



Skapa bättre kundupplevelser

Instrumentera personliga kundresor för alla kontaktytor för att stärka relationer och erhålla lojalitet



“

Företag kan underlätta [det digitala] genom att ta sig från en traditionell definition av anpassning till en definition som innebär en mer interaktiv dialog.¹

– Accenture

Världen har förändrats. Det betyder att du behöver en ny strategi.

Omvälvande förändringar av det globala affärslandskapet tvingar fram en omprövning av gamla antaganden – och skapar nya möjligheter.

Marknads- och kundupplevelsefokuserade företagare inser att det inte längre räcker att försöka få kontakt med kunder med en linjär process som bygger på meddelanden som lämnas via megafon. Marknadsföringens framtid kretsar kring hyperpersonliga, instrumenterade resor som **lyfter kundupplevelser**. De mest framgångsrika resorna kommer att leverera budskap i realtid som är anpassade till händelser eller ögonblick som kunden bestämmer.

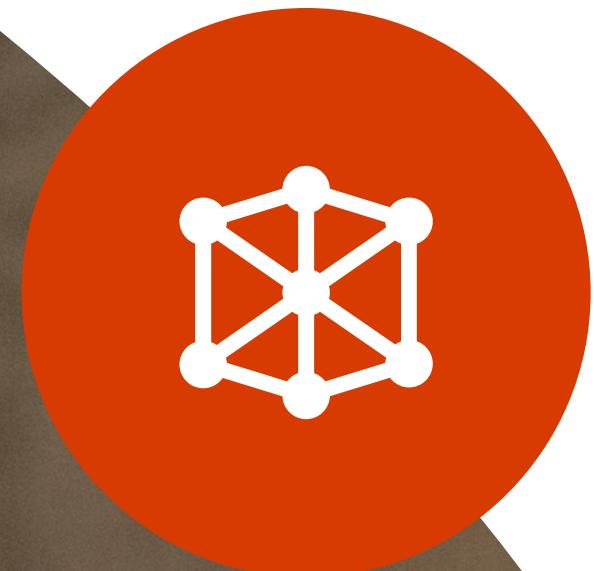
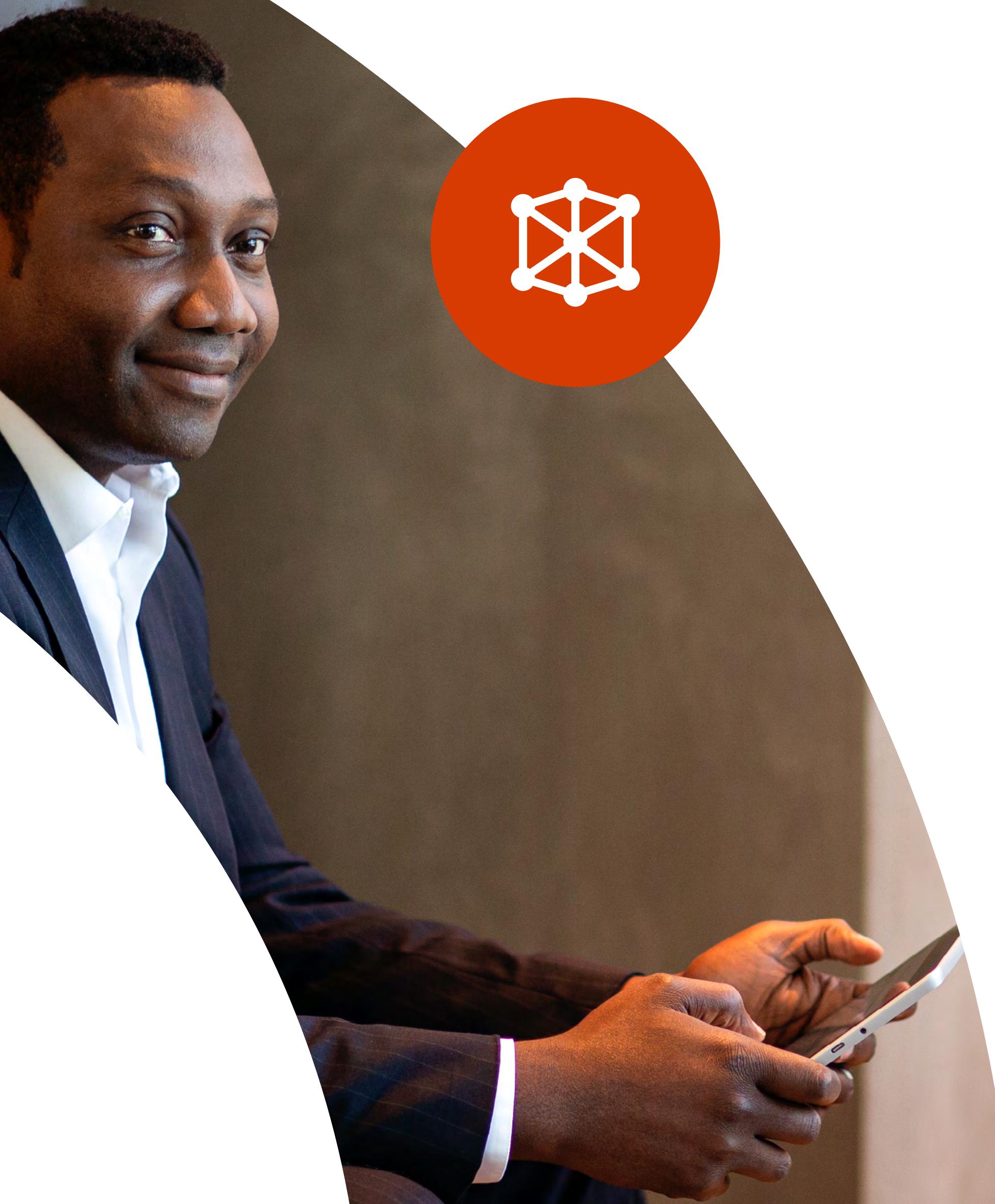
Skapa verkligt personliga interaktioner

