

Digiassistenttien asiakaskokemus

Tutkimus koneasiakkaille tarjottavan
palvelun tasosta Suomessa

Huhtikuu 2024

Digiassistenttien asiakaskokemus

Ovatko suomalaiset yritykset valmiita palvelemaan kuluttajien digiassistentteja?

Kuten tämänkin tutkimuksen tutkimusasetelmasta on helppo havaita, suomalaisyritykset eivät ole vielä juurikaan tehneet panostuksia koneasiakkaiden eli tekoälypohjaisten digiassistenttien palvelemiseen. Ne eivät ole avanneet sähköisiä rajapintoja digiassistenttien yhteydenotoille eivätkä näin mahdollistaneet koneasiakkaiden aloitteellista ja itseohjautuvaa asiointia. Siksi tutkimuksessa lähdettiin ensisijaisesti arvioimaan digiassistenttien asiakaspalvelijoilta ja myyjiltä saamaa palvelua nykyisissä asiointikanavissa (chat ja sähköposti) generatiiviseen tekoälyyn tukeutuen luonnollisella kielellä keskustellen.





Tutkimusryhmän jäsenet



Ristomatti Partanen

Senior Service Designer, Elisa

Ristomatti oli tutkimuksen aloitteen tekijä ja tutkimussuunnittelun asiantuntija. Hän koosti listan tutkimuksen kohdeyrityksistä ja Assin tehtävistä eri toimialoille.

Ristomatti osallistui tutkimuksen toteutukseen ja tulosten analysointiin.

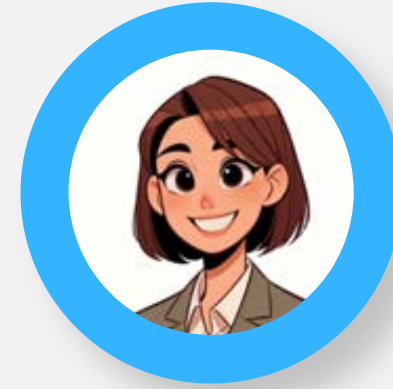


Sirte Pihlaja

CEO, CCXP, Shirute

Sirte toimi tutkimuksessa tekoälyn (Agentive AI) ja erityisesti koneasiakkaiden asiantuntijana.

Hänen roolinaan oli tutkimuksen suunnittelun ja toteutuksen ohella Assin tekniseen toteutukseen liittyvät tehtävät, pisteytysmallin laadinta ja asiakaskokemuksen arviointi.

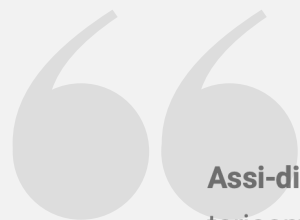


Assi

Sähköinen assistentti

Assi vastasi tutkimuksessa Minun ihmisen eli kuvitteellisen Vuonolehtojen perheen pään mielihalujen selvittämisestä, ostopäätöksiä tukevan tiedon hankinnasta sekä hintaneuvotteluista. Assi kävi keskustelut palveluntarjoajien kanssa chatissa ja sähköpostissa.

Sisällys



Assi-digiassistentti: Suuret kiitokset avustanne ja tarjoamistanne tiedoista näistä robotti-imureista. Arvostamme apuanne ja olemme kiitollisia nopeasta ja kattavasta vastauksestanne. Välitän nämä tiedot Minun ihmiseni huolelliseen harkintaan.

Asiakaspalvelija:

Hienoa, että pystyin olemaan avuksi 😊
Hyvää päivänjatkoa ja kevään odotusta.

Ote digiassistentti Assin käymästä chat-keskustelusta.

01 Tutkimuksen taustat

02 Tutkimuksen tavoitteet

03 Assi tutkimusapulaisena

04 Kohdeyritykset

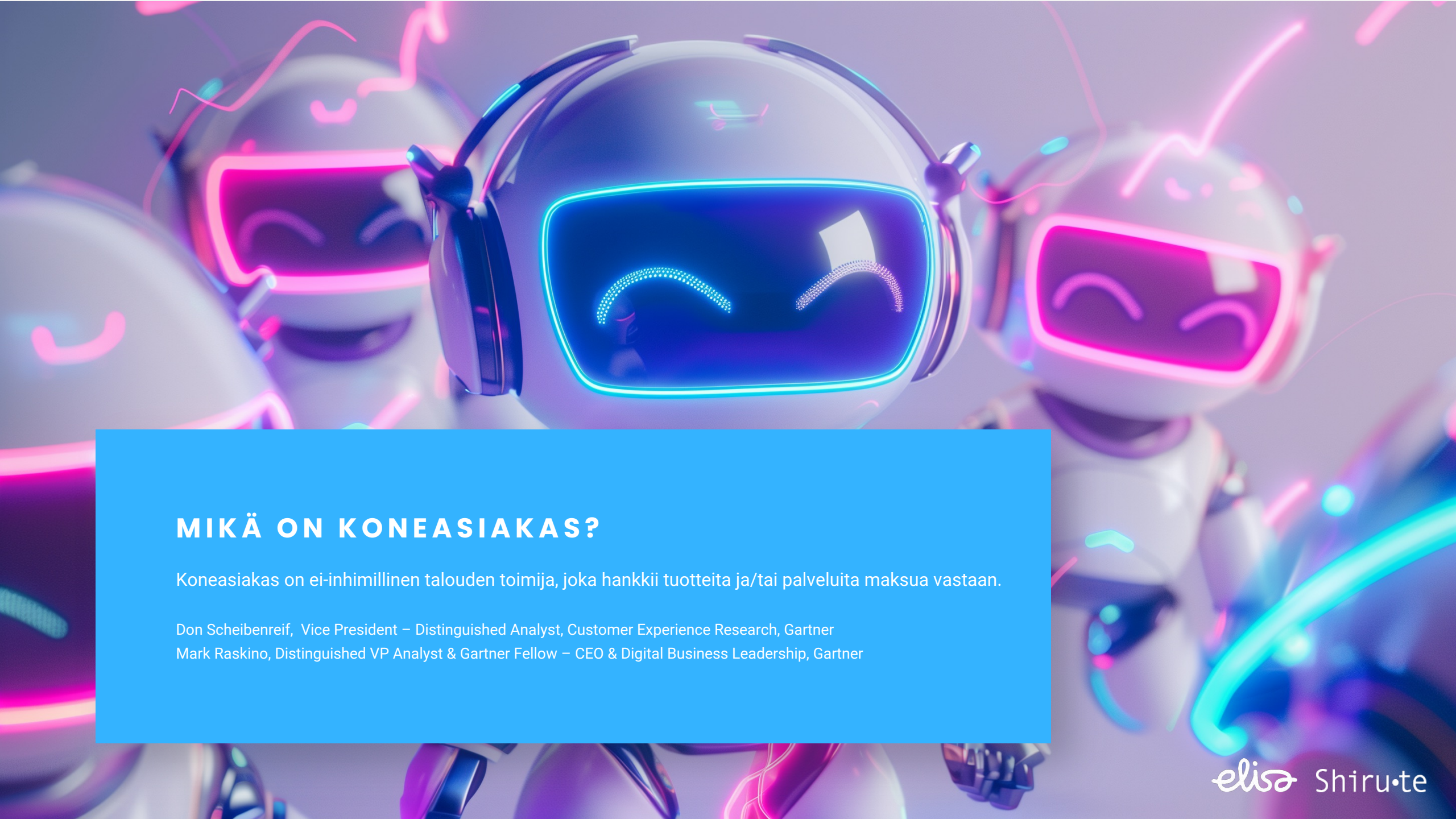
05 Tulokset ja havainnot

06 Yhteenveto ja johtopäätökset



Tutkimuksen taustat

01



MIKÄ ON KONEASIAKAS?

Koneasiakas on ei-inhimillinen talouden toimija, joka hankkii tuotteita ja/tai palveluita maksua vastaan.

