

# Vuoden 2025 tekoälytrendit asiakaskokemuksessa (CX)

Vuonna 2025 tekoäly (AI) on noussut keskeiseen rooliin asiakaskokemuksen kehittämisessä. Yritykset hyödyntävät AI-teknologioita ymmärtääkseen asiakkaitaan syvemmin ja rakentaakseen entistä älykkäämpiä, automaattisia palveluprosesseja. CX:stä (Customer Experience) on tullut monille yrityksille tärkein kilpailuvaltti, ja tekoäly nähdään **strategisena välttämättömyytenä** modernissa asiakaskokemuksessa <sup>1</sup> <sup>2</sup>. Tässä katsauksessa jaamme AI-trendit kahteen pääosa-alueeseen – **asiakasymmärrys & data-analytiikka** sekä **älykäs automaatio & työnkulkujen optimointi** – ja tarkastelemme kunkin alueen tuoreimpia teknologioita, kuumimpia sovelluksia, esimerkkejä edelläkävijöistä sekä käyttöönoton haasteita.

## Asiakasymmärrys ja data-analytiikka

### Tekoäly syväluotaa asiakasdatan

Nykyiset AI-mallit – mukaan lukien **suuret kielimallit (LLM)** ja **monimodaaliset mallit** – pystyvät analysoimaan valtavia määriä asiakasdataa (kuten tekstiä, ääntä ja kuvaa) ja löytämään sieltä merkityksellisiä kuvioita. Esimerkiksi asiakaspalautteet, tukipyyntö ja keskustelulokit sisältävät jäsentämätöntä tietoa, jonka käsittelyyn AI tuo tehoa. Generatiiviset kielimallit voivat tiivistää tuhansia asiakaspalautteita nopeasti ja paljastaa toistuvat teemat tai ongelmakohdat, mikä olisi manuaalisesti lähes mahdotonta. Käytännön esimerkkinä **Zendeskin** AI luokittelee automaattisesti tukipyyntö aiheen, kielen ja sentimentin (positiivinen/negatiivinen) perusteella, jotta asiakasneuvojat ymmärtävät kunkin yhteydenoton kontekstin yhdellä silmäyksellä <sup>3</sup>. Tällaiset **tekoälypohjaiset analytiikkatyökalut** antavat yrityksille ennennäkemättömän syviä asiakasymmärryksen näkymiä reaaliajassa.

### Asiakassegmentointi ja churn-ennustaminen

**Koneoppiminen** on vakiinnuttanut paikkansa asiakasanalytiikassa erilaisten ennustemallien voimin. Vuonna 2025 monet yritykset hyödyntävät AI:ta esimerkiksi asiakassegmentoinnissa, asiakasarvon ennustamisessa sekä **churn**-riskin tunnistamisessa. **Ennakoiva analytiikka** pystyy yhdistämään historiatietoja ja nykykäyttäytymistä paljastaakseen, mitkä asiakkaat ovat vaarassa lähteä kilpailijalle. Uudet työkalut analysoivat jopa **jäsentämätöntä tekstidataa** – kuten asiakasviestejä – luonnollisen kielen käsittelyn avulla: ne seulovat tuhansia avainsanoja ja lauseita havaitakseen turhautumisen tai tyytymättömyyden merkkejä <sup>4</sup>. Tekoäly voi näin **liputtaa ”riskiasiakkaat”** ja hälyttää asiakastiimiä puuttumaan asiaan viipymättä, ennen kuin asiakas menetetään <sup>4</sup>. Esimerkiksi Zendesk raportoi, että tekoäly kykenee analysoimaan asiakaskeskustelujen sävyjä ja antamaan suosituksia proaktiivisista toimista churnin estämiseksi – käytännössä AI tunnistaa kenelle kannattaa tarjota ylimääräistä huomiota tai erityistarjouksia pitääkseen asiakkaan tyytyväisenä <sup>4</sup>. Samankaltaisia **churn-ennustusmalleja** hyödynnetään laajasti etenkin tilausliiketoiminnassa ja telecom-sektorilla, joissa ennakoiva pito voi tuoda miljoonasäästöjä.

## Hyperpersoonallistaminen reaaliajassa

Pelkkä personointi ei enää riitä – nyt pyritään **hyperpersoonallistamiseen**, jossa jokaiselle asiakkaalle luodaan yksilöllinen kokemus **reaaliaikaisen data-analyysin** avulla. AI:n tukema hyperpersoonallistaminen tarkoittaa, että järjestelmät hyödyntävät mm. asiakkaan selaushistoriaa, ostotietoja, sijaintia ja muita preferenssejä räätälöidäkseen sisällön ja viestit juuri kyseiselle henkilölle sopiviksi <sup>5</sup> <sup>6</sup>. Asiakkaat myös **odottavat proaktiivisuutta**: 85 % kuluttajista odottaa yritysten ennakoivan heidän tarpeitaan etukäteen vuonna 2025 <sup>7</sup>. Tämä on mahdollista koneoppimismallien avulla – ne voivat esimerkiksi ehdottaa seuraavaa tuotetta ostoskorissa aiempien ostosten perusteella tai varoittaa asiakasta mahdollisesta palvelukatkoksesta ennakolta. Hyperpersoonallistaminen **parantaa tunnetusti liiketoiminnan tuloksia**: ennusteiden mukaan vähittäiskaupassa yksilöidyt asiakaskokemukset tuottavat jopa 40 % enemmän liikevaihtoa verrattuna massalähestymiseen <sup>8</sup>. Myös asiakkaat palkitsevat relevantin viestinnän – McKinseyn mukaan 80 % kuluttajista on todennäköisemmin ostoaikaisissa, jos yritys tarjoaa heille henkilökohtaisia kokemuksia <sup>6</sup>.

