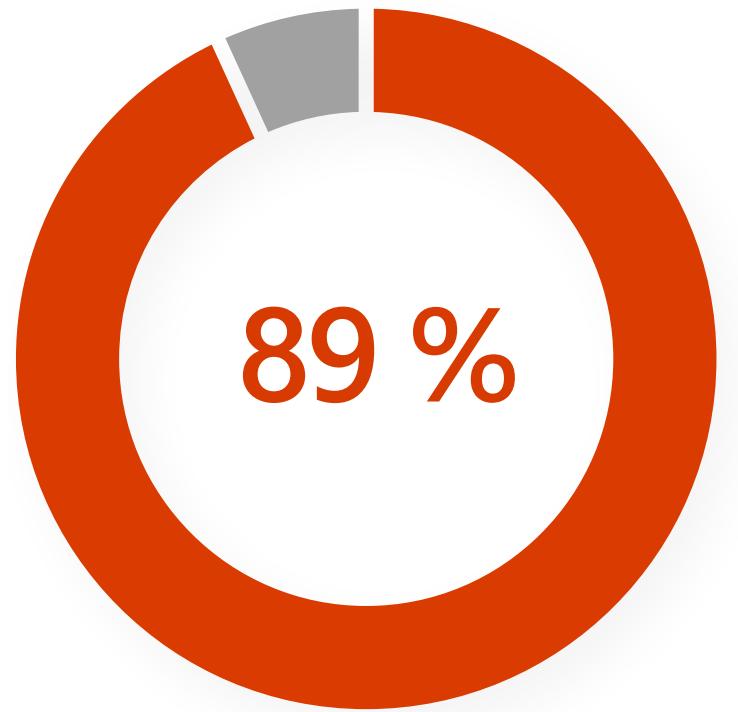


Viisi tapaa turvata asiakaspalvelusi menestys tulevaisuutta varten



Miksi kirjoitimme tämän

Koronaviruspandemian aiheuttama kriisi toi esiin organisaatioille mahdollisuuden parantaa asiakaspalvelua. Osoittamalla enemmän empatiaa ja lisäämällä oikeanlaista teknologiaa ja automaatiota voidaan säilyttää uskollisempia asiakkaita.



**89 % yrityksistä, joiden
asiakaskokemukset ovat huomattavasti
keskimääräistä korkeammat, menestyvät
taloudellisesti paremmin kilpailijoihin
verrattuna.¹**

Nämä tiedot ovat sinua varten, jos:

- haluat oppia lisää siitä, miten empatian kehittäminen auttaa asiakaspalvelun onnistumisessa
- haluat ennakoida asiakasvastauksia ja ratkaista ongelmia nopeammin
- haluat ymmärtää, miten automaatio voi tukea henkilökuntaasi
- et ole varma, toimivatko tukiratkaisusi ja asiakaspalvelusi hyvin yhdessä
- haluat asiakaspalvelusi käyttävän teknologiaa ja automaatiota.



Arvioitu lukuaika: alle 7 minuuttia

¹ "The Global State of XM, 2020" (XM:n globaali tila), Qualtrics XM, 2020.

Sisältö

Johdanto

Asiakaspalvelu on muuttunut, ja organisaatioidenkin on mukauduttava

Sivu 4

1. ratkaisu

Empatia on kaikki kaikessa

Sivu 5

2. ratkaisu

Toistuva ja avoin viestintä on välittämätöntä ristiriitojen ratkaisemisessa

Sivu 8

3. ratkaisu

Täytä asiakkaiden tarpeet yhdistämällä eri ympäristöjä ja teknologioita

Sivu 11

4. ratkaisu

Hyvä tukiratkaisu/asiakaspalvelija luo uskollisuutta ja parantaa asiakkaiden säilyttämistä

Sivu 13

5. ratkaisu

Teknologia ja automaatio tekevät asiakaspalvelusta sujuvaa kaikille

Sivu 16

Loppusanat

Luo pysyviä asiakassuhteita Microsoft Dynamics 365 Customer Service -ratkaisun avulla

Sivu 19

Asiakaspalvelu on muuttunut, ja organisaatoidenkin on mukauduttava

Kun koronaviruspandemian aiheuttama kriisi alkoi, asiakkaiden soitot asiakaspalvelukeskuksiin kasvoivat ennennäkemättömällä tavalla ja odottamattomasti. Samaan aikaan monet yritykset muuttivat äkillisesti työntekijöiden työskentelytapaa ja -paikkaa, käyttöön otettiin esimerkiksi uusia viestintä- ja yhteistyöteknoologioita.

Matkan varrella olemme oppineet, että vaikka olosuhteet ovat haastavia, asiakkaille on suuria odotuksia. Kun valtakunnallisessa kyselyssä² 80 % asiakkaista sanoo, että asiakaspalvelun on oltava empaattisempaa ja nopeammin reagoivaa, on selvää, että jotain puuttuu.

