

En brukervennlig og effektiv  
kontaktsenterløsning.

LÆR MER

 LeadDesk



En engasjert Eirik Norman Hansen ledet Kundeservicedagene 2021 effektivt med gjester både i studio og digitalt fra distanse.

## Brukeropplevelsen er den nye merkevaren

I går arrangerte Tekna Kundeservicedagene digitalt for første gang. 170 deltakere deltok på konferansen, der den røde tråden fra foredragsholderne var hvordan finne den rette kombinasjonen av mennesker og teknologi for å oppnå sømløse og friksjonsfrie kundemøter.

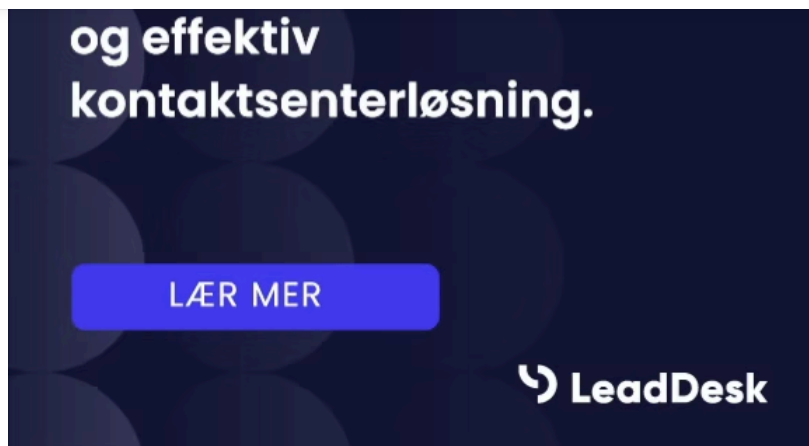
STEINAR B. CHRISTENSEN

Publisert 3. jun 21 kl. 06:00 Oppdatert 3. jun 21 kl. 06:46

Tips oss

 Del

Konferansen ble utsatt fra januar til juni i håp om å kunne samle kundeserviceledere og -medarbeidere fysisk, slik Kundeservicedagene har blitt arrangert hver gang med stor suksess. Dessverre ble det ikke mulig på grunn av korona, så konferansen ble kortet ned til én dag og gjennomført digitalt. Den teknologi interesserte konferansen, Eirik Norman Hansen, loset deltakerne effektivt gjennom et interessant og spekket program med foredrag og diskusjoner knyttet til samspillet mellom mennesker og teknologi.



Kreativ leder og partner i Opinion, Ole Petter Nyhaug, tok utgangspunkt i en fersk forbrukertrendrapport som oppsummerer med at brukeropplevelsen er den nye merkevaren. Kundene har høyere og høyere forventninger, blir kunder stadig flere steder, blir mindre lojale og stoler mest på andres kunders erfaringer og anbefalinger av en vare eller tjeneste. Kundene får med nye tekniske løsninger, som igjen gir økt grad av selvbetjening, enda mer makt, og bedriftene må vinne kundene hver gang. I denne konteksten blir kundeservice, og hvordan man mikser personlig kontakt og bruk av teknologi, helt avgjørende for brukeropplevelsen.

Selskap som iMove og Mat-Norge er gode eksempler på relativt nye selskap som med stort fokus på innsikt og forståelse om kundenes adferd, bruker teknologi på en smart måte for å løfte brukeropplevelsen. Med sine løsninger tilbyr de noe mer - og annet - enn tradisjonelle aktører gjør innen henholdsvis bil- og dagligvaremarkedet. iMove har allerede 1.000 biler i sin flåte, og er med sin forretningsmodell på vei inn på det finske og tyske markedet. Flere europeiske land står for tur. Mat-Norge har allerede passert 10 døgnåpne, ubemannede dagligvarebutikker, og CEO Hans Olav Bakås kunne røpe at flere butikker står i kø, og at de også med sin teknologi også er på vei inn i nye bransjer.



Hans Kristian Aas, medgründer og CEO i iMove, har utviklet en abonnementsløsning for bil som er tilpasset kundenes livsstil.

Kantar presenterte resultatene fra sin KSIndeks måling allerede i februar, men fikk nå mulighet til å dele interessante utviklingstrekk fra sin måling som er basert på over 20.000 tilbakemeldinger fra kunder som faktisk har vært i kontakt med kundeservice. Senior rådgiver Erlend Espedal understreket at det aller viktigste for kundene er å få sine saker løst i første kontaktpunkt, uavhengig av hvordan de velger å kontakte kundeservice, eller om de ønsker å løse saken helt på egenhånd. Han understreket at mange bedrifter har en god vei å gå både med utvikling av gode og intuitive selvbetjeningsløsninger, og å lære opp sine chatboter slik at de faktisk får oppgaver de kan hjelpe kundene med.

<https://kundeserviceav.wpengine.com/2021/06/01/du-far-den-kvaliteten-pa-chatboten-som-du-fortjener/>



Adm.dir. i Møller Bil, Sverre Helno, mottok i februar KSIndeks prisen for det selskapet som har løftet kundetilfredsheten mest gjennom koronaperioden. Han delte sine erfaringer på Kundeservedagene.

En rekke andre dyktige foredragsholdere fra Fjordkraft, Genesys, PwC, Oda, Møller, Sintef, DNB, Puzzel og NRKbeta belyste ulike sider av hvordan man jobber for å skape sømløse og friksjonsfrie kundeopplevelser. Dette også sett i lys av de utfordringer – og ikke minst muligheter, pandemien har gitt.

Eirik Norman Hansen oppsummerte konferansen med at fantastiske opplevelser lønner seg, og kundeservice har en helt sentral rolle i å levere dette – hver eneste dag. Det handler om at når kundene

- blir overrasket på en positiv måte, så blir de mer begeistret, og er villige til å bruke mer penger
- føler seg verdsatt, så kommer de igjen, preferer deg og din bedrift og er lojale
- blir takknemlig når de ser at du og din bedrift anstrenger seg litt ekstra for at de som kunde skal få sin sak, eller sitt problem, løst sømløst og uten friksjoner

Nyheter

Strategi og Ledelse

Teknologi

Trender

## På forsiden nå



# Takk for oss