Enligt en rapport från Accenture är nyckeln till framgångsrik personanpassning att ge kunderna chansen att själva bana sin väg till köpbeslut.¹ Organisationer är fokuserade på att få djupare kunskaper om sina kunder och använda sådana insikter till att utveckla mer anpassade, hyperpersonliga budskap. Dessutom ökar tonvikten på att värda och behålla värdefulla, långsiktiga kunder.

Bägge dessa förändringar stöds av större investeringar i automatisering för att öka det effektiva bruket av datakällor och dataanalys. Den utåtriktade marknadsföringskampanjen håller på att förvandlas till en kommunikations-till-åtgärd-slinga där marknadsföringsbudskap, deras leveranstid och kanal samt kundens svar ger lärdomar som kan göra nästa möte bättre.

Dessa möten håller på att förändras. De är fokuserade på kundupplevelser och tar form som händelsebaserade resor i realtid. Under omvälvande perioder kan kundresans riktning vara säker: hyperanpassning som bygger på kundinteraktioner och kundernas preferenser för att stärka affärsrelationerna i alla kontaktytor.





Personliga möten med realtidsinstrumentering av kundresor

Med Microsoft Dynamics 365 Marketing kan du engagera kunderna i realtid. Med alla dess funktioner kan företag instrumentera kundresor som utnyttjar djup kundförståelse och kundinsikter, kunskap om kundernas preferenser och beteenden samt förmågan att övervaka och hantera resan på fysiska och digitala kontaktytor. Detta förbättrar organisationens förmåga att skapa starka affärsrelationer med varje kund eller konto, och det ger relevant kommunikation i föredragna kanaler, varav många underlättas med AI.