Käytännön esimerkit vahvistavat trendin: **Netflixin** AI-pohjainen suosittelumoottori (joka personoi sisältötarjoumia käyttäjäkohtaisten mieltymysten perusteella) tuottaa arviolta yli miljardi dollaria lisävuosituloa vuosittain <sup>9</sup>. Samoin **Starbucks** hyödyntää ennakoivaa personointia mobiilisovelluksessaan suosittelemalla asiakkaille juomia ja tarjouksia dynaamisesti mm. vuorokaudenajan, sään ja myymäläsaatavuuden perusteella <sup>10</sup>. Uusista sovelluksista mainittakoon myös Amazonin vuonna 2024 esittelemä **”Rufus”**, generatiivinen tekoälyassistentti, joka vastaa asiakkaiden tuotekohtaisiin kysymyksiin ja antaa henkilökohtaista neuvontaa ostotilanteessa <sup>11</sup>. Hyperpersoonallistamisen edellytyksenä on kuitenkin *luottamus* ja laadukas data. Yritykset panostavat nyt omien asiakasdatavarantojensa hyödyntämiseen (esim. kanta-asiakasohjelmat ja preference-kyselyt) kolmannen osapuolen evästeiden väistyessä <sup>12</sup> <sup>13</sup>. On myös huolehdittava, että data on puhdasta ja eettisesti kerättyä – ”roskaa sisään, roskaa ulos” -periaate pätee: vain laadukkaalla, asiakkaan luvalla kerätyllä datalla voidaan saavuttaa tehokasta hyperpersoonallistamista <sup>14</sup>.

## Tunne- ja sentimenttianalyysi syventää ymmärrystä

Voidakseen todella palvella asiakkaita paremmin yritykset haluavat ymmärtää myös *asiakkaan tunteita* ja tyytyväisyyttä jokaisessa kohtaamisessa. **Tunneälyä hyödyntävä tekoäly** (emotion AI) on nouseva trendi, jossa hyödynnetään tekstianalyysiä, puheentunnistusta ja jopa kasvonilmeiden tulkintaa asiakkaan tunnetilan arvioimiseksi <sup>15</sup>. Esimerkiksi asiakaspalveluchatin AI-botti voi tunnistaa viestien sanavalinnoista ja välimerkkien käytöstä asiakkaan turhautumisen ja hälyttää ihmistyöntekijän apuun oikealla hetkellä. Puhelinkeskusteluissa AI kykenee analysoimaan **äänen sävyä, puhenopeutta ja intonaatiota** reaaliajassa: jos tekoäly havaitsee vaikkapa kiihtyneen äänensävyyn, se voi automaattisesti ilmoittaa esimiehelle, että soittaja saattaa tarvita erityishuomiota, tai suositella asiakasneuvojalle empaattisempaa otetta tilanteen rauhoittamiseksi <sup>16</sup>. Tällainen **sentimenttianalyysi** tekee asiakaskohtaamisista entistä *ihmisläheisempiä* myös digikanavissa. Gartnerin mukaan tunteita tunnistavien AI-sovellusten uskotaan parantavan asiakastytyväisyyttä merkittävästi – jopa 40–50 % parempiin tuloksiin tietyissä palvelutilanteissa <sup>17</sup>. Useat kontaktikeskukset hyödyntävätkin jo puheentunnistusta ja sentimenttiluokitusta laadun mittaamisessa: tekoäly voi pisteyttää jokaisen puhelun asiakastytyväisyyden perusteella objektiivisesti ja nostaa esiin ne tapaukset, joissa tarvitaan esim. koulutuksellista palautetta agentille. Tämä on huomattavasti skaalautuvampaa kuin perinteinen pistokoe-kuuntelu, ja auttaa organisaatioita tunnistamaan tunteiden vaikutukset palvelukokemukseen <sup>18</sup> <sup>19</sup>. Tunteiden analysointi on vielä kehittyvä alue, mutta vuoden 2025 kuluessa siitä on tulossa arkipäivää: globaali *emotional AI* -markkina on arvioitu kasvavan jopa 92 miljardin dollarin kokoiseksi vuoteen 2025 mennessä <sup>20</sup>.

