

JANSSON

FREMTIDENS KUNDESERVICE





Indholdsfortegnelse

Indledning	3
Hvad du får ud af at læse denne e-bog?	5
Del 1: Traditionel kundeservice i en AI-æra	6
Hvordan AI kan forbedre traditionelle kanaler?	8
Telefonsamtalen	8
E-mail og generel skriftlig kommunikation	11
Personlig kundeservice – fysisk tilstedeværelse	13
Omnichannel	14
Hvad med etikken?	16
Fremtidens traditionelle kundeservice	17
Opsummering af første del	19
Den 2: AI og kundeservice	20
AI-baserede chatbots og søgefunktioner	21
Visuelle assistenter (Visuel Agent)	25
Opsummering af anden del	26
Afslutning	27

KUNSTIG INTELLIGENS (AI) OMFORMER KUNDESERVICE

Samtidig understreger forskning vigtigheden i empati og personlig kontakt. Med traditionelle briller er robotter altså det modsatte af menneskelig kontakt. Så hvordan i alverden forbedrer AI så kundeoplevelsen?

Selvom der kommer til at ske meget mere i fremtiden, ser vi allerede nu, hvordan AI har blandet sig i måden, vi udøver kundeservice på. Nogle nøglepunkter for mig er:

→ Øget brug af AI

Undersøgelser viser, at 45% af beslutningstagere i servicebranchen nu anvender AI. AI er blevet en integreret del af værktøjskassen inden for kundeservice¹.

→ Hurtigere og mere præcis information

AI giver mulighed for at levere hurtigere og mere præcis information til kunderne. Dette resulterer i en mere tilfredsstillende kundeoplevelse. Desuden kan AI-værktøjer hjælpe med at udvikle videndatabaser ved at forbinde interaktioner fra kunderne med CRM-data og generativ AI¹.

→ Field service og AI

Kundeservice-medarbejdere føler et særligt pres fra kundernes forventninger – de skal være hurtigere, bedre og alvidende. AI kan hjælpe med at finde balancen mellem hastighed og kvalitet, når de yder service ude hos kunderne¹.

→ Generativ AI

Generativ AI påvirker kunde- og medarbejderoplevelsen markant. Det giver mulighed for nye anvendelser og fordele inden for kundeservice².

Denne e-bog er tiltænkt dig, der arbejder i en serviceorganisation. Du er måske leder, kundeservicemedarbejder, IT-medarbejder eller noget helt fjerde. Det vigtige er, at du søger svar på spørgsmålet...

Hvordan gavner AI mine kundeoplevelser?

1- PwC, 2018: Experience is everything: Here's how to get it right

2- Tyrväinen et al., 2020: Personalization and hedonic motivation in creating customer experiences and loyalty in omnichannel retail

3- Groth et al.(2012) : Emotional Labor in the 21st Century. ISBN 9780203100851

E-bogen har to dele

Første del ser på, hvordan virksomheder tilpasser traditionel kundeservice til en AI-æra. Anden del handler om nye AI-teknologier, der kommer til at forandre vores måde at tænke kundeservice.

HVAD DU FÅR UD AF AT **LÆSE DENNE E-BOG?**

Kommer du igennem hele e-bogen, håber jeg, at du vil:

- Få indsigt i, hvordan traditionelle kundeservicemetoder fungerer i dagens digitale landskab
- Lære om de udfordringer og muligheder, AI bringer til kundeservice, herunder automatisering, personalisering og proaktiv support.
- Forstå, hvordan AI kan integreres i forskellige kundeservicekanaler som telefon, e-mail og live chat.
- Opdage, hvordan AI kan forbedre kundetilfredsheden ved at tilbyde hurtigere og mere præcise løsninger.
- Få praktiske råd til, hvordan din virksomhed kan begynde at implementere AI i kundeservice for at opnå en konkurrencefordel.
- Blive opdateret om fremtidige trends og innovationer inden for AI-drevet kundeservice, så du kan forberede dig på fremtidens krav og forventninger.

Jeg håber, du finder den både informerende og inspirerende!

Aleksander Simonsen

AI-specialist
Jansson Kommunikation

JANSSON



Traditionel kundeservice i en AI-æra

Traditionel kundeservice betragter man ofte som noget, der sker indgående. Kunden tager fat i os ved servicesager, og hjælpen sker reaktivt. Udgående kommunikation betragter man derimod som regel som marketing eller salg og noget, der sker **PROAKTIVT**.

Det vil jeg komme tilbage til i løbet af både del 1 og del 2, fordi nye AI-løsninger kan gøre kundeservice mere proaktiv ved at identificere trends i brugsdata osv.

Noget, jeg tit ser et stort fokus på, når strategisnakken falder på kundeservice, er **kommunikationskanaler**.

Dem opdeler jeg overordnet i tre:

- Telefonopkald/online møder
- E-mail/chat
- Fysiske møder

Opdelingen tager udgangspunkt i kommunikationsmediet for den enkelte kanal: mundtlig kommunikation, skriftlig kommunikation og den fysiske tilstedeværelse, der kombinerer både verbalt-, skriftligt- og kropssprog. Fællesnævneren for de tre er **personlig kontakt**.

