

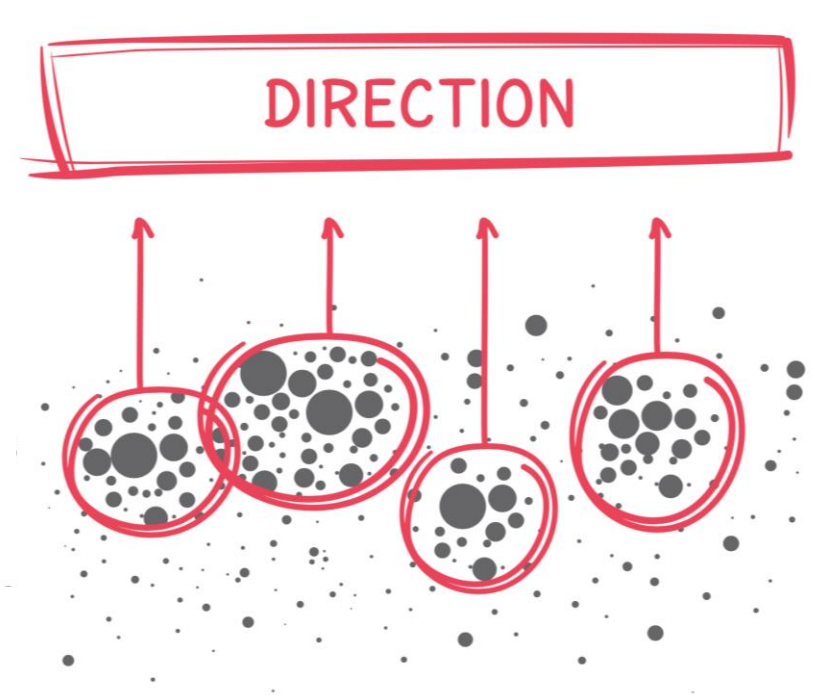
5 dominerende trends inden for kundeservice

Fremtidens kundeservice

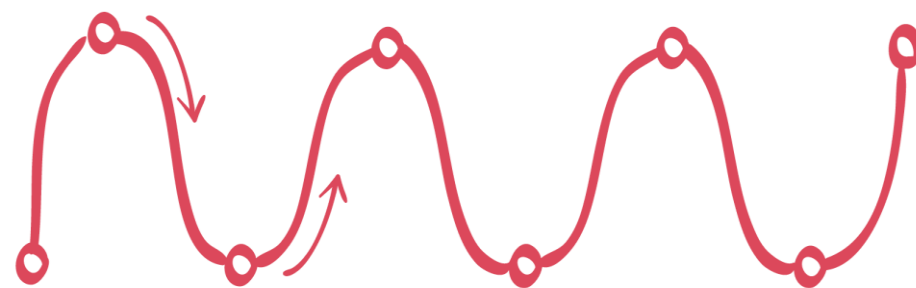
Eva Steensig
for (kunde)

