

# 3 sätt

att förbättra er kundtjänst  
genom att använda  
feedback

Motivera kunder- och medarbetares lojalitet



# Introduktion

Det här dokumentet beskriver tre sätt som kommer få ert företag och er kundtjänst att prestera ännu bättre, med fokus på strategi och feedback.

Många kundtjänstavdelningar är ofta stressiga och hektiska. Teamleaders idag förväntas balansera både budget och hålla kostnaderna nere, och samtidigt leverera en utmärkt kundupplevelse. För att göra situationen ännu mer utmanande så höjer konkurrenterna ribban och ändrar spelplanen. För de flesta företagen innebär detta att kunderna förväntar sig en mycket hög service när de kontaktar kundtjänst. Den höga kvaliteten förstärks hela tiden av att vår teknologi förbättras vilket starkt påverkar kundens beteende och förväntning.

Ett bra exempel på den här utvecklingen är att fler och fler kundinteraktioner sker i fler kanaler (omnichannel). Några av de nya kanalerna innebär AI och Chatbotar, realtidskommunikation, video och sociala medier. Exempelvis kommer [millennials](#) söka efter lösningen själv i en kundportal och aldrig kontakta kundtjänst. När det sker, hur kontrollerar du då kundupplevelsen när du inte har någon aning om att det ens finns ett problem från början eller vem som har problemet.

Exemplet ovan kan vara en av de främsta orsakerna till varför en organisation kan prestera på topp idag men krocka in i en vägg imorgon. Lyckligtvis finns det sätt att komma runt detta, övervinna utmaningarna och istället bli framgångsrika i en global omgivning som oavbrutet förändrar företagets förutsättningar.

Teknologin som ensam komponent löser inte alla problem eller per automatik genererar lojala kunder. Enligt [Forbes](#) är ledarskap inom kundtjänst en framgångsfaktor. Att ha en strategi för kundtjänst är en grundförutsättning för att lyckas hantera kundrelationer på ett sätt som gynnar både företag och kunder. En viktig framgångsfaktor är att leverera en konsekvent kundupplevelse genom hela kundens resa - från marknadsföring till efter avslutad försäljning. Kundens upplevelse skapar förväntningar på er och kommer därför påverka ert sätt att arbeta.

Om du är en chef över kundtjänst så håller du troligtvis med om att kundtjänst ofta ses som en kostnad, och en avdelning som tillför lågt värde. Situationen kan dock se annorlunda ut. När hela organisationen (C-level, HR och anställda) är engagerade

och drivna, kan en strategi för kundkommunikation skapa en konkurrenskraftig fördel när det kommer till kundvärde och företagets prestation. Detta leder till att ni troligtvis skapar hållbara relationer med både era kunder och era agenter.

Hållbara kundrelationer leder till kundlojalitet. Vi vet alla att lojala kunder köper mer, stannar längre, berättar om er för vänner och kollegor och förlåter er snabbare när saker går illa. Kundlojalitet är vad varje företag strävar efter och vad varje chef vill kunna rapportera in. I det här läget är det viktigt att inte glömma bort relationen med de anställda och särskilt inte med era kundtjänstmedarbetare. Nöjda medarbetare har ett starkt samband med en positiv kundupplevelse.

Dessutom, att prioritera medarbetarnas nöjdhet kommer hjälpa er att attrahera och behålla talanger, dela best practices, bidra med en bra servicekultur och förstärka ert varumärke som arbetsgivare.

Låt oss ta en titt på hur feedback booster er kundtjänst och skapar förutsättningar för er verksamhet att leverera en personlig service till era kunder, stärka era medarbetare och förbättra er kundtjänstprocess.

## **1: Leverera personlig service till era kunder**

Behandlas era kunder som ett ärendenummer i mängden, snarare än faktiska personer? I en kundundersökning visade det sig att 90% inte vill handla igen om de flertalet gånger upplever ett dåligt bemötande i kontakt med kundtjänst enligt [Gladly's 2018 research](#). 25% av dem skulle inte handla igen efter enbart ett dåligt bemötande av kundtjänsten.

Företag ställs inför allt tuffare odds för att vinna kunder idag. Som tur är kan ni använda feedback för att ge en ännu mer personlig service genom att lära känna era kunder bättre och hantera dem därefter.

Så vad vill egentligen era kunder ha från er och hur kan ni ge dem den bästa servicen?

