schwimmbadbesuchern, vor dem Bäderbesuch ihr Ticket online über die Website zu buchen und zu bezahlen. Die Besucher können über eine Kalenderansicht die Kapazitäten und die Verfügbarkeit der freien Plätze im Schwimmbad sehen und den gewünschten Zeitraum auswählen. Im nächsten Schritt geben sie die persönlichen Daten, die Anzahl der Badegäste und deren Kontaktdaten an. Zum Schluss erhält der Buchende eine Übersicht über seine eingegebenen Daten und muss diese verbindlich bestätigen. Automatisch wird nach der Buchung ein PDF-Ticket generiert, welches der Besucher entweder auf der Bestätigungsseite herunterladen oder der Bestätigungsmail entnehmen kann. Die Bestätigungsmail enthält zudem eine ICS-Datei, die den Import des Termins in den persönlichen Kalender ermöglicht.

Kontaktlose Bezahlung und Zugang mit QR-Code

Über Online-Bezahlungsmöglichkeiten wie Vorkasse, das SEPA-Lastschriftmandat oder die Sofortzahlung über PayPal können die Tickets direkt bei der Buchung bezahlt werden. Dadurch werden lange Warteschlangen zum Bezahlen im Kassensbereich vermieden.

Noch schneller und zudem kontaktlos funktioniert der Einlass mit Tickets, die einen QR-Code enthalten. Der QR-Code kann dabei verschiedene Informationen enthalten, die er durch Scannen am Eingang des Bades übermittelt. Beim Verlassen des Schwimmbades kann zudem erneut der QR-Code gescannt werden und ersetzt somit manuell auszufüllende Listen.

Die Ticketbuchung kann einen oder mehrere QR-Codes pro Buchung automatisch generieren, die dann mit den persönlichen Daten der Badegäste auf das PDF-Ticket gedruckt werden.



Buchung von Zeitslots und Schwimmbecken

Neben der Möglichkeit, einen bestimmten Badezeitslot für den Bäderbesuch zu buchen, gibt es auch die Option, dass der Badegast vorher zwischen verschiedenen Schwimmbeckentypen, wie zum Beispiel Schwimmerbecken und Nichtschwimmerbecken, wählen kann. Der Badegast wählt dabei zunächst das jeweilige Schwimmbecken aus und anschließend Wunschtage und -zeitslot sowie die Personenanzahl. Somit wird die maximal zulässige Personenanzahl in den einzelnen Becken nicht überschritten.

Einbindung in die Website

Die Ticketbuchung kann problemlos in eine vorhandene GIPS-Website eingebunden oder als iFrame für eine externe Website bereitgestellt werden. Das Erscheinungsbild wird dabei immer an die bestehenden Corporate-Design-Vorgaben angepasst.



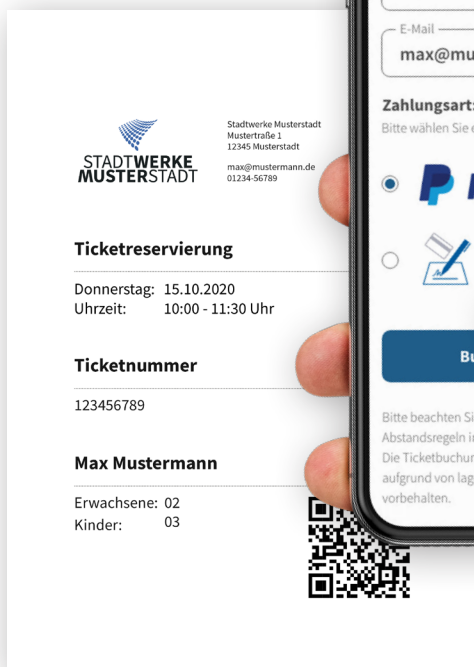
Kalenderansicht der Ticketbuchung



Einfache Bedienung im GIPS CMS

Die Ticketbuchung und die Besucherdaten können ganz einfach über das GIPS CMS gepflegt werden. Beispielsweise können die Besucherlisten direkt aus dem Adminbereich exportiert und am Eingang des Bades mit den Besuchern abgeglichen werden. Die Liste dient dabei auch der Nachweispflicht über die Kontaktdaten für das Gesundheitsamt. Weiterhin kann im Adminbereich über die Teilnehmersuche gezielt nach einem