Steensig  Partners

UDGANGSPUNKTET



PATTERN-BASED
FORECASTING



MODREAKTIONER



ILDKUGLER



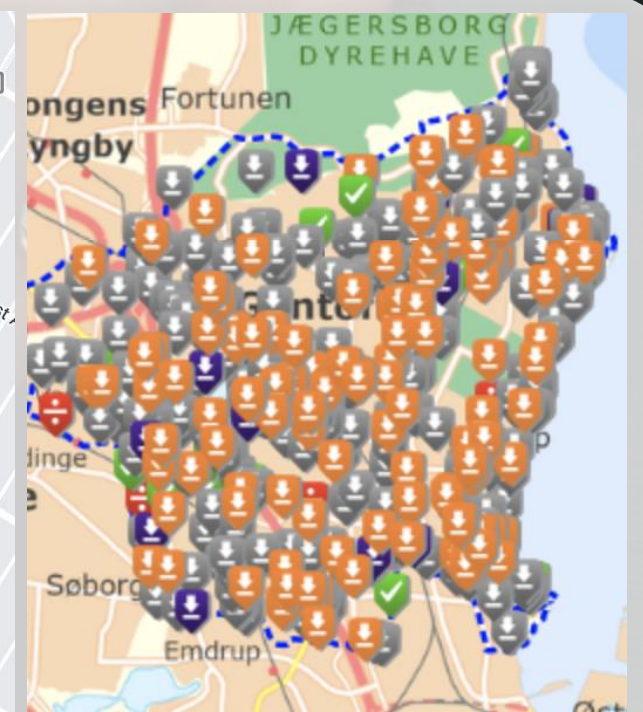
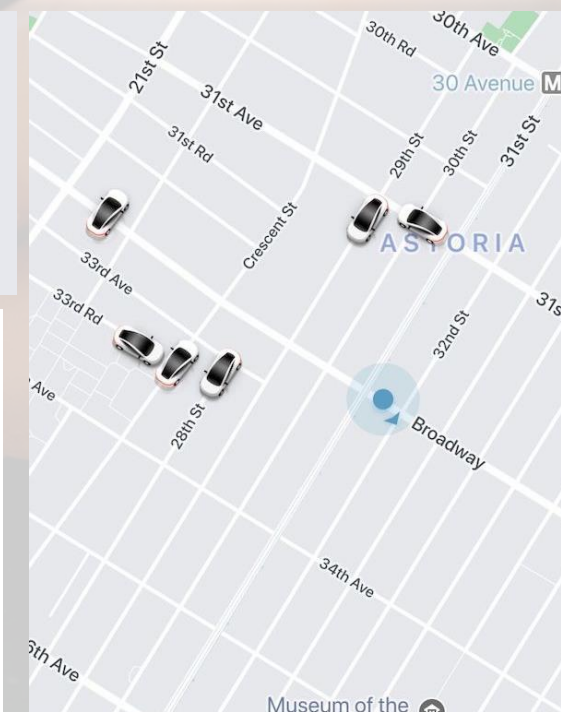
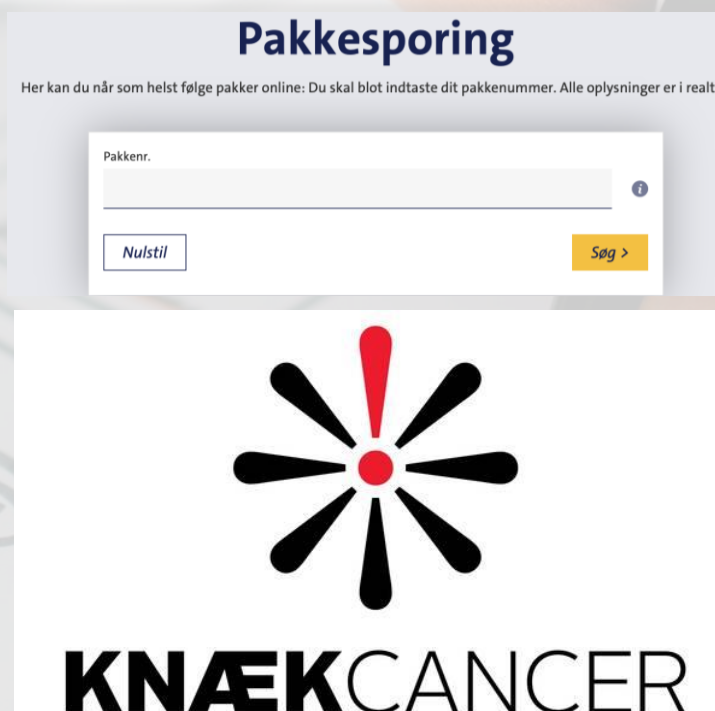
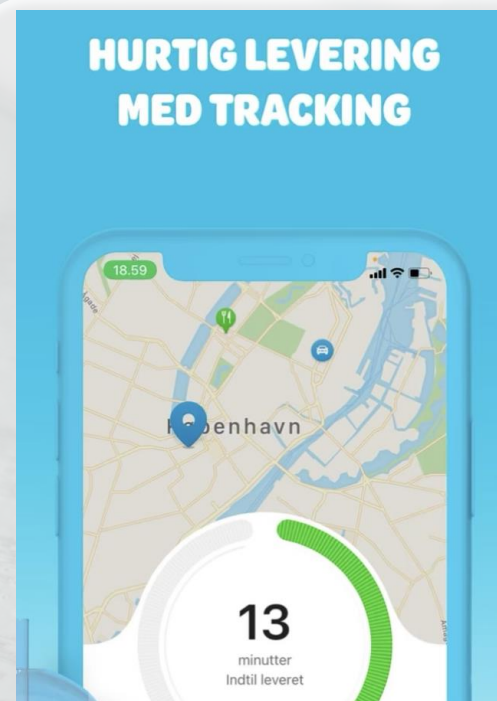
LÆRING FRA
FORTIDEN

Transpa- rens

Danskerne forventer i langt højere grad at kunne følge med i de processor, de tvungne eller frivilligt indgår i. De forventer at blive holdt ajour – når det går godt og som det skal, og i endnu højere grad, når det ikke går som det skal.

