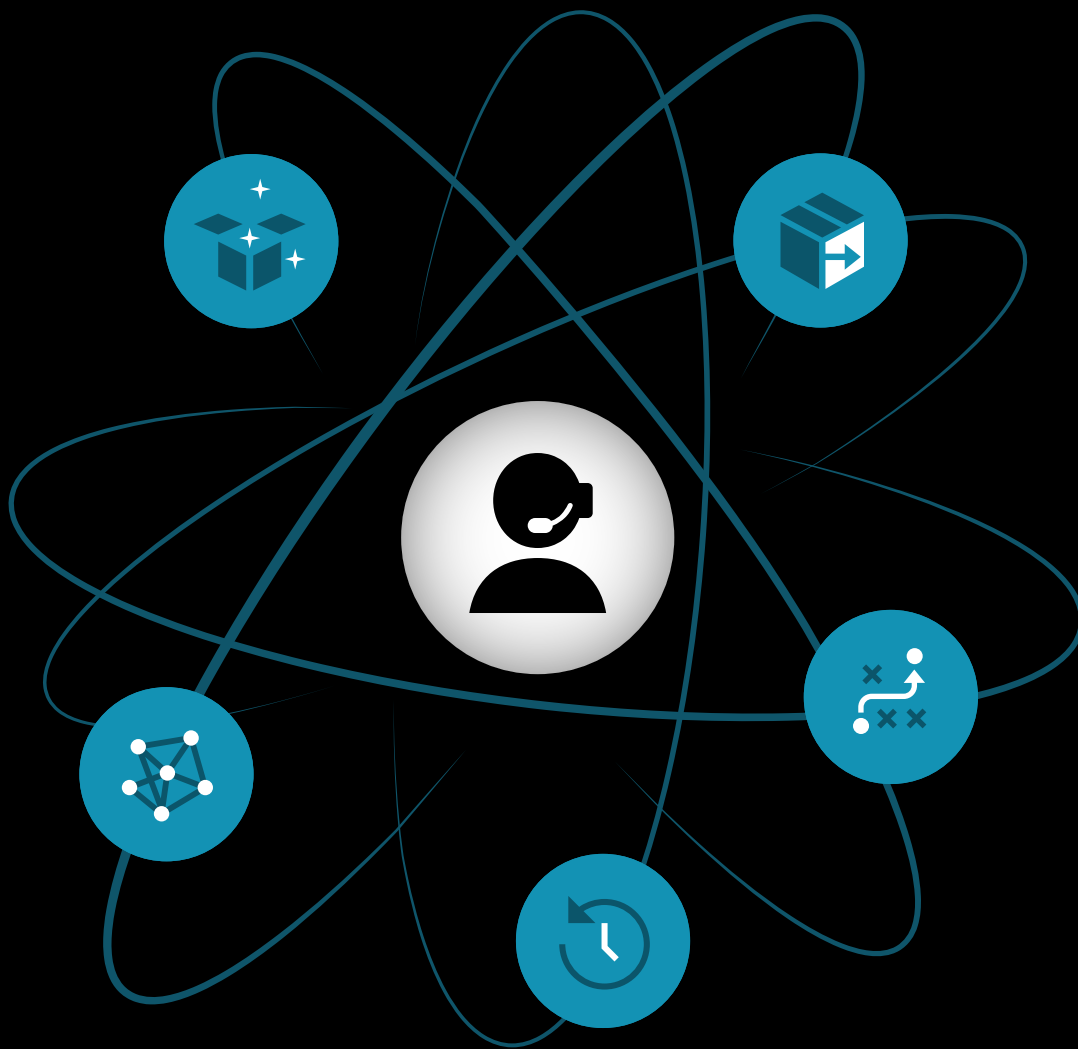


Fem ingredienser til at levere uafbrudt service



Målgruppe

Denne e-bog henvender sig til virksomhedsledere som for eksempel VP'er for salg og kundeservice samt CRO'er, CFO'er, COO'er og CTO'er, der:

- Oplever et stigende antal kundehenvendelser og øgede kundeforventninger.
- Ønsker at udforske nye strategier til at forbedre kundeservice, kontaktcentre og field service.
- Gerne vil se, hvordan virksomheder bruger teknologi til at styrke kunde- og field service-medarbejdere.