PDF-Ticket mit QR-Code



Mustermann

Straße, Hausnummer
Musterstraße 123

Postleitzahl, Ort
12345 Musterstadt

Telefon
0123 - 456789

E-Mail
max@mustermann.de

Zahlungsart:
Bitte wählen Sie eine Zahlungsart

☒ **PayPal**

☐ **SEPA Lastschrift**

Buchung

Bitte beachten Sie die allgemeinen Hygiene- und Abstandsregeln im Bad.
Die Ticketbuchung ist unverbindlich – Änderungen aufgrund von lagebedingten Reaktionen bleiben vorbehalten.

Gast gesucht werden. Auch die Pflege der einzelnen Termine, zum Beispiel das Hinzufügen eines Zeitslots, kann über das GIPS CMS ganz einfach durch den Admin vorgenommen werden. Sollten sich die Eintrittspreise oder die maximale Anzahl der erlaubten Badegäste ändern, so können diese Änderungen ebenfalls durch die Mitarbeiter über das CMS vorgenommen werden.

Umstellung von Freibad auf Hallenbad

Da die Freibadsaison sich nun bald dem Ende neigt, kann die Ticketbuchung einfach von der Freibadbuchung auf die Hallenbadbuchung umgestellt werden. Dazu werden die vorhandenen Elemente und Funktionen im CMS leicht modifiziert, sodass ein Umstieg ohne viel Aufwand möglich ist.

Ausblick Benutzerkonto

Zukünftig wird es möglich sein, dass der Badbesucher über ein Kundenkonto seine Buchungsvorgänge verwalten kann. Funktionen wie das Tätigen weiterer Buchungen sowie das eigenständige Stornieren sind dann ebenfalls möglich. Auch müssen Kontaktdaten nicht erneut angegeben werden und der Badegast hat einen Überblick über seine Badbesuche.

- ➔ baeder.stadtwerte-musterstadt.de/ticketbuchung
- ➔ www.gipsprojekt.de/ticketbuchung

Mobile Ansicht der
Bezahlungsmöglichkeiten

ZWEI-FAKTOR-AUTHENTIFIZIERUNG – MEHR SICHERHEIT FÜR IHRE KUNDEN

Immer wieder raten wir unseren Stadtwerken, die Hürden für die Besucher ihrer Website gering zu halten. Denn das Internet ist ein Ort schneller Entscheidungen. So schnell wie ein Besucher da ist, kann er auch schon wieder weg sein. Doch im Falle der Sicherheit lohnt es sich, doch mal kurz innezuhalten und dem Kunden einen Schritt mehr zuzumuten.

Das einfache Anmeldeverfahren arbeitet in der Regel mit einem Benutzernamen und einem Passwort, das der Nutzer nach der Registrierung selbst wählen kann. Um die Sicherheit der einfachen Anmeldung zu erhöhen, gibt es für das frei gewählte Passwort Anforderungen, wie beispielsweise eine bestimmte Zeichenlänge, die Groß-/Kleinschreibung und die Nutzung von Ziffern und Sonderzeichen. Auf diese Weise versuchen die Administratoren von Systemen, die sensible Daten enthalten oder größere Eingriffe in Systeme ermöglichen, „starke“ Passwörter zu erzwingen. Dennoch bleibt es bei lediglich einem Faktor für die Sicherheit. Wer also das Passwort errät oder erhält, hat Zugriff auf die Daten oder das System.

Was bedeutet Zwei-Faktor-Authentifizierung?