Eksempler

- Track & Trace – se hvor dine pakker er
- Da Uber var aktivt i Danmark kunne man se hvor Uber-bilerne befandt sig
- På sammenomaarhus.dk kan borgere og andre interesserede følge med i hvilke projekter, der er i gang
- Giv et Praj-løsningen, hvor borgere kan indrapportere problematikker (som et hul i en vej) viser status på de indberettede sager
- På Wolt-appen kan man se, hvor ens bud befinder sig
- Vores DN. Danmarks Naturfredningsforenings platform til udvikling af strategien for 2021-2026, hvor man kan følge med i processen, se ansigter på deltagere, deltage i diskussioner og bidrage med input
- Kræftens Bekæmpelse med dedikeret site på deres hjemmeside om hvad pengene går til
- Danskerne forventer strømlinede processor og overblik

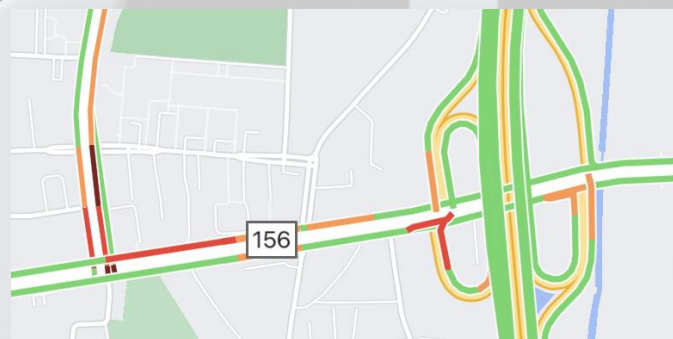


Don't waste
my time

Tiden er det vigtigste vi har, og det er danskerne i den grad opmærksomme på. Lad vær med at spille den! Danskerne forventer at kunne tage kvalificerede og objektive valg på baggrund af de informationer, de ser eller bliver givet. Informationer, som der i høj grad er efterspørgsel på, hvis man endnu ikke leverer dem.

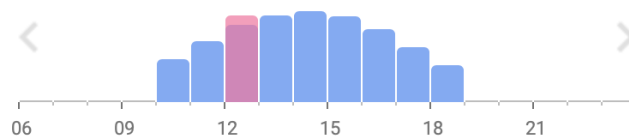
Eksempler

- Kundeservice med funktion der ringer tilbage
 - Safe Queue giver mulighed for at holde sin plads i køen digitalt frem for, at man står der fysisk
 - Kommunikation – på mail, via telefonen, Messenger, Instagram...?
 - Optimering af svartider
 - Morgenmadsrestauranter guider tidsmæssigt ift. Travlhed
 - Digital kø til Nemlig.com, Skat..
 - Fleksible løsninger med mulighed for ændringer
- Thansen med Click&Collect, overblik over hvilke butikker en vare er i, samt tid til seneste bestilling for levering i dagen efter
 - Anbefalinger til hvilket tidspunkt kundeservice bedst kontaktes, hvis man vil undgå for lang kø
 - Google Maps viser travlhed i eksempelvis butikker og guider bilister til den hurtigste rute på baggrund af live data
 - Microsoft med flere online guides samt telefonisk support
 - Kø til oplevelser, i lufthavne...



Populære tidspunkter onsdage ▾

LIVE En smule travlt



nemlig.com
DAGLIGVARER NÅR DET PASSER DIG

Vi har lige nu ekstraordinært mange besøgende.

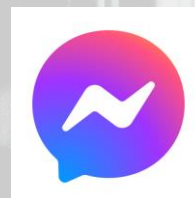
Du er nu i kø til at kunne handle på nemlig.com. Når det bliver din tur, bliver du automatisk viderestillet til hjemmesiden.

Vil du søge en af vores ledige stillinger, så finder du dem her

Hvad er dette?



Antal brugere i kø foran dig: **41**
Forventet adgang kl.: **12.27**
Here we go again re end et minut



CLICK & COLLECT

Bestil og betal online, til afhentning inden for 30 min. i en af vores butikker i hele landet. Læs mere.

Afhentning i butik

- ✓ Lagervare i 6 butikker
- ✓ Bestillingsvare i 77 butikker

Postnr.

Vælg butik ▾

[Se alle butikker](#)

LEVERET



Varen er på lager og kan leveres i morgen, ved bestilling inden kl. 18:00



Bestil inden **5 timer 1 min. 57 sek.** og få varen leveret i morgen

Få et overblik over ventetiderne på telefonen

Længst ventetid



Kl. 9.00-11.00
Kl. 16.00-17.00

Kortest ventetid



Kl. 12.00-16.00

Nogen ventetid kan forekomme



Kl. 11.00-12.00
Kl. 17.00-18.00

Microsoft 365 help & learning

How can we help you?