Asiakkaat haluavat yhden paikan, jossa heidän ongelmansa voidaan ratkaista. Asiakaspalvelun työntekijätkin haluavat yhden paikan, jossa on saatavana oikeita tietoja oikeaan aikaan, automatisoituja ominaisuuksia, jotka auttavat heitä ennakoimaan ongelmia, sekä integroituja, kokonaismuotoisia yhteistyötyökaluja, jotka parantavat sekä asiakaspalvelijan että asiakkaan kokemuksia.

Tässä käsikirjassa esittelemme tapoja, joilla voit varmistaa, että yrityksesi tarjoaa parasta mahdollista asiakaspalvelua tulevaisuudessa. Siinä

- tunnistamme asiakaspalvelussa tapahtuvia muutoksia sekä muutoksia, jotka ovat vielä tarpeen
- esittelemme sekä johtajuutta että palveluita varten työkaluja ja ratkaisuja, jotka auttavat näissä muutoksissa
- tarjoamme toimintasuunnitelman, jota organisaatiot voivat käyttää asiakaspalvelutoiminnassaan.

² "Customer Support Through the Eyes of Consumers in 2020"
(Asiakaspalvelu asiakkaiden silmin vuonna 2020), Hiver, 2020.

1. ratkaisu

Empatia on
kaikki kaikessa



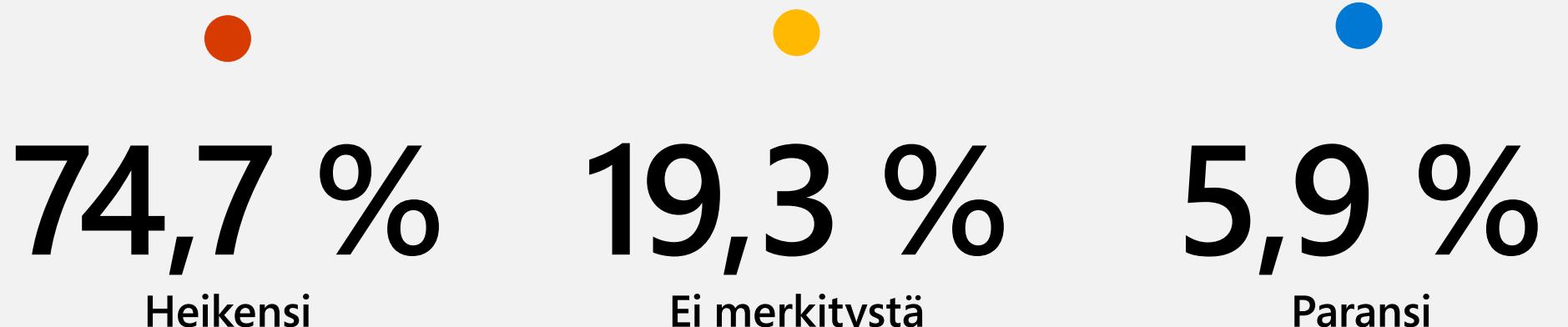
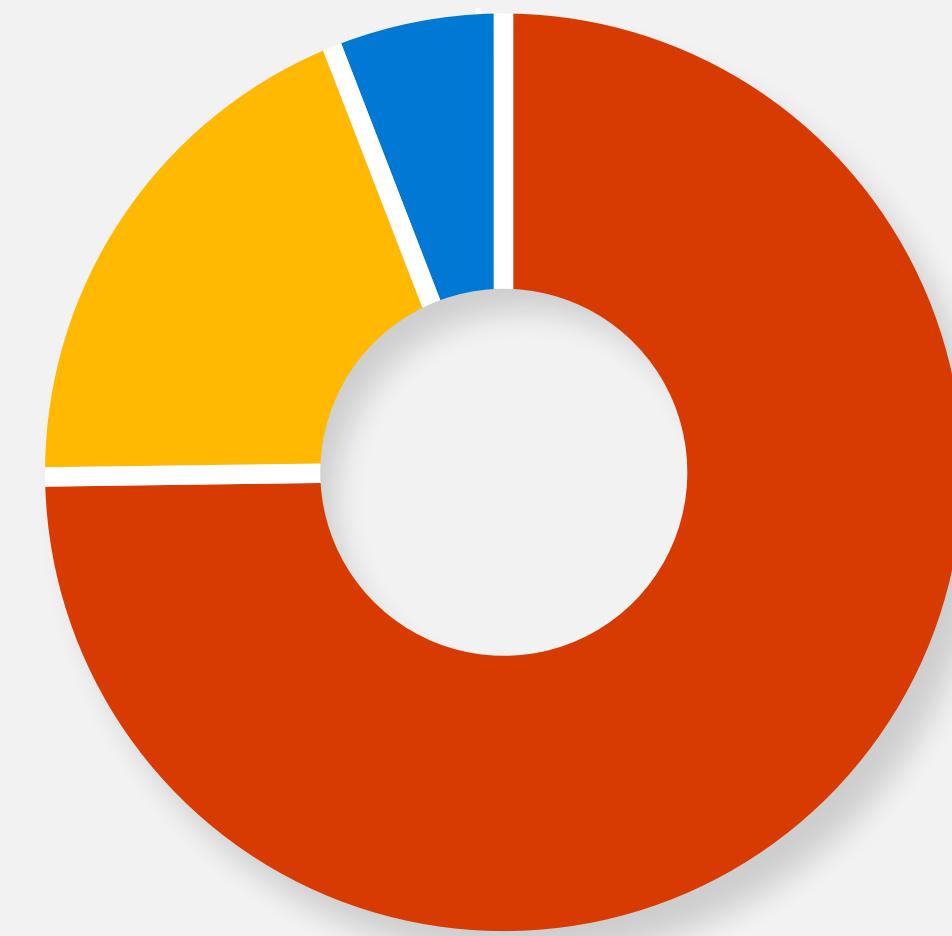
Turhautuneisuus on suurta