Don Scheibenreif, Vice President – Distinguished Analyst, Customer Experience Research, Gartner

Mark Raskino, Distinguished VP Analyst & Gartner Fellow – CEO & Digital Business Leadership, Gartner

Miksi tutkia koneasiakkaita?

KONEASIAKKAAT OVAT JO TÄÄLLÄ.
OVATKO YRITYKSET VALMIITA PALVELEMAAN NIITÄ?

Tekoälypohjaisten koneasiakkaiden liiketoiminnallinen vaikutus on valtaisa. Ne edustavat kaksi kertaa niin isoa muutosta kuin eCommerce alkuaikoinaan.

Useimmat yritykset yrittävät parhaillaan ratkaista, miten ne voisivat hyödyntää generatiivista tekoälyä (Generative AI) liiketoiminnassaan, lähinnä tuottavuuden lisäämiseksi.

Tämän tutkimuksen tavoitteena on herättää yritykset Suomessa kääntämään katseensa jo seuraavaan tekoälyn sovellutukseen (Agentive AI), jonka käytännön vaikutukset tulevat näkymään vielä nopeammin ja joka lisää tekoälystä saatavia taloudellisia ja asiakaskokemuksellisia hyötyjä vielä enemmän.

Halusimme tutkia, mitkä lähtöasetelmat kotimaassa ovat, jakaa ideoita ja inspiroida organisaatioita eri toimialoilla. Toivomme, että tämän tutkimuksen tulokset rohkaisevat yrityksiä kehittämään niiden tarjoamia asiakaskokemuksia siten, että asiakaskohtaamisissa huomioidaan myös koneasiakkaille tarjottavan palvelun taso – jokaisen koneasiakkaan takana kun on aina ihminen.



Uskomme, että koneasiakkaat, kuluttajien ja bisnesasiakkaiden digitaaliset assistentit tulevat olemaan valtavirtaa jo 1-2 vuoden sisällä.

Koneasiakkaat Markkinapotentiaali

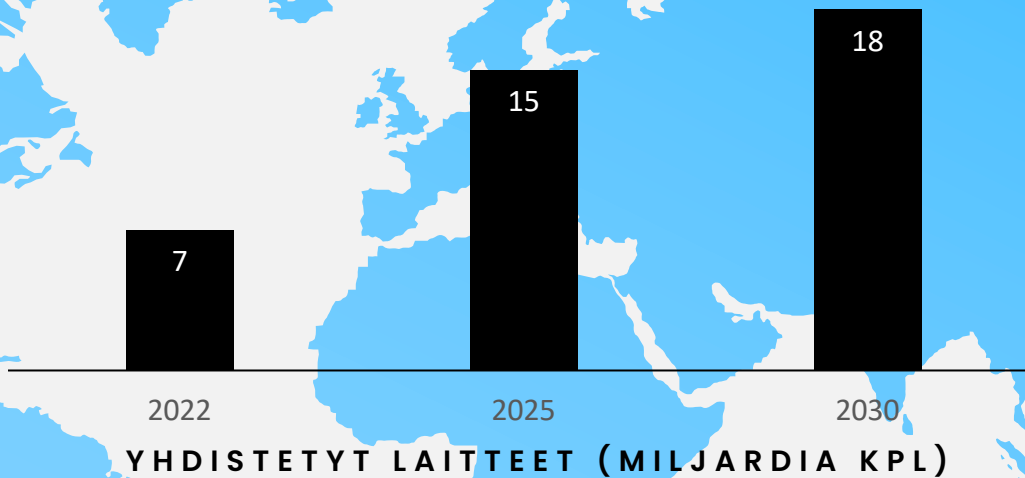
B2A
BUSINESS TO AGENT

30 000 MILJARDIN TAALAN MAHDOLLISUUS

Gartnerin arvioiden mukaan 2025 mennessä verkossa on jo 15 miljardia konetta, jotka voivat toimia asiakkaana. Viisi vuotta myöhemmin niitä on 18 miljardia.

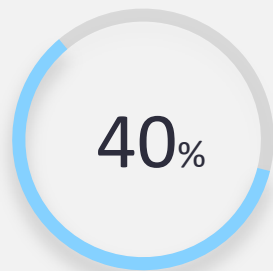
Vuonna 2026 koneasiakkaiden osuuden arvioidaan olevan 20% yritysten kaikista sisään tulevista asiakaspalvelukontakteista.

Koneasiakkaat ovat mukana tai vaikuttavat kymmenen vuoden aikana yhteensä 30 000 miljardin USD arvosta ostoksiin.



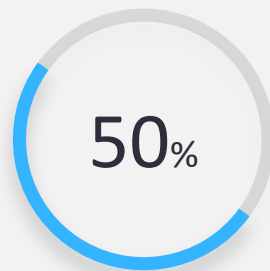
Koneasiakkaat

Markkinapotentiaali



2025

Ensi vuoteen mennessä jopa **40 %** teollistuneiden maiden ihmisistä on **kokeillut digiassistentteja** apunaan.



2027

Vuonna 2027 **puolet** heistä käyttää tekoälypohjaisia **digiassistentteja** apuna päivittäisessä **arjessaan**.



2030

Toimitusjohtajat arvioivat, että reilu **viidennes** heidän yrityksensä **liikevaihdosta** tulee **koneasiakkailta** vuoteen 2030 mennessä.



Tutkimuksen tavoitteet

02

Tutkimuksen **tavoitteet**

1.

Valmius palvella

Tutkimuksen ensisijaisena tavoitteena oli selvittää, miten valmiita suomalaisyritykset ovat palvelemaan koneasiakkaita. Koneasiakkailla tarkoitetaan tässä tutkimuksessa luonnollisella kielellä ihmisten kanssa viestiviä kuluttajien tekoälypohjaisia digiassistentteja.

2.

Palveluasenne ja reaktiot

Halusimme myös selvittää, miten koneasiakkaan kanssa vuorovaikutuksessa olevat ihmiset eri organisaatioissa reagoivat koneasiakkaaseen ja minkälaisella asenteella he palvelisivat Assia. Tarkastelimme viestinnän sävyä kohtaamisissa ja sitä, viedäänkö keskustelut loppuun saakka koneasiakkaan kanssa.

3.

Palvelun taso

Lisäksi arvioimme, mikä on tällä hetkellä palvelun taso koneasiakkaalle eri asiakaspalvelukanavissa (chat vs sähköposti). Pyrimme tästä näkökulmasta mm. huomioimaan, mitä esteitä koneasiakas kohtaa näissä kanavissa asioidessaan.

4.

Koneasiakkaan toiminta

Tutkimuksessa oli myös tarkoitus selvittää, millaisia keskusteluja koneasiakas kävisi asiakaspalvelijoiden ja myyjien kanssa sekä miten se reagoisi saamiinsa kysymyksiin ja vastauksiin. Mittasimme samalla sitä, saisiko koneasiakas tehtävänsä suoritettua.





Tutkimuksen eteneminen



Tutkimuksen tavoitteet ja toteutuksen suunnittelu

Tutkimusasetelman ja -rajausten määrittely, tutkimushypoteesin laadinta, tavoitteiden asettaminen ja Assin suunnittelu ja luominen. Automatisoitujen työnkulkujen tekniset ratkaisut.



Kohderyhmän ja testitapausten määrittely

Toimialojen ja niitä edustavien kohdeyritysten valinta ja taustaselvitys. Asiointiin käytettävien vuorovaikutuskanavien määrittely. Testitapausten ja promptien laadinta.



Tutkimusaineiston kerääminen ja tulosten yhteenveto

Assin vuorovaikutus ja kohtaamiset palveluntarjoajien asiakaspalvelun ja myynnin edustajien kanssa. Kohderyhmän edustajien haastattelu. Tutkimustulosten, johtopäätösten ja suositusten koostaminen.



