

Asiakaskokemus ja asiakaspalvelu

Tekoälyn hyödyntämisaaminen

Intro

Tekoälyn hyödyntämisen kokonaisuus

Tausta

Tekoälyn perusteet
Tekoälyn toimintaperiaatteet
Tekoälymallien kehittyminen

Eettiset ja yhteiskunnalliset ulottuvuudet

Tekoälyn etiikka
Tekoälyn tulevaisuus
Tekoälyn vaikutukset yhteiskuntaan

Tekoälyn käyttöönotto

Yleisperiaatteet tekoälyn käyttöönotossa
Spesifit käyttötarkoitukset

Aiheena tässä moduulissa

Moduulin tarkoitus ja osaamistavoitteet

Tässä moduulissa keskitytään siihen, miten tekoäly voi auttaa vastaamaan asiakaspalvelun kasvaviin odotuksiin ja parantamaan asiakaskokemusta niin digitaalisten kuin fyysisten kohtaamisten kautta. Käymme läpi muun muassa asiakaslähtöisyyden merkitystä, asiakaspalautteen hyödyntämistä ja tekoälyn roolia monikanavaisessa asiakaspalvelussa. Erityisesti pureudumme siihen, miten tekoälyä voi hyödyntää käytännössä eri toimialojen erityispiirteet huomioiden.

Opintojakson aikana opit tunnistamaan ja hyödyntämään tekoälyn mahdollisuuksia oman yrityksesi asiakaskokemuksen ja palvelun kehittämiseksi.

Tämä moduuli on suunnattu seuraaville toimialoille:

Kiinteistö- ja kotipalvelu, mara, kuljetusala



Asiakaskokemus

Asiakaskokemus

Asiakaskokemus on usein asiakkaalle pieniä asioita: kuten tunnetta, että hänet huomioidaan, häntä kuunnellaan, että juuri hänen ongelmansa ratkaistaan ja hän pääsee helpolla joka kaupankäynnin vaiheessa. Nämä samat pätevät, on sitten kyseessä mikä tahansa kaupankäynnin tapa tai muoto.

Mutta tällaisten yksinkertaisilta kuulostavien kokemusten, tunteen ja asiakaspalvelun tuottaminen ja välittäminen ei ole yritykselle välttämättä yksinkertaista monikanavaisessa kaupassa. Se vaatii ammattitaitoista henkilökuntaa, toimivaa teknologiaa, asiakkaiden ja heidän tarpeittensa tuntemusta, jatkuvaa tiedon ja palautteen keruuta ja niiden analysointia. Ja näitä on päivitettävä kaiken aikaa.



Asiakaskokemusta voidaan arvioida kolmella eri tasolla

1. **Toiminnan taso** kuvaa yrityksen kykyä vastata asiakkaan tarpeeseen.

"Olin yllättynyt, kuinka nopeasti tilaukseni käsiteltiin. Kaikki sujui niin mutkattomasti!"

2. **Tunnetaso** kattaa asiakkaalle syntyvät tuntemukset ja kokemukset.

"Asiakaspalvelu oli poikkeuksellisen ystävällistä ja lämmintä – todella tunsin itseni tärkeäksi asiakkaaksi."

3. **Merkitystaso** kuvaa asiakaskokemuksen ylintä tasoa: mielikuvia, merkityksiä, tarinoita, lupauksia, henkilökohtaisuutta, oivalluksia ja niin edelleen.

"Tämä yritys ymmärtää todella tarpeeni ja osoittaa luotettavuutensa jokaisessa kohtaamisessa. Täällä tunnen olevani enemmän kuin vain asiakas."

Asiakaskokemuksen johtaminen

Asiakaskokemuksen johtaminen tarkoittaa organisaation tavoitteellista ja systemaattista lähestymistapaa asiakkaiden kokemuksen parantamiseen ja hallintaan. Sen tavoitteena on luoda positiivisia ja mielekkäitä kokemuksia asiakkaille, jotta heidän tyytyväisyytensä ja uskollisuutensa kasvavat.

Asiakaskokemuksen johtaminen sisältää useita keskeisiä elementtejä:

- Asiakaslähtöisyys
- Strategia
- Kulttuuri
- Prosessit
- Teknologia
- Koulutus

Tekoäly ja asiakaskokemus

Tekoäly on mullistanut asiakaskokemuksen monin tavoin. Tekoälyn avulla yritykset voivat tarjota entistä henkilökohtaisempia palveluita, ennakoida asiakkaiden tarpeita ja vastata niihin tehokkaammin. Esimerkiksi tekoälypohjaiset chatbotit ja virtuaaliavustajat tarjoavat nopeaa ja jatkuvaa asiakastukea, mikä parantaa asiakastyytyvyyttä.