# Älykäs automaatio ja työnkulkujen optimointi

## Generatiiviset tekoälymallit asiakaspalvelussa

**Generatiivinen tekoäly** – erityisesti suuret kielimallit kuten OpenAI:n GPT-sarja – on mullistanut asiakaspalvelun automaation laadun. Toisin kuin vanhat sääntöpohjaiset chatbotit, uudet LLM-mallit tuottavat dynaamisia, ihmismäisiä vastauksia asiakkaiden kysymyksiin. Vuonna 2025 yli 80 % yrityksistä on jo ottanut käyttöön tai suunnittelee ottavansa käyttöön generatiivista tekoälyä asiakasvuorovaikutuksessaan <sup>21</sup>. Nämä mallit toimivat *kulissien takana* monenlaisissa sovelluksissa: ne pyörittävät chatbottien aivoja, laativat automaattisesti asiakkaille lähetettäviä sähköposti- ja viestivastauksia sekä avustavat ihmisasiakaspalvelijoita ehdottamalla vastauksia tai tekemällä yhteenvedon asiakkaan ongelmasta <sup>21</sup>. Kehitys näkyy jo tuloksissa. Erään kansainvälisen pankkikonsernin tytäryhtiö korvasi vanhan sääntöpohjaisen chatbotinsa generatiivisella kielimallilla, ja vain seitsemässä viikossa asiakaskysymysten onnistunut ratkaisuaaste parani 20 % <sup>22</sup>. Vastaavia hyviä kokemuksia raportoidaan laajasti eri toimialoilla: rutiinikyselyt hoituvat AI:n voimin nopeammin, ja ihmiset vapautuvat monimutkaisempiin tehtäviin.

Asiakaspalvelubotit pystyvät nyt käymään huomattavasti *syvällisempiä keskusteluja*. Ne eivät enää jämähdä yhteen avainsanaan, vaan ymmärtävät kontekstia useiden viestien verran ja voivat suorittaa monivaiheisia tehtäviä (esim. neuvoa tuotteen valinnassa, tarkistaa asiakkaan tilauksen tilan ja aloittaa palautusprosessin, kaikki samassa keskustelussa). **Vuorokaudenajalla ei ole väliä**, sillä tekoälypäivystä 24/7 väsymättä. Itse asiassa 51 % asiakkaista kertoo suosivansa asiointia botin kanssa silloin, kun he haluavat välittömän vastauksen – olettaen että tarvittaessa heillä on mahdollisuus siirtyä ihmisen palveltavaksi <sup>23</sup> <sup>24</sup>. Juuri tällainen *botin ja ihmisen saumatonta yhteispeliä* hyödyntävä malli onkin osoittautunut toimivaksi: asiakkaat saavat nopean palvelun ja yritys varmistaa, että monimutkaisemmat asiat hoidetaan ihmiskosketuksella. Gartner ennustaa, että vuoteen 2027 mennessä chatbotit nousevat ensisijaiseksi asiakaspalvelukanavaksi noin neljänneksessä kaikista organisaatioista <sup>25</sup> – suunta on siis selvä. Joidenkin arvioiden mukaan niinkin paljon kuin 95 % kaikista asiakaskohtaamisista saattaa sisältää jotain AI-komponenttia vuoteen 2025 mennessä (esimerkiksi botti taustalla chatissa tai puhelun puheentunnistus) <sup>24</sup>.

Konkreettiset hyödyt näkyvät tehokkuudessa: yritykset raportoivat asiakastytytyvyyden, palvelunopeuden ja kontaktikeskuksen suorituskyvyn parantuneen selvästi tekoälytyökalujen käyttöönoton jälkeen <sup>26</sup> <sup>27</sup>. Esimerkiksi **Forrester** on arvioinut, että AI-automaatio voi syrjäyttää 100 000 asiakaspalvelun rutiinitehtävää tekevien työntekijöiden tehtävää suurissa ulkoistuskontaktikeskuksissa – toistuvat, matalan tason kysymykset hoituvat siis yhä useammin koneellisesti <sup>28</sup>. Samalla yritykset muuttavat menestymisen mittareitaan: puheluiden lukumäärän sijasta seurataan nyt *asiakaspysyvyyttä* ja *lisämyyntiä*, joiden parantamisessa tekoälyavusteisella palvelulla on suora vaikutus <sup>29</sup>.

## Autonomiset agentit ja työnkulkujen orkestrointi

Yksi vuoden 2025 puhutuimmista edistysaskeleista on **agenttiteknologia** – toisin sanoen *autonomiset tekoälyagentit*, jotka hoitavat tehtäviä itsenäisesti ennalta asetettujen tavoitteiden mukaisesti. Aikaisemmat chatbotit odottivat käyttäjän seuraavaa viestiä, mutta *agenttimainen AI* voi omatoimisesti suunnitella ja suorittaa useita askeleita sisältäviä prosesseja. Gartnerin asiantuntija Tom Coshov kuvaa tätä muutosta näin: *”Älykkäät agentit ovat tavoitteellisia ohjelmisto-olentoja, jotka käyttävät tekoälyä tehtävien suorittamiseen. Ne eivät tarvitse tarkkoja käyttäjän syötteitä tai tuota etukäteen määriteltäviä vastauksia, vaan pystyvät vastaanottamaan ohjeen, laatimaan suunnitelman, käyttämään erilaisia työkaluja suorittaakseen tehtävänsä ja tuottamaan dynaamisia lopputuloksia.”* <sup>30</sup>. Käytännössä tämä tarkoittaa, että AI-agentti voisi vaikkapa saada toimeksiannon parantaa asiakastytytyvyyttä tietyllä sivustolla: se

analysoisi ensin dataa löytääkseen ongelmakohdat, tekisi korjausehdotuksia ja jopa toteuttaisi osan niistä (esim. päivittäisi usein kysytyjä kysymyksiä) ilman, että ihminen käskää jokaista vaihetta erikseen.