I dagsläget vill kunderna inte enbart ha snabba svar på deras frågor och klagomål, de vill även ha ett personligt bemötande. De vill bli förstådda och bemötta med respekt. De förväntar sig en enkelhet och inte upprepade mail och samtal fram och tillbaka. De vill ha lösningar, rekommendationer och information om nya produkter och tjänster.

## Lär känna din kund

Använd feedback och data för att lära känna era kunder, och se till att ni har information om kunden lättillgängligt i era system när ni har kontakt med kunden. I bästa fall har även era medarbetare data på kundens nöjdhetsbedömningar från tidigare köp, interaktioner och annan kontakt med er längs hela kundens resa. Att förstå kundens problem och utmaningar skapar förutsättningar för att lyfta er kundservice och ge kunden en utmärkt kundupplevelse.

När ni ska börja använda feedback från era kunder för att lära känna dem, använd inte enbart en out-of-the-box lösning. Ställ relevanta frågor och engagera kunden för att ge kunden en bra upplevelse. Använd bakgrundsinformation för att få en personligare och effektivare kommunikationen mellan er.

I värsta fall är frågeformuläret alldeles för långt och upprepande. Själva kundnöjdhetsundersökningen blir en dålig upplevelse, vilket leder till försämrad kundrelation och kommer inte ge er några användbara insikter om hur nöjd kunden är.

## Lyssna på era kunder och agera därefter

Företag som agerar efter den feedback som tas emot presterar bättre. De minimerar krånglet och ser till att informationen når fram till rätt personer. Realtidsfeedback som når fram till rätt personer i tid kan vända en potentiell kund till en faktiskt kund innan det är försent.

Företag som agerar på den positiva feedbacken har också ett bra tillfälle för merförsäljning, och kan rekommendera nya tjänster och lösningar till kunden.

Att vara proaktiv och kommunicera feedback till alla kunder kan göra en stor skillnad, speciellt i mer kritiska situationer där många kunder upplever samma problem.

## 2: Stärk er kundtjänstpersonal

Motiverade medarbetare stannar längre på ett företag, delar best practices och gör sitt jobb enklare. Trots det är det många företag som glömmer bort att glada medarbetare leder till nöjdare kunder. [Enligt](#) Paul Selby på ServiceNow, visar ny statistik att, i kundfokuserade organisationer sker 30-45% av konverteringen tack vare kundtjänstpersonalen. [Kostnaden](#) för personalomsättning kan nå upp till \$20.000 per agent, och då är inte utbildning för nya agenter inräknat.

Att arbeta med den här typen av insikter och feedback kan användas för att styra er verksamhet i rätt riktigt. Ni kan skapa rätt förutsättningar och coacha genom att identifiera individuella behov och motivera genom att automatiskt se till att positiv feedback till rätt ställe.

## Coacha Individuellt

Vi vet alla att coacha är en nyckel till framgång. Genom att mäta kundnöjdhet kan ni ta reda på när nya medarbetare blir lönsamma, men även, hur nya kompetenser påverkar interaktionerna med era kunder.

Organisationer spenderar mycket pengar på att utveckla och träna agenter, men det innebär inte alltid att upplevelsen förbättras. Genom att jobba med feedback kan ni säkerställa att era utbildningar planeras efter era agenter beteenden och faktiska behov.

Att identifiera var det behövs mer coaching och utbildning sparar tid. Istället för att genomföra generella utbildningar för alla anställda, så är det effektivare att fokusera på de områden som behöver utvecklas, exempelvis social- eller teknisk kompetens. Feedback från era kunder kan också användas för att skräddarsy och anpassa era interna utbildningar och utbildningsmaterial.

Enligt [Harvard Business Review](#), så finns det olika typer av medarbetare inom kundtjänst. Feedback kan hjälpa er verksamhet att på ett bättre sätt förstå de olika personlighetstyperna och anpassa hur ni coachar era medarbetare på en individuell nivå. Det resulterar i att era agenter kommer utföra sina arbetsuppgifter bättre och vara mer motiverade i sin roll i verksamheten.

## Automatisera positiv feedback till medarbetarna

Ledare förstår idag vikten av positiv feedback när det kommer till utbildning, motivera medarbetare eller förstärka ett önskat beteende. Den bästa ledaren använder sig också av en automatiserad rutin för positiv feedback för att höja och stärka sina medarbetare.

Inläring sker bäst och mest effektivt om det sker i en positiv miljö. Under hektiska perioder vissa säsonger, eller när alla har fullbokade kalendrar så glöms det ofta bort att belysa och uppskatta bra utfört arbete.

