

Focus on customers

Erkenntnisse – Ganzheitlich optimiertes Energiesystem

Ausgangslage

Was sich aus der Vorstellung des Case gezeigt hat:

- Man weiss noch wenig vom anderen
- Verständnis ist Schlüssel zum Erfolg
- Wille + Wissen zur Erarbeitung und Umsetzung von gemeinsamen Lösungen ist da
- Und deren Produkte / Kompetenzen etc. → System



Fragestellung – Erkenntnisse

Wie schaffen wir es, Bedürfnisse von Kunde, Markt, Netz, Politik und Regulierung ganzheitlich und systematisch in skalierbare, wirtschaftlich erfolgreiche und aufeinander ausgerichtete Produkte und Dienstleistungen für B2C- und B2B-Kunden zu überführen?

- Digitale Plattform «lowcarb.ch» für Kunden über Möglichkeiten für Lösungen zum Beitrag der Energiewende (Energieprofiling, lokale Erzeugung, Energiesparen, Interaktion mit Stromsystem)
- Umfassende Energieplanung, Realisierung und Betrieb (Bsp. LKW-Ladeinfrastruktur)
- Ganzheitliche, für Kunden einfache Lösungen

Übergreifende Erkenntnisse

Was die Diskussion darüber hinaus gezeigt hat:

- Befähigung unserer MA im Zusammenhang mit übergeordnetem Systemverständnis über sämtliche Kompetenzen BKW (Simplifizierung)
- 2. Schritt → dito Kunden: gesamtheitlicher BKW-Ansatz vermitteln, insb. im Zusammenhang mit dem Markenprojekt
- Mit neuer Marke weiss Kunde, was alles BKW ist – und ganz wichtig, wenn die Einzelprodukte nicht zusammenpassen ...
- Challenge: Komplexität des Energiesystems für Mitarbeitende und Kund:innen reduzieren



Grundsätzliche Notizen

- Weg von Einzelprodukten hin zu Gesamtlösung
- Lösung muss adaptierbar / kundennäher sein
- Umfassendes Wissen intern zugänglich machen
- Gemeinsames über Individuelles bei BKW stellen
- «eine P&L für alle» als Ziel
- z.B. BA-EBIT vs. BKW-EBIT bzw. Einzelprodukt BA vs. Gesamtlösung BKW
- Mensch als zentraler Faktor & AI als Tool (BKW-Wiki?)
- Austausch, Kenntnis & Wissen als Fundament für ganzheitliche Kundenlösung
- Räume für Ausprobieren, gemeinsame Lösungen entwickeln & manchmal auch
- Fehler machen (Aufgabe Führungskraft)