Koronaviruspandemian aiheuttaman kriisin mukanaan tuomien haasteiden kasvaessa asiakkaat ottivat yhteyttä hajautettuihin ja kotona eristyksissä oleviin asiakaspalvelijoihin, joilla ei välttämättä ollut asiakasongelmien ratkaisemiseen tarvittavia työkaluja ja tukea. Samaan aikaan monet näistä asiakaspalvelijoista huomasivat myös, että heillä ei ollut työkaluja, joilla he voisivat tehokkaasti hallita emotionaalista latautuneita asiakkaita.

Monet organisaatiot kertoivat, että tukipalvelun työntekijät eivät palvelleet asiakkaita sillä empatian tasolla, jonka he halusivat liittäävän omaan brändiinsä.

Kolme neljäsosaa kyselyyn osallistuneista asiakkaista sanoi, että koronaviruspandemian aiheuttama kriisi heikensi asiakaspalvelua, mikä on turhuttavaa.³

Koronaviruspandemian vaikutukset asiakaspalveluun



³ "The Results Are in for Our Survey of Customer Service During COVID" (Asiakaspalvelua koronaviruspandemian ajalta koskevan kyselymme tulokset ovat selvillä), NBC Boston, 2020.

NBC:n ja Telemundon omistamien TV-kanavien tutkimus, lokakuussa 2020.

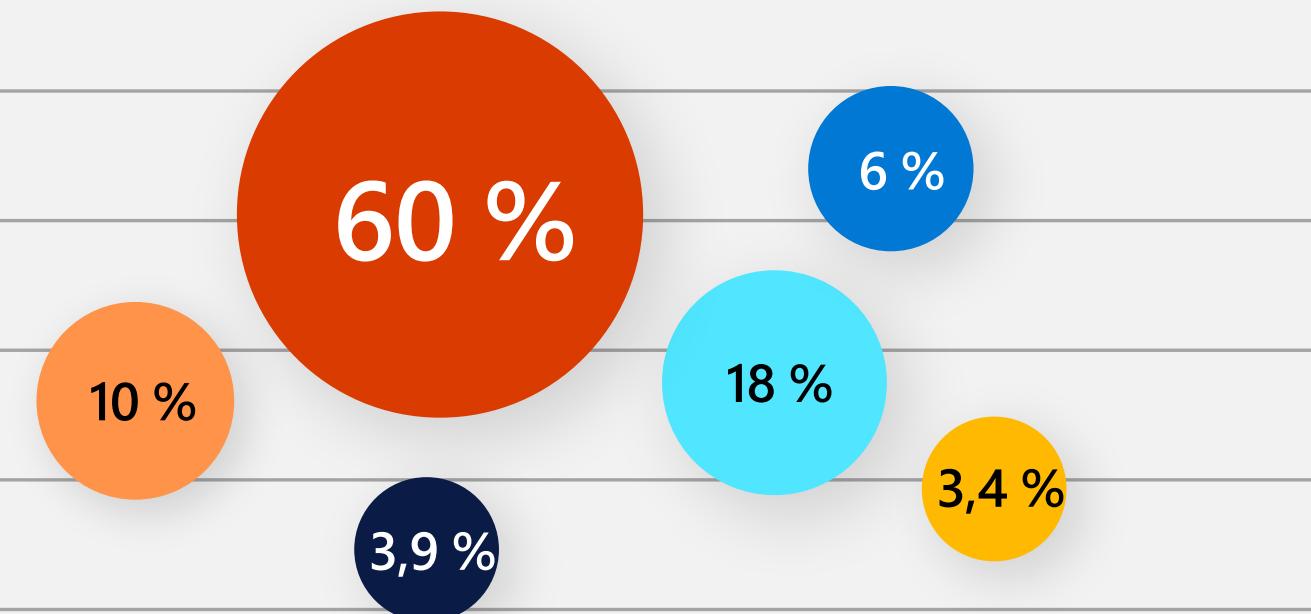
Asiakkaat haluavat tulla kuulluiksi

Asiakkailta on vastassaan pitkät odotusajat, tietämättömät työntekijät ja ongelmia, joihin ei löydetä ratkaisua. Puolet kyselyyn vastanneista sanoi, että he eivät pääseet edes asiakaspalvelijalle asti, vaikka 78 prosenttia sanoi yrittäneensä useita kertoja. Yhdeksän prosenttia otti yhteyttä puhelimitse tai sähköpostitse yli 20 kertaa. Niistä puolet, jotka lopulta saivat vastauksen asiakaspalvelusta, sanoi, että he eivät koskaan saaneet vastausta.³

