



J.D. Loera
Business Analyst
Netgain AB

Så kan du förbättra kundservicen med ServiceNow Customer Service Management (CSM)

ServiceNow är ett fantastiskt verktyg för att hjälpa en kundtjänst att ge bättre service och skapa nöjdare kunder. Här ger vi tips på stödapplikationer och åtgärder som kommer att underlätta och effektivisera arbetet för kundtjänstens medarbetare.

Om du vill veta om företagets kundbas växer utan att invänta årsredovisningen finns det ett annat sätt: Fråga kundtjänst.

Medarbetarna på en kundtjänst är av naturliga skäl de i organisationen som först förstår om verksamheten går bra eller inte – inga andra tar lika aktivt del i kundernas förfrågningar och ärenden så mycket som de.

Därför är det viktigt att ledningen för kundtjänstfunktionen planerar för och säkerställer att de applikationer som används av kundtjänsten maximeras. Lika viktigt är att de interna arbetsprocesserna är såväl dynamiska som solida i sin optimering för att möta kundernas förväntningar. Enter ärendeprioritering.

Optimal ärendeprioritering är ett resultat av väl designade kundtjänstprocesser och innebär att ärendena som har skapats och hanterats av kundtjänst och teknisk support redan från start har registrerats i ServiceNow-modulen Agent Workspace.

Mål att ta hänsyn till vid val och implementering av CSM

Det finns många mål att ta hänsyn till vid val och implementering av CSM-processer och stödapplikationer. De jag vill lyfta fram i den här artikeln är följande:

- Säkerställa att de verktyg och processer som medarbetare på kundtjänst använder stödjer dem i deras arbete med att hjälpa företagets kunder (effektiv kundtjänst som löser ärenden gör kunderna glada).

- Dra fördel av eftertänksam machine learning som automatiserar, men som samtidigt är utformad för att förstå känslomässiga aspekter hos våra kunder.

- Kraftfull prestandaanalys (om man inte vet något, blir man inte bättre).

Så hur går vi tillväga? Hur ska vi utnyttja ServiceNow CSM för att uppnå målen? Jo, som i det populära ordspråket "du kan inte förstå din kund förrän du har gått en mil i dennes skor."

Låt oss börja där. Jag kan rakt av presentera följande scenarier, baserade på min personliga erfarenhet som kund, hela vägen från avslappnad användare till missnöjd kund (jodå, vi har alla varit där!):

- Jag har ett problem/Jag vill något
- Jag har ett brådskande problem
- Jag behöver verkligen din hjälp!
- Det här är helt oacceptabelt!

Låt oss göra en enkel analys av varje exempel och planera övergripande approach, med de ovan nämnda målen i åtanke.

1. Mål att ta hänsyn till vid val och implementering av CSM

När en kund bara har ett problem är risken liten att han eller hon är särskilt stressad, och så vill vi förstås att det ska förbli. Vi vill sänka kundens stressnivåer och lösa hans eller hennes ärende så fort som möjligt.

Det är viktigt att förstå att kundtjänstteamet i ServiceNow CSM-plattformen egentligen består av två typer av agenter/medarbetare:

1. Virtuella medarbetare/chatbotar (Virtual Agent)
2. Verkliga medarbetare

Genom att designa effektiva och intelligenta chatbot-funktioner kan vi ta det första steget mot optimal ärendeprioritering. Att införa automatisering säkerställer att de virtuella medarbetarna hanterar och löser de standardärenden som inte borde stjäla tid från de verkliga medarbetarna.

För att stödja kunderna i detta första scenario skulle vi kunna erbjuda dem självbetjäningstjänster av högsta kvalitet och effektiva virtuella interaktioner med hjälp av:

- Väldesignade tjänstekataloger.
- Kunskapsbaserade artiklar av hög kvalitet, med uppdaterad information (längd är inte alltid samma sak som kvalitet!).
- Chatbotfunktion med intelligenta interaktionsscenarioer, skapade av ServiceNow Virtual Agent Designer (Natural Language Understanding, NLU, utterances, intents och entities).
- Dessutom är det möjligt att designa konversationsflöden baserade på beslutsvillkor så att ServiceNow-plattformen kan rekommendera länkar till kunskapsartiklar där kunderna får svar på sina frågor.

Genomförandet av några av ovanstående punkter kommer att hjälpa dig att förbättra Customer Satisfaction Score (CSAT) och höja mätvärdena för virtuella First Call Resolution (FCR).