Lisäksi tekoäly analysoi suuria määriä asiakasdataa, mikä auttaa yrityksiä ymmärtämään paremmin asiakaskäyttäytymistä ja kehittämään kohdennettuja markkinointistrategioita. Koneoppimisen avulla voidaan myös ennustaa trendejä ja asiakastarpeita, mikä mahdollistaa proaktiivisen palvelun tarjoamisen. On selvää, että AI:n integrointi asiakaskokemukseen on keskeinen tekijä nykyaikaisessa liiketoiminnassa.

Lähteitä: [McKinsey](#), [Deloitte](#), [IBM](#)

Asiakaskokemus ja asiakaspalvelu kiinteistö- ja kotipalvelualalla

Kiinteistö- ja kotipalveluala kohtaa monia haasteita asiakaskokemuksen ja asiakaspalvelun saralla. Asiakkaat odottavat nopeaa, luotettavaa ja korkealaatuista palvelua, mutta alan toimijat joutuvat käsittelemään monimutkaisia prosesseja ja vaihtelevia asiakastarpeita. Lisäksi kilpailu on kovaa, mikä tekee erottumisesta markkinoilla haastavaa.

Näiden haasteiden hallinta on keskeistä asiakastyytyväisyyden ja asiakasuskollisuuden säilyttämiseksi. Kiinteistö- ja kotipalvelualan yritysten on löydettävä keinoja parantaa palveluiden laatua ja asiakaskokemusta. Tekoäly voi tarjota merkittäviä ratkaisuja näihin ongelmiin, esimerkiksi ennakoimalla huoltotarpeita ja personoimalla palveluita.



Asiakaskokemus ja asiakaspalvelu MARA-alalla

Matkailu- ja ravintola-ala kohtaa monia haasteita asiakaskokemuksen ja asiakaspalvelun saralla. Ala pyrkii tarjoamaan unohtumattomia elämyksiä ja korkealaatuista palvelua, mutta samalla sen on hallittava vaihtelevia asiakasmääriä ja nopeasti muuttuvia tarpeita. Sesonkivaihtelut ja kilpailu asettavat lisäpaineita asiakaspalvelun tasolle.

Näiden haasteiden hallinta on kriittistä, jotta voidaan tarjota ainutlaatuisia asiakaskokemuksia ja säilyttää kilpailukyky. MARA-alan yritysten on löydettävä keinoja parantaa palveluiden laatua ja asiakaskokemusta. Tekoäly voi tarjota merkittäviä ratkaisuja näihin ongelmiin, esimerkiksi tarjoamalla personoituja suosituksia ja parantamalla asiakaspalveluprosesseja.



Asiakaskokemus ja asiakaspalvelu kuljetusalalla

Kuljetusala kohtaa monia haasteita asiakaskokemuksen ja asiakaspalvelun saralla. Toimitusten luotettavuus ja nopeus ovat keskeisiä asiakastyytyvyyden kannalta, mutta alan toimijat joutuvat käsittelemään monimutkaisia toimitusketjuja ja vaihtelevia kysyntämääriä. Lisäksi kilpailu on kovaa, mikä tekee erottumisesta markkinoilla haastavaa.

Näiden haasteiden hallinta on tärkeää, jotta voidaan tarjota erinomaista asiakaspalvelua ja säilyttää kilpailukyky. Kuljetusalan yritysten on löydettävä keinoja parantaa palveluiden laatua ja asiakaskokemusta. Tekoäly voi tarjota merkittäviä ratkaisuja näihin ongelmiin, esimerkiksi tarjoamalla reaaliaikaista seurantatietoa asiakkaille.



Asiakaspolku

Tekoälysovelluksen käyttöönotto neljässä vaiheessa

Tarve

Lähde aina liikkeelle aidosta liiketoimintatarpeesta

Data

Kerää oikea data ja järjestä se oikein

Sovellus

Valitse oikea tekoälysovellus tai kehitä se itse

Käyttöönotto ja hyödyt

Keskity käyttöönottovaiheeseen ja seuraa hyötyjä

Monikanavainen asiakaspalvelu

Digitaalinen asiakaspalvelu ei rajoitu vain yhteen kanavaan. Se voi olla monikanavaista, jossa asiakkaat voivat ottaa yhteyttä yritykseen eri tavoilla, kuten

- Sähköpostitse
- Chatissa
- Some-viestein
- puhelimitse

Monikanavainen lähestymistapa vaatii yritykseltä järjestelmällistä ja tehokasta tapaa hallita asiakaspalvelua eri kanavissa. Tavoitteena on tarjota asiakkaille **johdonmukainen ja laadukas** palvelu riippumatta siitä, missä kanavassa he ovat yhteydessä.



