



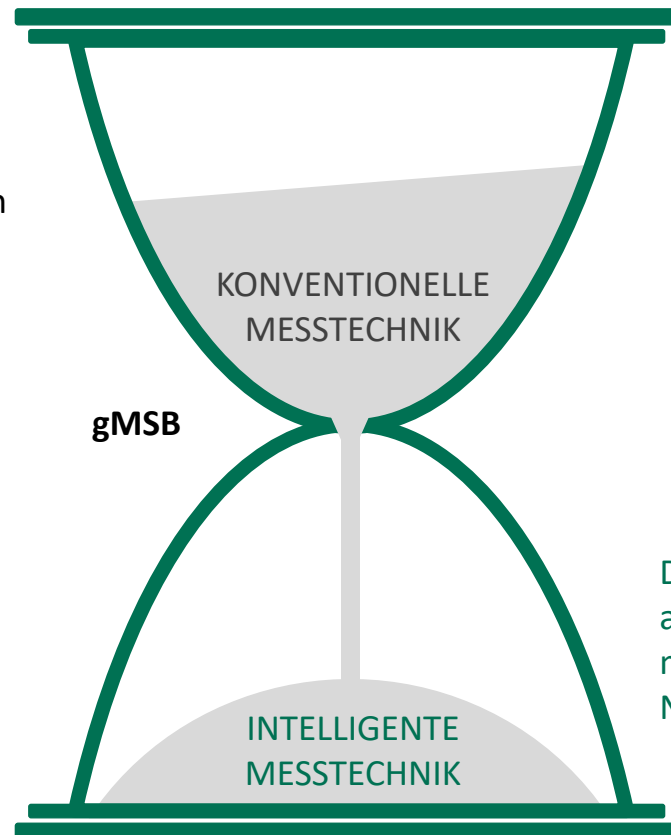
Strategiebaustein Netzvertrieb

Aufbau und Optimierung der Vertriebskompetenz beim Verteilnetzbetreiber



Der gMSB sichert dem Netz einen Kundenzugang - aber wie wird der Kontakt profitabel?

Neben POG und EOG besteht in vielen Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen und Strategien der Aufbau zusätzlicher Erlösmodelle aus der Kundenbindung des MSB