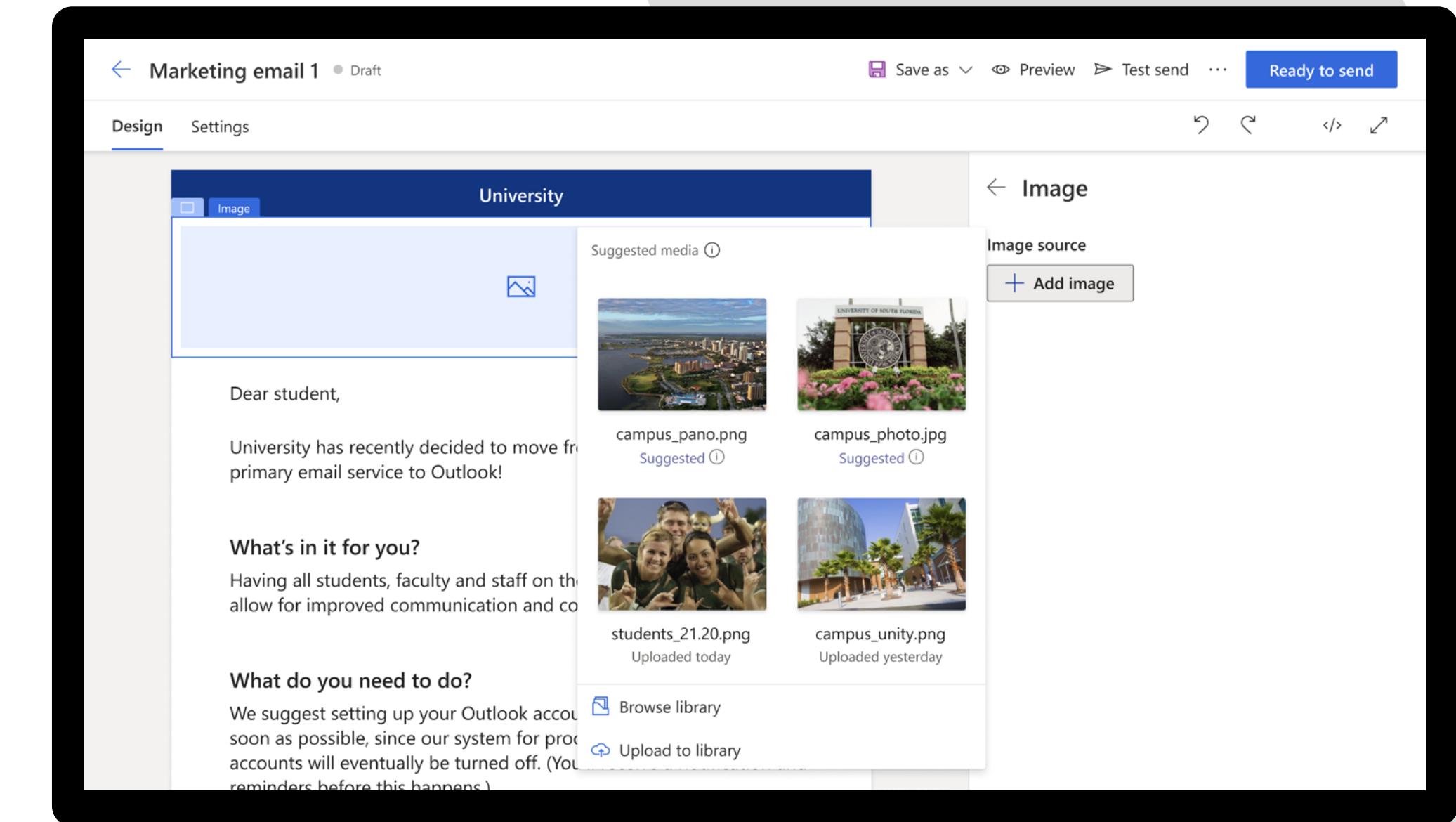
Personliga kundupplevelser, budskap och kanaler med AI

Personlig kommunikation med kunder måste ta hänsyn till utbudet av upplevelserna som kunder har av ett företag. Dynamics 365 Marketing använder AI för att avgöra vilken kanal – e-post, text, push-aviserings – som en kund är mest mottaglig för. Företagsanvändare av denna app kan även nyttja ett nytt AI-drivet innehållsbibliotek som hjälper till att välja de innehållselement som ger bättre genklang hos kunden.

Koncentrera dig på de bästa möjligheterna. Dynamics 365 Marketing stöder

- instrumentering av kundresor i realtid
- kundledda, händelsebaserade utlösare av resor
- AI-drivna rekommendationer om kanaler och innehåll
- bättre integrering med Microsoft Teams för att värda webbseminarie- och mötesdeltagare
- Microsofts kunddataplattform Microsoft Dynamics 365 Customer Insights och fungerar väl ihop med den
- insamling av detaljerade kommentarer med Dynamics 365 Customer Voice-undersökningar
- utveckling av kundförtroende med en säker, enhetlig och anpassningsbar plattform.

Allt detta hjälper dig att vinna kunder och göra dem lojala.



Ett innehållsbibliotek använder AI för att rekommendera engagerande bilder och text. AI hjälper också till att visa upp budskap i den bästa kanalen.