2. Jag har ett brådskande problem/Jag behöver verkligen din hjälp!!

I det här scenariot är vår kund förmodligen mer stressad och kontakter oss per telefon eller livechatt istället för via e-post eller chatbot.

Som jag redan nämnt innebär stöd till medarbetarna på kundtjänst att vi behöver förse dem med de bästa verktygen som dels hjälper dem att hantera kundernas tekniska frågor, dels att hålla nere sin egen stressnivå under tiden.

I det här scenariot är våra kunder förmodligen lite mer stressade, chansen att de kommer att använda en chatbot och e-post minskar, eftersom de kan välja onlinechatt eller telefonsamtal. En stressad medarbetare med ineffektiva verktyg slösar bort viktig energi som bättre kan användas för att hitta kreativa lösningar.

För att hjälpa agenterna att bli mer effektiva finns det några åtgärder som vi kan titta lite närmare på:

- Säkerställa att vi använder ServiceNow Rapid Response-mallarna i chatt och e-post. Med denna funktion kan agenterna snabbt leta upp och använda relevanta svars-mallar för liknande förfrågningar, en lösning som sparar tid som istället kan användas för analytiskt tänkande.

- Skapa bästa möjliga förutsättningar för en framgångsrik ärendehantering genom att använda funktionerna i ServiceNow Advanced Work Assignment. Medarbetarna tilldelas då ärenden utifrån kapacitet, kompetens och tillgänglighet. Allt eftersom medarbetarna lär sig mer om tjänster och applikationer de stödjer, kan tilldelningskriterierna i systemprofilerna ändras så att de får arbeta med kundärenden som motsvarar deras kompetensnivå.

- Korta ned tiden som en medarbetare måste lägga på att hitta ärendestödande data från tredjepartsapplikationer. Med New York-releasen kan vi nu aktivera integrations-plugins från tredje part och implementera integrationer till andra system. Härigenom kan medarbetarna få tillgång till relevant data för ärendehantering i skrivskyddat läge i Agent Workspace i CSM.

Dessa åtgärder kommer att stödja CSM-teamet genom att minska Mean Time to Resolve (MTTR) och öka vår CSAT liksom medarbetarnas engagemang, effektivitet och nöjdhet.

3. Det här är helt oacceptabelt!

Helst bör vi förstås inte vänja oss vid den här typen av kommentarer från våra kunder. Tvärtom, de indikerar att vi måste skärpa oss.

Här några exempel på åtgärder och applikationsfunktioner att överväga i denna situation:

- Använda prediktiv intelligens för fallkategorisering, ärendeprioritering och tilldelning av ärenden för att minska manuella prioriteringar och frigöra tid för lösningsorienterade aktiviteter.

- Maximera machine learning som kan identifiera liknande fall under en definierad tidsperiod, ge kundtjänst rekommendationer att skapa en "Major incident" och därigenom förhindra ytterligare negativ påverkan på kundernas verksamhet. Kundtjänst kan granska rekommendationerna och kontakta handledare eller chefer för att stämma av vilka åtgärder som är bäst.

- Få en överblick i CSM-dashboard, tillgänglig med New York-releasen. Ett fantastiskt verktyg där du kan vrida och vända på all data och ytterligare fördjupa din kunskap inom olika utvecklingsområden. På menyn står en lång rad indikatorer i form av grafer och tabeller: CSAT, FCR, MTTR, öppet fall med brutna Service Level Agreement (SLA) samt agenteffektivitet, för att nämna några exempel.

- Skapa en mentors- och coachningsplan för medarbetarna med hjälp av funktionen Conversation Monitoring. Med Orlando-releasen kan handledare övervaka konversationerna i chattfunktionen och ge feedback till kundtjänstpersonalen.

De scenarier som jag beskrivit här gör förstås inte full rättvisa åt den enorma mängd ärenden och utmaningar som kundtjänstens medarbetare möter i sitt dagliga arbete med att stödja organisationens kunder.

Men, Rom byggdes inte på en dag. Genom att förutse kundernas behov och bestämma vilka interna kompetenser och applikationer som vi kan utveckla, kommer kundtjänsten helt säkert att vara bättre positionerad och rustad för att fortsätta ge våra kunder en bättre upplevelse.

Skrivet av: J.D. Loera, Business Analyst på Netgain

Kontakt: jd.loera@netgain.se