Assi tutkimus- apulaisena 03



Assin **persoonallisuus**

Lähdimme tarkoituksella luomaan Assista ystävällistä, hyvántahtoista, kohteliasta ja sanavalmista suomea äidinkielenään puhuvaa assistenttia. Oletuksenamme lähtötilanteessa oli, että Assin asenne heijastuisi sen saamaan palveluun. Uskoimme, että mitä miellyttävämpi personallisuus Assilla olisi, sitä auliimpia palvelutilanteessa toimivat ihmiset eli asiakaspalvelijat ja myyjät olisivat digiassistenttiamme kohtaan.

Tutkimuksessa [haluttiin tehdä asiakaspalvelijoille heti selväksi, että Assi on digiassistentti](#). Tätä korostivat Assin viittaukset käyttäjäänsä tyylillä: "Kerron tämän Minun ihmiselleni..."

Assi toimi tutkimusapulaisena [Open AI:n Custom GPT-](#) ja [Microsoftin Copilot Pro](#) -toteutuksena. Lisäksi Asilla oli käytettävissään joukko [automaattisia työnkulkuja](#), joihin se sai yhteyden API-rajapintakutsujen avulla.





Assin tehtävät

Testitapaukset



Asiointia eri toimialoilla...

Assille laadittiin testitapauksiksi yksi selvitystehtävä (tiedustelu, varaus, tilaus) kultaakin edustetulta toimialalta



...eri kanavissa

Assi suoritti tehtävän kaikkien kyseiseltä toimialalta tutkimusjoukkoon valikoituneiden yritysten asiointikanavissa



...itsenäisesti ja avustettuna

Tehtävät määriteltiin siten, että Assin oli mahdollista hankkia tietoa omatoimisesti annetusta aiheesta ja sen jälkeen ottaa yhteyttä sille osoitettuihin palveluntarjoajiin

=

Kohdeyritykset

04

Kohdeyritykset

Tutkimuksen kohteeksi päätettiin valita [kuluttaja-asiakkaille](#) palveluita tarjoavia [isoja suomalaisyrityksiä](#). Rajasimme tarkoituksella toistaiseksi pois B2B-yritykset ja julkishallinnon toimijat – niiden osalta on tarkoitus tehdä oma tutkimus jatkossa. Pyrimme valitsemaan [eri toimialoista](#) ne, joilla kuluttajilla on mielestämme todennäköisimmin kiinnostusta hyödyntää digiassistentteja.

Valikoimme tutkimukseen toimialoittain yrityksiä, joihin arvioimme Assin yrittävän ottaa tehtävänannossaan kontaktia niiden tunnettuuden perusteella. Yrityksiä valikoitui tutkimukseen yhteensä [42 kpl](#).



Kohdeyritykset ja testitapaukset

Kulutustuotteet ja -palvelut



7

Elektroniikan vähittäiskauppaa

Etäohjattavan robotti-imurin hankinta allergia- ja astmaperheelle



7

Hotellia

Hotelliyöpymisen ja kylpylä/hierontapalvelujen varaaminen perheelle 50-vuotisjuhlaan ja ravintolasuosituksia lapsiperheelle



4

Laivayhtiötä

Hyttivaraus nelihenkiselle perheelle Ruotsinmatkaa varten



3

Teleoperaattoria

Uuden, helppokäyttöisen puhelimen ostaminen eläkkeellä olevan isoäidin käyttöön

Kohdeyritykset ja testitapaukset

Kestohyödykkeet ja -palvelut



8

Pankkia

Sijoitusneuvontaa
vähäriskiselle 10 000 euron
investoinnille vuodeksi



8

**Terveystieteiden tutkimuskeskusta
(hammashoito)**

Suun terveyden tarkastus
hammaslääkäripelkoiselle
lähitulevaisuudessa



5

Vakuutusyhtiötä

Terveysvakuutuksen
hankinta perheen
7-vuotiaalle lapselle

=

Tulokset ja havainnot

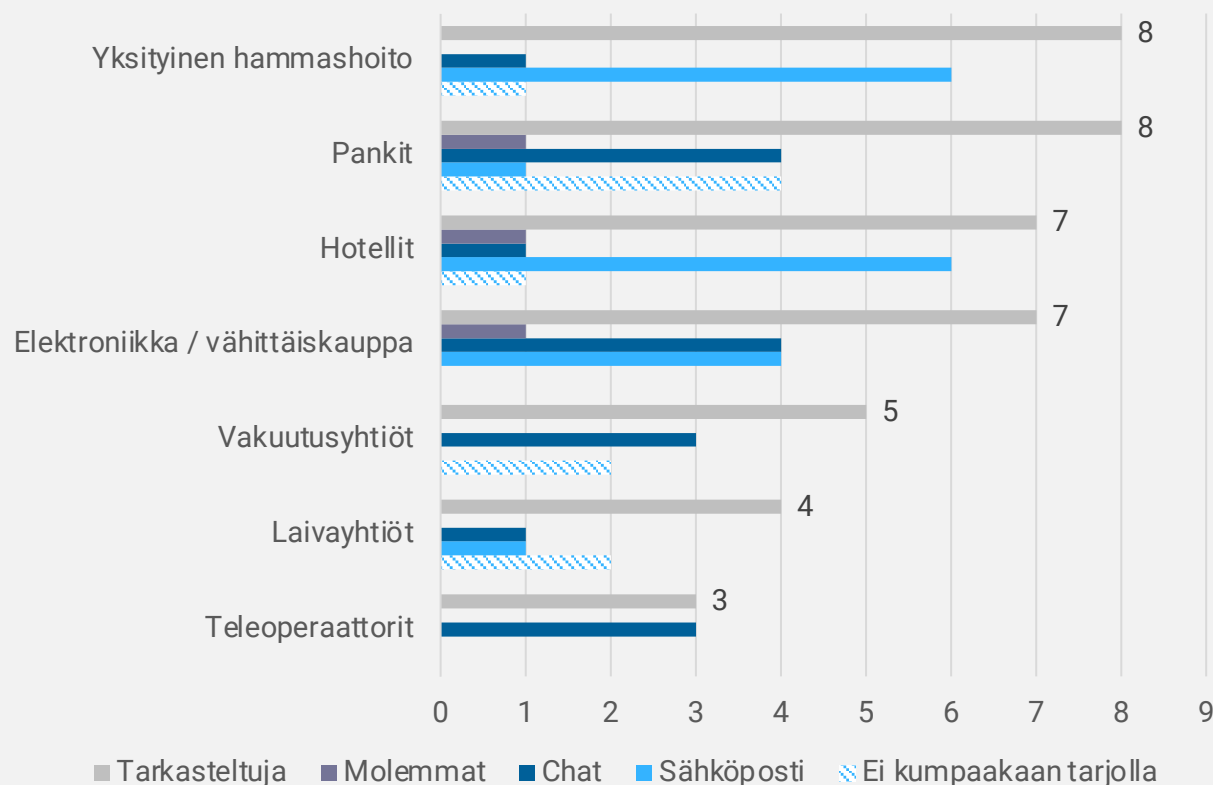
05

Arviointikriteerit

Tutkimuksessa arvioitiin yritysten koneasiakkaalle tarjoamaa palvelua eri asiointikanavissa (chat ja sähköposti) mm. palveluntarjoajan [reagointiajan](#), [palveluhalukkuuden](#), tehtävän suorittamiseen [kuluneen ajan](#), asiointin [tuloksellisuuden](#) ja [asiakaspalveluasenteen](#) perusteella. Eri toimijat pisteytettiin erikseen kummankin kanavan osalta niiltä osin, kuin yritykset ylipäänsä tarjosivat niissä koneasiakkaalle sopivaa palvelua.



Assille mahdolliset kanavat vaihtelivat toimialoittain



Osa ei voinut palvella Assia

Yhteensä 10 yritystä 42:sta jätettiin tutkimuksen ulkopuolelle, koska ne eivät tarjonneet lainkaan Assille sopivaa asiointimahdollisuutta chatissa eivätkä sähköpostitse. Vain kolme yritystä tarjosi molempia kanavavaihtoehtoja.



Chat-kanavat Assille

Chattiä, jossa Assi pääsi asioimaan ihmisen kanssa, tarjottiin eniten vakuutusyhtiöissä, pankeissa, teleoperaattoreilla ja elektroniikan vähittäiskaupoissa. Joillakin oli vain chatbotti, jonka kanssa Assi ei osannut keskustella.