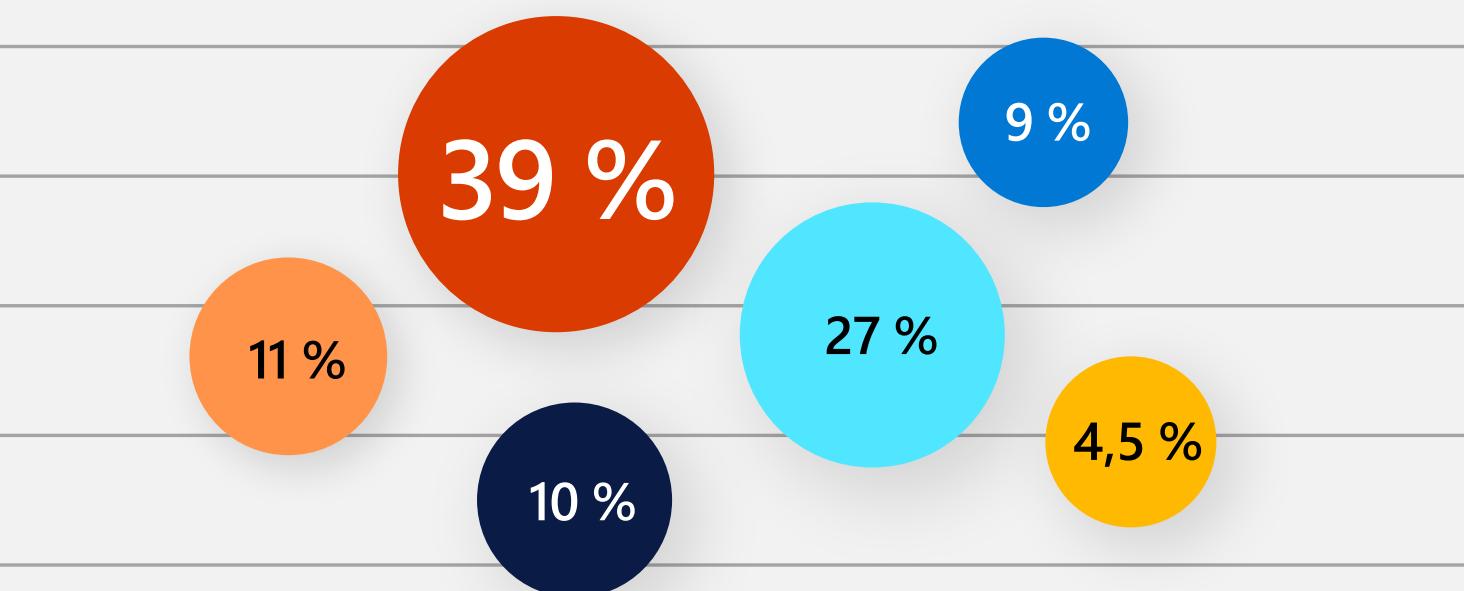
Hätkähdyttävät 60 prosenttia kuluttajista sanoi, että he lopettaisivat asioinnin brändin luona, jos palvelu olisi epäystävälistä.⁴

Asiakaspalvelun edustajan tavoittamiseen kuluva aika

NBC



Telemundo



- < 1 viikko

- 1–2 viikko

- 2–4 viikko

- 2 + kuukautta

- Ei koskaan

³ "The Results Are in for Our Survey of Customer Service During COVID," (Asiakaspalvelua

koronaviruspandemian ajalta koskevan kyselymme tulokset ovat selvillä), NBC Boston, 2020.

⁴ "Experience is everything: Here's how to get it right" (Kokemus on kaikki kaikessa: näin onnistut), PwC, 2018.

Lähde: [NBC:n ja Telemundon omistamien TV-kanavien tutkimus](#), lokakuussa 2020.

2. ratkaisu

Toistuva ja avoin
viestintä on
välttämätöntä
ristiriitojen
ratkaisemisessa



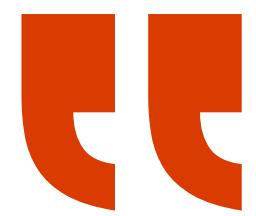
Asiakkaan vastauksen ennakoointi

Empatia on tärkeä tavoite, joka edellyttää avointa ja toistuvaa viestintää.

Paremman näkyvyyden avulla asiakassiirtymiin asiakaspalvelijat voivat ennakoida asiakkaiden tarpeita ja rääätälöidä vuorovaikutusta.