Hver kanal har sine fordele og ulemper, vi alle nok kan nikke genkendende til. Jeg ridser dem kort op her:



DEL 1

KANAL	FORDELE	ULEMPER
Telefon	<ul style="list-style-type: none"> + Kunden får en oplevelse af support, forståelse og problemløsning i realtid + Hjælpsomt ved akutte, kritiske problemstillinger 	<ul style="list-style-type: none"> - Telefonkø frustrerer mange - Servicemedarbejder har ikke altid nok forberedelsestid til den enkelte kunde
E-mail	<ul style="list-style-type: none"> + Kommunikationen ”dokumenterer sig selv” + Servicemedarbejder har mere tid til løsning af komplekse problemstillinger + Hjælpsomt, når der skal aftales eller dokumenteres noget på skrift 	<ul style="list-style-type: none"> - Der kan være lang respons tid - Risiko for misforståelser er større på skrift
Møder	<ul style="list-style-type: none"> + Giver kunden en oplevelse af dybere relationer og personlige forbindelser + Hjælpsomt i følsomme situationer, eller når der skal træffes beslutninger, der kræver gensidig personlig tillid 	<ul style="list-style-type: none"> - Tager meget tid for både kunden og medarbejderen - Geografisk afstand kan være en udfordring

HVORDAN AI KAN FORBEDRE TRADITIONELLE KANALER?

Vi kender alle sammen udfordringer som lange ventetider på telefonopkald, langsomme svar på e-mails og begrænsede muligheder for personlige møder. Det er netop nogle af disse udfordringer, som AI kommer til at løse.

AI-teknologier som bots og automatiserede svarsystemer kan nemlig med det samme håndtere standardforespørgsler, reducere ventetider og frigøre tid til komplekse opgaver. AI kan også analysere og prioritere e-mails for hurtigere svar og støtte personlige møder med relevante data og løsningsforslag. Det sikrer en mere effektiv og personlig serviceoplevelse.

Nedenfor ridser jeg eksempler op, hvor AI kan forbedre den måde, vi anvender de traditionelle kanaler i kundeservice.



TELEFONSAMTALEN

Statistikker og undersøgelser viser, at vi stadig foretrækker at gribe røret og ringe til kundeservice. Den personlige interaktion, muligheden for at løse komplekse problemer, og at kunden kan få svar lige nu, gør telefonsamtalen populær.

Samtidig er udfordringerne, at der kan være lange ventetider på at komme igennem på telefonen. Samtidig er der faste åbningstider, vi skal forholde os til. Den klassiske telefonsamtale tilbyder os altså ikke support 24/7 – og det er en udfordring for kunden.

IFØLGE BOOST.AI **FORETRÆKKER OP TIL 80% AF ALLE FORBRUGERE STADIG TELEFONOPKALD** SOM KANAL, NÅR DE HAR BRUG FOR HJÆLP.

HVORDAN KAN AI BRUGES I DEN KLASSISKE TELEFONSAMTALE?

AI-DREVNE IVR-SYSTEMER

AI-drevne IVR (Interactive Voice Response) kan forbedre automatiske telefonsystemer ved at bruge stemmegenkendelse og naturlig sprogbehandling (NLP) for bedre forståelse og respons.

IVR-systemer er ikke noget nyt, men systemet bliver krydret med AI, vil det fungere markant bedre, end vi har været vant til tidligere, fordi AI faktisk forstår, hvad du siger. Du har måske set alle de videoer, hvor ChatGPT4 testes i en live samtale – det er på samme måde, en AI IVR vil fungere.

IVR-SYSTEM



Velkommen til Jansson Kommunikation. For at hjælpe dig bedst muligt, bedes du fortælle os, hvad din henvendelse drejer sig om. Du kan for eksempel sige 'Jeg har brug for hjælp med en faktura' eller 'Jeg vil ændre min adresse'. Hvordan kan vi hjælpe dig i dag?

KUNDE

Jeg vil gerne have informationer om en faktura.



Okay, du vil gerne have informationer om en faktura. Er dette for din seneste faktura?

Ja.



Okay. Jeg kan sende dig fakturaen på e-mail, eller jeg kan læse de vigtigste oplysninger for dig nu. Hvilken mulighed foretrækker du?

Send den til min e-mail, tak.



Okay. Fakturaen vil blive sendt til den e-mailadresse, du har opgivet os: alexsander@jansson.dk. Er e-mailadressen korrekt?

Ja.



Okay, du får fakturaen tilsendt nu. Hvis du har brug for yderligere hjælp, kan du sige 'Tal med en kundeservicemedarbejder', eller du kan afslutte opkaldet nu.

Det var alt, tak.



Tak for dit opkald. Hav en god dag!

→ **Forbedret routing**

AI analyserer kundens forespørgsel og dirigerer opkaldet hurtigt og præcist. Hvis Jytte fx har udfordringer med sine leverancer af varer, dirigere AI opkaldet til logistikafdelingen eller den person i kundeservice, der kender til logistik.

→ **Personalisering**

AI tilpasser samtaler baseret på tidligere interaktioner for en mere relevant kundeoplevelse.



EKSEMPEL: En kunde har ringet ind før og snakket med Lotte. AI genkender kundens stemme og finder frem til, hvad kunden sidst har talt med os om. Den kan derfor tilpasse samtalen til kundens tidligere udfordringer, forespørgsler og ønsker.

→ **24/7 support**

AI-systemer leverer kundeservice døgnet rundt.

→ **Automatisk opfølgning**

AI sender påmindelser og opdateringer automatisk. Fx ring til Søren og følg op på hans senest køb.

→ **Læring og forbedring**

AI bliver mere effektiv over tid, fordi den lærer af hver interaktion.

→ **Analyse og indsigt**

AI analyserer opkaldsdata for at identificere mønstre og forbedre kundeserviceprocesser.

→ **AI-assisteret support til agenter og kundeservicemedarbejdere**

Real time forslag og automatiske noter letter arbejdet. Forslagene kan fx bruges i mailkorrespondancer, hvor AI selv kommer med et forslag til svar på en mail, så medarbejderen ikke selv behøver finde informationer og skrive det hele. Medarbejderen kan læse mailen igennem, rette til og sende afsted. Det sparer enormt meget tid for medarbejderen, og kunden får svar hurtigere.