Mit der Zwei-Faktor-Authentifizierung (2FA) – auch Zwei-Faktor-Authentisierung genannt – wird das Anmeldeverfahren um

einen zweiten Faktor erweitert. Für den Identitätsnachweis genügt es somit nicht mehr, das Passwort zu kennen. Es findet eine weitere Überprüfung des Nutzers statt. Man kennt dies vielleicht noch von den Transaktionsnummer-Listen (TAN-Listen) für Überweisungen via Online-Banking. Dieser zweite Faktor ist im Falle der 2FA keine TAN aus einer Liste, sondern eine TAN, die in diesem Moment generiert und an den Nutzer verschickt wird.

Nutzung einer Authenticator-App

Da das weitere Endgerät zumeist ein Smartphone ist, kann man noch einen Schritt weiter gehen und eine Authenticator-App einsetzen. So kann ein QR-Code-Scanner für die bequeme Registrierung des Smartphones eingesetzt und die Authenticator-App danach für die Generierung der Einmalpasswörter genutzt werden. Eine Internetverbindung ist hierbei nur für die erstmalige Registrierung notwendig, der spätere Abruf der Einmalpasswörter ist auch offline möglich.

TOTP: das Sicherheitsverfahren hinter unserer 2FA

Die 2FA gehört zu den Multifaktor-Authentifizierungen. Der erste Faktor, das Passwort, wird um einen weiteren Faktor, das Einmalpasswort, ergänzt. Das Verfahren dahinter ist der

1. *Geben Sie wie gewohnt Ihren Benutzernamen und Ihr Passwort ein.*

Benutzername:

Mustermann

Passwort:



[Benutzername oder Passwort vergessen?](#)

Code anfordern

Ihr Code:

Login

2.

Die Authenticator-App generiert einen einmaligen Code.



"Time-based One-time Password"(TOTP)-Algorithmus. Hierbei werden Einmalpasswörter erzeugt, die nur kurze Zeit gültig sind. Sollten also Benutzername und Passwort gestohlen werden, wäre ohne das Smartphone, das für das Benutzerkonto registriert wurde, keine Anmeldung möglich. Durch die Unabhängigkeit der Methoden und Quellen, also gespeichertes Passwort und generiertes TOTP, wird ein hohes Sicherheitsniveau erreicht. Sollte das Smartphone abhandenkommen oder kaputtgehen, genügt es, die Registrierung zu erneuern. Damit ist die Authenticator-App auf dem alten Smartphone ungültig bzw. nicht mehr nutzbar.

Wann erfolgt die Umstellung bei GIPS?

In 2021 werden wir alle Anmeldungen auf die 2FA umstellen. Dies betrifft sowohl die Anmeldung der Stadtwerke-Mitarbeiter im GIPS Adminbereich (GIPS CMS) als auch die Anmeldungen der Benutzer auf den GIPS Websites, im Kundenportal, im GIPS Marktplatz und den Buchungstools. Wir empfehlen Ihnen, nach der Einrichtung der 2FA die „einfache“ Anmeldung mit Benutzernamen und Passwort als Ausnahme zu beschreiben und Ihre Kunden auf das erhöhte Risiko hinzuweisen.

Ist das 2FA auf andere Portale und Services anwendbar?

Wir werden auch das GIPS Benutzerkonto um die 2FA erweitern. In der Kombination mit dem Single-Sign-On muss der Stadtwerke-Kunde sich nur noch einmal anmelden und kann auf alle Portale und Services direkt zugreifen. So erhöhen Sie nicht nur die Sicherheit bei der Anmeldung, sondern gleichzeitig auch die Benutzerfreundlichkeit.