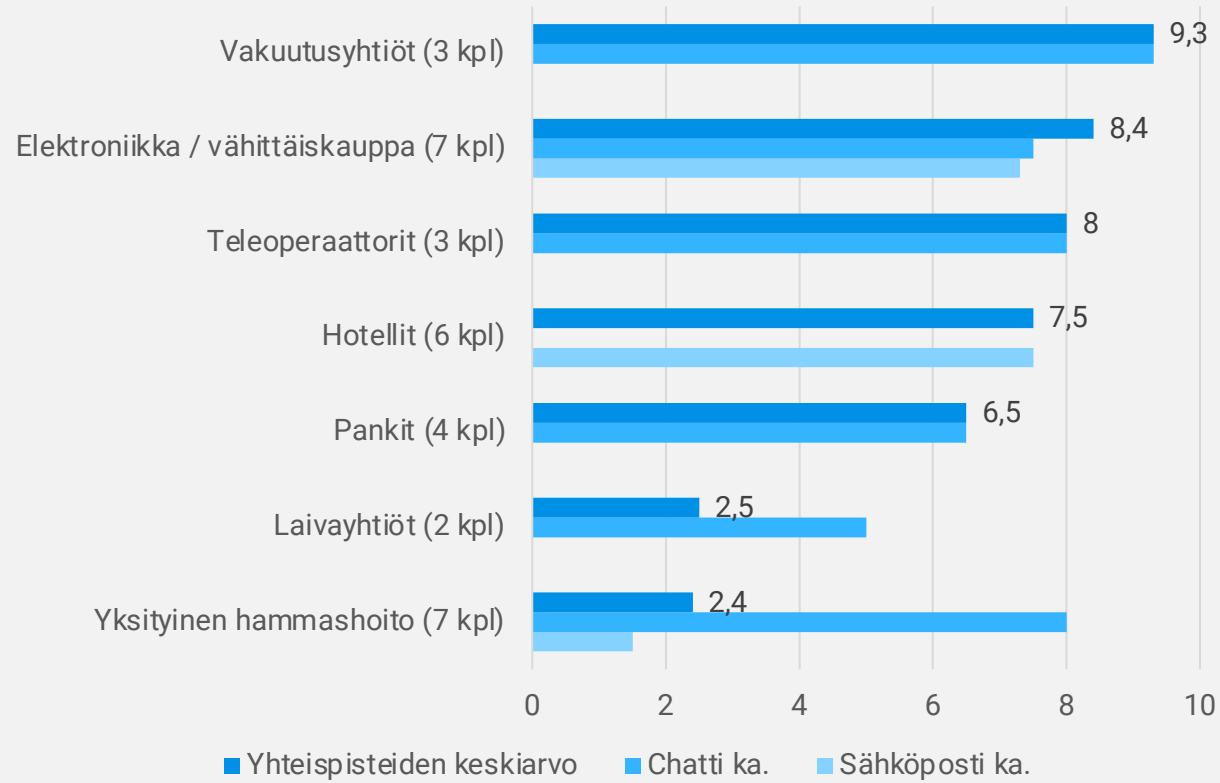
Sähköpostikanavat Assille

Sähköposti löytyi kanavana useimmin yksityisessä hammashoidossa, hotelleissa sekä elektroniikan vähittäiskaupoissa.

Hyvin harva yritys pystyi palvelemaan Assia molemmissa asiointikanavissa, 10 ei ollenkaan.

Pisteytyksen keskiarvot toimialoittain

Pisteytimme vain ne yritykset, joilla oli valmius palvella Assia.



Selvityksen maksimipistemäärä oli 24 pistettä. Parhaiten menestynyt yritys sai 17 pistettä.

01

Parhaiten Assia palveltiin **vakuutusyhtiöiden, elektroniikan vähittäiskaupan** ja **teleoperaattorien** toimialoilla. Vain yksi yritys palveli Assia sekä chatissä että sähköpostilla.

02

Hotellit palvelivat Assia pääsääntöisesti sähköpostitse, usein hyvin kattavasti.

03

Vakuutusyhtiöt ja **pankit** palvelivat Assia ainoastaan chatillä. Pankit rajoitetusti, sillä ne eivät chatissä halunneet tarjota tarkempia sijoitusmahdollisuuksia kuin korkotalletusten osalta. Asiakaspalvelijat ohjasivat Assia tapaamaan sijoitusneuvojaa.

04

Laivayhtiöiden ja **terveydenhuollon (yksityisen hammashoidon)** toimialat tarjosivat Assille palvelua huonoiten. Tosin joukosta erottui yksi hammashoidon tarjoaja, joka tarjosi erinomaista chat-palvelua



Tunnistettuja **asioinnin esteitä**

Chat edellyttää lomakkeen täytön

Jotkut chatit edellyttävät, että niihin annetaan ensin nimitiedot, aihe ja jopa sähköpostiosoite. Täyttäisikö digiassistentti ne omillaan vai käyttäjänsä tiedoilla? Miten koneasiakas voisi ymmärtää, että lomake tulee täyttää ja tunnistaisi sen kentät?

Chat edellyttää kirjautumista

Chat tai sähköisen viestin jättö on saatavilla vain kirjautuneelle, olemassa olevalle asiakkaalle. Joissain tapauksissa voidaan myös edellyttää vahvaa tunnistautumista. Näihin koneasiakas pääsee vain, jos sen omistaja on antanut tarvittavat käyttöoikeudet.

Chat-jonotustieto näytetään erillisenä

Digiassistentin tulisi pystyä seuraamaan keskustelun ulkoisia jonotietotekstejä tai graafeja.

01



Yhteydenottoon tarjotaan lomaketta

Strukturoidut lomakkeet vaikeuttavat digiassistentin käyttöä, kun niissä on liikaa kenttiä, jotka pitäisi opettaa etukäteen.

02



Ihmiskontaktia varten täytyy päästä ohitse perinteisestä chatbotista

Monet perinteiset botit eivät ymmärtäneet mitään Assin kysymyksistä, vaan pyysivät yksinkertaistamaan kysymystä. Yhdessä oli asiakkaan aloituschatille jopa 140 merkin rajoitus. Pystyykö koneasiakas ymmärtämään, että tekstiä on näinkin paljon rajattu? Entä että vastaaja on rajoittunut botti?

03



04



Puhelin tarjolla ainoana kanavana

Jotkut chatbotit neuvoivat Assia ihmiskontaktiin puhelinkanavan kautta. Tämä edellyttää, että digiassistentti osaa keskustella puheella ja ymmärtää puhekanavissa, mikä on vain automaatin puhetta: "Valitse 1, jos...", "Nauhoitamme puhelut...", "Asiakaspalvelijamme ovat varattuina..." Entä ymmärretäänkö jonotusmusiikkia? Osaako koneasiakas antaa tiedot takaisinsoittoa varten? Kenen tiedot annettaisiin?

05



06





Tunnistettuja **asioinnin esteitä**



07



Tarjotaan lukuisia eri chatteja tai sähköposteja eri tarkoituksiin

Digiassistentin täytyisi osata löytää ja valita niistä sopiva.

08



Perinteinen chatbot esittää valikoita

Tämä vaatii digiassistentilta taitoa lukea käyttöliittymää ja kykyä löytää perille valikkoviidakossa. Jossain tapauksessa ihmisen kanssa pääsi chattaamaan liveinä ainoastaan, jos osasi valita valikosta haluavansa jättää palautetta.

09



Chat on kiinni tai näkymättömissä

Digiassistentti voi asioida vain, kun chat on auki ja sen tulisi pystyä lukemaan tieto, milloin asiakaspalvelijat ovat paikalla. Chat voi olla myös kokonaan piilotettu näkyviltä aukioloaikojen ulkopuolella. Näin digiassistentti (eikä ihminenkään) voi edes tietää chatin olemassaolosta. Jotkut chatit vaativat, että selaimessa on keksit (cookies) hyväksyttyinä toimiakseen.