AI-supporten kan også tage noter af en telefonsamtale, så medarbejderen ikke selv behøver skrive noter under eller efter samtalen. Det sker live og bliver automatisk registreret under kundens kontakt.



E-MAIL OG GENEREL SKRIFTLIG KOMMUNIKATION

Skriftlig kommunikation med vores kunder har i mange, mange år været helt essentiel i kundeservice. Det har de store fordele, at vi har mulighed for at lave detaljerede forklaringer, sende tilbud, forslag, prisoverslag, kontrakter og andre vedhæftede filer. Dernæst kan vi spore, hvad vi har sendt til en kunde, hvad de svarede og hvornår.

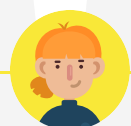
Selvom der højst sandsynligt går meget længe, før vi dropper den skriftlig kommunikation, kender vi allerede de store udfordringer ved det: den langsomme responstid og risikoen for misforståelser.

HVORDAN KAN AI BRUGES I DEN SKRIFTLIGE KOMMUNIKATION?

- **Automatiserede svar og templates**
Hurtigere og mere præcise svar. AI kan scanne alle dine mails, dokumenter og procedure igennem og foreslå dig, hvordan du kan svare.
- **Automatiske svar på almindelige forespørgsler**
AI kan besvare ofte stillede spørgsmål og standardforespørgsler med det samme, såsom anmodninger om åbningstider, status på ordrer eller returneringspolitikker. Kunden behøver ikke vente på en medarbejder, men får svar med det samme.
- **Personlig tilpasning**
Ved at analysere tidligere interaktioner og kundedata kan AI tilpasse svarene til den enkelte kunde. Dette inkluderer brug af kundens navn, henvisning til tidligere køb eller specifikke kundeservicesager.
- **Forudsigelse af kundebehov**
AI kan forudsige, hvad kunderne sandsynligvis vil spørge om, baseret på deres historik og aktuelle kontekst. På den måde kan AI hjælpe med at give proaktive og relevante svar.
- **Automatisk routing**
Hvis en forespørgsel kræver en medarbejder på opgaven, kan AI identificere den rette person eller afdeling og dirigere e-mailen direkte til rette vedkommende.
- **Sprog- og tonejustering**
AI kan justere sproget og tonen i svarene for at matche virksomhedens brand, tone of voice samt kundens forventninger til svaret. Det gør selvfølgelig, at kunden ikke føler, den skriver med en bot.



- **Flersproget support**
AI kan besvare e-mails på flere sprog, hvilket gør det muligt for virksomheder at yde kundesupport til et globalt publikum uden behov for at ansætte flersprogede medarbejdere.
- **Konsistent kvalitet**
AI sikrer, at alle kunder modtager konsistente og korrekte svar, uanset hvornår de kontakter virksomheden, og hvem de interagerer med.
- **Analyse og feedback**
AI kan analysere indgående og udgående kommunikation for at identificere mønstre og tilbagevendende problemer. Det giver virksomheden vigtig indsigt, som kan bruges til at forbedre produkter, services og kundesupportprocesser.
- **Skriveassistance**
AI kan hjælpe kundeservicemedarbejdere med at skrive svar ved at foreslå formuleringer, rette stave- og grammatikfejl og give struktur til komplekse svar. Dette øger medarbejdernes produktivitet og sikrer professionel kommunikation – og mindsker risikoen for misforståelser.
- **Automatisk opfølgning**
AI kan generere og sende opfølgningsmails, så kunderne holdes informeret om status på deres forespørgsler, uden at det kræver manuel indsats fra kundeserviceteamet.
- **Sentimentanalyse af e-mails**
AI kan udføre sentimentanalyser af en kundes skriftlige kommunikation via e-mail ved at bruge naturlig sprogbehandling (NLP) og maskinlæringsalgoritmer og tilpasse svaret derefter.
- **Prioritering af forespørgsler**
AI kan hjælpe med at identificere og prioritere vigtige henvendelser, så de kommer først i køen og bliver besvaret hurtigst muligt.





PERSONLIG KUNDESERVICE – FYSISK TILSTEDEVÆRELSE

Face-to-face interaktioner og den personlige kontakt spiller en afgørende rolle i kundeservice – stadigvæk. Når vi mødes fysisk, er der en større sandsynlighed for, at vi kan forstå komplekse problemer, og vi opbygger nemmere tillid til hinanden.

De fysiske møder giver mulighed for hurtig problemløsning, tilpasning og fleksibilitet, samtidig med at de skaber en oplevelse og stemning, der kan være svær at skabe digitalt.

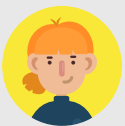
I komplekse sager er den personlige kontakt ofte uundværlig. *Så hvordan hænger det sammen med AI?*

HVORDAN MAN OPRETHOLDER **PERSONLIG KONTAKT** I EN DIGITAL VERDEN?

Det kræver en strategisk tilgang til dataindsamling og analyse at opretholde den personlige kontakt, når mere og mere foregår digitalt. Ved at forstå kundernes præferencer, købshistorik og adfærd kan vi skabe skræddersyede oplevelser og anbefalinger. For eksempel kan personlige e-mails med relevante produkter eller tilbud styrke relationen til den enkelte kunde.