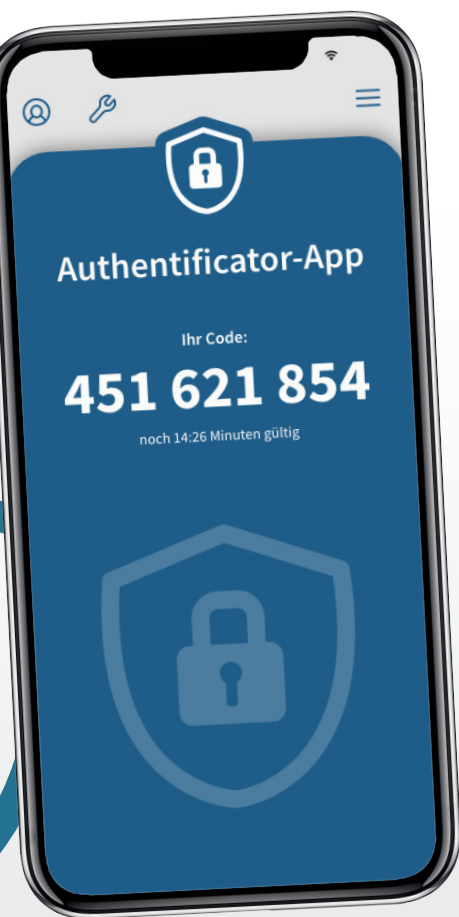
DAS BENÖTIGEN SIE FÜR DIE ZWEI-FAKTOR-AUTHENTIFIZIERUNG

Authenticator-App:

Wenn Sie bereits eine GIPS App im Einsatz haben, integrieren wir Ihnen die Authentifizierungsfunktion. Falls nicht, haben Sie zwei Möglichkeiten: Entweder Sie nutzen eine der kostenlosen Authenticator-Apps oder Sie stellen Ihren Kunden eine von Ihnen gelabelte App zur Verfügung. Sprechen Sie uns gerne an!

Benutzerkonto der Website:

Um die 2FA zu nutzen, benötigen Sie ein Benutzerkonto auf Ihrer Website. Dies kann entweder über eine Neuregistrierung auf der Website oder über eine Anmeldung per Single-Sign-On, beispielsweise in Ihrem bereits existierenden Kundenportal, integriert werden.



3.

Geben Sie den erhaltenen Code bei der Anmeldung an und loggen Sie sich sicher ein.



Benutzername:

Mustermann

Passwort:



[Benutzername oder Passwort vergessen?](#)

Code anfordern

Ihr Code:

451 621 854

Login

KUNDEN WERBEN KUNDEN – DIE WOHL ÄLTESTE UND BELIEBTESTE FORM DES MARKETINGS

Die persönliche Empfehlung eines Produktes durch Freunde und Familie wird stets hoch geschätzt. Entsprechend wertvoll ist eine solche Empfehlung für den Produkthanbieter. Unser Modul für Kunden-werben-Kunden (KWK) unterstützt Stadtwerke bei der Generierung solcher Empfehlungen durch die direkte Einbindung in den Bestellprozess. Mit nur geringen Marketingkosten lassen sich so große Erfolge erzielen.

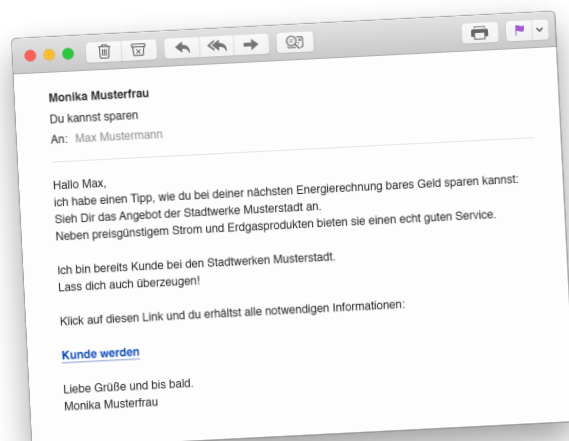
Empfehlungen sind wertvoll

Verschiedene Studien haben gezeigt, wie wertvoll Empfehlungsmarketing ist. Bei einer Studie* der Universität Frankfurt in Kooperation mit der Wharton School der University of Pennsylvania wurden Neukunden, die durch bestehende Kunden geworben wurden, mit zufällig ausgewählten regulären Neukunden verglichen. Die Kernaussagen über die durch KWK gewonnenen Kunden sind deutlich:

- Sie haben einen höheren Deckungsbeitrag
- Ihre Kundenbindungsrate ist deutlich höher
- Ihr Kundenwert ist mindestens 16 % höher als der eines regulären Kunden

Anreize für den Werber schaffen

Um Kunden gezielt zu einer gewünschten Aktion zu bewegen, müssen Anreize geschaffen werden. Dafür gibt es die verschiedensten Vorgehensweisen. Der werbende Kunde kann beispielsweise mit Merchandiseartikeln beglückt werden, an einem Gewinnspiel für einen größeren Preis teilnehmen oder eine finanzielle Entlohnung in Form einer Gutschrift bei der nächsten Rechnung erhalten. Selbstverständlich muss diese Belohnung immer an einen erfolgreich geworbenen Neukunden geknüpft sein. Der Werber erhält seine Prämie also erst, wenn der Geworbene verbindlich einen Vertrag abgeschlossen hat.



E-Mail an den Geworbenen mit Link zum Preisrechner



Mobile Ansicht des KWK-Moduls

Das KWK-Modul

In unserem KWK-Modul können Ihre Kunden Freunde, Verwandte und Bekannte werben, indem sie über ein Formular die Daten des potenziellen Kunden angeben. Daraufhin wird eine E-Mail-Vorlage erstellt, welche der Werber bei Bedarf noch anpassen kann. Nun gibt der Werber nur noch seine eigenen Daten an. Der potenzielle Kunde erhält eine E-Mail mit einem Link, über den er sofort in den Preisrechner einsteigt. Beim Vertragsabschluss werden die Daten des Werbers automatisch übergeben. Sie können entscheiden, ob Sie die Daten im Bestellprozess anzeigen lassen oder nicht sichtbar im Hintergrund erfassen.

Ablauf

1. Kunde (Werber) füllt KWK-Formular mit eigenen Daten und denen des Geworbenen aus
2. Geworbener erhält E-Mail vom Kunden mit Empfehlung und Link zum Preisrechner auf der Website
3. Geworbener gelangt über Link in die Bestellstrecke, wählt einen Tarif aus und bestellt
4. Daten des Werbers werden bei Vertragsabschluss an Sie übermittelt

- ➔ www.stadtwerke-musterstadt.de/kwk
- ➔ www.gipsprojekt.de/kwk

*Philipp Schmitt, Bernd Skiera & Christophe Van den Bulte. Referral Programs and Customer Value, Journal of Marketing

GIPS LASTDATENPORTAL – LASTDATEN ÜBERSICHTLICH DARSTELLEN

Viele Stadtwerke bieten Gewerbekunden mit einer hohen Verbrauchsmenge separate Tarife an. Doch nicht nur die Preise für große Geschäftskunden unterscheiden sich, auch die Anforderungen dieser Kunden an ihren Energieversorger sind anders. Die sogenannten RLM-Kunden, also solche mit registrierender Leistungsmessung, haben hierfür eigene Zähler. Statt einmal jährlich auf Basis des tatsächlichen Verbrauchs eine detaillierte Abrechnung zu erhalten, erhalten RLM-Kunden jeden Monat die tatsächliche Leistung und den sich daraus ergebenden Verbrauch.

Die RLM-Zähler bieten dabei sowohl dem Stadtwerk als auch den Geschäftskunden Vorteile. Zum einen erfahren die Stadtwerke, wann große Gewerbekunden viel Energie verbrauchen, und können eine Netzüberlastung durch einen vorhersehbaren starken Anstieg des Verbrauchs vermeiden. Zum anderen ermöglichen RLM-Zähler den Kunden mehr Planungssicherheit durch eine genauere Übersicht über ihren Verbrauch.

Detaillierte Darstellung mit dem Lastdatenportal

Das GIPS Lastdatenportal wurde speziell für Energieversorger mit RLM-Kunden entwickelt und bietet diesen Kunden einen besonderen Service. Durch einen individuellen Zugang hat der RLM-Kunde die Möglichkeit, seine Lastdaten jederzeit und von überall in dem Online-Portal einzusehen und zu vergleichen.