Yritykset ovat alkaneet kokeilla autonomisia agentteja erilaisissa käyttötapauksissa. **Salesforce** julkisti syksyllä 2024 *Agentforce*-alustan, jossa on valmiina 100 tekoälybotin kirjasto eri toimialojen tarpeisiin – nämä agentit voivat esimerkiksi selvittää automaattisesti yleisiä tukipyyntöjä tai käynnistää liiketoimintaprosesseja asiakkaan puolesta <sup>31</sup>. Myös kontaktikeskusratkaisuja tarjoava **Talkdesk** lanseerasi hiljattain autonomiset *AI Agents for Retail* -palvelut vähittäiskaupalle, joissa tekoäly hoitaa itsenäisesti tiettä myymälä- ja asiakaspalvelutehtäviä aina tilausten hallinnasta asiakaspalautteiden käsittelyyn <sup>32</sup>. Finanssialalla on kokeiltu agentteja rutiininomaisissa taustatoiminnoissa: AI hoitaa laskujen maksua, laskutusta ja kirjanpidon tehtäviä, mikä parantaa tehokkuutta ja vähentää inhimillisiä virheitä <sup>33</sup>. Nämä esimerkit osoittavat, että *tekoälyagentit voivat orkestroida työntekijöitä* yli osastorajojen – jopa yli järjestelmärajapintojen. On visioitu, että lähitulevaisuudessa vaikkapa **Salesforcen AI-agentti** voisi tehdä yhteistyötä **Workday**-taloushallintajärjestelmän kanssa hoitaakseen monimutkaisen poikkiosastollisen tehtävän alusta loppuun <sup>34</sup>.

Vuoden 2025 aikana agenttitekniologia on vielä alkuvaiheessa, mutta sen potentiaali on valtava. Gartner ennustaa, että vuoteen 2028 mennessä jo 33 % yritysten ohjelmistoista sisältää agenttimaisia AI-toimintoja – kun osuus oli alle 1 % vuonna 2024 – ja että 15 % organisaatioiden *päivittäispäätöksistä* tehtäisiin autonomisesti AI-agenttien toimesta vuoteen 2028 mennessä <sup>35</sup>. Suunta on siis selkeästi kohti yhä itsenäisempiä järjestelmiä. Varhaiset omaksijat voivat saada merkittävää etumatkaa: ne, jotka onnistuvat hyödyntämään agentteja arvoluontiin ensimmäisinä, pystyvät **disruptoimaan** perinteisiä toimintamalleja ja saavuttamaan tehokkuushyötyjä kilpailijoiden vielä pohtiessa kokeiluja <sup>36</sup>. Samalla on tunnustettu, että kaikilla aloilla agentit eivät etene yhtä ripeästi – esimerkiksi matkailu- ja ravintola-aloilla sovellusmahdollisuudet ovat vielä rajallisempia – mutta tämä tarjoaa rohkeille toimijoille tilaisuuden erottautua edukseen kokeiluilla <sup>37</sup>.

Agenttien orkestrointi liittyy myös ihmis- ja konetyövoiman yhteistyöhön. Parhaassa tapauksessa *eri tekoälyagentit ja ihmiset muodostavat saumattoman tiimin*, jossa kukin hoitaa parhaiten soveltuvat tehtävänsä. Asiakaspalvelussa tämä voi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että virtuaalinen asiakasneuvoja hoitaa asiakkaan perustiedot ja yksinkertaiset kysymykset, ja tunnistaa sitten hetken, jolloin asia pitää eskaloida ihmiselle – tarvittavat tiedot valmiiksi koottuina. Tutkimusten mukaan jopa 80 % asiakkaista on tyytyväisiä botteihin, kunhan heillä on mahdollisuus siirtyä ihmisen autettavaksi tarvittaessa <sup>38</sup> <sup>24</sup>. Niinpä modernit järjestelmät hyödyntävät *orkestrointi-algoritmeja*, jotka hallitsevat tätä työnjakoa: ne ohjaavat asiakkaan sujuvasti kanavasta ja botista toiseen taustalla olevien AI-prosessien avulla. Tällaista älykästä orkestrointia löytyy jo mm. puhelinkeskusten puheluiden *reititystyökaluista*, joissa AI tunnistaa soittajan tarpeen ja ohjaa puhelun heti oikealle taholle. Esimerkiksi Verizon on kertonut hyödyntävänsä tekoälyä puhelujonojen ohjauksessa kontaktikeskuksissaan parantaakseen asiakaskokemusta ja vähentääkseen siirtojen tarvetta <sup>39</sup>. Agenttien orkestrointi ulottuu siis sekä *tekoälyagenttien keskinäiseen yhteistyöhön* että *ihmis- ja koneagenttien* joustavaan työnjakoon.