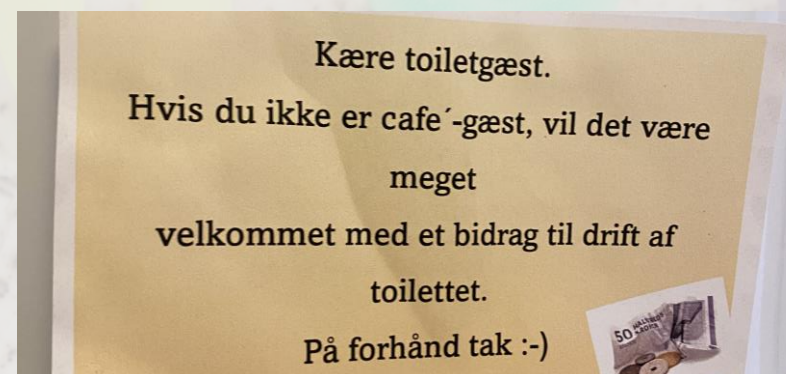


Kunde- dialog

Måden hvorpå vi kommunikerer med hinanden har ændret sig, og danskerne reagerer kraftigt på at blive talt ned til samt hvis de føler sig gjort dumme. De ønsker derimod at blive talt til i øjenhøjde i hvad end for en situation, de befinder sig i. Det stiller krav både hvad angår skriftlig-, telefonisk- og grafisk kommunikation.

Eksempler

- "Kære toiletgæst. Hvis du ikke er café-gæst, vil det være meget velkomment med et bidrag til drift af toilettet. På forhånd tak :-)" (personlig hilsen)"
- Da svenske Västtrafik lavede afstandsposer til den offentlige transport, som på en pæn måde bad folk om at holde afstand, og overtog den potentielt svære dialog mellem rejsende
- Norges vilde dyr guider positivt og sjovt til korrekt opførsel, når man besøger den norske natur
- Positive skilte med smileys, der guider til korrekt opførsel
- Hver 20. kommentar på Facebook er hadefuld
- Opslag på Facebook med dårlig oplevelse hos dyrehospital
- Kundesprog vs. fagsprog – forstå forsikringspolice...





Hvorfor
kunde hos
jer? Gå egne
veje

Det vil i fremtiden ikke være nok at "løbe med" på alt det, som *alle de andre gør*. Virksomheder skal i fremtiden udkæmpe de kampe, der er vigtige for dem, og turde bevæge sig ind i minefelter, hvor de vil blive højt elsket men også modtage tørre tæsk. Dette kræver, at virksomheder i fremtiden bliver endnu skarpere på deres profil/brand/dna og at de er modige nok til at være sig selv og gøre det, der er rigtigt for dem.

Eksempler

- OK Energi støtter lokalsporten
- Airbnb.org hjælper folk i krisesituationer med at få tag over hovedet. Lige nu vil de hjælpe op til 20.000 afghanere
- Rådet for Sikker Trafik og LB Forsikring med ny kampagne, hvor fokus er på at passe på Skolepatruljerne. Jesper Buch i hovedrollen
- Poul Stig Briller insisterer på at åbne døren for kunderne
- Uber tager afstand til racisme og opfordrer racister til ikke at gøre brug af deres tjeneste
- Patagonia: Vote the assholes out



Rolle i kundens liv

Virksomheder skal i stigende grad kende deres rolle i deres kunders liv. Og indtage den. Som virksomhed kan man enten bare levere en vare, når den efterspørges og ikke gøre noget videre. Man kan dog også vælge at forstå, hvilket rolle man reelt har, som eksempelvis frisøren, der gør det til sin mission, at være leverandør af lækkert hår, hvilket kan betyde flere forskellige leverancer etc., end "bare" at lave striber og klippe kunderne.