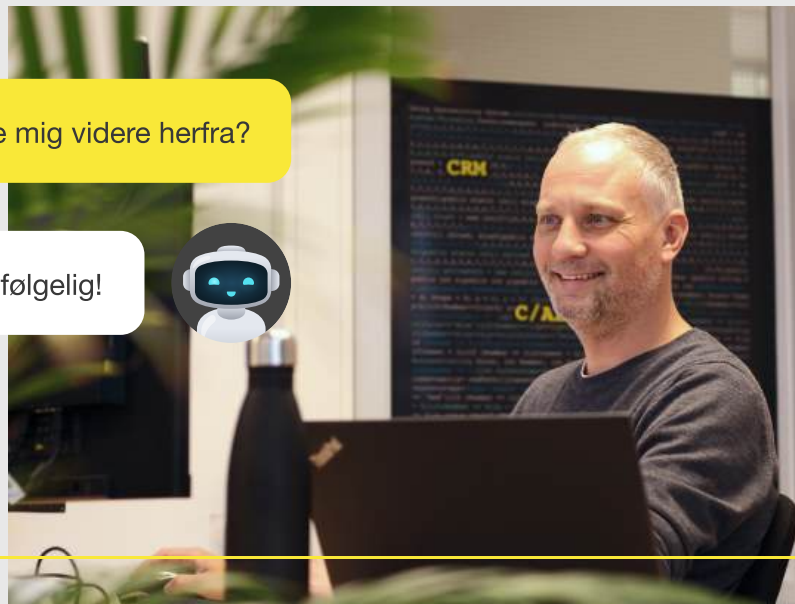
Brugen af live chat, videoopkald og sociale medier gør det muligt at interagere med kunderne i realtid. Det tilbyder hurtig og personlig assistance, der minder om den direkte interaktion i en fysisk butik eller på et fysisk møde.

Så selvom det ikke kan erstatte den fysiske kontakt, kan det minde om og give kunden et endnu stærkere tilhørsforhold og tillidsforhold til virksomheden.



Hej! Kan du hjælpe mig videre herfra?

Selvfølgelig!



KAN MAN BRUGE AI TIL AT FORBEDRE DE PERSONLIGE INTERAKTIONER?

Der er masser af eksempler på, hvordan AI kan forbedre de personlige interaktioner. Vi ser flere og flere virksomheder, som bruger visuelle værktøjer i deres kundeservice.

Det kunne fx være AR (augmented reality), der giver kunderne mulighed for at interagere med produkter virtuelt. Der er også real-time oversættelser, så kunden kan tale sit modersmål i et kundemøde. Yderligere kan en visuel interaktion i et digitalt forum give utrolig meget gavn for både kunden og medarbejderen. En visuel interaktion gør det muligt at have en videoforbindelse med en kunde direkte på deres telefon – vel at mærke uden at have et bestemt program eller system installeret, som vi hidtil har været vant til med fx Teams eller Google Meet.

Sidstnævnte har vi i Jansson Kommunikation en del erfaring med, og vores kunder giver udtryk for en meget nemmere samtale med kunderne, når der skal løses udfordringer eller fejlfindes.

Så det korte svar på spørgsmålet om, *hvordan AI hænger sammen med den personlige og fysiske kundeservice*, er: Det hænger sammen, fordi AI gør en personlig interaktion nemmere, bedre og hurtigere – også når det ikke er muligt at være fysisk sammen.

Dertil findes der en række AI-værktøjer, der kan gøre de fysiske møder bedre.

● OMNICHANNEL

Omnichannel eller multikanaler er ikke noget nyt fænomen, og derfor sætter jeg afsnittet ind her. Dog er det ikke særligt udbredt endnu, og når vi ser ind i fremtiden, vil det især være fremtrædende i kundeservice.

Omnichannel betyder, at uanset hvilket platform eller kanal kunden anvender til at have kontakt med os, så er det den samme oplevelse, de får – og endnu vigtigere ved en kundeservicemedarbejder eller en bot, hvad kunden tidligere har kontaktet os omkring.

Kunden får en fuldstændig og sammenhængende oplevelse, uanset om de har brugt Instagram, TikTok, e-mail, snakket med os i telefon, skrevet med os på LinkedIn eller noget helt sjette.

Så nu hvor omnichannel skaber sammenhæng mellem kanalerne, hvordan spiller AI så ind i det?

Kan man bruge AI til at forbedre omnichannel?

Omnichannel er som skabt til at interagere med AI, og ja, AI kommer til at forbedre det på rigtig mange parametre i kundeservice. Fx vil AI hjælpe os med at koordinere mellem de forskellige kontaktpunkter og platforme og binde alt sammen. Et eksempel på, hvordan AI og omnichannel spiller sammen, kunne se sådan her ud:

Anna har problemer med sin internetforbindelse og kontakter sin internetudbyder via deres hjemmeside.

● CHATBOT PÅ HJEMMESIDEN

Anna starter med at bruge virksomhedens chatbot på hjemmesiden. Chatbotten, drevet af AI, beder om Annas kunde-ID og undersøger, om der er rapporterede problemer i hendes område. Chatbotten opdager ingen udbredte problemer og tilbyder nogle grundlæggende fejlfindingstrin.

Hej Anna! Hvad er dit kunde-ID?



Aha.. Her ligger fejlen!

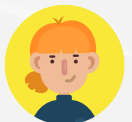
● REAL-TIME ASSISTANCE TIL KUNDESERVICE-MEDARBEJDEREN

Kundeservicemedarbejderen, der tager opkaldet, kan straks se hele Annas chatlog og fejlfindingstrin. AI i baggrunden analyserer hendes tidligere interaktioner og foreslår straks mere avancerede løsninger til medarbejderen, baseret på Annas tidligere problemstillinger.

● SKIFT TIL TELEFON

Efter at have fulgt trinene, men stadig oplevet problemer, vælger Anna at skifte fra chat til et opkald. AI-drevet omnichannel-system fastholder alle hendes tidligere interaktioner, så når Anna ringer til kundeservice, bliver hun genkendt, og hendes sag bliver automatisk opdateret med, hvad hun allerede har prøvet via chatbotten.