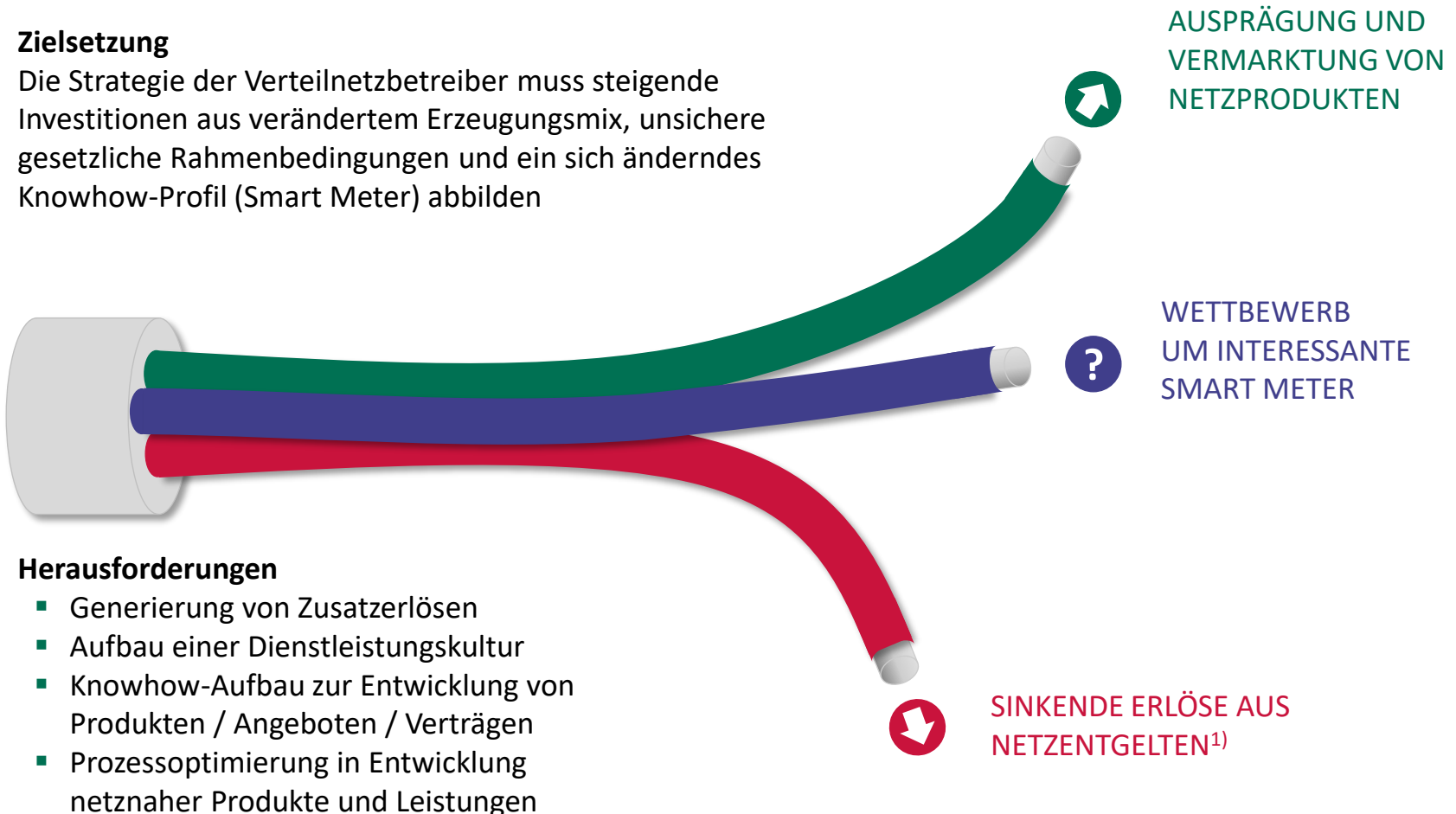


Dazu muss der Kontaktpunkt „Zähler“ als Kanal für neue Produkte / Geschäftsmodelle außerhalb des klassischen Netzgeschäfts aufgebaut werden

Die zukünftigen Ertragschancen im Netz erfordern Vertriebskompetenz

Zielsetzung

Die Strategie der Verteilnetzbetreiber muss steigende Investitionen aus verändertem Erzeugungsmix, unsichere gesetzliche Rahmenbedingungen und ein sich änderndes Knowhow-Profil (Smart Meter) abbilden



