

# Nio skäl att använda meddelandetjänster för din kundtjänst

Under coronapandemin har många organisationer kämpat med minskade personalstyrkor, lägre produktivitet och sena svar till kunder. Meddelandetjänster (messaging, chatt) som har förändrat hur kunder kommunicerar underlättar i den här svåra situationen.

Enligt Freshworks undersökning **The New CX Mandate** har 44,4 procent av alla ansvariga för kundservice pekat ut **webbchatt och meddelandeappar som de viktigaste verktygen för att upprätthålla servicenivån** under krisen. Meddelandetjänster växer som en kanal för kundservice. Här är nio skäl till varför du behöver använda dem för din kundtjänst.

1

## Gör det enkelt för dina kunder att prata med dig

Det sista en kund som vill kommunicera om dina produkter eller tjänster vill göra är att fylla i ett formulär. Med en meddelandetjänst kan en kund komma till saken direkt och till och med bifoga bilder och skärmdumpar som underlättar att lösa ett problem. Kunder som kommunicerar via chatt och meddelandetjänster brukar ge högre betyg för kundnöjdhet, än de som använder traditionella kanaler.

**Axminster Tools**, som är en kund till Freshworks fick ett kundnöjdhetsbetyg på 96 procent för chatt, jämfört med 82 procent för traditionella kanaler.

[Läs mer ->](#)

2

## Korta väntetiderna med 80 procent

Långa väntetider till kundtjänst och support är en mardröm för alla kunder. **Nio procent** av kunderna tycker att det är **acceptabelt att vänta upp till en minut** för att få prata med en kundtjänstrepresentant. **42 procent** tycker att en väntetid på en till tre **minuter är acceptabel**. Med en meddelandetjänst kan kunderna undvika köer och komma i kontakt med kundtjänsten direkt.

3

## Skapa en balans mellan “realtid” och “när som helst” med fortlöpande konversationer

Meddelandetjänster bjuder både på snabbhet och flexibilitet. En kund kan kommunicera med kundtjänstpersonal direkt, eller lämna en konversation och fortsätta den vid ett senare tillfälle. Det krävs inte att båda parterna är ständigt uppkopplade och kundtjänstpersonal har tillgång till hela sammanhanget och historiken för en pågående konversation. Det gör att en kund inte behöver upprepa sig. Både kunderna och kundtjänstpersonalen kan göra flera saker samtidigt, samtidigt som kunderna kan få snabba svar.

4

## Kommunicera med alla åldrar

Oberoende av åldern hos dina kunder visar forskning att de föredrar meddelandetjänster. **63 procent av efterkrigsbarnen**, det så kallade ”köttberget”, **65 procent av den efterföljande generationen** (födda 1965-1980) och **65 procent** av dem som är **födda från början av åttiotalet och fram till sekelskiftet** säger att de föredrar meddelandetjänster framför e-post och telefonsamtal.

5

## Sänk kostnaden per kundkontakt

Enligt en undersökning gjord av Forrester Research kostar en kontakt på telefon cirka **134 kronor**. Kostnaden för en kontakt via en meddelandetjänst är betydligt lägre, den varierar **från cirka nio kronor, till cirka 43 kronor**. Du sparar **90 kronor** eller mer per kundkontakt med en meddelandetjänst.

**Klarna**, det svenska finansföretaget, lyckades flytta 31 procent av sina telefonsamtal till chatt och meddelandetjänster.

[Läs mer ->](#)

6

## Öka skalbarheten med chattbottar

Om du vill öka kundnöjdheten utan att anställa fler personer och utan att öka kostnaderna kan du göra det med hjälp av meddelandetjänster. Med bottar och självservice, som enligt analysföretaget Gartner bara kostar **knapp en krona** per kundkontakt, jämfört med **cirka 70 kronor** för e-post, gör en meddelandetjänst det möjligt att öka volymen och höja kundnöjdheten.

**Dunzo**, en tjänsteleverantör med verksamhet dygnet runt, lyckas lösa 48 procent av alla ärenden utan mänsklig inblandning. Det innebär en besparing på 30 procent för supporten.

[Läs mer ->](#)

7

## Ge proaktiv kundservice

Skapa händelsestyrda arbetsflöden som gör det möjligt att kommunicera proaktivt med dina kunder. Våra undersökningar visar att **69 procent** av kunderna globalt föredrar företag som erbjuder proaktiva meddelanden och service.

**Bel USA**, ett e-handelsföretag, har kört händelsestyrda kampanjer för att nå 3,1 miljoner besökare med en svarsfrekvens på hela 28 procent.

[Läs mer ->](#)

8

## Gör lustfyllda upplevelser till ditt kännetecken

Meddelandetjänster är ännu inte vardagsmat och kan vara ett särskiljande drag för ditt företag. Meddelandetjänster på olika kanaler, som webben, sociala medier och på mobilen, kan fortfarande innebära ett lyft för din kundtjänst. En undersökning med 8 398 deltagande kunder, utförd av Gartner, visar att de fem vanligast kanalerna som företag använder för att lösa kundärenden är telefon (**44 procent**), chatt (**17 procent**), e-post (**15 procent**), företagets webbplats (**tolv procent**) och söktjänster (**fyra procent**).

9

## Ökad produktivitet för kundtjänstpersonalen

Med meddelandetjänster får kundtjänstpersonalen mer gjort. Det blir enklare att jobba med flera ärenden samtidigt, för flera kunder. Det innebär att ett kundtjänstteam kan öka produktiviteten, utan att personalstyrkan ökas. Meddelandetjänster är välbekanta för alla, vilket gör det enklare för ny personal att bli produktiv snabbt.

**MakeMyTrip**, en digital resebyrå, har sett en trefaldig ökning av kundtjänstpersonalens produktivitet sedan man började använda meddelandetjänster för att hantera supportärenden.

[Läs mer ->](#)

**Vill du börja använda en modern meddelandetjänst för din kundservice?**

**Boka en personlig demonstration nu →**