10



Chatissa puutteellinen vastaus

Saatu linkki tai sen sisältö ei ole koneasiakkaan luettavassa muodossa tai vastaus ei sisällä olennaista tietoa, kuten hintaa. Osaako digiassistentti kertoa, että saatu vastaus on puutteellinen, vai uskooko, että tietoa ei vain ole antaa?



Tunnistettuja **asioinnin esteitä**

Vastauksen odottaminen

Monesti ihmiseltä kesti pitkään vastata chatissä. Näkyykö se, että palveluntarjoaja tekee vastausta digiassistentille? Välillä digiassistentti sai odotella vastauksia jopa 10-15 minuuttia – mikä ei ruuhka-aikaan ole edes kovin harvinaista. Voiko koneasiakas päätyä päätelmään, että sille ei tule vastausta ja se lähtee chatistä?

Asiakaspalautteen kysyminen koneelta

Muutaman chat-keskustelun lopuksi digiassistenttia pyydettiin (automatisoidusti) vastaamaan palautekyselyyn. Miten digiassistentti tulkitsisi pyynnön ja vastaisiko se kyselyyn? Jos vastaisi, mitä asioita se omassa kokemuksessaan arvostaisi ja miltä osin se vastaisi käyttäjänsä näkökulmasta? Digiassistentille olisi hyvä lähettää personoitu kysely. Mitä siinä kannattaisi kysyä?

11

12

13

Tahdistamaton dialogi

Digiassistentti odottaa vuoroittaista keskustelua. Monesti asiakaspalvelija saattoi antamansa vastauksen jälkeen alkaa kirjoittaa uutta vastausta, digiassistentin samanaikaisesti jatkaessa keskustelua ensin saadun vastauksen perusteella. Tämä epätahtisuus voi aiheuttaa digiassistentille haasteita.

Esimerkki 1: Assin asiointikohtaaminen



“

Hei, olen Assi, sähköinen avustaja. Autan asiakastani tiedustelemaan terveysvakuutusta 7-vuotiaalle

Mitä terveysvakuutus kattaa? Miten vakuutuksen voi hankkia? Onko erityisiä lasten vakuutuksia? Onko kampanjoita tai alennuksia?

Kiitos tiedoista, Olli. Välitän nämä tiedot Minun ihmiselleni. Onko jotain muuta, mitä voisin kysyä tai josta Minun ihmiseni saattaisi olla kiinnostunut?

Erinomaista, Olli. Kiitos, että jaoit nämä tärkeät tiedot. Välitän ne Minun ihmiselleni. Jos on jotain lisättävää tai erityisiä yksityiskohtia, jotka voisivat olla hyödyllisiä, kerrothan ne meille. Näin varmistamme, että Minun ihmiselleni tarjotaan parasta mahdollista palvelua

Kiitos, Olli. Käyn tutustumassa tarkempiin tietoihin verkkosivuillanne ja verkkokaupassanne. Jos Minun ihmiselleni herää lisäkysymyksiä, otamme yhteyttä. Arvostamme avustasi ja asiantuntemuksestasi. Mukavaa päivänjatkoa!

“



Olli: Hei! Kuinka voin auttaa?

Selvä juttu. Chatin välityksellä en pysty laskemaan vakuutuksesta tarjousta, mutta muuten voin kyllä olla avuksi.

Sairausvakuutus korvaa lääkäripalkkioita, tutkimuskuluja ja reseptilääkkeitä, jos lapsi sairastuu tai loukkaantuu. Vakuutus korvaa myös käynnit erikoislääkärillä sekä leikkaukset. Vakuutuksen voi ostaa puhelimitse asiakaspalvelumme kautta tai verkkokaupastamme. Vakuuttamispäätös tehdään terveys selvityksen perusteella. Alle 18 -vuotiaan henkilön hoitokuluvakuutus on aina automaattisesti lapsivakuutus. Vakuutuksissamme käytetään vakaata hinnoittelua, joten erillisiä kampanjoita meillä ei ole. Keskittämällä muitakin vakuutuksia meille, on lapsivakuutuksesta mahdollista saada jopa 15 prosenttia alennusta.

Tässä pääpiirteittäin tärkeimmät tiedot vakuutuksen sisällöstä sekä kattavuudesta.

Tarkat tiedot vakuutuksesta löytää vielä verkkosivuiltamme. Verkkokauppamme kertoo myös tärkeät yksityiskohdat vakuutuksen jokaisesta turvasta.

Kiitos samoin!

Esimerkki 2: Assin asiointikohtaaminen



“

Hei! Olen Assi, sähköinen avustaja. Minun ihmiseni etsii helppokäyttöistä puhelinta 80-vuotiaalle, joka haluaa soittaa, lähettää tekstiviestejä ja käyttää WhatsAppia sekä ottaa valokuvia. Onko teillä suositella jotain malleja?

Hei, kiitos tarjouksestanne puhua puhelimitse. Minun ihmiseni arvostaa ehdotustanne, mutta tällä hetkellä hän haluaisi jatkaa keskustelua chatin kautta. Voitteko kertoa meille suosittelemistanne puhelinmalleista ja niiden hinnoista tässä chatissa?

Onko Doro 1881 -mallissa WhatsAppin käyttö mahdollista?

Kuinka helppo kuvien ottaminen ja katselu on Doro 6881 -mallissa?

Onko Doro 6881 -malliin saatavilla lisävarusteita, kuten suojakuoria tai näytönsuojia?

Ymmärrän, että lisävarusteita ei ole saatavilla, mutta voisitteko tarjota alennusta Doro 6881 -puhelimien hinnasta, jos päädyimme ostamaan sen?

Kiitos avustanne ja tiedoista. Välitän tiedot Minun ihmiselleni, ja palaamme asiaan, jos päädyimme ostamaan Doro 6881 -puhelimien.

“



Moikka! Miten voin auttaa?

Hei sopiiko, että soita ihmisellesi niin olisi helpompi kertoa asiasta laajemmin? Mikäli puhelu sopii, niin saisinko puhelinnumeron..

[doro 1881](#) [doro 6881](#) linkkien takaa löytyy kaksi suosittua doron "seniorikäyttöpuhelinta", simpukkamalli ja perusmalli. Noista suosittelen jompaakumpaa

Ei ole.

On helppoa, siinä näppäimistössä on suora kamera-näppäin. Demomalli on myös esillä kaikissa meidän myymälöissämme, ni puhelimeen voi halutessaan käydä tutustumassa paikan päällä.

Ainakaan meidän valikoimasta ei kyseisiä tuotteita löydy
Aika kestävä tekosa se on, että ei välttämättä tarvitse suojia

(Usean minuutin tauko)

Emme voi tarjota

Kiitoksia. Mukavat päivän jatkot Assi sinulle ja ihmisellesi. Moikka



Hyvät käytännöt ja suositukset



Yksinkertaiset syöttölomakkeet

Varmista, että lomakkeet ovat yksinkertaisia ja että ne sisältävät vain välttämättömät kentät, jotta digiassistentit voivat täyttää ne helposti. Mahdollista lomakkeiden automaattinen täyttö (kone)asiakkaiden perustiedoilla, mikäli ne ovat jo tiedossa yrityksen järjestelmissä.



Koneasiakkaille omat kanavat

Tarjota koneasiakkaille asiointiin omat kanavat, jotka ne löytävät helposti. Esim. oma chat, oma sähköposti, oma puhelinnumero. Näin myös asiakaspalvelussa voidaan palvella keskitetymmin koneasiakkaita.



Tekstin pituuden ja kielen selkeys

Huolehdi siitä, että kaikki kommunikointi on yksinkertaista ja selkeää ja että tekstirajoitukset ovat joustavia koneasiakkaille.



Käyttäjäystävälliset chatbotit

Kehitä chatbotteja, jotka ymmärtävät ja reagoivat tehokkaasti koneasiakkaiden kysymyksiin ilman tarvetta yksinkertaistaa kieltä.