## Työntekijöiden optimointi ja prosessien automaatio

Tekoälyä hyödynnetään vuonna 2025 laajasti myös sisäisten **työntekijöiden tehostamiseen**. **Robotiikka ja tekoäly** yhdistyvät ns. *älykkäässä automaatiossa*, jossa perinteiset RPA (Robotic Process Automation) -skriptit saavat rinnalleen koneoppivia komponentteja. Tällaiset hybridiprosessit kykenevät hoitamaan poikkeustilanteita ja tekemään päättelyä tilanteissa, joissa vanhat sääntöautomaatiot eivät riittäisi. Esimerkiksi laskujen käsittelyssä AI voi lukea puolistrukturoituja laskuja OCR-tekstintunnistuksella, tulkita niiden sisällön ja käynnistää poikkeustapauksissa oikeat eskaloitimet.

Kontaktikeskuksissa työnkulkujen optimointi näkyy mm. siinä, miten tukipyyntöjä *reititetään ja priorisoidaan*. AI pystyy **luokittelemaan saapuvat viestit automaattisesti** niiden aiheen, kielen, tunteen kiireellisuuden jne. perusteella ja ohjaamaan ne oikealle tiimille tai asiakaspalvelijalle <sup>40</sup>. Lisäksi ns. *skills-based routing* -järjestelmät hyödyntävät tekoälyä yhdistääkseen asiakkaan ongelman juuri siihen asiakasneuvojaan, jolla on paras osaaminen tai sopivin vapaa hetki auttaa <sup>40</sup>. Tulokset ovat olleet vakuuttavia: erään yrityksen mukaan pelkästään AI-pohjaisen tikettien luokittelun myötä manuaalinen työ väheni niin paljon, että aikaa säästyi 220 tuntia kuukaudessa – resurssi, jonka ihmistiimi voi käyttää arvokkaampaan työhön <sup>41</sup>.

Myös **asiakaspalvelijoiden tukena** AI on korvaamaton apuri. Useat yritykset ottavat käyttöön ns. *agent assist* -toimintoja, joissa tekoäly kuuntelee asiakaspuhelua tai lukee chattia taustalla ja tarjoaa reaaliajassa neuvoille ehdotuksia vastauksiksi tai seuraaviksi toimenpiteiksi. Tekoäly voi esimerkiksi ehdottaa valmista vastausmakroa usein kysyttyyn kysymykseen tai hakea tietokannasta tarvittavan tiedon silmänräpäyksessä esille. OpenAI:n uudet malliversiot tukevat jopa toimintojen kutsumista suoraan integraatioiden kautta, eli käytännössä AI voi suorittaa pieniä rutiinitehtäviä (kuten tarkistaa tilauksen tilan järjestelmästä) lennossa, mikä nopeuttaa palvelua. Lisäksi tekoäly pystyy **tiivistämään keskusteluja**: puhelun päätteeksi AI voi generoida yhteenvedon keskeisistä asioista ja seuraavista stepistä, mikä vähentää kirjaamiseen kuluvaa aikaa ja varmistaa laadun. **Koulutuksessa** AI:sta on hyötyä uusille asiakasneuvojille – se voi toimia interaktiivisena sparraajana, joka antaa reaaliaikaista palautetta vaikkapa viestin sävystä tai ehdottaa parhaita käytäntöjä, kun harjoittelija käy läpi esimerkkitilanteita <sup>42</sup>. AI-avusteinen laadunvalvonta puolestaan tarkkailee kaikkia asiakaskohtaamisia ja tunnistaa, missä kohtaa prosessia on pullonkauloja tai mitkä kysymykset toistuvat, mikä antaa johdolle arvokasta tietoa prosessien kehittämiseen <sup>43</sup>. Kokonaisuutena **työnkulkujen optimointi AI:lla** näkyy organisaatioissa nopeampana palveluna, tasalaatuisempina vastauksina ja kustannussäästöinä, kun automaatio hoitaa työläätiä rutiinit.

## Puheassistentit ja äänen tunnistaminen

Vaikka digitaalinen asiointi on lisääntynyt, vuonna 2025 **puhekanava** on yhä kriittinen osa asiakaskokemuksesta – ja tekoäly mullistaa myös sitä. Puheentunnistuksesta (ASR, Automatic Speech Recognition) on tullut erittäin tarkkaa; tekoäly pystyy reaaliaikaisesti muuttamaan asiakkaan puheen tekstiksi ja jopa *kääntämään* sitä lennossa toiselle kielelle <sup>44</sup>. Samalla **puheassistentit** (kuten Applen Siri, Amazonin Alexa tai yritysten omat virtuaaliassistentit) ovat kypsyneet käyttökelpoisiksi palvelukanaviksi. IBM:n ennusteen mukaan ääniavusteisten ostosten ja hakujen määrä kasvaa räjähdysmäisesti lähivuosina – asiakkaat haluavat käyttää ääntä asioiden hoitoon, koska se on vaivatonta ja nopeaa <sup>45</sup>. Esimerkiksi **äänikomentoihin perustuva haku** on yleistynyt: ComScoren ennusteen mukaan jopa 50 % hauista saattaa tapahtua puheella vuonna 2025 <sup>46</sup>.