Asiakaskokemuksen kohtaamispisteet

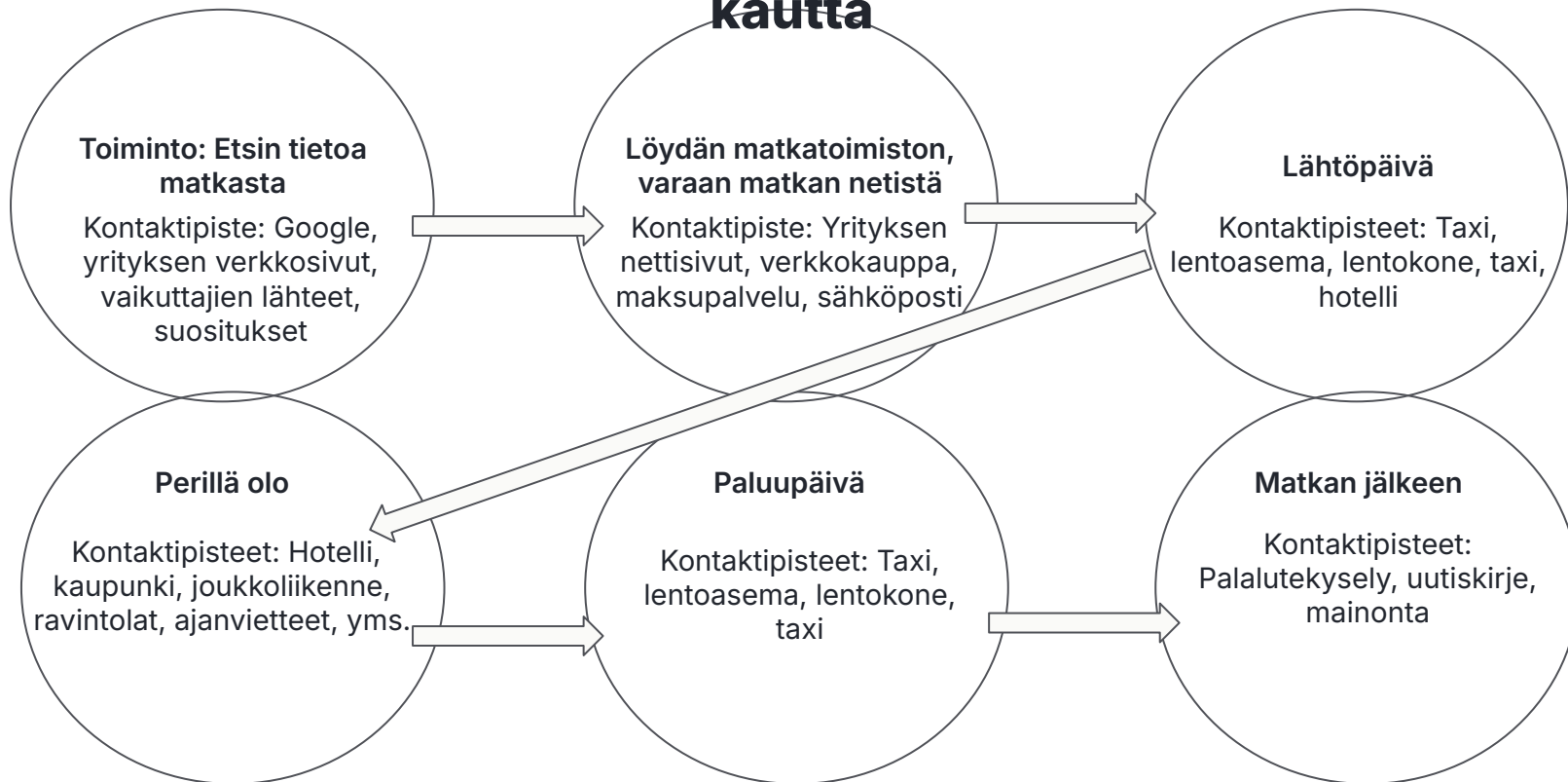
Asiakaskokemus muodostuu useista eri kohtaamispisteistä tai asiakasvuorovaikutusten kohdista organisaation ja asiakkaan välillä. Jokainen kohtaamispiste vaikuttaa asiakkaan kokemukseen ja mielikuvaan yrityksestä tai brändistä. Tässä on muutamia esimerkkejä erilaisista kohtaamispisteistä ja niiden vaikutuksista asiakaskokemukseen:

- **Verkkosivusto:** Asiakas saattaa ensimmäisen kerran tulla tekemisiin yrityksen kanssa sen verkkosivustolla. Tässä kohtaamispisteessä asiakaskokemukseen vaikuttavat sivuston käyttäjäystävällisyys, selkeä navigointi, houkutteleva visuaalinen ilme, informatiivinen sisältö ja nopea latausaika. Positiivinen kokemus voi houkutella asiakasta jatkamaan tutustumista tuotteisiin tai palveluihin.
- **Sosiaalinen media:** Asiakas voi tavoittaa yrityksen sosiaalisen median kautta, kuten Facebook, Instagram tai Twitter. Tässä kohtaamispisteessä asiakaskokemukseen vaikuttavat aktiivinen ja positiivinen vuorovaikutus, nopea vastaaminen asiakkaiden kysymyksiin ja palautteeseen sekä kiinnostava ja relevantti sisältö.

Asiakaskokemuksen kohtaamispisteet

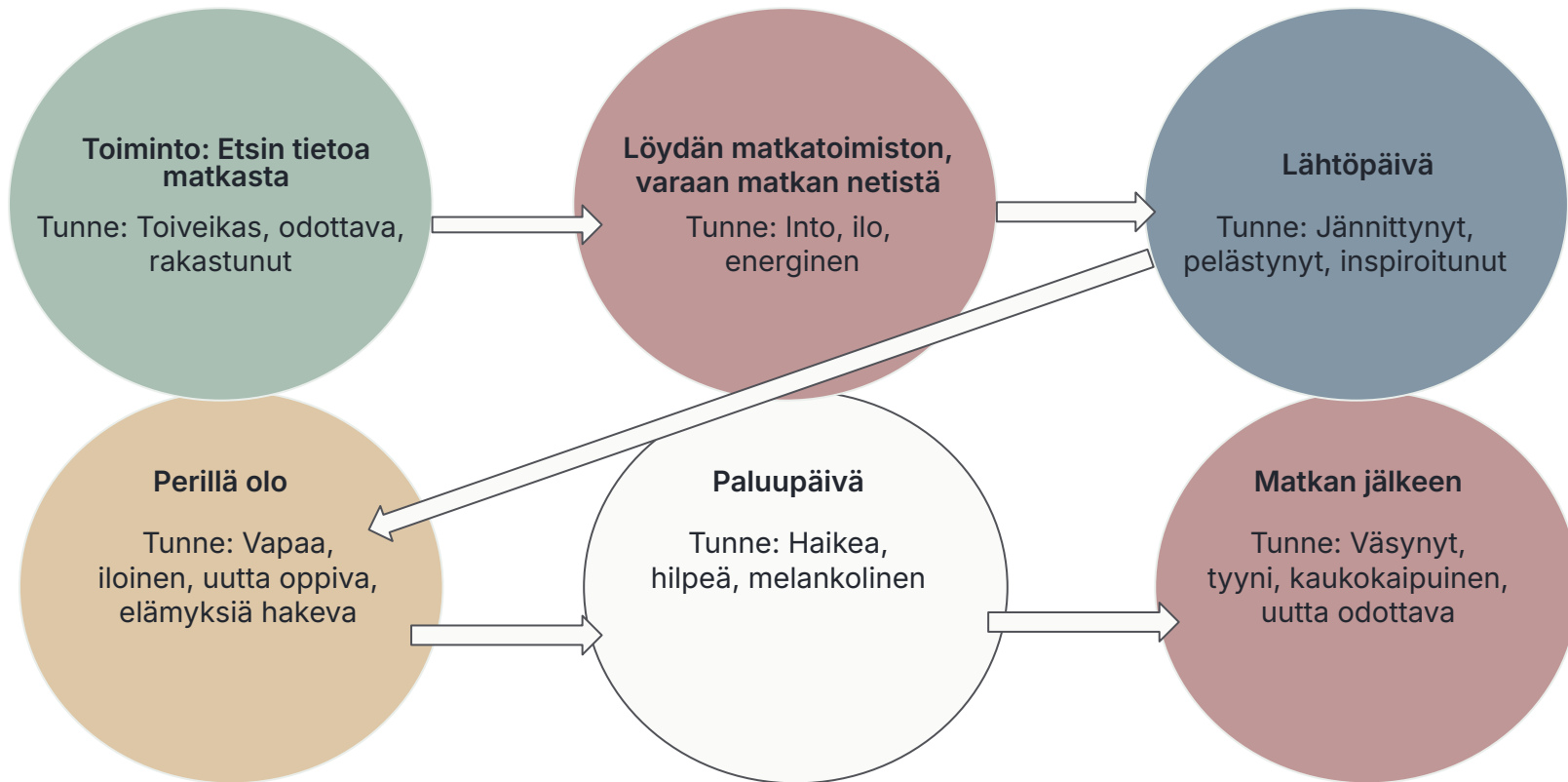
- **Asiakaspalvelu:** Kun asiakas ottaa yhteyttä yrityksen asiakaspalveluun, kohtaamispisteestä voi muodostua ratkaiseva asiakaskokemuksen kannalta. Ystävällinen ja asiantunteva asiakaspalvelu, nopeat vastaukset ja ongelmanratkaisu ovat tässä tilanteessa tärkeitä tekijöitä.
- **Fyysinen myymälä:** Asiakkaan vierailu fyysisessä myymälässä luo myös merkittävän kohtaamispisteen. Tässä asiakaskokemukseen vaikuttavat myymälän ilme ja siisteys, myyjien ammattitaito ja avuliaisuus, sekä mahdollisuus kokeilla ja nähdä tuotteita läheltä.
- **Maksuvaihtoehdot ja toimitus:** Asiakkaan kannalta tärkeitä kohtaamispisteitä ovat myös maksuvaihtoehdot ja toimitus. Helppo ja turvallinen maksuprosessi sekä nopea ja luotettava toimitus vaikuttavat asiakaskokemukseen.
- **Jälkimarkkinointi:** Asiakassuhde jatkuu usein oston jälkeenkin, ja tässä vaiheessa asiakaskokemukseen vaikuttavat esimerkiksi asiakkaan saama tuki, tuotetuki ja seuraavat ostosuositukset