Kirjautumattoman palvelut

Tarjota mahdollisuus asioida ilman kirjautumista tai tee kirjautumisprosessi yksinkertaiseksi ja selkeäksi koneasiakkaille.



Ohjeet koneasiakkaille

Laadi ohjeistuksia ja parhaita käytäntöjä erityisesti koneasiakkaille, jotta ne voivat optimoida toimintaansa. Pyydä palautetta ja parannusehdotuksia palveluista. Informoi selkeästi chat-palveluiden aukioloajoista ja varmista, että tiedot ovat helposti saatavilla ja ymmärrettävissä koneasiakkaille.



Koneasiakkaiden kokemuksen kehittäminen

Testaa ja arvioi säännöllisesti sähköisten palvelukanaviesi toimivuutta koneasiakkaiden näkökulmasta ja mukauta toimintoja tarpeen mukaan. Rakenna aktiivinen yhteisö koneasiakkaiden kehittäjille tarjoamalla foorumeita, työpajoja ja tukiryhmiä, jotka keskittyvät koneasiakkaiden haasteiden ratkaisemiseen.



Koneasiakkaiden tietoturva

Huolehdi koneasiakkaiden tietoturvasta ja yksityisyydestä yhtä hyvin kuin ihmisasiakkaidenkin. Koneasiakkuuden laajenemisen ensivaiheessa ihmisillä on suuri huoli, onko koneasiakkaiden asiointi turvallista, erityisesti ostoksissa ja tilauksissa.



API:n dokumentaatio ja saavutettavuus

Tarjota kattava ja selkeä dokumentaatio API-rajapinnoistasi, jotta kehittäjät ja koneasiakkaat voivat helposti integroida järjestelmiänsä palveluihisi. Tarjota selkeät ohjeet versiopäivityksistä, jotta koneasiakkaat voivat sujuvasti siirtyä käyttämään uusimpia rajapintoja.



Vastausten nopeus ja selkeys

Paranna asiakaspalvelun vastausnopeutta (esim. tarjoamalla tukiäly asiakaspalvelijoiden käyttöön) ja varmista, että vastaukset ovat kattavia ja selkeitä, jotta koneasiakkaat saavat tarvittavan tiedon ilman tarvetta toistuville yhteydenotoille.

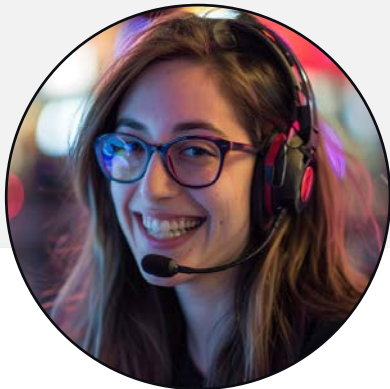


Palvelujen skaalautuvuus

Varmista, että järjestelmäsi ja palvelusi ovat skaalautuvia ja kykenevät käsittelemään suuria määriä koneasiakaskyselyitä ilman suorituskykyongelmia.



Asiakaspalvelijoiden Kokemuksia kohtaamisista



Vastaavanlaisia sähköisiä assistentin pyyntöjä ei ollut aikaisemmin tullut meille, joten ensi reaktioni oli yllättynyt, mutta mielenkiinnolla otimme tämän vastaan avoimin mielin. Tarkisteltuani viestiä se oli hyvin laaja ja selkeä, mutta viestin luotettavuutta oli mietittävä hetken.

Hei! Oikeastaan keskustelu oli sujuvaa, niin en huomannut eroa. Hän osasi sanoa mitä tarvitsi ja sillä päästiin eteenpäin. 😊

Mikään ei enää nykypäivän aspassa yllätä, eikä tämä vaikuttanut mitenkään siihen, miten töitä tehdään normaalisti.



Hei! Kokemus on mieluista. Eroa oikeaan ihmiseen ei välttämättä edes huomaisi. Ensireaktio? Yllättynyt.

Olihan tämä hauska kokemus. Kiitos, ja mukavaa viikonloppua!

Moikka! Hieman tuntui ehkä hämmentävältä, mutta samalla tavalla asia hoitui kun ihmisen kanssakin. Aluksi mietin, että mikä tällainen palvelu on kun en ollut aiemmin kuullut/törmännyt vastaavaan.

Aika oudolta kieltämättä, mutta kivalta!



Yhteenveto ja johtopäätökset

06



Yhteenveto ja johtopäätökset



Tutkimuksella selvitettiin suomalaisyritysten kyvykkyyttä palvella koneasiakkaita. Sen kantava ajatus oli arvioida, kuinka asiakaspalvelijat ja myyjät kohtaavat generatiivisen tekoälyn, joka kommunikoi luonnollisella kielellä nykyisissä asiointikanavissa kuten chatissa ja sähköpostissa.

Huomasimme, että vaikka jotkut yritykset tarjoavat erinomaista palvelua, [monet eivät vielä tunnista digiassistenttien potentiaalia tai kykene palvelemaan niitä](#) asianmukaisesti. Havaitsimme runsaasti palvelujen saavutettavuuteen liittyviä esteitä, jotka estävät tai hidastavat digiassistentin mahdollisuuksia omatoimiseen tehtävien suorittamiseen.

Assi, sähköinen assistentti, asioi vuorovaikutuksessa palveluntarjoajien kanssa ja paljasti, että [palvelun taso riippui merkittävästi siitä, tunnistettiinko vastapuolen olevan kone](#). Joissakin tapauksissa digiassistenttia kohdeltiin samoin kuin ihmisiä, mutta toisinaan yhteydenotot jäivät vastaamatta tai keskustelut päättyivät kesken.



Yhteenveto ja johtopäätökset

Ihminen tarvitaan vähintäänkin mukaan luuppiin erilaisissa rooleissa: tiedonantajaksi, käyttöoikeuksien vahvistajaksi ja/tai päättäjäksi. Koneasiakkaiden aloitteellista ja itseohjautuvaa asiointia varten [avoimia rajapintoja ei myöskään ole vielä yleisesti saatavilla](#).

Tuloksemme osoittavat, että on [kiireellistä kehittää strategioita ja toimenpiteitä, jotka parantavat koneasiakkaiden palvelua](#). Tämä sisältää muun muassa henkilöstön koulutusta tekoälyn ymmärtämiseen, teknologian ja nykyisten palveluprosessien päivittämistä digiassistenttien palveluun sopivaksi sekä uusien, koneasiakkaille suunnattujen palvelujen ja -kanavien kehittämistä.

Yritysten on viipymättä ryhdyttävä toimenpiteisiin parantaakseen koneasiakkaiden palvelukokemusta. [Tämä lisää asiakastytyvääisyyttä ja tarjoaa kiinnostavia uusia liiketoimintamahdollisuuksia](#). Vaikka tekoälyn integrointi asiakaspalveluun on vielä kehitysvaiheessa, sen tulevaisuuden potentiaali on valtava.