Teknologiasiilojen pilkkomisen osiin asiakaspalveluosastolla ja sen ulkopuolella on toinen keino kehittää asiakastukea.

Miten saat paremman näkyvyyden asiakkaidesi kokemuksiin ja tarpeiseen? Oikea teknologia auttaa asiakaspalvelijoita ennakoimaan tarpeita ja mukauttamaan viestintää.



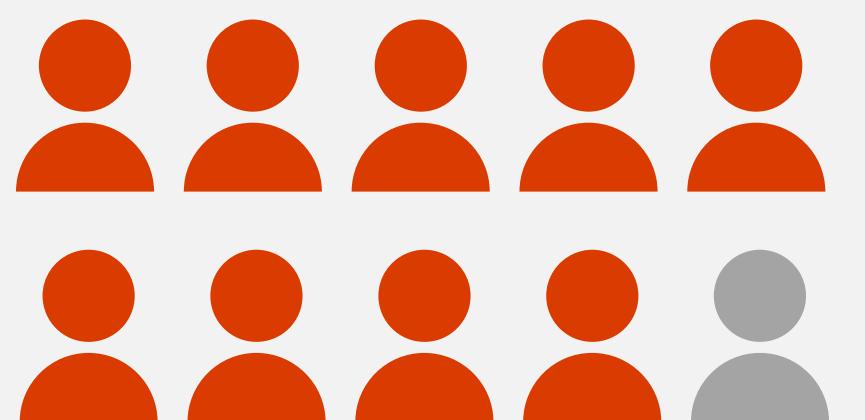
Asiakaspalveluorganisaatioiden tuleva menestys perustuu niiden jatkuvaan ennakoointikykyyn."

Terry Walls

KPMG:n entinen toimitusjohtaja.

Reagoi ongelmiin ja ratkaise ne nopeammin

Asiakkaat haluavat nopean vastauksen, joka ratkaisee ongelmat tehokkaasti. Myynnin konversiotutkimuksessa AutoDeal havaitsi, että kun sen kauppiat vastasivat asiakkaalle kuuden tunnin sisällä, heidän konversioprosenttinsa oli keskimäärin 40 % parempi. Tunnin sisällä vastanneet kauppiat tekivät kaupat 48 % todennäköisemmin.⁵



90 %

amerikkalaisista pitää asiakaspalvelua
yhtenä tekijänä päättäässään, missä
yrityksessä he haluavat asioida.⁶

⁵ "Sales Conversion remains best for dealers replying in six hours or less" (Myynnin konversio on edelleen parasta jälleenmyyjille, jotka vastaavat enintään kuudessa tunnissa), AutoDeal, 2017.

⁶ "Global State of Customer Service" (Asiakaspalvelun globaali tila), Microsoft, 2020.



3. ratkaisu

Täytä asiakkaiden tarpeet yhdistämällä eri ympäristöjä ja teknologioita



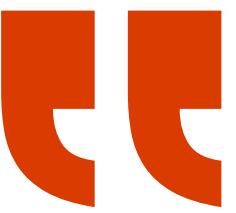
Henkilökohtaisten yhteyksien tärkeys

Brändit lisäävät investointejaan eri teknologioihin, kuten yhteydenottoratkaisuihin ja asiakkaan hallinnassa oleviin ratkaisuihin, tavanomaisten pyyntöjen automatisointiin ja vastausten sujuvoittamiseen monimutkaisempien tarpeiden kohdalla. Viestintäautomaatio on edelleen tärkeä työkalu, mutta sen pitäisi olla vain apuväline sen sijaan, että sen avulla käytäisiin kokonaisia keskusteluja.

Kun otamme edistysaskeleita, meidän on varmistettava, että teknologiat tukevat asiakaskokemusta ilman, että ne korvaavat henkilökohtaista vuorovaikutusta.

Automaation ja ihmisten tuominen yhteen

Asiakkaat tuntuvat suoivan itsepälveluperiaatteella toimivia chatbotteja yksinkertaisissa ja toistuvissa kyselyissä. Tarkemmissa kysymyksissä ja riittätilanteissa he haluavat kuitenkin puhua todellisen henkilön kanssa. Chatbot-keskustelun jälkeen paikalle tuleva asiakaspalvelija saatetaan nähdä sankarina, joka saapuu pelastamaan päivän.



Painopiste on oltava suhteiden rakentamisessa, ja avainasemassa tässä on se, että asiakastyytyväisyys nähdään kaikkien vastuuna."

Niraj Ranjan
Hiverin toimitusjohtaja

4. ratkaisu

Hyvä tukiratkaisu/
asiakaspalvelija
luo uskollisuutta ja
parantaa asiakkaiden
säilyttämistä



Terveyskriisi on kasvattanut asiakaspalvelun tärkeyttä asiakuskollisuuden vaalimisessa, säilyttämisessä ja kasvattamisessa sekä tuottojen kasvattamisessa.