Esimerkki asiakaspolusta, reissu Berliiniin matkatoimiston kautta



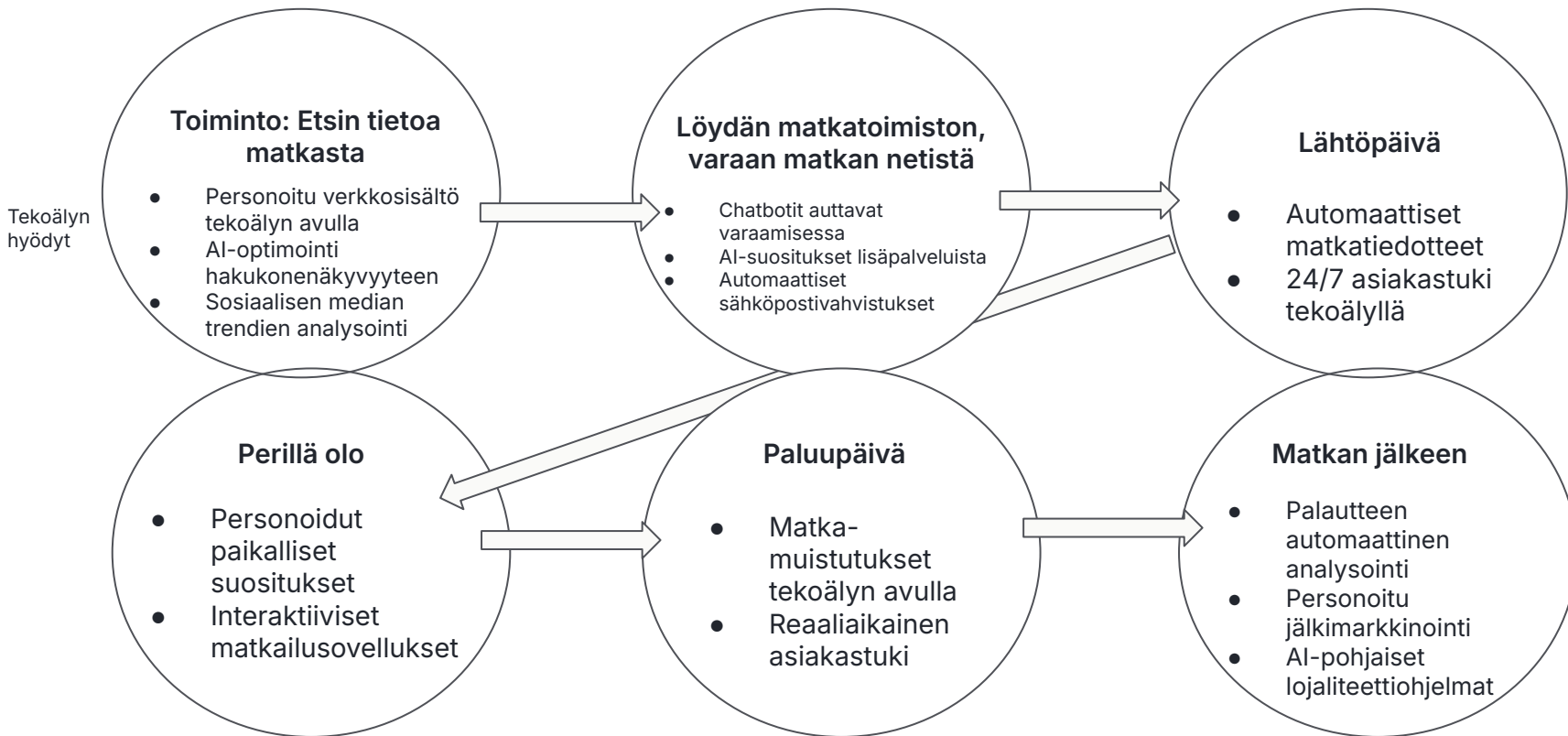
Huom! Siirtymät kriittisiä, ethän lähetä asiakasta sysimetsään