Alle Verbrauchsstellen des jeweiligen Gewerbekunden werden übersichtlich in einer Tabelle dargestellt, sodass dieser einen direkten Überblick über seine Zähler erhält. Zudem sind in der Tabelle die jeweilige Zählernummer, der Zählpunkt und die Messgröße aufgelistet. Über ein Auswahlfeld kann der Kunde sich die Lastdaten einer Verbrauchsstelle anschauen oder durch die Auswahl eines zweiten Zählers die Lastdaten von zwei Verbrauchsstellen innerhalb eines Zeitintervalls miteinander vergleichen.

Neben einer dynamischen Grafik, die die Lastgänge detailliert und übersichtlich darstellt, bietet das GIPS Lastdatenportal auch eine Downloadmöglichkeit der Lastdaten als Tabelle. Der Darstellungszeitraum der Verbrauchs- und Leistungsdiagramme ist dabei frei wählbar. Zur Auswahl stehen jährliche, monatliche, wöchentliche und tägliche Ansichten. So können Leistungsspitzen auf einen Blick erkannt werden.

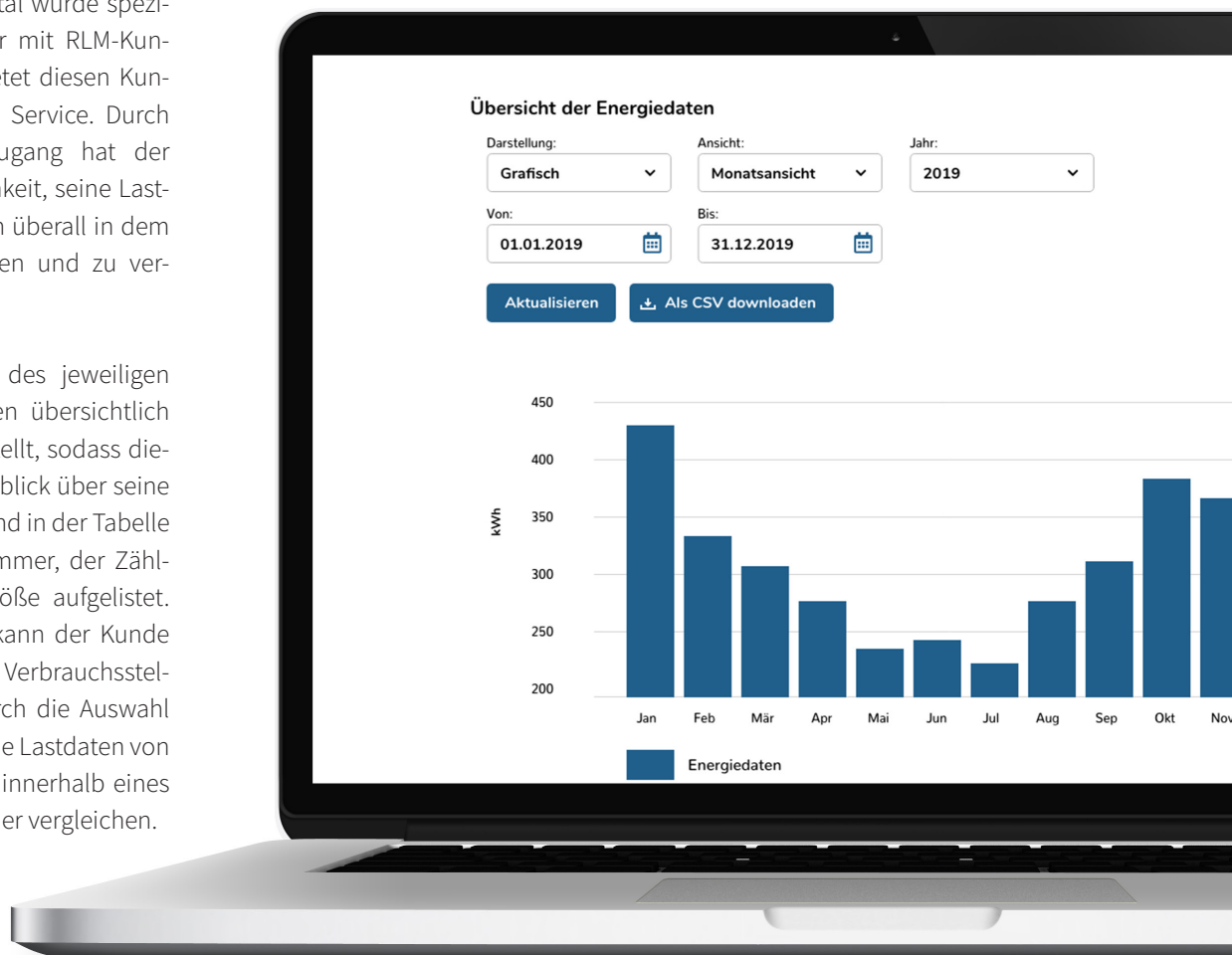
Tagesaktuelle Daten

Die jeweiligen Daten der RLM-Kunden werden als MCONSD-Dateien verarbeitet. Das heißt, dass das Standardformat des EDM-Systems ausreichend ist und keine weiteren Dateiformate oder Schnittstellen erforderlich sind. Als Schnittstelle dient ein E-Mail-Postfach, das die tagesaktuellen Dateien verarbeitet, die vom EDM automatisch versendet werden.

➔ www.stadtwerke-musterstadt.de/lastdatenportal

➔ www.gipsprojekt.de/lastdatenportal

Dynamische Grafik im GIPS Lastdatenportal



GIPS SCHULUNGEN

20.
OKT
CMS

17.
NOV