Kan jeg tale med et menneske?



Hvordan var din oplevelse, Anna?

● EFTERFØLGENDE E-MAIL

Efter opkaldet bliver Annas problem løst, og AI genererer automatisk en opfølgende e-mail med en oversigt over løsningen, samt tips til at undgå lignende problemer i fremtiden. E-mailen er personaliseret og reflekterer hele hendes interaktion, både fra chat og telefon.

HVAD MED **ETIKKEN?**

Etik bliver altid diskuteret i forbindelse med AI – og det er bestemt heller ikke noget, vi skal feje af vejen i den her e-bog. For hvordan beskytter vi kundens data og vores egen data, når AI får adgang til alt? Og hvordan sikrer vi, at vi ikke helt fjerner det personlige touch i kundeservice?

Nogle af de overvejelser, som vi gør os, er bl.a:

→ **Menneskelig kontakt**

AI kan være effektiv til at besvare rutinemæssige spørgsmål, men det kan aldrig erstatte den menneskelige kontakt. Vi skal finde en balance mellem automatisering og personlig service.

→ **Bias og diskrimination**

AI-systemer kan arve bias fra træningsdata. Det er afgørende at overvåge og justere AI-løsninger for at undgå diskrimination baseret på køn, alder eller andre faktorer.

→ **Gennemsigtighed**

Brugere skal vide, når de interagerer med AI. Der skal altid være klare oplysninger om, hvornår de taler med en maskine.

→ **Ansvarlighed**

Når vi som virksomhed bruger AI, skal vi tage ansvar for AI's handlinger. Hvis noget går galt, skal vi kunne rette op på det. Vi må aldrig være 100 % afhængige af AI.

KORT SAGT ...

MENS AI KAN FORBEDRE EFFEKTIVITETEN, ER DET VIGTIGT AT **BALANCERE TEKNOLOGI MED ETISK ANSVAR OG MENNESKELIGHED.**

FREMtidENS TRADITIONELLE KUNDESERVICE

Vi kan selvfølgelig ikke spå om fremtiden, men vi kan se på tendenserne, når vi spørger:

Hvordan vil traditionel kundeservice se ud om **5-10** år med AI's indflydelse?

AI vil få mere og mere indflydelse på vores kundeservice de kommende år. Vi ser ind i seks tendenser, som især vil få indflydelse:

- 1 Automatisering af rutineopgaver**
AI vil håndtere grundlæggende forespørgsler og opgaver, såsom ordrestatus eller produktinformation.
- 2 Hurtigere respons 24/7**
AI-baserede chatbots og søgefunktion kan levere øjeblikkelige svar – hele tiden.
- 3 Personliggjort service**
AI kan analysere tidligere interaktioner og præferencer for at tilpasse anbefalinger og løsninger til den enkelte kundes behov.
- 4 Effektiv håndtering af store volumener**
AI-systemer kan håndtere mange henvendelser simultant, hvor samme mængde for et team af kundeservicemedarbejdere vil være uoverkommeligt. Et kundeserviceteam vil kunne håndtere mere uden at skulle ansætte flere.
- 5 Krydssalg og feedback-loop**
AI-drevet krydssalg kan forvandle kundeservice til et profitcenter. Virksomheder kan etablere et end-to-end perspektiv på hele kunderejsen ved at integrere salg, service og andre afdelinger.
- 6 Forbedret dataanalyse**
AI kan analysere kundesamtaler for at identificere mønstre og tendenser, hvilket hjælper med at forbedre data yderligere.



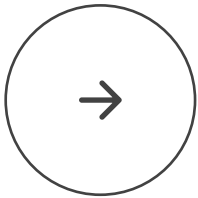
FREMTIDENS TRADITIONELLE **KUNDESERVICE**

Overordnet Best Practice: Kombiner **AI med menneskelig empati**.

Mens AI kan forbedre effektiviteten og personaliseringen af kundeservice, skal virksomhederne altid sikre, at der er medarbejdere tilgængelige for at håndtere komplekse eller følsomme sager.

Den bedste fremtidige kundeservice vil være, hvor AI håndterer de praktiske og rutinemæssige opgaver, mens medarbejdere fokuserer på at skabe relationer og give empatiske løsninger.

Som jeg ser der bør alle virksomheder kontinuerligt investere i både AI-teknologi og medarbejdertræning for at sikre, at de drager fuld nytte af AI, samtidig med at de bevarer den menneskelige kontakt, der er afgørende for kundeloyalitet.



EN OPSUMMERING AF **FØRSTE DEL**

Første del af e-bogen undersøger, hvordan AI kan forbedre og modernisere traditionelle kundeservicekanaler som telefon, e-mail og fysiske møder.

Hver kanal har sine styrker og svagheder: Telefonopkald giver øjeblikkelig support, men kan frustrere med lange ventetider; e-mail muliggør detaljeret dokumentation, men kan være langsom og føre til misforståelser; fysiske møder skaber stærke relationer, men er tidskrævende.

AI har potentiale til at løse mange af disse udfordringer ved at automatisere rutineopgaver, personalisere interaktioner og gøre kundeservice tilgængelig døgnet rundt.

Eksempler inkluderer AI-drevne IVR-systemer til telefonopkald, automatiserede skriftlige svar og brug af værktøjer som augmented reality i fysiske interaktioner. AI kan også forbedre omnichannel-strategier ved at skabe en sammenhængende kundeoplevelse på tværs af platforme.

Trods AI's effektivitet fremhæver kapitlet vigtigheden af et etisk ansvar, menneskelig kontakt og gennemsigtighed i implementeringen.