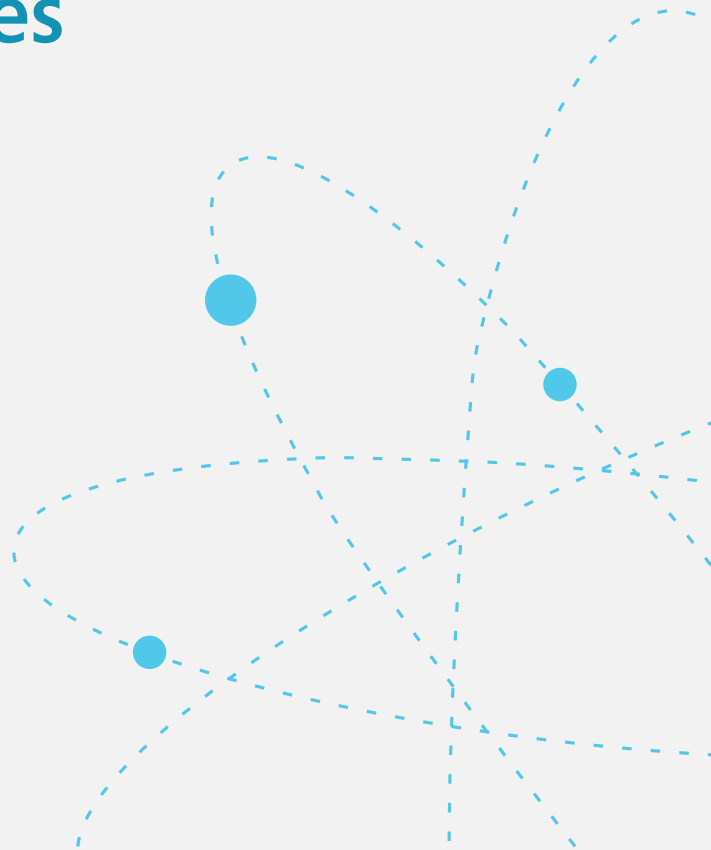


Anslået læsetid: <6 minutter



Selvom vi ikke har haft en pandemi i mange år, kan vi se på historien og antage, at der vil blive store og varige ændringer i kundernes tankegang."

Blake Morgan
Forbes



I kølvandet på en krise er udfordringen med at håndtere omfanget og intensiteten af kundehenvendelser eskaleret. Der er **fem vigtige ingredienser**, som alle serviceorganisationer kan indarbejde for at sikre fremragende kundeoplevelser.



Sæt dig ind i kundernes tankegang

I løbet af det seneste årti er fremragende service blevet en konkurrenceparameter for brands. I krisetider er det dog mere udfordrende at opretholde service af høj kvalitet, i takt med at antallet af henvendelser stiger.

Kunderne forventer, at organisationer leverer ekstraordinær service 24/7, uanset hvad der sker i eller uden for din organisation. Virksomheder, der reagerer godt på nye udfordringer, vil differentiere sig på både kort og langt sigt. For at gøre dette har de brug for den rigtige teknologi.

Mange serviceorganisationer kan blive fristet til at søge efter punktløsninger på specifikke problemer. De, der vælger integrerede løsninger, vil opdage en unik fordel som følge af syntesen af flere vigtige elementer. Denne e-bog udforsker hvert af de fem elementer, der er afgørende for at frigøre potentialet i enhver virksomheds vellykkede kunde- og field service.