Todennäköisyys myyntiin nykyiselle asiakkaalle on 60–70 %, kun taas uudelle potentiaaliselle asiakkaalle se on 5–20 %.



60–70 %
nykyinen asiakas

5–20 %
uusi asiakas

Lähde: [Invesp](#)

Uskollisten asiakkaiden säilyttäminen tietyistä pienentää asiakkaiden vaihtuvuutta, jolloin käytät myös vähemmän aikaa uusien asiakkaiden hankkimiseen. Tyytyväiset asiakkaat kertovat myös todennäköisesti muille hyviä asioita yrityksestäsi.

5x–25x

Investoiminen uusiin asiakkaisiin on 5–25 kertaa kalliimpaa kuin nykyisten asiakkaiden säilyttäminen.⁷

Kun muuttuneet liiketoimintaolosuhteet toivat yllättäen eteen äärimmäisiä asiakaspalvelutilanteita, jotka vaikuttivat asiakkaiden uskollisuuteen ja säilyttämiseen, yritykset huomasivat, että niiden on tarkasteltava lähestymistapaansa uudelleen. Niiden täytyi keskittää asiakkaiden säilyttämiseen tarjoamalla osallistavaa ja empaattista asiakaspalvelua. Ne huomasivat myös asiakaspalvelijoiden uskollisuuden ja säilyttämisen kasvun tärkeyden.

Lisäksi ne näkivät, että oli ehdottoman tärkeää, että asiakaspalvelijoilla on käytössään työkalut, jotka auttavat heitä olemaan parhaita mahdollisia brändilähettiläitä. Erinomainen asiakaspalvelu tarkoittaa keskittymistä sekä asiakaspalvelijoihin että tukiratkaisuun ja sen varmistamista, että ne toimivat hyvin yhdessä.

⁷ "Customer Acquisition Vs. Retention Costs – Statistics and Trends" (Asiakkaiden hankintakustannukset vs. säilyttämiskustannukset – tilastot ja trendit), Invesp, päiväämätön.



Vuonna 2021 yritykset suuntautuvat kohti asiakasarvon mittareita, jotka heijastavat huolenpitoa ja luottamusta.⁸

⁸ "The Three Customer Service Megatrends in 2021" (Kolme asiakaspalvelun megatrendiä), Callminer, 2021.



5. ratkaisu

Teknologia ja automaatio tekevät asiakaspalvelusta sujuvaa kaikille



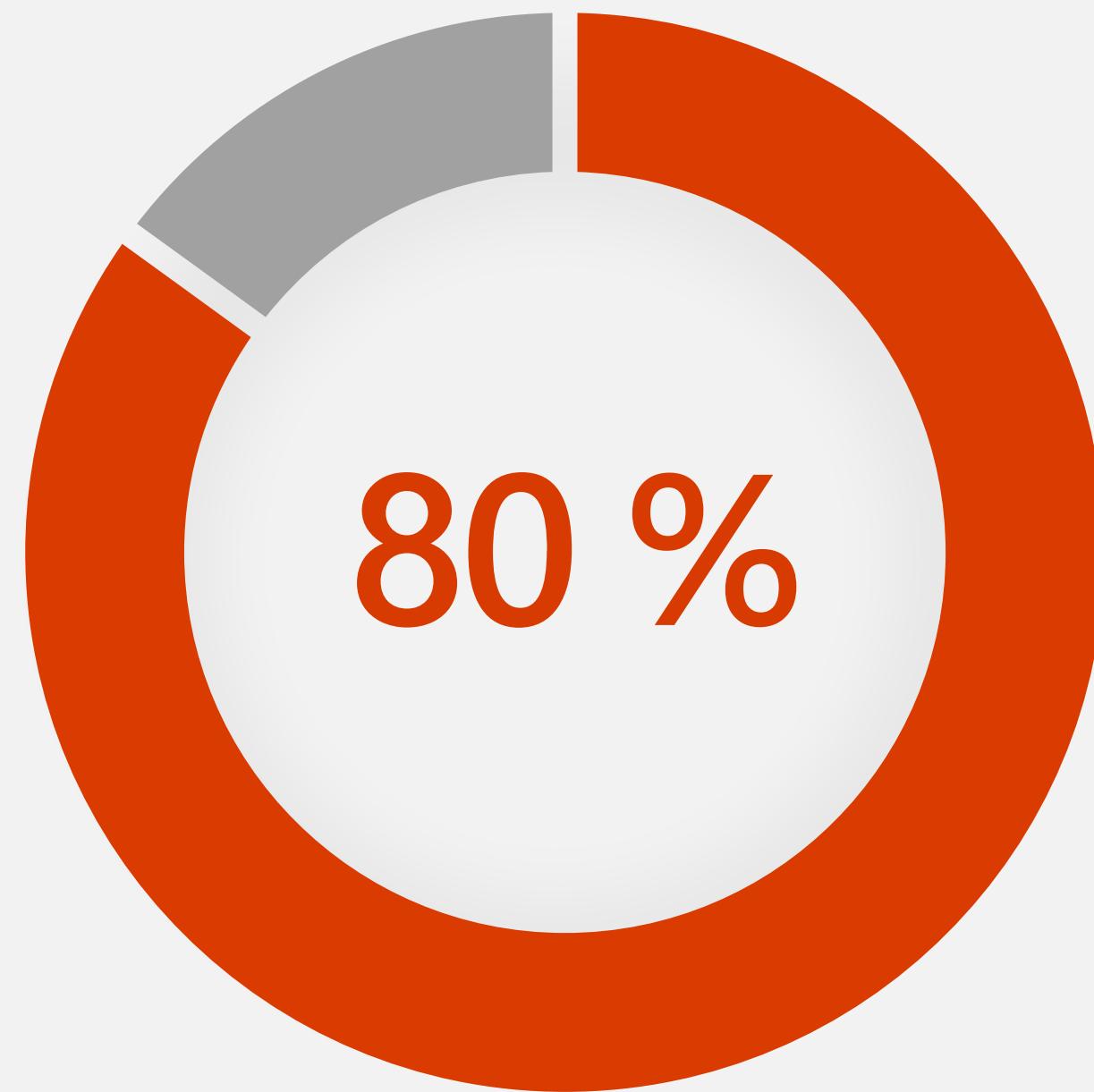
Yritykset tarvitsevat älykkys- ja analytiikkatyökaluja, jotka tukevat hallinnointia ja asiakaspalvelijoita ja varmistavat, että asiakkaat saavat nopeaa ja tehokasta palvelua. Automaatiolla on myös suuri rooli asiakaskokemuksen kehittämisessä siinä, jota McKinsey kutsuu "uudeksi normaaliksi".