Fremtiden for kundeservice vil være en balanceret kombination af AI og menneskelig empati, hvor virksomheder drager nytte af teknologiens effektivitet uden at gå på kompromis med kundeloyalitet og personlig kontakt.

REFERENCER

michaelrurupandersen.dk

businessinsights.dk

AI og kundeservice

I første del af e-bogen så vi på, hvordan de traditionelle værktøjer i kundeservice ændrer sig med AI. I anden del af e-bogen ser vi på, hvordan AI kommer til at åbne helt nye verdener for os, når vi snakker kundeservice.

Så hvad er det for nogle nye værktøjer, vi kommer til at få? Og hvordan kommer vi til at bruge dem i praksis?

NOGLE AF DE VÆRKTØJER, JEG VIL DYKKE NED I, ER:

- AI drevne-chatbots og søgefunktioner
- Visuelle assistenter
- NLP (Natural language processing)
- Personalisering gennem AI
- Automatisering af rutineopgaver
- Sentimentanalysen



DEL 2

AI-BASEREDE CHATBOTS OG SØGEFUNKTIONER

Chatbots har udviklet sig fra enkle scripts til avancerede, læringsbaserede modeller. Tidlige chatbots brugte regelbaserede metoder, mens moderne chatbots udnytter maskinlæring og naturlig sprogbehandling (NLP). Nogle bemærkelsesværdige chatbot-milepæle inkluderer ELIZA (1960'erne), ALICE (1990'erne) og nuværende modeller som GPT-3, ChatGPT og Copilot.

Ifølge boost.ai reducerer Virtual Customer Assistants (VCA'er) op til 70% af kundehenvendelser efter implementering. Det er en væsentlig reduktion, som enhver kundeserviceafdeling kan tage og føle på.

De store fordele ved bots er selvfølgelig:



24/7 support

Chatbots er tilgængelige hele tiden



Øjeblikkelig respons

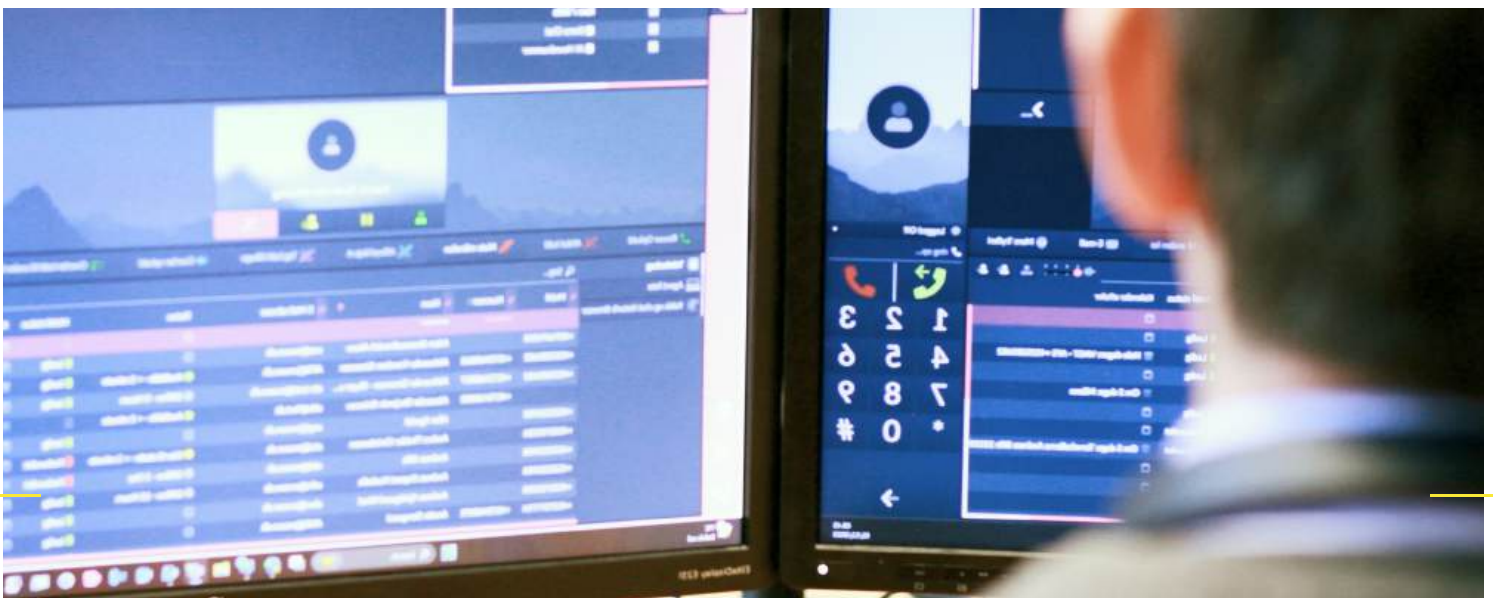
Chatbots kan reagere øjeblikkeligt på brugerforespørgsler uden ventetid



Omkostningsreduktion

Vi kan spare omkostninger ved at automatisere support og service med chatbots

Men der er stadig udfordringer. Selv avancerede chatbots kan misforstå komplekse eller kontekstafhængige spørgsmål – derfor er der behov for menneskelig overvågning, når vi har med bots at gøre. Lidt endnu i hvert fald ...



AI-baserede søgefunktioner har ændret den måde, vi interagerer med store mængder information på. Ved hjælp af teknologier som natural language processing (NLP) og maskinlæring kan søgemodellerne forstå og fortolke brugerforespørgsler på et dybere niveau – det går simpelthen langt længere end simple nøgleordssøgninger, som vi hidtil har kendt til.

I stedet for kun at matche præcise ord, kan AI-søgesystemer analysere den underliggende mening og kontekst af en forespørgsel. På den måde er det muligt at levere mere relevante og nøjagtige resultater.