1. Oprethold servicekvaliteten, når efterspørgslen blandt kunderne stiger

Mange amerikanske virksomheder har meget travlt for at holde trit med et stigende antal serviceopkald. Denne tendens vil fortsætte, i takt med at virkningen af 2020-pandemien sætter sit præg på vores liv og økonomi.

Finansielle serviceorganisationer, produktionsvirksomheder og organisationer i den offentlige sektor står over for nogle af de største udfordringer. Banker kan for eksempel risikere en stigning i antallet af kunder, der forsøger at gennemtrumfe nye ordninger for billån, kreditkort og afdrag på realkreditlån. Medarbejdere på frontlinjen i produktionsindustrien er under pres for at opretholde produktionen på trods af færre personer på jobbet. Organisationer i den offentlige sektor modtager rekordmange henvendelser om arbejdsløshed og andre serviceydelser på deres portaler og i kontaktcentre. I mange brancher oplever servicemedarbejdere og teknikere større sagsmængder fra kunder, der er stressede og frustrerede.





Konsekvensen for serviceorganisationer

For bedre at forstå, hvordan en krise påvirker kundeserviceafdelinger, gennemførte [Harvard Business Reviews](#) team hos [Tethr](#) (en virksomhed, der investerer i AI og maskinlæring) en undersøgelse af en million kundeserviceopkald, der omfattede over 20 virksomheder fra et bredt udsnit af brancher.¹ Opkaldene fandt sted mellem den 11. marts 2020, hvor WHO erklærede COVID-19 for en pandemi, og den 26. marts 2020.

Teamet kategoriserede opkaldene i henhold til det indsatsniveau, der kræves, for at kunden kan nå sit mål (fra let til svært). Over to uger oplevede den gennemsnitlige virksomhed, der deltog i undersøgelsen, at procentdelen af vanskelige opkald var fordoblet fra 10 til 20 procent.



Teknologiens rolle

Teknologi kan bidrage til at løse disse problemer. Serviceafdelinger kan for eksempel automatisere gentagne opgaver for at frigøre værdifuld servicemedarbejdstid. Kunderne er også ved at vænne sig til at interagere med selvbetjeningskanaler som for eksempel portaler og chatbots. Chatbots kan ofte hjælpe kunderne med at løse almindelige problemer uden at involvere en servicemedarbejder. Når det er nødvendigt, kan chatbotten sætte kunden i forbindelse med den servicemedarbejder, der er bedst egnet til at løse problemet.

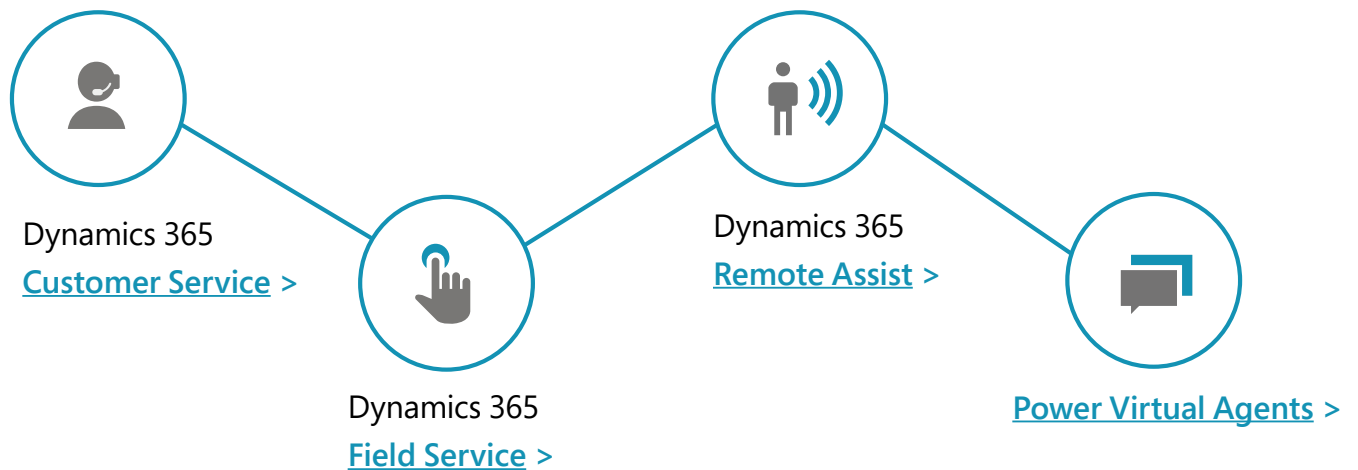
¹"[Supporting Customer Service Through the Coronavirus Crisis](#)", Harvard Business Review, 2020.