Tekoälyyn pohjautuvat puhebotit toimivat nykyään ensimmäisenä linjana monissa puhelinpalveluissa. Yli 30 % yrityksistä käyttää jo AI:ta hoitamaan puheluita, ja on raportoitu, että tämän ansiosta keskimääräistä puhelun käsittelyaikaa on saatu lyhennettyä jopa 60 % <sup>46</sup>. Tekoäly voi tervehtiä soittajaa nimeltä, kysyä tilanteesta tarkentavia kysymyksiä ja tunnistaa puheesta avainsanat ongelman selvittämiseksi. Mikäli botti ei pysty ratkaisemaan asiaa, se välittää puhelun suoraan oikealle asiantuntijalle kooten tälle valmiiksi yhteenvedon asiakkaan kanssa käydystä keskustelusta. Tämä vähentää asiakkaan tarvetta toistaa itseään ja nopeuttaa ongelman ratkaisua. **Monikielisyys** on toinen alue, jossa puhe-AI loistaa: moderni puheassistentti voi vaihtaa kieltä lennosta asiakkaan mukaan tai tarjota reaaliaikaisen käännöksen, mikä mahdollistaa entistä globaalimman ja saavutettavamman palvelun <sup>44</sup>.

Lisäksi puheentunnistus yhdistettynä sentimenttianalyysiin – kuten aiemmin mainittiin – tarjoaa uudenlaista *reaaliaikaista laatuvalvontaa*. Esimiehet voivat saada hälytyksiä, jos jokin puhelu uhkaa

eskaloitua tyytymättömyydeksi, ja toisaalta he voivat seurata, mitkä fraasit tai toimintatavat korreloivat onnistuneiden asiakaskohtaamisten kanssa <sup>47</sup>. Tekoäly auttaa **myös myynnissä**: myyntitiimit voivat analysoida soittojaan AI-avulla ja selvittää, mitkä argumentit toimivat parhaiten – AI saattaa huomata satojen puheluiden perusteella, että tietyn tuotteen kohdalla asiakkaat reagoivat paremmin hyötyjen korostamiseen ominaisuuksien sijaan, ja näin myyntipuheita voidaan hienosäätää datan pohjalta <sup>48</sup>.

Kaiken kaikkiaan puheeseen liittyvät tekoälysovellukset tuovat *inhimillisen elementin* entistä vahvemmin digi- ja automaatiomaailmaan. Nuoremmatkin asiakkaat arvostavat yhä mahdollisuutta keskustella vaikeista asioista oikean ihmisen (tai ainakin hyvin inhimillisesti käyttäytyvän AI-agentin) kanssa <sup>49</sup>. Siksi monet huippubrändit investoivat vuonna 2025 uudelleen puhekanavaan – nyt vain AI:n turboahduttamana. Tavoitteena on, että puheasiakaspalvelu olisi yhtä nopeaa ja vaivatonta kuin chat, kuitenkin menettämättä puhelun tarjoamaa empatiaa ja henkilökohtaista tuntua.

## Riskit ja haasteet käyttöönottossa

Vaikka tekoälyn mahdollisuudet asiakaskokemuksessa ovat valtavat, liittyy käyttöönottoon myös haasteita, jotka on syytä huomioida:

- **Tietosuoja ja luottamus:** AI tarvitsee runsaasti asiakasdataa oppiakseen, mikä nostaa tietosuojahuolia. Tutkimusten mukaan 66 % asiakkaista on huolissaan tietosuoja- ja tietoturva-asioista AI-pohjaisessa viestinnässä <sup>50</sup>. Yritysten onkin oltava läpinäkyviä siitä, miten asiakkaiden tietoja kerätään ja käytetään, sekä varmistettava regulaation (GDPR ym.) noudattaminen. Luottamus on helppo menettää, jos asiakas kokee personoinnin tungettelevaksi tai datan käytön epäeettiseksi.
- **Inhimillisen kosketuksen säilyttäminen:** Automatisoinnin huumassa palvelun inhimillisyyden ei saa unohtua. Täysin AI:n varassa toimivat palvelut voivat joskus tuntua kylmiltä tai kaavamaisilta – ”persoonaton tehokkuus” ei riitä tilanteissa, joissa asiakas kaipaa empatiaa. Itse asiassa vain noin puolet CX-johtajista tällä hetkellä uskoo AI:n parantavan ihmiskontaktin laatua palvelussa <sup>51</sup>. Onkin kriittistä löytää tasapaino: AI hoitaa rutiinit ja tarjoaa taustatukea, mutta ihmiset ovat valmiina astumaan kuvaan, kun tarvitaan luovuutta, tunneälyä tai joustavuutta. Gen Z -sukupolvikin – huolimatta diginatiiviudestaan – turvautuu yllättävän usein puhelimeen ja ihmisen apuun monimutkaisissa asioissa <sup>49</sup>, mikä korostaa monikanavaisen lähestymisen tarvetta. Yritysten on suunniteltava *selkeät perälautekanismit* (esim. helppo siirtyminen botilta ihmiselle), jotta asiakas ei jää jumiin automaatioon turhauttavasti.
- **Datan laatu ja integraatio:** AI on älykäs vain, jos sen lähdedata on kunnossa. **Datalaatu** on jatkuva haaste – hajanaiset, virheelliset tai siiloutuneet tietovarastot voivat johtaa huonoihin johtopäätöksiin (*”garbage in, garbage out”* -ongelma on todellinen <sup>14</sup>). Ennen AI-projektien hyötyjen realisoitumista monen organisaation onkin panostettava taustalla olevien asiakastietojen yhdistämiseen ja puhdistamiseen. Integraatio olemassa oleviin järjestelmiin voi olla monimutkaista: AI-työkalujen liittäminen vanhoihin CRM-, ERP- tai kontaktikeskusjärjestelmiin vaatii aikaa ja resursseja, ja teknisiä haasteita ilmenee väistämättä. Onneksi markkinoilla on yhä enemmän valmiita integraatoratkaisuja ja alustoja, jotka helpottavat käyttöönottoa, mutta yrityksen IT-kypsyys vaikuttaa merkittävästi projektien nopeuteen.
- **Bias ja eettisyys:** Tekoälymallit oppivat aineistosta, joka voi sisältää ennakkosenteita. Jos AI tekee automaattisesti päätöksiä (esim. kenelle myönnetään luottoa tai millainen hyvitys tyytymättömälle asiakkaalle tarjotaan), on varmistettava, ettei prosessiin rakenteellisesti pääse