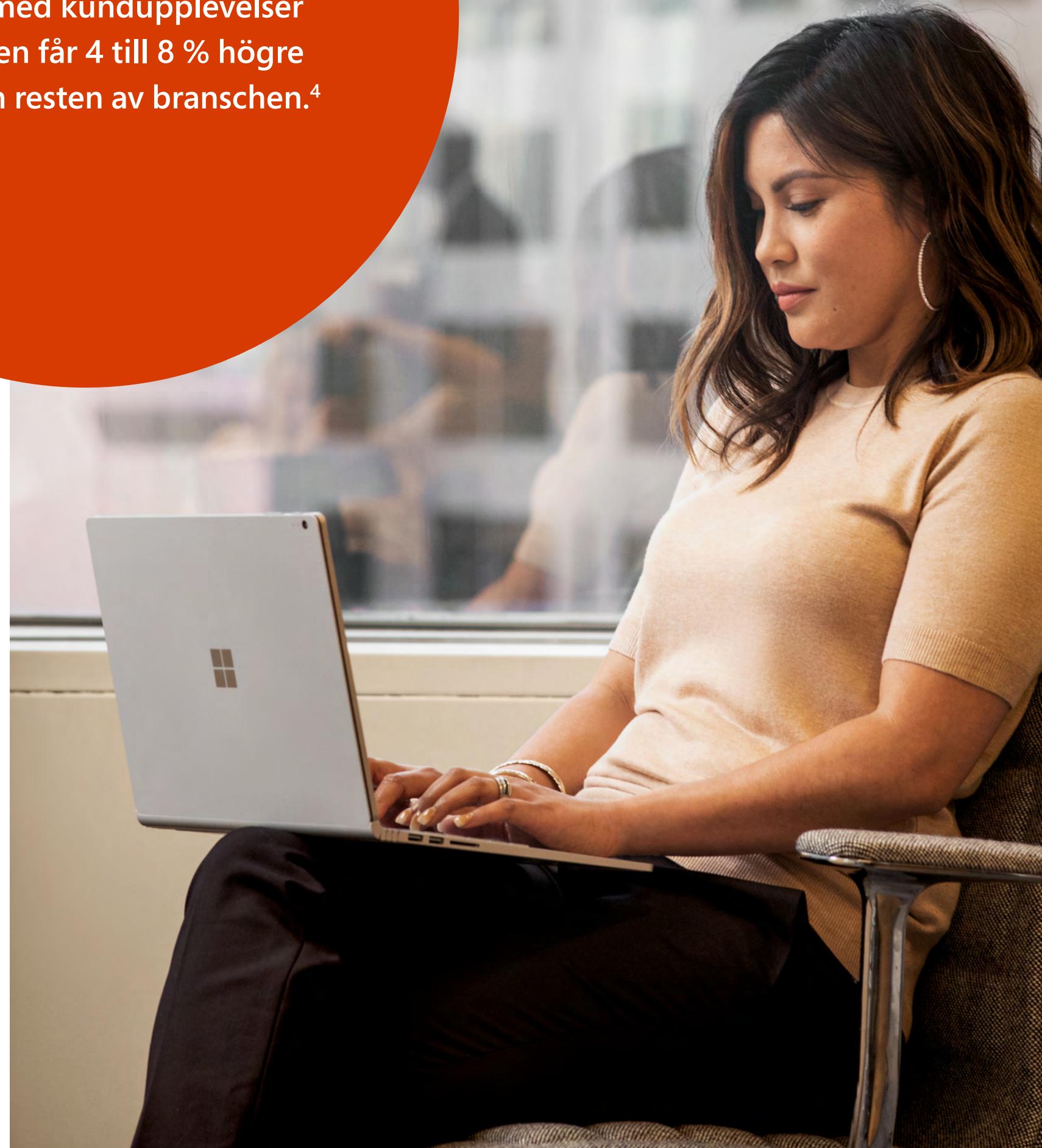
Upplevelser som kunderna uppskattar

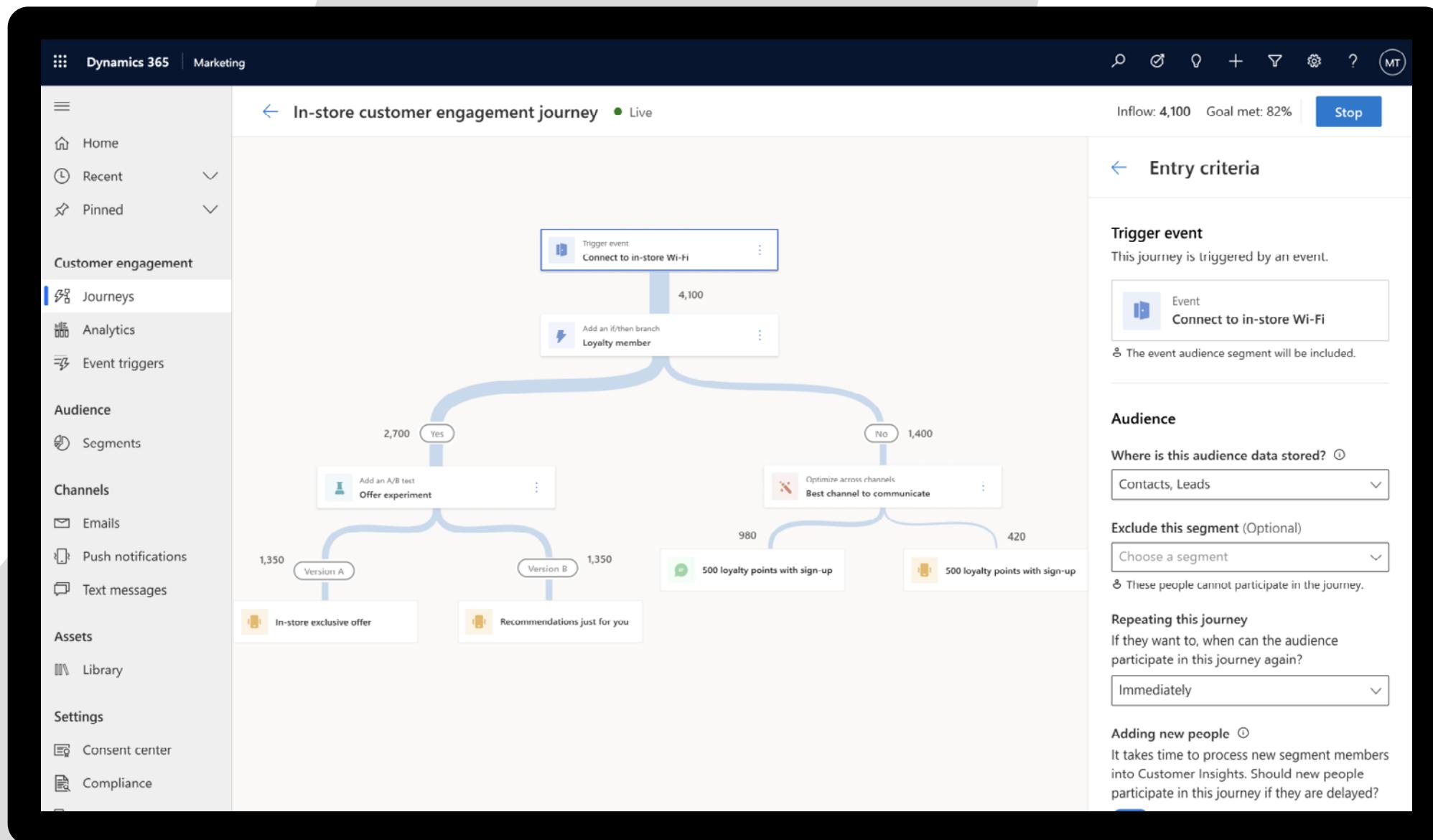
På lång sikt kanske det viktigaste av allt är att de effektiva, instrumenterade kundresor som hyperpersonalisering och relationsbyggande kan ge också gillas av kunderna. Epsilons forskning visade att 80 procent av kunderna är mer benägna att göra affärer med ett företag om det erbjuder dem personliga upplevelser.²

En rapport från Boston Consulting Group visar att "program för kundresor är svåra att få till rätt", men om det hanteras bra har de en imponerande effekt.³ Program för kundresor kan öka kundernas förespråkandepoäng med 20 till 40 poäng, sänka kostnaderna med 15 till 25 procent och öka intäkterna med 10 till 20 procent, enligt rapporten.³

4–8 %

Företag med kundupplevelser för ögonen får 4 till 8 % högre intäkter än resten av branschen.⁴





Instrumentering av kundresan är centralt för att nå kunder, vårda dem och göra dem lojala.