Analysefunktioner kan give kunde- og field service-medarbejdere et mere holistisk overblik over kunderne for at opnå bedre beslutningstagning. Samarbejdsværktøjer hjælper medarbejdere i frontlinjen med at støtte hinanden, selv når de ikke er på kontoret.

Teknologien viser sin sande styrke, når disse værktøjer samles, med data og indsigt, der overføres fra den virtuelle agent til kundeservicemedarbejderen til feltteknikeren, så kunderne får en problemfri og positiv oplevelse.

Serviceorganisationsløsninger til at imødekomme øget kundeefterspørgsel





2. Øg effektiviteten og automatiseringen for at reducere omkostningerne

Selv om mange virksomheder oplever, at antallet af kundehenvendelser stiger, er antallet af servicemedarbejdere og ressourcer i de fleste tilfælde forblevet den samme eller endda reduceret på grund af fyringer. Denne tendens kan fortsætte i årevis, da serviceteams kæmper med underbemandede afdelinger og begrænsede budgetter. Svaret på dette problem ligger i automatisering.

Der er flere måder, hvorpå virksomheder kan reducere servicemedarbejdernes administrative arbejde og frigøre tid til at fokusere på kunderne. Disse omfatter fokus på automatisering af processer som for eksempel:



Arbejdsprocesser



Dokumentstyring



Dokumentgennemgang og -godkendelse

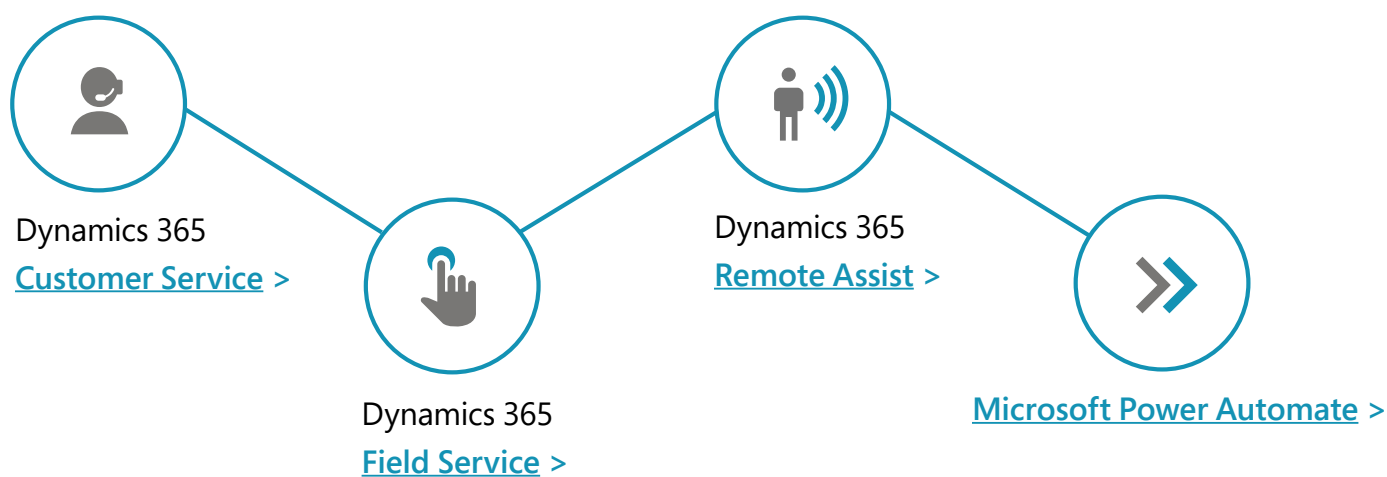


Styring af medarbejderanmodninger



Ved at strømline styringen af servicerelaterede forretningsprocesser øges sandsynligheden for, at servicemedarbejdere får nøjagtige oplysninger og bedre kan betjene kunderne.

Service løsninger til automatisering



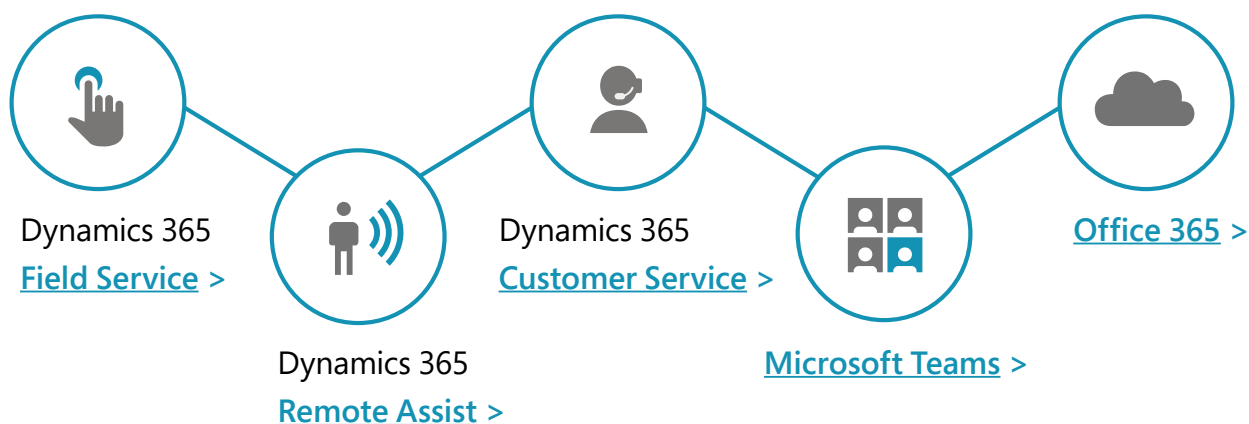


3. Støt fjernteams i at arbejde effektivt

Kundeserviceorganisationer har også oplevet, at flere servicemedarbejdere arbejder eksternt – en tendens, som analytikere forudser, vil fortsætte. Flere servicemedarbejdere, der arbejder eksternt, kan kræve øget teknologiunderstøttelse, herunder investering i eller opgradering af teknologi til medarbejdere og flytning af kontaktcentre til cloudbaserede tjenester.

Teams, der tidligere arbejdede og samarbejdede side om side, kan også drage fordel af samarbejdsværktøjer og -platforme online. Gode samarbejdsværktøjer gør det nemt for medarbejderne at holde kontakten og samle rådgivningen på en uformel, ad hoc-baseret måde.