AUSPRÄGUNG UND VERMARKTUNG VON NETZPRODUKTEN

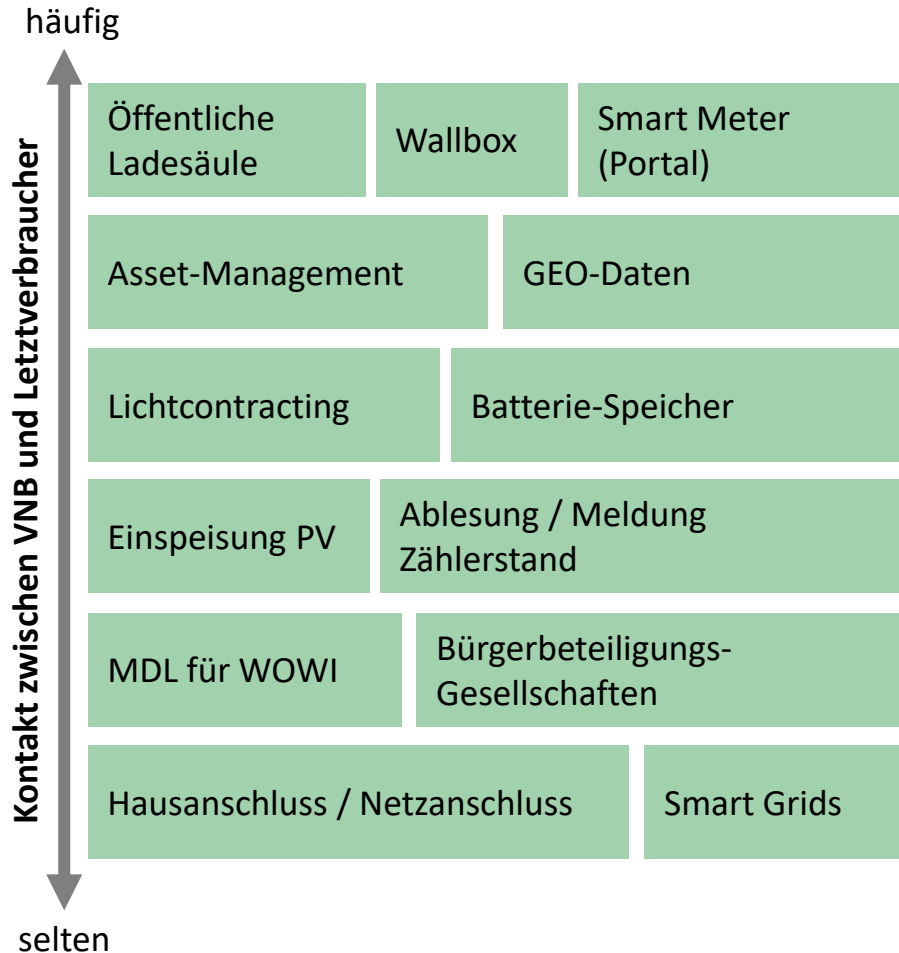
WETTBEWERB UM INTERESSANTE SMART METER

SINKENDE ERLÖSE AUS NETZENTGELTEN¹⁾

Herausforderungen

- Generierung von Zusatzerlösen
- Aufbau einer Dienstleistungskultur
- Knowhow-Aufbau zur Entwicklung von Produkten / Angeboten / Verträgen
- Prozessoptimierung in Entwicklung netznaher Produkte und Leistungen