Mieti mitä tunteita asiakas kokee polun eri vaiheissa



Asiakaspolku ja tekoäly

Tekoäly voi auttaa parantamaan asiakkaan kokemusta ja vähentää asiakaspolun katkeamisia



Tehtävä:

1. Kirjoita auki asiakaspolku omassa yrityksessäsi
2. Mieti, missä kohtaa asiakas tippuu kärryiltä tai missä kohtaa kokemus ei ole parhaimmillaan

AI ja hyperpersonalisointi

Hyperpersonalisointi vie perinteisen personoinnin pidemmälle. Tekoäly ja reaaliaikaiset tiedot yhdistyvät tarjoamaan jokaiselle asiakkaalle yksilöllisiä kokemuksia – olivatpa he sitten nettisivuilla, sovelluksessa tai vaikkapa kivijalkamyymälässä. Lopputuloksena asiakkaat tuntevat saavansa juuri heille räätälöityjä suosituksia ja sisältöä, mikä lisää sitoutumista, kasvattaa liikevaihtoa ja vähentää asiakasvaihtuvuutta merkittävästi.

- Älykkäät suositukset: AI analysoi käyttäjän selaus- ja ostohistoriaa, tarjoten suosituksia, jotka todella osuvat maaliin. Tämän ansiosta esimerkiksi Amazon ja Netflix pystyvät pitämään asiakkaat koukussa tarjoamalla juuri heille sopivia vaihtoehtoja
- Chatbotit ja virtuaaliassistentit: AI-pohjaiset chatbotit hoitavat yhä isompaa osaa asiakaspalvelusta, vastaten kysymyksiin ja ehdottaen tuotteita asiakkaan tarpeiden mukaan – kaikki mukavasti 24/7
- Dynaaminen hinnoittelu: Hintojen reaaliaikainen säätö kysynnän ja asiakaskäyttäytymisen mukaan on erityisen suosittua matkailu- ja vähittäiskaupassa. Tämä AI-ohjattu hinnoittelustrategia optimoi hintoja, houkuttelee asiakkaita ja maksimoi tuotot

Asiakashyöty ymmärrettävämpään muotoon

Asiakaspolun alussa on tärkeää tehdä yritys tutuksi asiakkaille ja tuoda palvelun tai tuotteen hyödyt selkeästi esiin. Jos asiakashyötyjä ei viestitä kiinnostavasti ja ymmärrettävästi, asiakas ei välttämättä koe syytä jatkaa eteenpäin!

Tekoäly voi tässä auttaa tekemällä viesteistä kohderyhmään vetoavia ja personoimalla niitä asiakastietojen perusteella.

**Tehtävä: Kokeile
kehittää
myyntiviestejä eri
kohderyhmille!**

Osaako kielimalli aidosti ymmärtää asiakasta?

Näissä tekoäly on hyvä 👍

- Analysoi asiakastietoa nopeasti, tunnistaa tarpeet ja toistuvat ongelmat
- Tekstianalyysin kautta tunnistaa asiakkaan tunnetiloja (esim. tyytyväisyys/pettymys)
- Tuottaa johdonmukaisia ja välittömiä vastauksia rutiinikysymyksiin

Näissä ei vielä 👎

- Ei pysty aitoon empatiaan, joten viestintä voi tuntua mekaaniselta
- Sanaton asiakastieto jää AI:n pimentoon
- Kontekstin puute: AI tarvitsee selkeän viitekehysten, mutta asiakaskohtaukset ovat välillä monimutkaisempia