Serviceløsninger til fjernarbejde



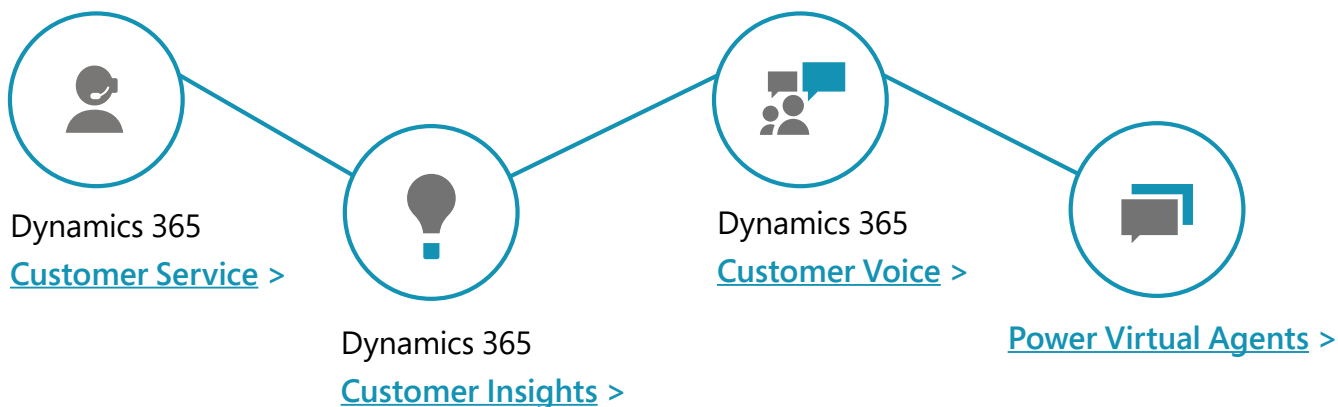


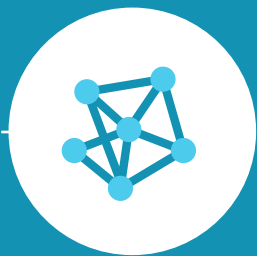
4. Levér forbundne og empatiske kundeoplevelser

At blive en kundecentreret organisation kræver oplysninger af høj kvalitet, indsigt om kunder og integrerede serviceapplikationer for at skabe mere personligt engagement under hele kunderejsen. Ved at indføre et holistisk overblik over kunderne og samle transaktionsbaserede, observationsbaserede og adfærdsmæssige data i realtid kan servicemedarbejdere bedre identificere de næste bedste handlinger og produktanbefalinger.

Organisationer indarbejder også kundeindsigt i digitale processer. Hvis en kunde for eksempel logger på en selvbetjeningsportal, kan en AI-baseret chatbot genkende kunden, hente kundeprofilen og identificere det produkt eller den serviceydelse, der er relateret til henvendelsen. At lade en chatbot genkende personen og købshistorikken er en digital måde at skabe en positiv kundeoplevelse på.

Service løsninger til empatiske kundeoplevelser





5. Afstem kundeservice, field service, virtuelle agenter og mixed reality for at levere en forbundet kundeoplevelse

Når serviceledere udforsker teknologiløsninger, søger de ofte en løsning, der kan håndtere et bestemt problem. For eksempel kan en virksomhed købe et virtuel agent-produkt for at imødekomme et stigende antal kundehenvendelser eller investere i et mixed reality-tilbud for at øge produktiviteten for field service- og produktionsteknikere, reducere behovet for ekspertrejser og muliggøre hurtigere problemløsning.

Problemet med denne tilgang er, at punktløsninger mangler et vigtigt succeskriterie: integration på tværs af alle applikationer i kunderejsen.



Gør integration til fundamentet

Virksomheder, der bruger punktløsninger, skaber ekstra arbejde for deres servicemedarbejdere, som skal navigere gennem flere systemer for at se alle kundens aktiviteter på tværs af kanaler. En integreret løsning giver medarbejderne et komplet billede af kunden, så de får mulighed for at levere hurtig og personlig service.