Eksempler

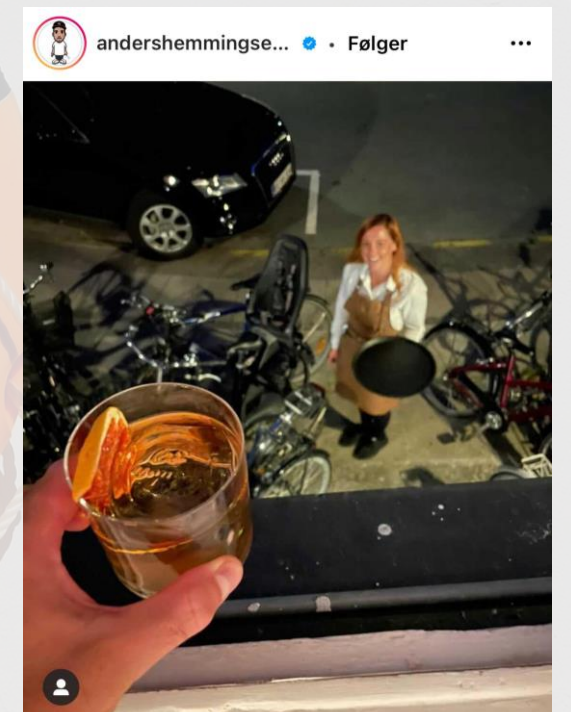
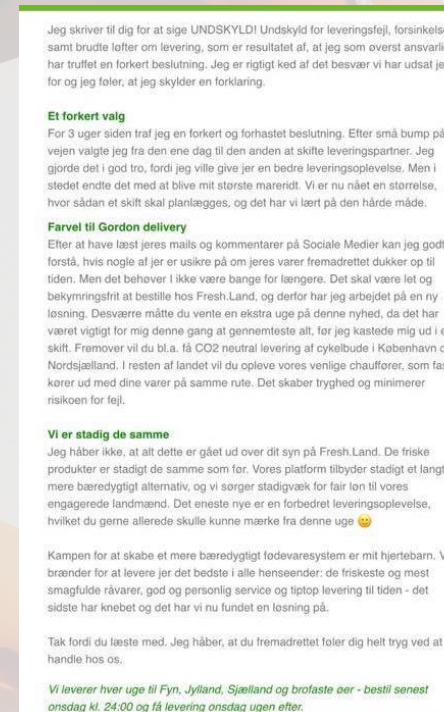
- Zenz frisør hjælper kunder med hår under nedlukning
- Meyers livestreamer samt afholder surdejs Q&A
- HK: Bliv en bedre nybegynder
- Wolt kontaktløs udbringning
- Freshland tro mod kundepagt
- Jensens Bøfhus take away
- Kundeservicekoncepter med samme leverance hver gang

- Comwell kommunikerer åbent deres nye MeetingDesigner Chef – hvem hun er personligt og hendes professionelle fokus
- Kirstens Konditori med romkuglekit
- Impuls fitness center holder kunderne i form under nedlukning
- Randers Regnskøvs undervisning til børn
- Ejeren af Salon 39 sender tjener forbi COVID19-isoleret
- Murer: Fordi varevogn holder ude på villavej fik han flere ordre



ZENZ.DK

Corona-virus: Sådan plejer du dine extensions mens din frisør er lukket



EKSPEDITION VERSUS ROLLE

EKSPEDITION

Træningscentret holder åbent efter andre er lukket ned. Kommunikation begrænser sig til et "Vi savner jer" opslag. Gør ikke noget under nedlukningen, fordi man frygter at det vil resultere i udmeldinger.

Transaktion: Kalkulation af hvad der kan betale sig

Ordre: Ingen kunder, ingen handling

Økonomi: Fokus på at medlemmer ikke melder sig ud

Udbytte: Udmeldelser og dårlig omtale

ROLLE

Træningscentret forsøger med udvidet åbningstider og reducerede hold inden nedlukning. Tilbyder medlemmer at låne udstyr ved nedlukning. Kommunikerer klart vigtigheden af at medlemmerne fastholder medlemskab. Live streamet undervisning 2-3 gange om dagen, opskrifter m.m. små udendørs hold fra 18.5.

Relation: Skaber stærk relation ved at være tilstede i medlemmernes liv og tilbyde dem løsninger på problemet

Værdi: Skaber værdi for medlemmer flere gange om dagen

Pagt: Overholder sin del af pagten om at holde medlemmerne sunde samtidig med, at man appellerer til at medlemmerne overholder deres del ved ikke at sætte medlemskab i bero

Forpligtelse/ansvar: Tager ansvaret for medlemmernes sundhed og fysiske form meget alvorligt

KONKLUSION

KONKLUSION

Forstå dine kunder og den rolle som du har hos dem. Indtag den og udlev den

Hvad kæmper din virksomhed for? Indtag den rolle, som passer til din virksomhed, og kæmp for sagen

Kommunikér hvem du er og hvad du står for. Handl på det, og afstå fra tomme ord

Spild ikke dine kunders tid. Vend hellere tilbage senere med et konkret svar, end at lade dine kunder hænge flere minutter i telefonen. Stil digitale løsninger til rådighed

Vær åben om den proces, dine kunder er blevet en del af. Sørg for, at kunderne hele tiden kan få følelsen at være ajour med hvor de er i processen