Muotoiluajattelu

- Eläydy asiakkaan elämään, ajattele miltä hänestä tuntuu, mitä hän tekee, mistä hän unelmoi?
- Määrittele ne asiakkaat, kenet haluat tavoittaa
- Validoi ongelma eli varmista, että ratkaiset oikeaa ongelmaa esimerkiksi haastattelemalla kohdehenkilöitä
- Keksi paljon tapoja ratkaista asiakkaan ongelma
- Luo koekappale tai testiesimerkki palvelusta tai tuotteesta
- Pyydä asiakkaita kokeilemaan palvelua, anna esimerkki tuotteesta
- Arvioi kriittisesti oma oletus, ratkaisun toimivuus ja jatkumo



Mistä on asiakkaallesi eniten hyötyä?

Asiakkaiden ja liiketoiminnan hyöty keskiössä

Pk-yritysten kehitystoiminnan tärkeimpänä tavoitteena on lisätä asiakas- ja liiketoimintahyötyä. Tekoälyratkaisut kannattaa suunnitella tukemaan juuri niitä toimintoja, joista asiakkaat kokevat saavansa eniten arvoa ja joista he ovat valmiita maksamaan.

Tekoälyn konkreettinen arvo asiakkaalle

Tekoälyn roolia on arvioitava ensisijaisesti sen mukaan, mitä käytännön hyötyä ja lisäarvoa se tuo loppuasiakkaille. Hyödyt voivat liittyä mm. palvelun nopeutumiseen, parempaan henkilökohtaiseen kokemukseen ja sujuvampaan tiedon saantiin.

Asiakasdatan hyödyntäminen

Kerää asiakasdataa yrityksen toiminnoista

Tieto	Sijainti
Ostokäyttäytyminen	Myyntijärjestelmä/myyntilokit
Tilaussopimukset	Sopimuspankki
Uutiskirjeet	Markkinointityökalut, markkinoinnin vuosikello
Asiakaspalautteet	Asiakastyytyväisyystutkimukset, Tuote/palvelupalautteet
Keskustelut asiakkaan kanssa	Työntekijöiden muistiinpanot / CRM
Nettisivut	Analyysityökalut: Google Analytics, Google AdWords, verkkosivujen kävijäanalyysityökalut
Tapahtumat	Käyntikortit, keskustelut
Internetpalveluissa olevat palautteet	Sosiaalinen media, keskustelupalstat yms.

Miten asiakasdataa kerätään teidän yrityksessänne? Onko data oikeassa muodossa ja täydellistä?

Asiakaskokemuksen mittaaminen 1/3

Asiakaskokemuksen mittaaminen ja seuraaminen on tärkeä osa asiakaskokemuksen johtamista. Tässä on joitain yleisiä menetelmiä ja työkaluja, joita organisaatiot voivat käyttää asiakaskokemuksen arvioimiseen ja sen kehittämiseen:

- **Asiakaspalautteen kerääminen:** Kyselyt, asiakastyytyväisyysmittarit (kuten NPS eli Net Promoter Score) ja avoimet palautekanavat ovat yleisiä tapoja kerätä suoraa asiakaspalautetta. Kyselyjen avulla voi saada tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä, odotuksista ja mahdollisista kehittämiskohteista.
- **Analytiikka ja mittarit:** Digitaalisessa ympäristössä voidaan hyödyntää erilaisia analytiikkatyökaluja, kuten Google Analytics, joiden avulla voidaan seurata verkkosivuston käyttäytymistä ja tunnistaa asiakaskokemukseen liittyviä vahvuuksia ja heikkouksia.

Asiakaskokemuksen mittaaminen 2/3

- **Asiakaspalvelutilanteiden seuranta:** Asiakaspalvelutilanteiden tallentaminen ja analysointi auttavat tunnistamaan asiakkaiden kohtaamia ongelmia ja mahdollistavat parannustoimenpiteiden toteuttamisen.
- **Asiakasvalitusten käsittely:** Seuraamalla asiakasvalituksia ja -kiitoksia voi saada tietoa siitä, miten hyvin asiakkaat ovat tyytyväisiä palveluihin ja tuotteisiin.
- **Käyttäytymisen seuranta:** Asiakkaiden käyttäytymisen seuraaminen esimerkiksi verkkokaupassa, mobiilisovelluksissa tai fyysisissä kaupoissa voi tarjota arvokasta tietoa asiakaspoluista ja parantaa asiakaskokemusta.
- **Mystery shopping:** Tämä menetelmä voi olla hyödyllinen fyysisessä kaupassa, jossa palkataan ulkopuolisia henkilöitä esiintymään asiakkaina ja arvioimaan palvelun laatua ja asiakaskokemusta.