Optimera kundfärder

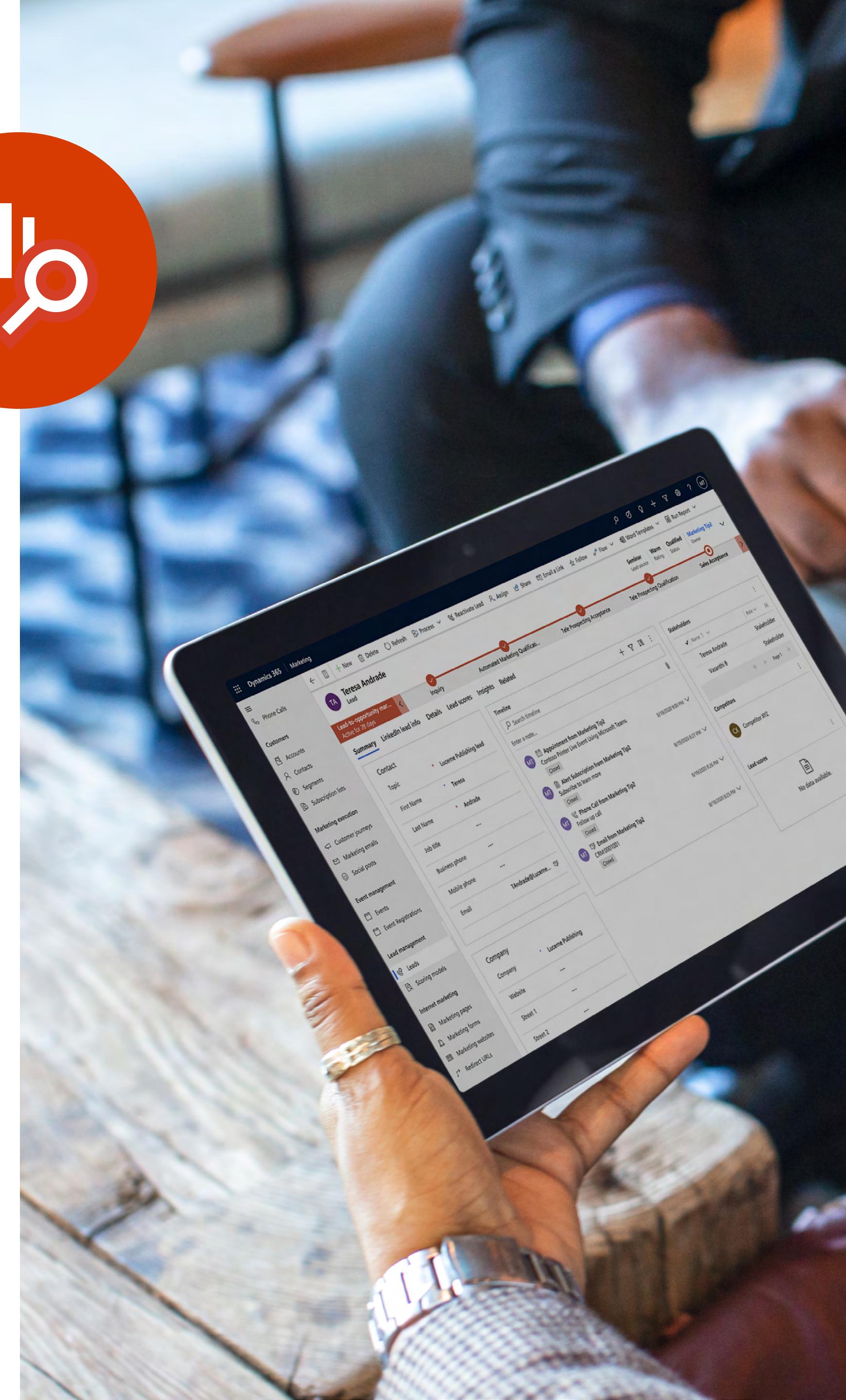
Dynamics 365 Marketing tillhandahåller kundresor i realtid för att hjälpa organisationer att förstå, instrumentera och engagera sina kunder bättre inom marknadsföring, försäljning, handel och service.

Dynamics 365 Marketing har en unik, direkt koppling till data och insikter från **Dynamics 365 Customer Insights** och kan använda dess kontinuerligt uppdaterade multidatatakällsegment dynamiskt.

Förbättra möten

Marknadsföringsteknik kräver stora mängder data för att förstå, instrumentera och engagera kunder i stor skala och i realtid. Ju mer data som är tillgängliga, desto större är chansen att komma med en intervention vid rätt tidpunkt, på rätt sätt, och föranleda nästa bästa åtgärd.

