

## Fusklapp

# Fem steg för AI-driven kundtjänst

Tycker du att ditt kundtjänstteam ständigt är underbemannat och inte hinner med? Du är inte ensam om det.

**63 procent av kundtjänstansvariga över hela världen säger att kundernas förväntningar har ökat sedan februari 2020.** Våra undersökningar visar att kundtjänstavdelningar får hantera en ökad grad av kundflykt (churn) och att kunderna har mer bråttom med sina ärenden. Det gör att en effektiv kundtjänst som kan ge snabba lösningar blir nödvändig.

Numera vet vi att AI och satsningar på att automatisera kundtjänsten kan ge dess personal möjligheten att höja kvaliteten på sitt arbete rejält. Utmaningen är att veta i vilken ände man ska börja. Vi hjälper gärna till med det.

Följ den här stegvisa guiden för att lära dig vilka fällor du ska undvika och hur du kan åstadkomma en lyckad användning av AI-driven kundtjänst.

1

## Definiera hur ditt team ska använda AI

AI är inte en magisk lösning på alla problem, utan ett av många verktyg. För att kunna utnyttja AI mer effektivt för kundtjänst är det extremt viktigt att fokusera på kundupplevelsen.

Det är nödvändigt att formulera mål med AI baserade på kundupplevelse. Det gör du genom att:

### Använda AI för att minska besvär för kunderna:

Vitsen med AI-baserade chattbottar är att ge kunder omedelbara lösningar på problem, utan att de behöver vänta på mänsklig kundtjänstpersonal. Ett mål att automatisera hälften av ärendena med chattbottar innebär att den andra hälften av ärendena fortfarande kommer att upplevas som besvärliga av kunderna.

**Fokusera på kundnöjdhet (CSAT):** För en effektiv implementation av AI krävs att interaktionen med chattbottarna erbjuder samma, eller en bättre, upplevelse för kunderna som interaktionen med mänsklig kundtjänstpersonal. Om en chattbott inte fungerar direkt kommer kunderna att undvika den och välja en annan kanal i stället.

2

## Identifiera vad som behöver automatiseras

Dina kundärenden kan delas in i tre grupper:

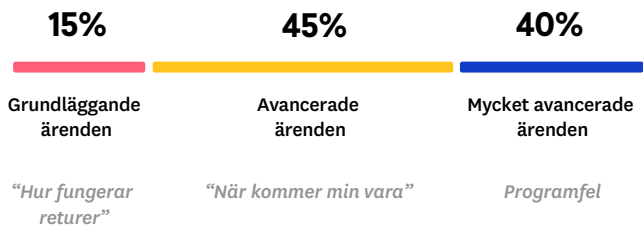
**Grundläggande:** Kallas ofta "Basic L1". De här ärendena benämns även "general FAQs" och tar upp vanliga frågor som "hur fungerar returerna" och "hur avbokar jag en beställning". De utgör ungefär **15 procent** av samtliga ärenden.

**Avancerade:** Kallas ofta "Advanced L1". Det här är kunds specifika ärenden som "vad är statusen för min återbetalning" och "när kommer min leverans". De utgör ungefär **45 procent** av samtliga ärenden.

**Mycket avancerade:** Kallas ofta "L2+". De här ärendena handlar om avancerad felsökning av mer teknisk art, till exempel rörande programfel. De utgör ungefär **40 procent** av samtliga ärenden.

I många fall är de flesta av en organisations kundärenden av typen avancerade (Advanced L1), alltså kunds specifika. Trots det väljer de flesta organisationer att bara automatisera hanteringen av grundläggande ärenden. Det innebär att automatiseringen inte blir optimalt effektiv.

Automatisera det här



Du måste analysera och kategorisera vilka frågor kunder oftast ställer och med vad kundtjänstpersonalen tillbringar det mesta av sin tid. När du har identifierat bromsklossarna i dina processer är det dags att fokusera på hur AI och automatisering kan användas för att åtgärda dem.

För företaget bakom Indiens snabbast växande app för mobilbetalningar var lösningen så enkel som att använda bottar för att hantera avancerade kundärenden (Advanced L1). Det tog bort mycket av belastningen på kundtjänstpersonalen.

[Läs mer ->](#)

**Kundcitat:** “60 procent av våra ärenden och konversationer är helt automatiserade. Det innebär att de hanteras helt utan mänsklig inblandning.”