syrjiviä tai epäoikeudenmukaisia piirteitä. **Mallien selitettävyys** on ajoittain heikkoa, mikä vaikeuttaa niiden auditointia – tämä on haaste erityisesti reguloiduilla aloilla. Vuonna 2025 myös lainsäätäjät kiinnittävät huomiota tekoälyn eettiseen käyttöön (EU:n AI-asetus tulossa voimaan), joten yritysten tulee panostaa AI-hallintamalleihin ja -ohjeistuksiin.

- **Organisatoriset ja kulttuuriset esteet:** Uusien AI-työkalujen käyttöönotto vaatii henkilöstön koulutusta ja asennemuutosta. Työntekijät voivat pelätä asemansa puolesta automatisoinnin edetessä – muutosjohtaminen on tärkeää, jotta AI nähdään *työkaluna* eikä uhkana. Parhaissa tapauksissa AI vapauttaa työntekijöiltä aikaa mielekkäämpiin tehtäviin, mutta tämä edellyttää roolien uudelleenmäärittelyä ja jatkuvaa oppimista. Lisäksi johdon on asetettava realistiset odotukset: AI ei korjaa huonoa prosessia maagisesti, vaan teknologian rinnalle tarvitaan selkeä strategia ja tavoitteet (kuten IBM korostaa, pelkkä teknologiahype ei riitä ilman liiketoimintalähtöistä data- ja AI-strategiaa <sup>52</sup> ).

Yhteenvedona, haasteet ovat voitettavissa ennakkoinnilla ja hyvällä suunnittelulla. Pilotoimalla pienesti, seuraamalla tuloksia tarkasti ja kuuntelemalla sekä asiakaspalautetta että henkilöstön kokemuksia, organisaatiot voivat hienosäätää AI-hankkeitaan turvallisesti kohti menestystä.

## Keskeisten trendien vertailu: hyödyt ja kypsyysaste CX-kontekstissa 2025

Alla oleva taulukko kokoaa yhteen tärkeimmät tekoälytrendit asiakaskokemuksessa vuonna 2025, vertaillen niiden hyödyntämispotentiaalia ja kypsyyttä:

Trendi	Hyödynnettävyys CX:ssä (2025)	Kypsyysaste (2025)
<b>Generatiiviset kielimallit (LLM)</b>	Tarjoavat luonnollista, 24/7 asiakaspalvelua skaalautuvasti; käytettävissä mm. chatbotteina ja sisällöntuotannossa	<b>Kypsä:</b> laajassa käytössä useilla aloilla, kehitys silti jatkuu
<b>Autonomiset tekoälyagentit</b>	Automatisoivat monivaiheisia prosesseja ja voivat toimia itsenäisesti ilman jatkuvaa ihmisen ohjausta; potentiaali erityisesti monimutkaisten tehtävien optimoinnissa	<b>Nouseva:</b> varhaisessa kokeiluvaiheessa 2025, laajempi läpimurto odotettavissa seuraavina vuosina
<b>Tekoälypohjainen analytiikka</b> (ennusteet & segmentointi)	Kaivaa suurista asiakasdatamassoista ennusteita (esim. churn) ja segmenttejä; mahdollistaa proaktiiviset toimet ja paremmat päätökset datan pohjalta	<b>Vakiintuva:</b> ML-mallit yleisessä käytössä analytiikassa, generatiiviset analyysityökalut yleistymässä
<b>Hyperpersoonallistaminen</b>	Jokaiselle asiakkaalle räätälöidyt kokemukset kaikkikanavaisesti; lisää asiakkaiden sitoutumista ja tuo todistetusti myyntiliftia	<b>Kehittynyt:</b> monilla toimialoilla sovelletaan jo, tehostuu tekoälyn ja paremman datan myötä