Denne type søgefunktioner kan håndtere forskellige formuleringer, stavfejl og synonymer, hvilket gør dem mere fleksible og effektive. De lærer også af tidligere forespørgsler, så systemerne bliver bedre til at forstå og tilpasse sig brugernes behov over tid. Det gør dem særligt nyttige i miljøer med store datamængder eller komplekse informationsstrukturer, som fx i kundeservice, hvor de kan hjælpe med hurtigt at besvare spørgsmål og reducere belastningen på menneskelige medarbejdere.

Raffle AI oplyser, at virksomheder, der har implementeret en sådan søgefunktion, ser en reduktion på op til 25% i kundeforespørgsler til deres supportafdelinger, fordi kunderne i stedet hurtigt kan finde svar på deres spørgsmål via virksomhedens hjemmeside eller app.



↓ 25% KUNDEHENVENDELSER
TIL SUPPORTAFDELINGER

Så hvordan skal virksomheder som din anvende AI-baserede chatbots eller søgefunktioner i praksis?

Lad os lave et eksempel på, hvordan det her kan se ud i praksis. Maria har lige købt en mobiltelefon fra en webshop og ønsker at spore sin ordre. Hun har også spørgsmål om tilbehør til sin nye telefon.

CHATBOT TIL ORDRESTATUS

AUTOMATISERING AF RUTINEFORESPØRGSLE OG 24/7 SUPPORT

Maria besøger virksomhedens hjemmeside og åbner chatbotten.



Hej Maria, hvordan kan jeg hjælpe dig i dag?

Chatbotten, der er forbundet til virksomhedens ordresystem, finder hurtigt oplysningerne og svarer:



Din ordre er afsendt og vil ankomme den 25. oktober. Vil du modtage en opdatering via e-mail eller SMS?

Maria vælger e-mail og modtager straks en bekræftelse.

PERSONALISERING AF KUNDEOPLLEVELSE

Herefter spørger chatbotten:



Har du brug for tilbehør til din nye telefon? Vi har et eksklusivt tilbud på covers og opladere.

Chatbotten foreslår dette baseret på tidligere kunders præferencer, når de køber en ny telefon. Maria klikker videre og ser tilbuddene.

OVERFØRSEL TIL MENNESKELIG AGENT

KOMPLEKSE FORESPØRGSLE OG MENNESKELIG SERVICE

Maria har spørgsmål om et specifikt cover, som chatbotten ikke kan svare på. Chatbotten siger:



Jeg kan se, at du har spørgsmål om dette produkt. Jeg overfører dig til en kundeservicemedarbejder.

Kundeservicemedarbejderen tager over og fortsætter samtalen, uden at Maria skal gentage sin forespørgsel.

Vi kunne også se på, hvordan et eksempel med AI-baserede søgefunktioner kan se ud i praksis: Peter er kunde hos et energiselskab og har nogle spørgsmål omkring sin elregning. Han går ind på energiselskabets hjemmeside og bruger den AI-drevne søgefunktion.

INDTASTNING AF SØGEFORESPØRGSEL

Peter klikker på søgefeltet og skriver:

Hvordan kan jeg forstå min elregning?



AI-FORSLAG OG PRÆDIKTIV SØGNING

Mens Peter skriver, begynder søgefunktionen at komme med forslag som:



Sådan læser du din elregning →



Forklaring af afgifter på elregning →



Hvordan kan jeg reducere mit elforbrug? →

Han vælger det første forslag:

Sådan læser du din elregning



RESULTATER BASERET PÅ KONTEKST OG MENING

Søgefunktionen analyserer forespørgslen og leverer øjeblikkeligt en artikel, der forklarer hvert punkt på hans elregning med en letforståelig guide. Artiklen indeholder også links til yderligere informationer om fx forbrugsoversigt og energisparetips.

AUTOMATISK RETTELSE AF STAVEFEJL

Peter kommer i tanker om, at han også ville tjekke sin seneste regning og skriver

Hvordan kan jeg tjekke min regning?



[Se dine seneste regninger online](#) →



[Betal din regning](#) →

Han vælger "*Se dine seneste regninger online*" og bliver ledt direkte til sin kundekonto, hvor han kan se sin regning.

INDSIGT I KUNDENS ADFÆRD

I baggrunden indsamler AI-søgefunktionen data om, hvilke spørgsmål Peter og andre kunder søger på, og sender disse indsigter til energiselskabets marketingteam. De kan bruge disse data til at optimere deres indhold, sikre, at der ikke er informationshuller, og dermed yderligere reducere behovet for kundesupport.



VISUELLE ASSISTENTER (VISUEL AGENT)

Mange af de AI-værktøjer, jeg nævner her i e-bogen, bliver fortsat bedre og bedre – derfor har jeg også lyst til at nævne et værktøj, som er færdigbagt i ovnen, klar til implementering og kan gøre en verden til forskel for kundeserviceafdelingen: **Visuel Agent**.

Har du prøvet det der med at ringe til vagtlægen, og de skal tjekke, om du har halsbetændelse via kameraet på din telefon? Dét er bl.a. det, visuelle assistenter såsom Visuel Agent kan – og så kan det også 17 andre ting, der gør, at din måde at kommunikere med dine kunder og brugere via telefon eller online bliver nemmere og bedre, end det hidtil har været. Der er ingen installation af program eller software.

Jeg ser det som revolutionerende inden for stort set alle brancher, fx: Kundens vaskemaskine er gået i stykker, og de ringer ind og skal have hjælp. Du kan fejlfinde med dem via telefonens kamera og undgå at sende en tekniker ud.

