



# Omnikanal i praktiken:

6 sätt att uppnå snabb  
avkastning på ditt molnbaserade  
kontaktcenter

# Innehåll:

1. Omnikanal och fördelar
2. Varför fastnar satsningarna i planeringsstadiet?
3. 6 tips för att övertyga interna stakeholders



# Omnikanal?

Undrar du också vad som hände med "omnikanal"? Ordet har varit ett buzzword inom kundservice i många år.

Omnikanal har flera fördelar:

- Kunderna får en sömlös upplevelse oavsett vilken kanal de kontaktar er genom.
- Medarbetare inom support och försäljning kan arbeta mer effektivt eftersom de alltid har tillgång till hela bilden.
- Med utvecklingen av digitala verktyg och AI under de senaste åren har de tekniska förutsättningarna blivit bättre än någonsin, vilket kan bero på omnikanallösningar.

Trots detta har förvånansvärt få företag implementerat en omnikanalstrategi fullt ut. Istället sitter kundserviceagenter och säljare ofta fast i separata silos, utan möjlighet att följa en kundresa som har gått genom både telefon och sociala medier. Varför händer detta?

# Varför fastnar satsningarna i planeringsstadiet?

Ett typiskt scenario är att investeringar i verktyg som möjliggör en omnikanalstrategi – såsom [molnbaserade kontaktcenter](#) – hindras av resursbrist och barriärer mellan olika avdelningar. Frågan är nämligen betydligt större än kundtjänst. Även andra delar av organisationen: kundtjänst, IT, försäljning, HR och inte minst ledningsgruppen, behöver övertygas om värdet av förändring.

De olika teamen måste dessutom vara beredda att avsätta tid och interna resurser för att implementera en ny lösning. Framför allt IT riskerar att bli en flaskhals. Detta eftersom de tenderar att ha en lång backlog av önskemål från organisationen, och ett fåtal nyckelpersoner som förväntas lösa allt.

Känner du igen de här utmaningarna och vill hitta sätt att komma ur dödläget?

# 6 tips för att övertyga interna stakeholders att satsa på en omnikanallösning

Beroende på vilken roll du själv har i organisationen, och vilka du vill övertyga, behöver du använda olika argument för att få viktiga beslutsfattare med på tåget. Dessa sex tips hjälper dig att visa hur ett kontaktcenter för omnikanal betalar sig (och mer därtill), och bemöta de vanligaste invändningarna mot en investering.

## 1. Gemensam kö för alla ärenden, oavsett kanal

Med en omnikanallösning kan ni samla alla supportärenden i en gemensam kö, oavsett vilken kanal kunden använder i den initiala kontakten. Det ger en snabbare och mer precis hantering, eftersom kundkontakter från olika kanaler centraliseras och kan fördelas effektivt efter ärendets natur och handläggarnas expertis. Den gemensamma kön ger dessutom en mer sammanhängande kundupplevelse, eftersom kunderna inte behöver upprepa sina ärenden vid kontakt via olika kanaler.

### Visste du att..

*Sammantaget kan en omnikanallösning leda till att ärendehanteringen effektiviseras med upp till 20 %.*

## 2. Integration med stödsystem för en samlad bild

En stor tidstjuv för dina kundtjänsttagenter är att de måste växla mellan olika fönster och applikationer för att läsa in sig på ärenden och hitta information. Det de inte hittar behöver de fråga kunden om, vilket tar ännu längre tid (och försämrar kundupplevelsen). Smarta integrationer med olika stödsystem hjälper dina medarbetare att få en helhetsbild i samma vy, vilket sparar i genomsnitt 10 sekunder per ärende. Den tidsbesparingen motsvarar en heltidstjänst om du har 500 kundtjänstärenden per dag.

## 3. Ökade möjligheter till självbetjäning

Ett telefonsamtal på fem minuter kostar omkring 50 kronor, medan ett självbetjänat ärende bara kostar runt 2 kronor. Du kan alltså spara stora summor på att slussa över enklare frågor till självbetjäning genom talsvar, FAQ-sidor eller en AI-baserad chatbot. För en kundtjänst med 500 ärenden per dag, och där 20% av ärendena kan självbetjänas, ger det en kostnadsbesparing på cirka 2 miljoner kronor om året.

## **4. Kortare telefonköer = minskad risk för kundtapp**

Hur tar ni bäst vara på värdet av alla dessa effektiviseringar? Svaret blir troligtvis olika beroende på vem du frågar.

Det kan vara frestande att gå ner i bemanning om ni ser att ni ändå kan upprätthålla samma servicenivå som tidigare. Men tänk på att få saker skapar större irritation hos kunderna än långa telefonköer till kundtjänst. Och varje irritationsmoment ökar risken för kundtapp. Att kapa några minuters väntetid (så att ni exempelvis lyckas besvara 75% av samtalen inom tre istället för fem minuter) ger stora vinster i form av nöjdare – och därmed lojalare – kunder.

## **5. Ökad merförsäljning genom skräddarsydda erbjudanden**

När du tar bort barriärerna mellan kundtjänst och försäljning, och dessutom skapar förutsättningar för att samla kunddata från olika källor i ett och samma system, kan du ta fram betydligt mer skräddarsydda erbjudanden. Därmed ökar du chanserna till merförsäljning mot er befintliga kundbas, vilket är mer kostnadseffektivt än att värva nya kunder.



## 6. Snabb och smidig implementering med rätt partner

Nu har du sett hur din organisation kan spara tid och öka intäkterna med en omnikanallösning. Men hur undviker du att implementeringen hamnar längst ner i IT-avdelningens backlog? Och om du jobbar med IT: hur undviker du att det blir ett mastodontprojekt med tanke på er komplexa systemflora?

Det går att lösa med en flexibel och effektiv implementeringsprocess för en molnbaserad kontaktcenterlösning. Många organisationer använder lösningar som Genesys Cloud, vilket snabbt introducerar nya funktioner utan att belasta IT.

En smidig implementering gör att ni kan komma igång på så lite som en månad. Ni får testa lösningen i er egen miljö och se hur den kan anpassas efter era behov innan ni beslutar om fortsättning. På så sätt minskar ni risken att lösningen inte passar ert systemlandskap, samtidigt som ni ser värdet i praktiken.



## Om GlobalConnect

Vi på GlobalConnect är den ledande leverantören av fiberbaserad datakommunikation och datacenter i norra Europa. Med 155 000 kilometer egen fiber i marken kopplar vi upp och ihop Sverige och våra 30 000 företagskunder med resten av världen. Det kan handla om att koppla ihop butiker som ingår i en kedja, att förse små och medelstora företag med säker uppkoppling till att bygga datacenter åt några av världens största och mest krävande kunder. Vi sysslar även med nätverk, kommunikation och infrastruktur. Kort sagt gör vi det mesta inom uppkoppling.

Läs gärna om våra tjänster på vår [hemsida](#).