- Vishal Gupta, produktchef, PhonePe

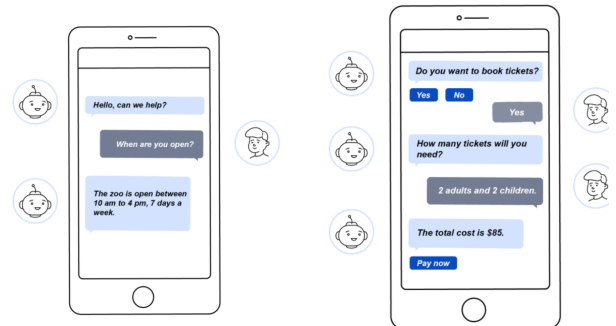
3

## Välj mellan att bygga och köpa

AI kan vara enkelt. Du behöver inte komplexa och dyra bottar som hanterar naturligt språk för att sköta konversationer. Enkelt är oftast bäst. Det kan fungera som med automatiserade telefonväxlar (IVRS, Interactive Voice Response System), fast med chatt.

AI-baserade chattbottar kan byggas med lite programmering (så kallad low-code). Det innebär att det blir enkelt att bygga dem och att de kan köras i gång på din webbplats på några minuter. Sådana chattbottar kan baseras på händelsestyrda arbetsflöden så att de inte bara klarar av att svara på kunders frågor, utan även kan känna av vad kunder verkligen vill.

Det gör att de kan genomföra en försäljning utan att kunder lämnar chattfönstren. Med sådana enkla chattbottar är det också enkelt att vidareutveckla stegvis (iterativt), utan att man behöver förlita sig på externa leverantörer eller utvecklare.



För **Cred**, som säljer finansiella tjänster, används inte bottar bara för att automatisera svar på frågor. De fattar också beslut, vilket innebär att behovet av mänsklig kundtjänstpersonal har halverats!

4

## Skapa effektiv överlämning till mänsklig kundtjänstpersonal

Hur effektiva bottar än är så kan de aldrig bli lika bra på att konversera som människor. Dina kunder kommer helt säkert att testa gränserna för vad dina bottar klarar av, medvetet eller omedvetet. Därför är det viktigt att ha en reservplan.

När en bott inte har ett svar ska den kunna träda tillbaka på ett lämpligt sätt och lämna över konversationen till en människa. Det gäller framför allt om kunden börjar bli arg och otålig. AI-chattbottar kan upptäcka frustration och lämna över konversationer till människor på ett smidigt sätt. Det innebär att när en kund säger att han, eller hon, inte vill prata med en bott så kan botten automatiskt överföra konversationen till en människa.

**Tree of Life Bookstores** använder bottar för att samla in inledande information från kunder. Det innebär en besparing på 3-5 minuter per interaktion för den mänskliga kundtjänstpersonalen, som dessutom får en utförlig beskrivning av sammanhang vid överlämningen.



## 5

## Effektivisera interna processer för att spara tid och möda

AI och automatisering underlättar definitivt hantering av kunder, men kan även användas för att effektivisera interna processer. Det finns åtskilliga obligatoriska, repetitiva arbetsuppgifter som kundtjänstpersonalen utför varje dag. Om sådana kan automatiseras blir arbetet mer intressant. Här är några exempel på hur AI och automatisering kan användas för att öka produktiviteten:

- När ärenden kommer in måste teamledaren **fördela ärenden till rätt medarbetare**. Det är vanligtvis en manuell och tidsödande uppgift, som kan automatiseras med hjälp av enkla regler och med AI.

- Kundtjänstpersonal måste **sortera, kategorisera och märka alla sina ärenden**, vilket kan ta tid ifrån arbetet med att faktiskt lösa kundernas problem. En AI-lösning kan ta hand om den här uppgiften helt och hållet. Det görs genom att identifiera nyckelord i ämnesrader och i meddelanden, för att sedan kategorisera och märka varje ärende.

- Kundtjänstpersonalen måste lära sig allt om produkterna, om alla typer av kunder och om alla frågor som är relevanta för olika varumärken. Annars är det svårt att förstå och lösa kundernas problem. En AI-lösning kan underlätta att uppfylla dessa enorma krav, genom att **föreslå de mest lämpliga beskrivningarna av lösningar**. Det innebär att kundtjänstpersonalen slipper vada igenom stora mängder av texter manuellt.

### Bonus



#### Ge kundtjänstpersonalen egna bottar

*Bottar kan hjälpa kundtjänstpersonalen att hitta information snabbt, föreslå bästa lösningar för kundärenden och till och med hjälpa till med att få i gång nyanställda snabbt. Hjältarna på kundtjänstavdelningen behöver assistenter som kan förse dem med rätt information vid rätt tidpunkt, och öka hela teamets produktivitet.*

Vill du integrera AI i din kundtjänst?

[Boka en personlig demonstration nu →](#)