Kunden har svært ved at forstå deres regning og ringer ind. Du sender dem et link, som de trykker på. De deler deres skærm, og du kan pege, tegne og markere på deres skærm og på den måde meget bedre forklare beløbene.

Kunden har fundet drømmehuset. I kan klare alt med lån, kontrakter, underskrifter online, live og sammen: underskrifter, verifikation af ID, upload af dokumenter, og hvad der ellers hører til.

Udover at være ret begejstret for, hvor meget bedre kundeservice kunden får med Visuel Agent, er jeg i den grad også begejstret for, at det hverken er specielt dyrt eller svært at få i gang for virksomheden. Dernæst at der ikke er nogen træning af en bot eller lignende.
DET KØRER BARE MED DET SAMME.



EN OPSUMMERING AF **ANDEN DEL**

I anden del af e-bogen udforskes de nye muligheder, som AI bringer til kundeservice. Fokus ligger på værktøjer, der gør det muligt at forbedre og effektivisere kundeoplevelsen gennem automatisering, personalisering og avancerede teknologier.

CENTRALE VÆRKTØJER:

1. AI-drevne chatbots:

- Moderne chatbots bruger NLP og maskinlæring til at forstå komplekse forespørgsler.
- Fordele: 24/7 support, øjeblikkelige svar og reducerede omkostninger.
- Begrænsning: Komplexitet kræver stadig menneskelig indgriben.

2. AI-baserede søgefunktioner:

- Effektiv søgning baseret på kontekst og mening i stedet for nøgleord.
- Forbedringer inkluderer håndtering af stavfejl, læring over tid og prædiktiv søgning.
- Resultat: Reduceret pres på kundeservice og hurtigere svar til kunderne.

3. Visuelle assistenter (Visuel Agent):

- Muliggør fjernsupport via telefonkamera, fx fejlfinde på udstyr eller forklare regninger.
- Giver bedre kundeoplevelse og reducerer behovet for fysiske besøg.
- Kan implementeres hurtigt og uden store omkostninger.

Praktisk anvendelse:

- Eksempler inkluderer automatisering af rutineopgaver som ordrestatus, personalisering af tilbud baseret på kundedata og integration af visuelle værktøjer til komplekse supportopgaver.
- AI optimerer også arbejdsprocesser ved at overføre komplekse sager til menneskelige agenter og indsamle værdifulde data til løbende forbedringer.

AI gør det muligt for virksomheder at levere en mere effektiv, fleksibel og personaliseret kundeservice, samtidig med at omkostningerne holdes nede og kundetilfredsheden øges.

SÅ HVORDAN KOMMER DU SÅ I GANG MED AI I DIN VIRKSOMHED?

Selvom denne e-bog hverken er fuldstændig eller giver et helt konkret svar på, hvordan AI og kundeservice hænger sammen og kommer til at hænge sammen i fremtiden, håber jeg alligevel, at du har fået et godt indblik og føler dig inspireret til at gå videre med dine egne idéer om AI i din virksomhed.

For mig at se handler AI nemlig ikke så meget om, hvordan noget skal gøres anderledes – det handler mere om, hvordan vi kan **optimere og gøre det, vi allerede gør, endnu bedre.**

Når vi snakker kundeservice, er vores vigtigste parameter at måle på selvfølgelig, hvor godt vi kan hjælpe vores kunder eller brugere. Om det er hastigheden, om det er kvaliteten, om det er virtuelt, visuelt eller personligt kommer helt an på virksomheden, og det er her, der skal analyseres og tænkes.

I en verden, hvor kundeoplevelser i stigende grad bliver afgørende for forretningssucces, er tiden inde til at handle. AI har allerede vist sit potentiale i at revolutionere kundeservice ved at gøre den hurtigere, mere præcis og personaliseret. Som kundeservicechef eller leder har du nu en enestående mulighed for at positionere din virksomhed som en pioner inden for moderne kundeinteraktion.

De værktøjer og teknologier, som denne e-bog har gennemgået, er ikke længere fremtidsscenerier – de er her nu. Implementeringen af AI-drevne løsninger kan hjælpe din organisation med at optimere processer, reducere omkostninger og, vigtigst af alt, skabe bedre kundeoplevelser. Fra automatiserede chatbots, der leverer øjeblikkelig support, til avancerede søgefunktioner, der forstår dine kunders behov, er mulighederne mange.

Men hvorfor handle nu? Fordi fremtidens kundeservice allerede er i gang. Kundernes forventninger til hurtig, effektiv og personlig service stiger dag for dag, og AI giver din virksomhed værktøjerne til at leve op til disse krav. Ved at investere i AI-teknologi i dag kan du tage et vigtigt skridt mod at skabe en mere skalerbar, fleksibel og kundeorienteret forretningsmodel.

Det handler om at finde **balancen mellem teknologi og menneskelig empati.**

AI kan tage sig af rutineopgaverne, mens dine medarbejdere kan fokusere på det, der virkelig betyder noget – at skabe stærke relationer og give kunderne en følelse af værdi.

Det er ikke et spørgsmål om at være først eller bedst – det handler om at finde det rigtige tidspunkt for din virksomhed. Ved at tage de første skridt mod AI-baseret kundeservice kan du gradvist høste fordelene og sikre, at din virksomhed er klar til fremtidens krav. Med AI som en del af værktøjskassen står din organisation stærkere end nogensinde til at levere kundeoplevelser, der skaber loyalitet og vækst.

Har du brug for sparring til, hvordan AI kan hjælpe kundeserviceafdelingen i din virksomhed, er du selvfølgelig mere end velkommen til at skrive eller ringe til mig og mine kollegaer i Jansson Kommunikation.

Aleksander Simonsen

AI-specialist
Jansson Kommunikation

JANSSON