Antalet kontaktytor per kund och färd ökar. Enligt RAIN Groups forskning består en transaktion av i snitt åtta kontaktytor.⁵ I en ny Think with Google-artikel analyserades fyra olika kundresor, och antalet kontaktytor gick från en lägsta nivå på mer än 20 till en topp på mer än 500.⁶ Det är viktigt att samla in data från alla dessa kontaktytor och se till att de matas in till nästa kundinteraktion via avancerad AI.





Utforma heltäckande resor

Kundresor som instrumenteras av Dynamics 365 Marketing bygger på interaktioner i realtid per e-post, mobiler, sociala medier, anpassade kanaler och personliga kontaktytor. De når kunder på ett personligt sätt, vilket uppmuntrar till större förståelse mellan företag och kunder för att få kundernas förtroende och lojalitet.

Engagera i realtid

Nästa effektivitetskliv på kundresan är att reagera i realtid på kundutlösta händelser. AI hjälper till att forma en resa för att förfina budskapet, erbjudandet och leveransen kontinuerligt – och hjälper till att genomföra dynamiska experiment för att avgöra vilket innehåll som ger bäst genklang – allt oöverträffat fort. När ett företag snabbt kan anpassa sig till utlösande händelser som indikerar en förändring i kundfokus eller signalerar en ny aktivitet, vet kunderna att man sätter värde på dem.

15–20 %

Företag som använder verktyg som kartor över kundresor sänker sina servicekostnader med 15 till 20 %.⁷





85 %

Företag som har en
känslomässig koppling till
kunderna ökar sin försäljning
med 85 % jämfört med
konkurrenterna.⁸