När en kund får ett bra bemötande av kundtjänst så blir oftast upplevelsen väldigt positiv vilket ofta återspeglas i deras feedback. Däremot brukar inte positiv feedback nå fram till den medarbetare som bidragit till att kunden är nöjd. Att per automatik skicka den positiva feedbacken till medarbetaren säkerställer att den positiva bedömningen från kunden firas och personen som fick det att hända - din medarbetare - får uppskattning.

Positiv feedback kan också skapa en arbetskultur av gemensamt ledarskap. Gemensamt ledarskap innebär att medarbetarna tar mer ansvar, både i förbättringar i interna processer, men även i beslut som berör kunder. Det kommer stärka ditt team och leda till ökad produktivitet, förbättrad kundnöjdhet och en högre nöjdhet bland de anställda.

### **3: Fokusera på er kundtjänstprocess**

Människor, teknologi och processer sammanförs ofta när det kommer till kundtjänst. När ni fokuserar på era processer inom kundtjänst, så kan ni påverka kundupplevelsen, medarbetarens prestationsförmåga, och sättet hur ni utvecklar och förbättrar er verksamhet.

En bra kundtjänstprocess har ett strukturerat arbetssätt för att definiera återkommande kundproblem och situationer, samt dokumenterar all relevant information såsom interna instruktioner, mallar, policys och information gällande olika system som används.

Genom att använda feedback kan ni överblicka och mäta hur er kundtjänstprocess fungerar. Ni kan identifiera de faktiska grundorsakerna för återkommande problem och öka processens effektivitet, och även börja leverera First Contact Resolution - vilket är populärt inom kundtjänstorganisationer - från kundens perspektiv.

#### **Identifiera grundproblemet**

När ni använder feedback kan ni effektivt och systematiskt identifiera problem. Genom att mäta och analysera feedback så får ni en djupare, mer kvalitativ förståelse för grundorsakerna som gör att era kunder hör av sig till er support. Kombinera dessa insikter med historik och information, exempelvis kundsegment eller livscykel, från era andra system, för att uppnå en konkurrenskraftig fördel genom att utforska hur era kunder lyfter problem relaterade till hur er verksamhet presterar eller er kundstrategi.

Ni bör också överväga att dela insikterna och feedbacken med andra avdelningar inom er organisation för att skapa en större förståelse på företagsnivå för vad som ska prioriteras när det kommer till utveckling av framtida produkter eller tjänster.

## Prioritera “First Contact Resolution” (FCR)

Många företag mäter hur effektiv deras kundtjänst är genom att använda mätvärden såsom vänt- och/eller handläggartid samt First Contact Resolution (vilket innebär att ärendet blir löst med enbart ett enda svar). Ni kan få ett helt nytt perspektiv på er prestation och effektivitet när ni frågar era kunder “Löste vi ärendet vid första svaret?”. Svaret på denna frågan kommer ge er svar på om kunden faktiskt anser att ärendet är löst, eller om kunden kommer kontakta er igen i framtiden med samma problem. Problem som inte blir lösta vid första svaret kan resultera i en spillover-effekt. Det kan då leda till ökade kostnader med upp till 50% och minska kundlojaliteten med 10-30%<sup>1</sup>.

För att uppnå bästa resultat, fokusera inte enbart på effektiviteten, det kan leda till en negativ inverkan på kundupplevelsen när kunderna kontaktar er kundtjänst. Kom ihåg att mäta både effektivitet och kvalitet för att uppnå en bra balans.

---

<sup>1</sup> Strategic Customer Service: Managing the Customer Experience to Increase Positive Word of Mouth, Build Loyalty, and Maximize Profit (2019). By John Goodman (book, chapter 2)

# Se till att er kundtjänststrategi stämmer med er feedbackprocess

- Definiera tydliga strategiska mål för kundtjänst och kundupplevelsen
- Etablera ny servicekultur inom organisationen med inriktade utbildningar
- Mät strategiskt prestation inom relevanta touchpoints
- Utveckla och stärk era medarbetare, förbättra kundtjänstprocessen och använd tekniken smartare.
- Gör det möjligt att koppla samman feedback med företagsmål och medarbetare prestationer.

## Se till att er kundtjänststrategi stämmer med er feedbackprocess

Boka ett möte med oss för att lära dig hur ni kan minska personalomsättning, kundbortfall och kostsamma kundtjänstprocesser.

**Izabella Hammar**  
Zendeskansvarig  
0721-99 91 00  
[izabella@onlinepartner.se](mailto:izabella@onlinepartner.se)