Toiminta analytiikan pohjalta

Yksi uusi asiakaspalvelun mahdollisuus hyödyntää akustisten mittareiden, kuten asiakkaan levottomuuden tai epätavallisen hiljaisuuden, käynnistämää hetkellisiä hälytyksiä puhelun aikana. Reaalialainen hälytys tarjoaa asiakaspalvelijalle älykkään ratkaisun asiakkaan erityislanteen perusteella tai ehdottaa tarvittaessa puhelun siirtämistä esimiehelle automatisesti.

Empaattisempia asiakaspalvelijoita

Asiakasanalytiikka, yhteistyötilat, asiakaspalvelijoiden opastus ja työpöytäautomaatio mahdolistavat asiakaspalvelijoiden kehittää luotettavia asiakassuhteita. Kun automaatio käsittelee yksinkertaiset ja toistuvat toiminnot, asiakaspalvelijoille jäää aikaa ja energiaa monimutkaisten vuorovaikutusten käsitteilyyn empaattisesti.

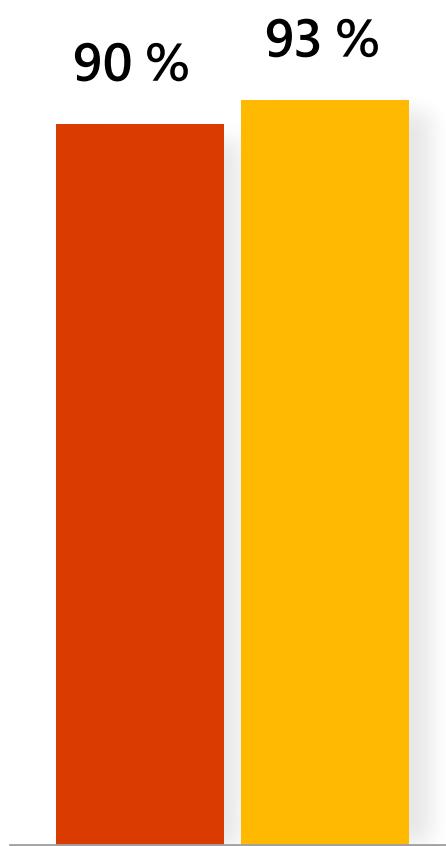


Lähes 80 % kyselyyn vastanneista asiakkaista 20 toimialalla antaa anteeksi huonon kokemuksen, jos he arvioivat asiakaspalveluryhmän "erittäin hyväksi".⁹

⁹ "ROI of Customer Experience, 2020" (Asiakaskokemuksen ROI), Qualtrics XM, 2020.