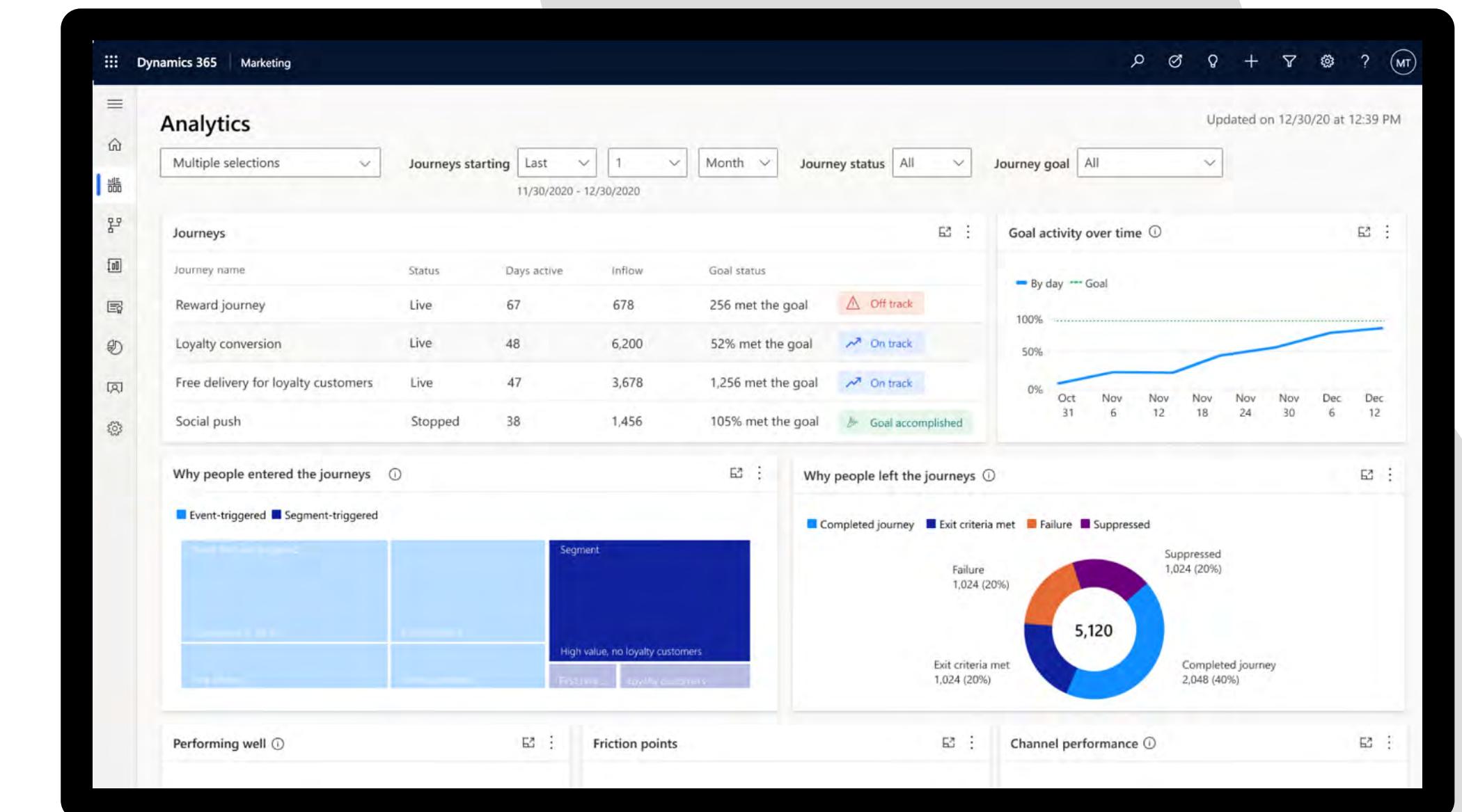
Jämka digitala och fysiska upplevelser

Nu när världen genomgår en dramatisk förändring av hur företag
kommunicerar med och marknadsför till kunder, är det viktigt
att tänka på att fysiska interaktioner fortfarande är nödvändiga.
Marknadsföringsorganisationer behöver skapa liknande
kundupplevelser för både digitala och personliga möten. Detta
kräver att kunddata delas i organisationen för att möjliggöra
smidiga upplevelser och utlösa relevant kundengagemang.

Använda analyser för att övervaka och mäta framgång

Att aktivera digital försäljning och marknadsföring gör det enklare att samla in data för raffinerad analys. Som ett led i analysarbetet bör du se till att din programvara för instrumentering av kundresor har ett antal inbyggda analyspaneler och insikter över kundresan för att förbättra dess effektivitet och uppnå dina affärsmål.

Övervaka kundresorna i realtid, kanalisera nyckeltal och ge råd om hur man utvärderar prestandamått för budskap och kanaler. Är en social kanal effektivare för en specifik interaktion? Noga genomtänkta analysfunktioner kan vara svaret.



Övervaka kundresorna och nyckeltalen i realtid.

Instrumenterade kundresor: nödvändiga för framgång

Företag behöver leverera anpassade budskap som kunderna kan identifiera sig med, uttryckligen eller implicit – rätt budskap vid rätt tidpunkt, via den kanal som kunden föredrar – för att visa att de förstår och bryr sig om sina kunder. Stark, hållbar tillväxt är ett ständigt krav för varje företag. Men i dagens osäkra värld måste företagen inte bara nå nya kunder. De måste stärka befintliga förbindelser.

Att visa kundengagemang är nu A och O för alla organisationer som vill framåt. Kundledda, i realtid instrumenterade kundresor är ett sätt att hjälpa befintliga kunder att gå vidare från ett engångsengagemang till att bli återkommande kunder och fans av företaget.



A black man with a shaved head and glasses, wearing a dark sweater over a white collared shirt, is looking down at a computer screen. He is positioned on the left side of the slide, with a large white diagonal shape covering the right side.

Delta i revolutionen

Dynamics 365 Marketing revolutionerar hur kundfokuserade organisationer – från marknadsföring till försäljning till kundframgångar till handel till service – kan skapa engagerande och effektfulla, kundledda upplevelser. Denna resa för att höja kundupplevelsen pågår redan.



**Besök Dynamics 365 Marketing för
att lära dig mer och komma i gång**

© 2021 Microsoft Corporation. Med ensamrätt. Det här dokumentet tillhandahålls i befintligt skick. Information och åsikter som uttrycks i detta dokument kan ändras utan föregående meddelande. Det gäller även webbadresser och andra hänvisningar till webbplatser. Risken för att använda det åvilar dig. Detta dokument ger dig inga juridiska rättigheter till någon immateriell egendom i någon Microsoft-produkt. Dokumentet får kopieras och användas för interna referensändamål.

¹ [Accenture](#)

² [Epsilon](#)

³ [Boston Consulting Group](#)

⁴ [Bain & Company](#)

⁵ [RAIN Group](#)

⁶ [Think with Google](#)

⁷ [McKinsey & Company](#)

⁸ [Gallup](#)