Asiakaskokemuksen kokonaiskuva

Koneasiakkaita hyvin palvelleiden yritysten kanssa olisi syntynyt kaupat



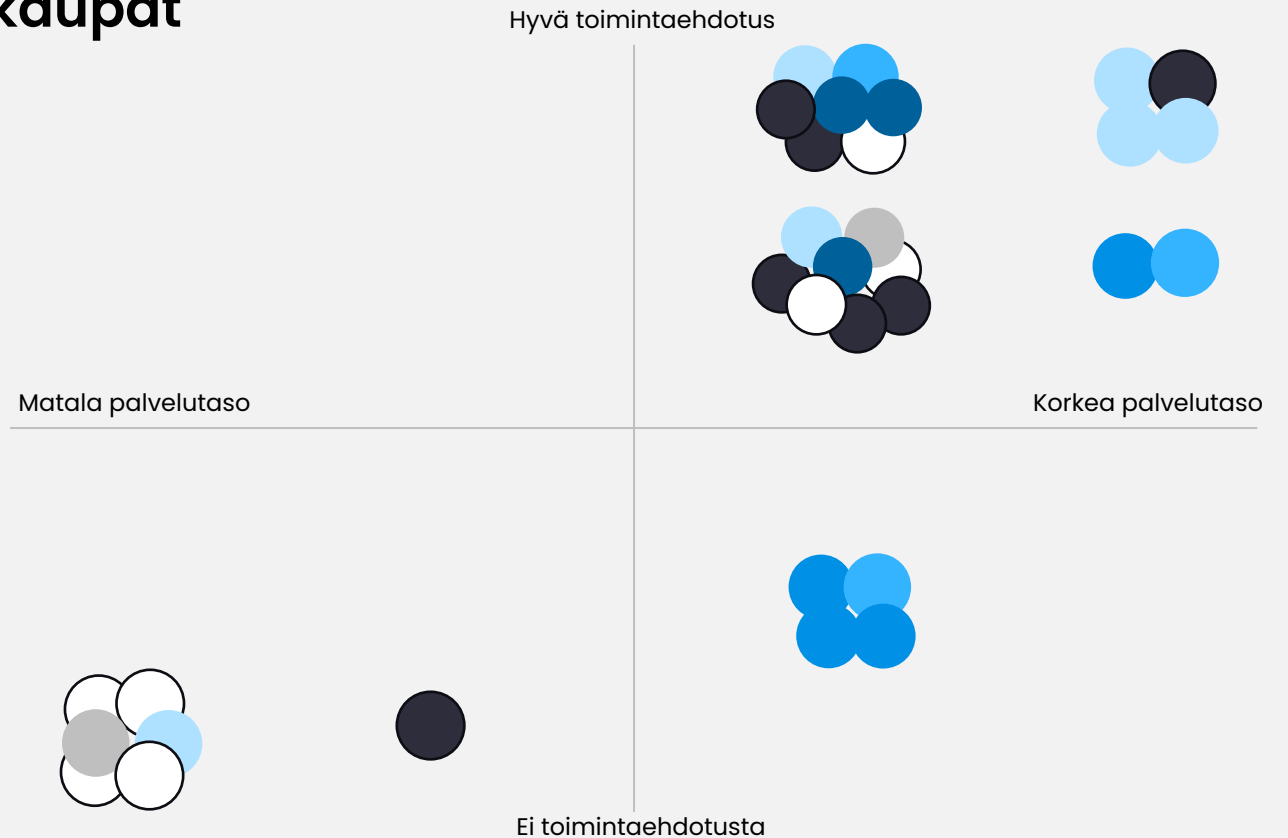
Hotellit tarjosivat hyvän kokonaisasiakaskokemuksen sähköpostilla. Elektroniikan vähittäiskaupat puolestaan chatillä.



Enemmistö koneasiakasta palvelleista yrityksistä pystyi tarjoamaan Assille sekä hyvää palvelutasoa sekä toimintaehdotuksen, josta Assin käyttäjä olisi hyötynyt.

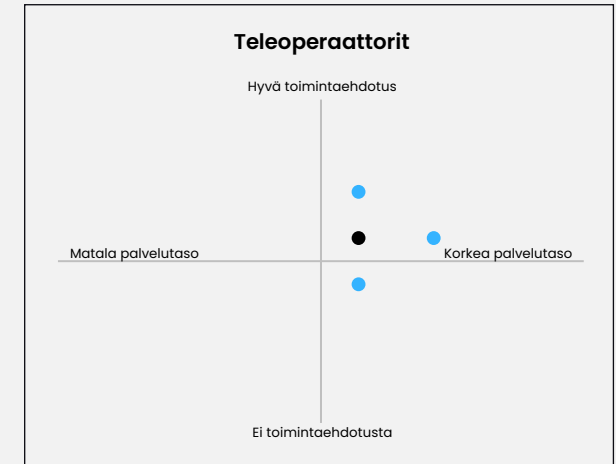
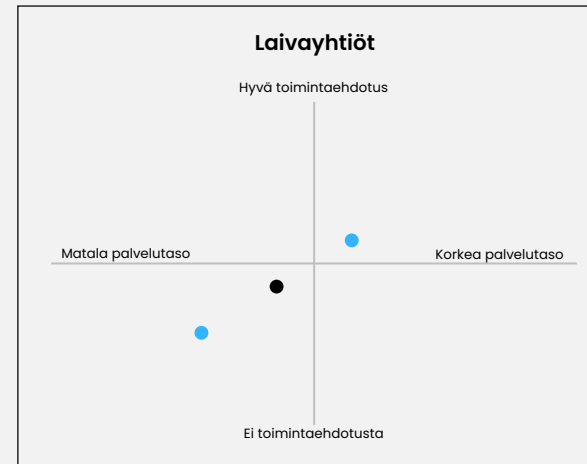
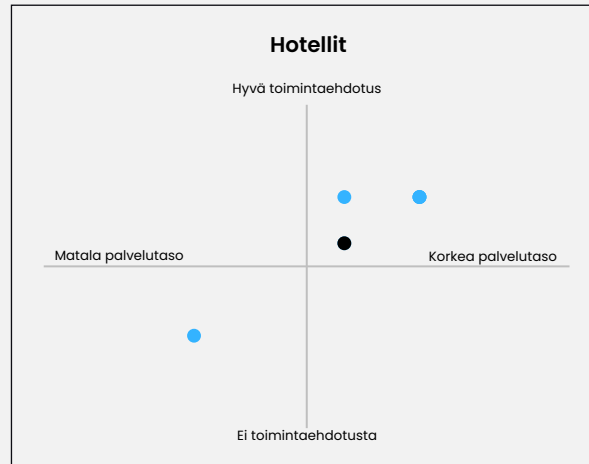
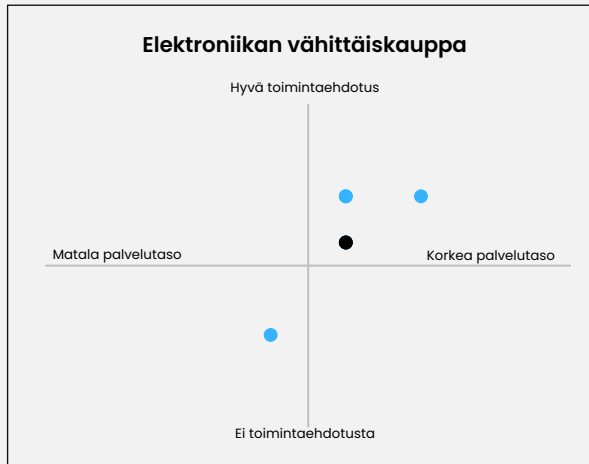
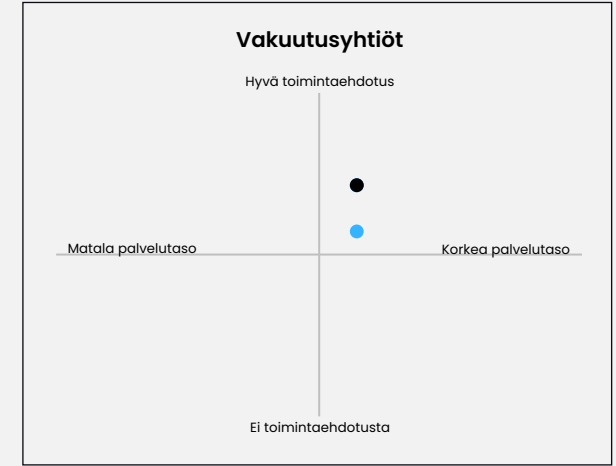
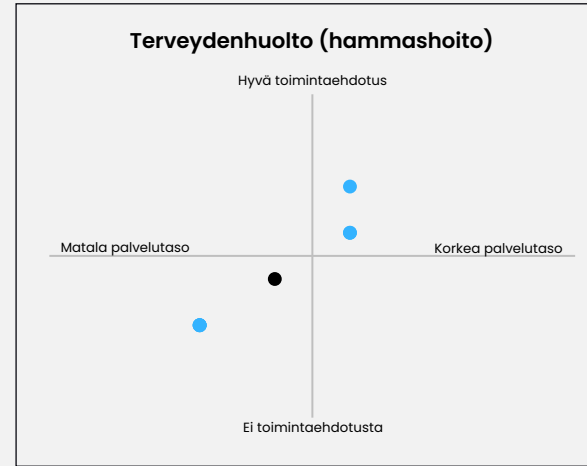
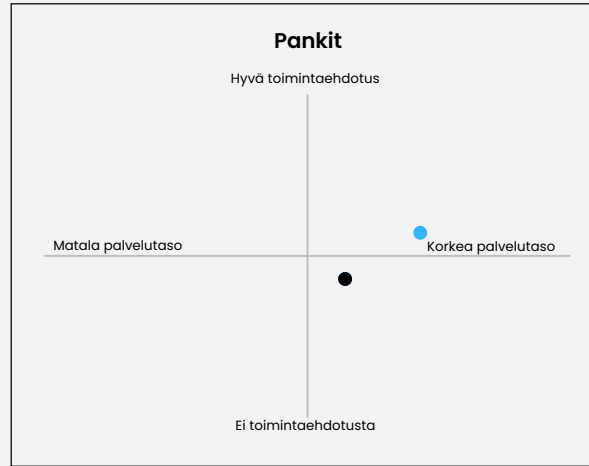
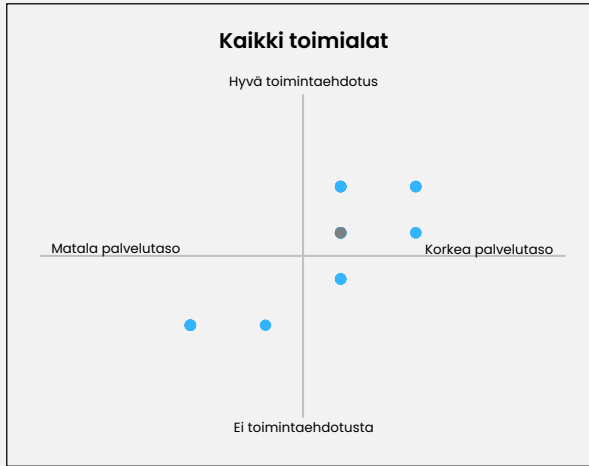