Tulosten parantaminen ja liiketoiminnan kehittäminen

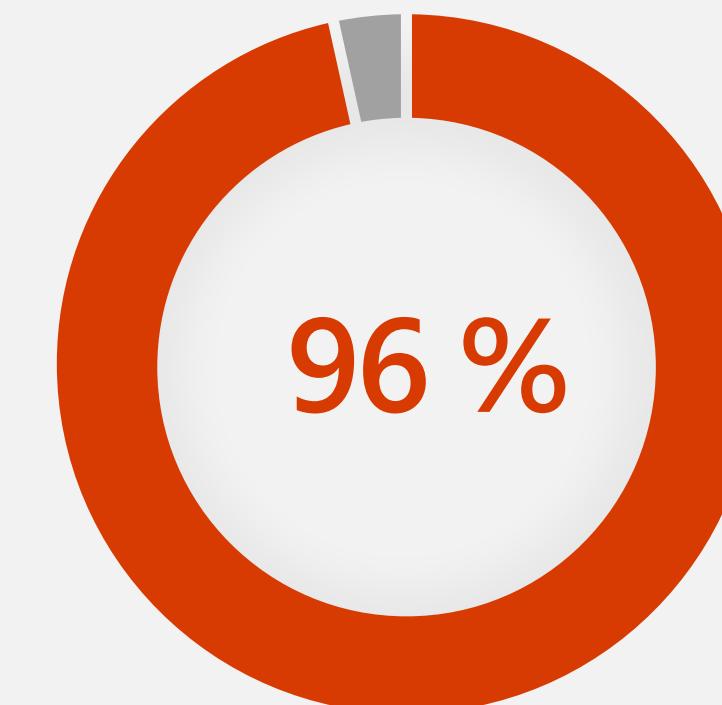
Parempi osallistaminen vahvistaa asiakaskollisuutta, etenkin kun kyse on säilyttämisestä, monipuolistamisesta ja brändin puolestapuhujana toimimisesta. Tämä voi vaikuttaa positiivisesti lopullisiin tuottoihin ja auttaa nostamaan asiakaspalvelukeskuksia strategisempaan asemaan yrityksessä.



Tyytyväiset asiakkaat haluavat tukea yrityksiä, joista he pitävät. HubSpot havaitsi, että 90 % kuluttajista ostaa todennäköisemmin enemmän ja 93 % asioi todennäköisemmin uudelleen yrityksissä, joissa he saavat erinomaista asiakaspalvelua.¹

Kuinka tekoälyä hyödyntävät itsepalveluteknologiat tarjoavat kitkatonta palvelua

AirAsia huomasi hyvityksiä koskevien kysymysten lisääntyvän 285 % kuukaudesta toiseen pandemian alkuaikoina, ja yrityksen botti käsitteeli niistä onnistuneesti 96 %. Qapital, henkilökohtainen taloussovellus, käsittelee 25 000 kysymystä kuukaudessa. Alle puolet niistä edellyttää asiakaspalvelijan tukea.



Yrityksen botti käsitteeli kyselyistä onnistuneesti 96 %.

¹⁰ "The Hard Truth About Acquisition Costs (and How Your Customers Can Save You" (Kova totuus hankintakustannuksista (ja siitä, miten asiakkaasi voivat pelastaa sinut)), HubSpot, 2018 (päivitetty 2021).

¹¹ "The Three Customer Service Megatrends in 2021: Post-Pandemic Customer Service Excellence" (Kolme asiakaspalvelun megatrendiä vuonna 2021: erinomaista pandemian jälkeistä asiakaspalvelua), Forrester, 2021.

Luo pysyviä asiakassuhteita Microsoft Dynamics 365 Customer Service -ratkaisun avulla

Microsoft Dynamics 365 Customer Service on kattava ratkaisu, joka tarjoaa yhdenmukaisen ja verkottuneen tuen kaikissa kanavissa. Sen itsepalvelutuki, tekölypohjaiset virtuaaliasiakaspalvelijat mukaan lukien, tarkoittaa sitä, että asiakkaillasi on suora pääsy tietämiskantaasi ja he voivat myös hyödyntää tietoja yhteisöportaalien kautta.

Käyttämällä sen avulla saatavaa kokonaisvaltaista kuvaa asiakkaastasi voit rääätälöidä asiakaspalvelun osallistamista, luoda monikanavaisen tuen yhdeltä työpöydältä ja ennakoida asiakkaiden tarpeita.

Dynamics 365 Customer Service tarjoaa tiimien käyttöön tekölypohjaisia työkaluja tuottavuuden lisäämiseksi.

Sen sisäänrakennettu tekoäly auttaa tiimiäsi havaitsemaan uusia trendejä ja automaatiomahdollisuuksia, ymmärtämään reaalialaikaista asiakasvuorovaikutusta asenneanalyysin avulla ja tarjoamaan ennakoivaa palvelua IoT:n kautta.

Dynamics 365 Customer Service tarjoaa myös yhdistetyn ja osallistavan kokemuksen Microsoft Teamsilla. Yhtenäinen ja digitaalinen työpaikka mahdollistaa yhteistyön koko organisaation laajuisesti. Dynamics 365 ja Teams toimivat yhdessä, joten voit työskennellä lähes missä tahansa ja luoda osallistavampia ja rääätälöidymiä kokemuksia asiakkaiden kanssa.

Aloita Dynamics 365 for Customer Servicen käyttö jo tänään

[Kokeile maksutta](#)

[Lue lisätietoja](#)