Trendi	Hyödynnettävyys CX:ssä (2025)	Kypsyysaste (2025)
<b>Puhe- ja tunneanalytiikka</b>	Puheentunnistus ja sentimentin tunnistus tuovat ymmärrystä asiakkaan tunnetilasta reaaliajassa; parantaa vuorovaikutuksen laatua ja mahdollistaa empatian skaalautumisen	<b>Kehittymässä:</b> puheteknologia on kypsää (ASR), tunnetekoälyn tarkkuus paranee mutta vaatii vielä kehitystä
<b>Monimodaaliset mallit</b>	Yhdistävät eri datatyypit (teksti, kuva, ääni) yhdessä AI-mallissa; mahdollistavat uusia palvelumuotoja (esim. kuvantunnistus osana asiakastukea)	<b>Varhainen:</b> ensimmäiset mallit (esim. GPT-4) julkaistu, mutta CX-käyttötapaukset vasta hahmottumassa

## Yhteenveto

Vuoden 2025 asiakaskokemuslandskapissa tekoäly on sekä **analyysin moottori** että **automaation apuri**. Parhaimmillaan AI:n hyödyntäminen CX:ssä johtaa sekä asiakkaan että yrityksen kannalta win-win-tilanteeseen: asiakas saa henkilökohtaisempaa, nopeampaa ja ennakoivampaa palvelua, kun taas yritys saavuttaa parempaa asiakastyytyvää, uskollisuutta ja operatiivista tehokkuutta. Useat edelläkävijäyritykset – Netflixin ja Amazonin kaltaisista datamestareista aina perinteisempiin toimijoihin kuten pankkeihin ja teleoperaattoreihin – osoittavat jo, miten oikein valjastettu tekoäly voi **differentoida** asiakaskokemusta kilpailijoista <sup>39</sup> <sup>53</sup>. Samalla korostuu ihmisen rooli: teknologia loistaa rutiineissa ja skaalaamisessa, mutta inhimillinen empatia ja luovuus pysyvät kilpailuedun kulmakivinä.

Tekoälytrendien hyödyntäminen vaatii siis tasapainoa ja harkintaa. On ratkaisevan tärkeää investoida **datan laatuun**, henkilöstön koulutukseen ja AI-hallintoon, jotta uudet ratkaisut integroituvat liiketoimintaan sujuvasti. Kun nämä edellytykset on hoidettu, yritys voi rohkeasti kokeilla ja ottaa käyttöön uuden sukupolven AI-innovaatioita – oli se sitten virtuaalinen asiakasneuvoja, joka osaa hoitaa kokonaisen palveluprosessin alusta loppuun, tai analytiikkamalli, joka kertoo millä toimenpiteillä pidetään seuraavaksi lähdössä oleva arvokas asiakas. **Asiakaskokemuksen tulevaisuus on älykkäämpi, henkilökohtaisempi ja pitkälti AI:n muovaama**, ja ne organisaatiot, jotka tarttuvat näihin trendeihin ajoissa, rakentavat itselleen vahvan kilpailuedun myös vuoden 2025 jälkeisessä maailmassa.

### Lähteet:

- IBM Think Blog – *Customer experience trends for 2025* (20.12.2024) <sup>54</sup> <sup>52</sup>
- Kayako – *Customer Experience Trends 2025* <sup>21</sup> <sup>22</sup> <sup>55</sup> <sup>56</sup> <sup>50</sup>
- Telarus – *From Generative to Agentic: The Evolution of AI in CX in 2025* <sup>30</sup> <sup>31</sup> <sup>32</sup>
- CX Dive – *Verizon plans AI-driven experiences as it fights customer churn* (22.4.2025) <sup>39</sup> <sup>53</sup>
- Zendesk – *13 ways AI will improve the customer experience in 2025* <sup>40</sup> <sup>4</sup>
- NiCE Ltd – *Top AI CX Trends for 2025* <sup>6</sup> <sup>16</sup> <sup>57</sup>
- SuperAGI – *Top 10 AI Trends Transforming Customer Experience in 2025* <sup>24</sup> <sup>9</sup>



1 3 4 23 40 41 42 43 13 ways AI will improve the customer experience in 2025

<https://www.zendesk.kr/blog/ai-customer-experience/>

2 9 10 24 38 Top 10 AI Trends Transforming Customer Experience in 2025: What You Need to Know - SuperAGI

<https://superagi.com/top-10-ai-trends-transforming-customer-experience-in-2025-what-you-need-to-know/>

5 6 8 15 16 17 20 46 47 48 57 Top AI CX Trends for 2025: How AI is Transforming CX | NiCE

<https://www.nice.com/info/top-ai-cx-trends-for-2025-how-artificial-intelligence-is-transforming-customer-experience>

7 11 12 13 14 21 22 25 26 27 28 29 49 50 51 55 56 Customer Experience Trends — Kayako

<https://kayako.com/blog/customer-experience-trends/>

18 19 AI for the Customer Experience: Benefits, Challenges, and 10 Examples

<https://www.invoqa.com/blog/5-innovative-companies-using-ai-to-enhance-customer-experience>

30 31 32 33 34 35 36 37 44 From Generative to Agentic: The Evolution of AI in CX in 2025 - Telarus

<https://www.telarus.com/blog/from-generative-to-agentic-the-evolution-of-ai-in-cx-in-2025/>

39 53 Verizon plans AI-driven experiences as it fights customer churn | CX Dive

<https://www.customerexperiencedive.com/news/verizon-ai-driven-experiences-customer-churn/746051/>

45 52 54 Top Customer Experience Trends for 2025 | IBM

<https://www.ibm.com/think/insights/customer-experience-trends>