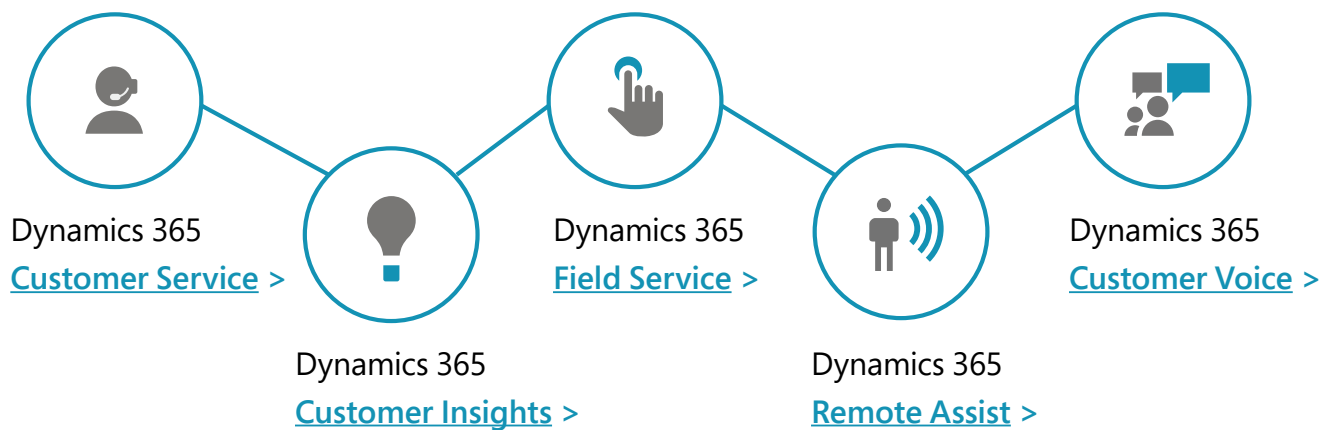


En punktløsningstilgang belaster også servicemedarbejderne med administrative opgaver, som en integreret løsning kan automatisere. En integreret løsning kan eksempelvis samle forskellige aspekter af telefonsupport, for eksempel automatisk oprettelse af billetter, opkaldsregistrering og dokumentation af kundehistorik, så servicemedarbejderne kan fokusere på kundeinteraktioner.

En integreret løsning giver også lederne bedre indsigt i deres afdelings og individuelle servicemedarbejders præstationer, hvilket kan hjælpe med at fastsætte uddannelsesmål og -retning.

Serviceorganisationer bør som minimum starte med et par integrerede løsninger. Hvis organisationen benytter en hel platform af integrerede løsninger, samles hver enkelt løsningens styrker til en ny præstationsstandard.

D365-serviceløsninger



Næste skridt

Serviceorganisationer kan ikke længere sammenligne deres nuværende serviceniveauer med dem fra fortiden. Kunderne interagerer med hundredvis af leverandører hver måned. Det betyder, at de ikke kun sammenligner din virksomheds nuværende præstation med dens tidligere præstationer, men også med præstationerne fra alle andre virksomheder, som de interagerer med – både i og uden for din branche.

Standardsættere i én sektor, for eksempel detailhandel, leverer serviceniveauer, som kunderne forventer af alle virksomheder. Det betyder, at servicemedarbejdere har brug for alle mulige fordele for at opfylde kundernes forventninger og levere kvalitetsservice.

Den rigtige integrerede teknologiløsning kan bidrage til at opfylde behovene for at eskalere kundehenvendelser ved hjælp af begrænsede ressourcer. Ved at indføre en integreret løsning kan kunderelaterede oplysninger flyde gennem hele kundernes servicerejse, så deres oplevelse bliver mere personlig, relevant og positiv.

Få mere at vide om, hvordan du kan udvikle det fulde potentiale i din organisations kunde- og field service-teams.

[Få kontakt til en salgsrådgiver](#)



©2020 Microsoft Corporation. Alle rettigheder forbeholdes. Dette dokument leveres, "som det er og forefindes". De oplysninger og synspunkter, der kommer til udtryk i dette dokument, herunder webadresser og andre referencer til websteder, kan blive ændret uden varsel. Du bærer risikoen for at bruge det. Dette dokument giver dig ingen juridiske rettigheder til nogen immaterielle rettigheder i noget Microsoft-produkt. Du må kopiere og bruge dette dokument til egne interne referenceformål.