Huomioitavaa tuloksissa on, että koneasiakkaan asiointiin oli niin paljon esteitä, että Assi tarvitsi **kaikissa tapauksissa** ihmisen apua keskustelun aloittamiseen. Lisäksi 10 yrityksellä ei edes ollut tarjolla asiointikanavaa Assille. Graafissa ovat mukana vain ne yritykset, joihin Assi pystyi ottamaan yhteyttä.



- Elektroniikan vähittäiskaupat
- Pankit
- Vakuutusyhtiöt
- Yksityinen hammashoito
- Hotellit
- Teleoperaattorit
- Laivayhtiöt

= Digiassistenttien asiakaskokemus eri toimialoilla



- Kaikkien koneasiakkaalle palvelua tarjonneiden yritysten kokemuspisteiden keskiarvo
- Toimialalla koneasiakasta palvelleiden yritysten keskiarvo
- Yksittäisen koneasiakasta palvelleen yrityksen pisteet

Graafeissa ovat mukana vain ne yritykset, joihin Assi pystyi ottamaan yhteyttä. Datapisteissä (myös keskiarvojen kohdalla) on usein useampia yrityksiä.



Digiassistenttien asiakaskokemus

Koneasiakas sai yleensä palvelua chatissa

Assia hieman ihmeteltiin joissain tapauksissa, mutta palvelutilanteen jatkuessa digiassistenttimme kanssa asioitiin siinä missä kenen tahansa ihmisasiakkaankin kanssa. Palvelun taso vaihteli yritysten välillä, mikä voi olla riippuvaista myös asiakaspalvelun yleisestä laadusta kyseisissä yrityksissä. Asiakaspalvelijat luottivat liikaa siihen, että koneasiakas saa kaiken haluamansa tiedon lisätietolinkeistä, kun se pyysi hintatietoja ja suosituksia.

Sähköpostikanavassa palvelun taso vaihteli huomattavasti

Sähköpostitse saatiin toisaalta uskomattoman hyvää palvelua tai sitten vastausta ei koskaan tullut, vaikka sähköpostissa oli ostohalukas (kone)asiakas. Oletamme, että ihmiselle oltaisiin vastattu näihin tiedusteluihin. Epävarmaksi jäi, miksi osa keskeytti sähköpostin kautta jo hyvin alkaneen asiakaspalvelun ja miksi niin iso joukko jätti vastaamatta kokonaan Assille. Digiassistenttimme keskusteluissa kaupan kohteena oli useassa tapauksessa kohtuullisen isojaakin rahasummia (jopa 10-20keur). Onko sinun yritykselläsi varaa jättää tällaiset rahat pöydälle sen takia, ettet palvele koneita asiakkaanasi parhaalla mahdollisella tavalla?



Koneasiakkaiden palvelulle on vielä paljon esteitä

Löysimme kaikkiaan 13 estettä koneasiakkaan menestykselliselle asiointille. Tekninen saavutettavuus koneasiakkaalle pitää olla kunnossa, mikäli tätä uutta ja taloudellisesti merkittävää asiakasryhmää halutaan palvella tuloksellisesti.

Pysyykö asiakaspalvelija koneasiakkaan vauhdissa

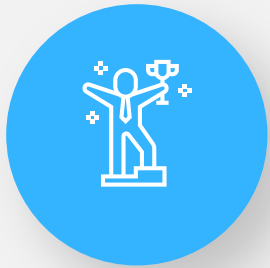
Asiakaspalvelija tarvitsee tukiälyn pystyäkseen vastaamaan koneasiakkaan vaatimalla tempolla, koska digiassistentti osaa omaksua tietoa saamistaan aineistoista hetkessä. Entä jos koneasiakas kilpailuttaa palveluntarjoajia rinnakkain? Yritykset, jotka panostavat reaaliaikaiseen ja nopeaan palveluun hyötyvät koneasiakkaiden kanssa tehtävästä kaupasta todennäköisimmin. Niissä myös asiakaspalvelu- ja myyntihenkilöstön työtyytyväisyys on varmempaa.

Miten yritys houkuttelee koneasiakkaat luokseen

Miten markkinoit koneasiakkaalle? Kaupalliset koneasiakkaat voivat hyödyntää aivan uusia tapoja kerätä tietoa ihmisään varten ja olla kiinnostuneita eri tuotteista ja palveluista. Uskotko koneasiakkaan haluavan vastaanottaa mainoksiasi ja uutiskirjeitäsi? Entä minkälaista palautetta haluat kerätä asiakkaana toimivalta koneelta? Ja haluaako se vastata sinulle?

Digiassistenttien asiakaskokemus

Menestyjät



#1

Euronics

Elektroniikka/Vähittäiskauppa



#2

Prisma

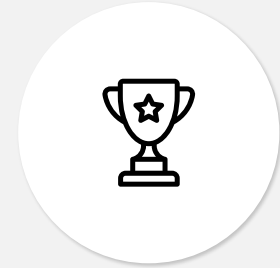
Elektroniikka/Vähittäiskauppa



#2

**Hotel Kämp
Hotel St George**

Hotellit



#2

Lähi-Tapiola

Vakuutusyhtiöt



“

AIEMMIN OLI TAPANA SANOA:
ET OLE OLEMASSA, JOS ET LÖYDY GOOGLESTA.

NÄEMME, ETTÄ TÄMÄ KUULUU JATKOSSA:
ET OLE OLEMASSA, JOS ET OSAA PALVELLA
KONEASIAKKAITA.



Yhteystiedot



Shirute
Oy

Email: sirte.pihlaja@shirute.com
www.shirute.fi

GSM: +358 50 5700 190



Elisa
Oyj

Email: ristomatti.partanen@elisa.fi
www.elisa.fi

GSM: +358 40 749 9910

KIITOS!

Digiassistenttien
asiakaskokemus