Immer mehr Themen zwischen Kunden und Netzbetreiber - immer mehr Wettbewerb



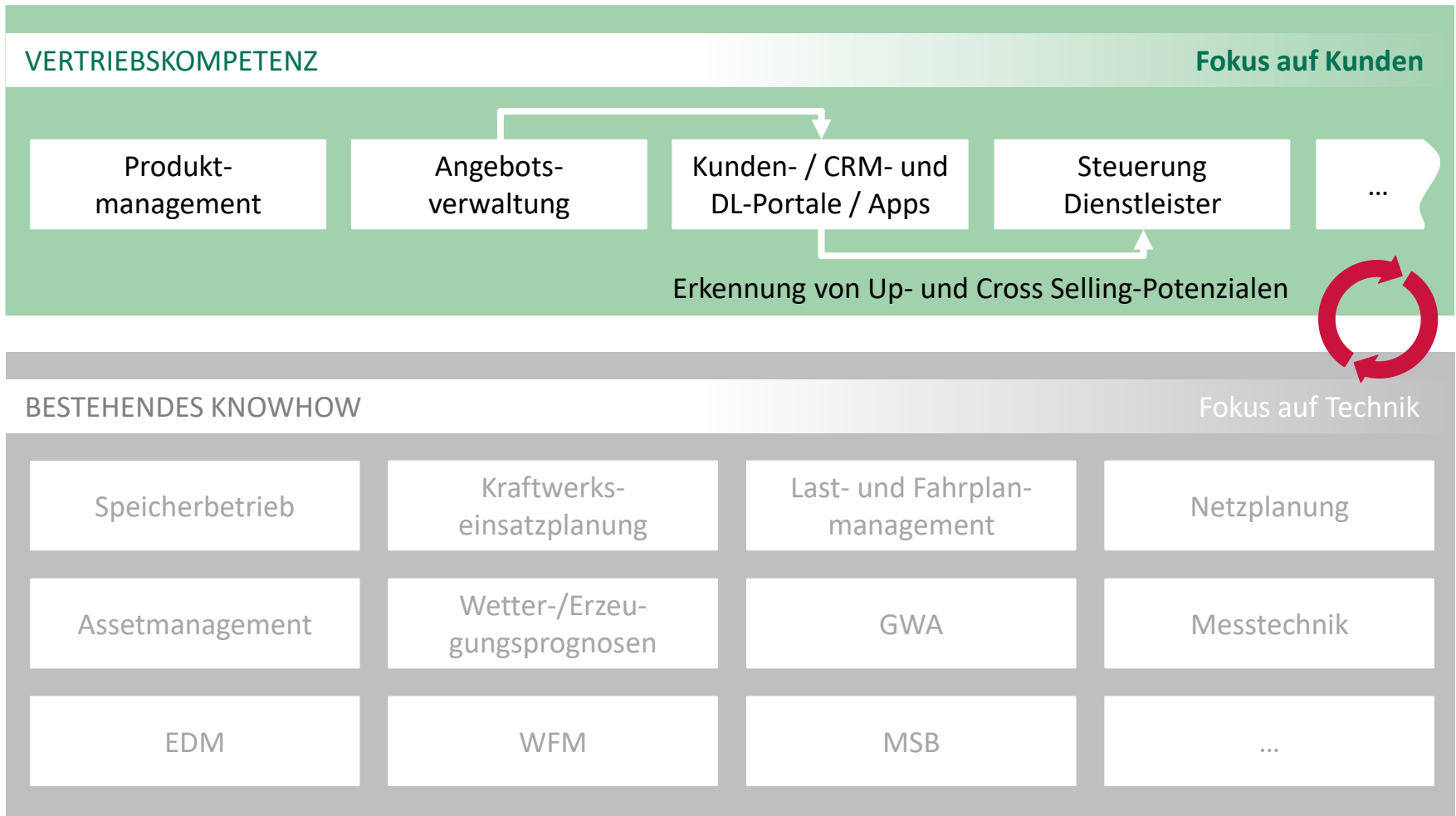
CHANCE: 
zusätzliche Erlös-Quellen

RISIKO: 
Komplexität im Netzgeschäft steigt

Bisher konnten Netzgesellschaften ihren strategischen Fokus weitestgehend auf die Technik legen

BESTEHENDES KNOWHOW			Fokus auf Technik
Speicherbetrieb	Kraftwerks-einsatzplanung	Last- und Fahrplan-management	Netzplanung
Assetmanagement	Wetter-/Erzeu-gungsprognosen	GWA	Messtechnik
EDM	WFM	MSB	...

Zukünftig verbindet der erfolgreiche Netzvertrieb Technik und professionelle Methoden der Kundenansprache



Die Anforderungen der Kunden gliedern die Vertriebsprodukte des VNB

KUNDENBEDÜRFNISSE

HAUSHALTSTYP

- Einfamilienhaus
- Eigentumswohnung
- Mietwohnung

EINSPEISER

- Photovoltaik
- Kraft-Wärme-Kopplung

LASTSTEUERUNG

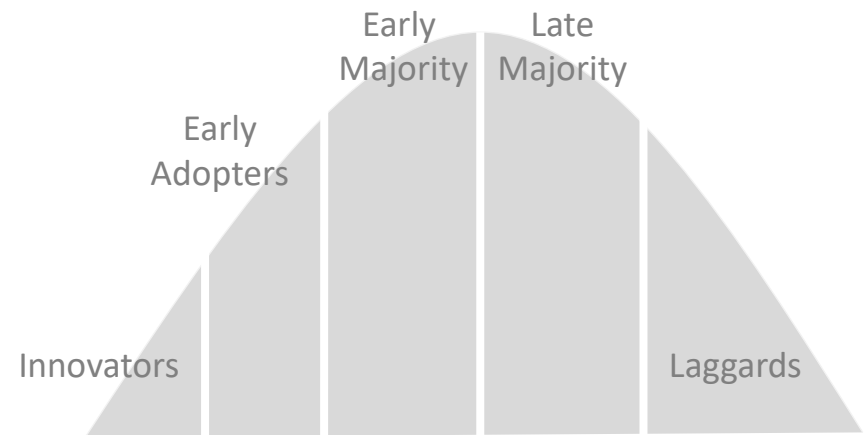
- Batteriespeicher
- Elektrofahrzeug
- Smart Home

MESSEINRICHTUNG

- intelligente Messeinrichtung (iMsys)
- moderne Messeinrichtung (mMe)
- konventionelle Messeinrichtung (kMe)

ABLEITUNG CLUSTER

z.B. in Verbrauchertypen¹⁾:



Gezielte Ansprache zu relevanten Produkten und **Rückkopplung** zur Produktentwicklung

Ein klarer Prozess ermöglicht die Professionalisierung