CMS

03.
NOV
GIPS ENWG TOOL

CMS-Schulung

Wir bieten kostenlose Grundlagen-Schulungen für das GIPS CMS in unseren Räumlichkeiten in Köln und auf Wunsch individuelle Intensiv-Schulungen an.

➔ www.gipsprojekt.de/schulungen

Webschulung

Nutzen Sie jetzt auch die Möglichkeit, unsere Produkte und deren Funktionen im Rahmen einer spezifischen Webschulung näher kennenzulernen.

➔ www.gipsprojekt.de/webschulungen

Störung? Ihre Kunden wissen sofort wo!

Die GIPS Störungskommunikation



Störung

Es tritt eine Störung in Ihrem Versorgungsgebiet auf



Meldung

Ihr Mitarbeiter meldet sich an und erfasst die Störung



Veröffentlichung

Die Störung ist sofort auf Ihrer Website zu sehen



stoerungskommunikation.gipsprojekt.de

Redaktion:

Hakan Atak, Carolin Klein

Autoren dieser Ausgabe:

Hakan Atak, Kathleen Dally, Carolin Klein, Niklas Kruse, David Tournier

Design/Satz:

Marc Boberach

So erreichen Sie die Redaktion:

Redaktion #GIPSmagazin
Telefon: 0221-952764-185
Fax: 0221-952764-29
E-Mail: klein@hr-sys.de

Fotos/Bilder:

Adobe Stock: © Photographee.eu,
© katusha161107, © pio3, © olly,
© Denys Prykhodov, © fizkes, © martialred,
© Sergey Novikov

Herausgeber:

Hehner Reus Systems GmbH
Adolf-Grimme-Allee 3, 50829 Köln
E-Mail: info@hr-sys.de
Homepage: www.hr-sys.de
Geschäftsführer: Wolfgang Hehner, Guido Reus, Hakan Atak

Sitz der Gesellschaft: Köln
Registergericht: Amtsgericht Köln
Register-Nr.: HRB 50967
Steuernummer: 218/5718/0417
USt-Ident-Nummer: DE813725659