Asiakaskokemuksen mittaaminen 3/3

- **Sosiaalisen median seuranta:** Seuraamalla sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa keskustelua ja palautetta, yritys voi saada reaaliaikaista tietoa asiakkaiden kokemuksista ja tarvittaessa reagoida nopeasti mahdollisiin ongelmiin.
- **Benchmarking:** Vertailemalla asiakaskokemusta kilpailijoihin ja alan parhaisiin käytäntöihin, organisaatio voi tunnistaa alueet, joilla sillä on kehittämisen varaa.

Asiakaskokemuksen mittaaminen ja seuraaminen on jatkuva prosessi, ja tuloksia tulee käyttää parannustoimenpiteiden suunnittelussa ja toteuttamisessa. Säännöllinen seuranta auttaa yritystä pysymään tietoisena asiakkaiden tarpeista ja odotuksista sekä varmistamaan, että toteutetut muutokset tuottavat haluttuja tuloksia.

Asiakasdata ja yksityisyys

Digitaalinen asiakaspalvelu tuottaa runsaasti tietoa asiakkaiden käyttäytymisestä ja tarpeista. Asiakasdataa voidaan hyödyntää personoidun palvelun tarjoamiseen ja markkinoinnin kohdentamiseen.

Asiakasdatan analysointi auttaa ymmärtämään asiakaskokemusta ja mahdollistaa jatkuvan parantamisen.

Digitaalisen asiakaspalvelun on oltava turvallista ja huolehdittava asiakkaiden **yksityisyydensuojasta**. Tietoturva on ensiarvoisen tärkeää, jotta asiakkaiden luottamus säilyy.

Yrityksen on noudatettava tietosuoja-asetuksia ja varmistettava, että asiakkaiden henkilötiedot ovat suojattuja ja käytetään vain asianmukaisiin tarkoituksiin.

Datan laatu on keskeistä kaikissa tekoälysovelluksissa – Ensimmäinen askel on aina datan keräys ja muokkaus.

Huom. Tästä asiasta on lisää asiaa moduulissa 3!

Askeleet tiedonlouhintaan

1. Kerää relevantti data, joka voi sisältää suuria määriä strukturoitua tai strukturoimatonta dataa eri lähteistä.
2. Puhdista data puutteista, virheistä tai epäjohdonmukaisuuksista. Tähän voi kuulua puuttuvien tietojen käsittely, virheellisten tietojen korjaaminen ja datan normalisointi.
3. Yhdistä dataa eri lähteistä ja muuntaa se sopivaan muotoon analyysiä varten.
4. Käytä sopivia tiedonlouhinta-algoritmeja, kuten klusterointi, luokittelu, assosiaatiosäännöt, regressioanalyysi, jne.
5. Arvio ja tulkitse.
6. Visualisoi.

Tekoälysovellukset

Valitse oikea AI-sovellus datan käsittelemiseksi

1. Sovelluksen valinta

Ensimmäinen askel on valita tekoälysovellus, joka parhaiten vastaa yrityksen asiakaskokemuksen ja asiakaspalvelun parantamiseen liittyviä tavoitteita. Sovelluksen valinta perustuu ensisijaisesti siihen, millaisia asiakaskohtaisia odotuksia yrityksellä on ja kuinka automatisoitavissa ne ovat.

Sovellus voi olla esimerkiksi ChatGPT tai muu SaaS-sovellus tai itse koodattu järjestelmä.

2. Datin integrointi sovelluksiin

Sovelluksen valinnan jälkeen on tärkeää, että yrityksen hallussa oleva data (kts. edellinen sivu) voidaan yhdistää tekoälysovellukseen.

Datin integrointi varmistaa, että tekoälysovellus pystyy tekemään päätöksiä ja ennustuksia oikeiden tietojen perusteella.

3. Integraatio olemassaoleviin järjestelmiin

Viimeinen vaihe on tekoälysovelluksen integrointi yrityksen olemassa olevaan infrastruktuuriin, jotta tekoälyn tuomat edut ovat saumattomasti osa päivittäistä toimintaa. Tämä voi olla esimerkiksi: Integraatio asiakaspalvelujärjestelmiin CRM tai ERP-järjestelmän liittäminen Analytiikan ja raportoinnin yhteensovittaminen

Chat, automatisointi ja tekoäly

Teknologian murroksessa myös ihmisten tarve vuorovaikutukseen kasvaa. Matkailuyritykseltä tai verkkokaupasta halutaan kysyä tietoja juuri silloin kuin asia on ajankohtainen. Tämä on lisännyt merkittävästi chat-palveluita. Chatin saa jo aika näppärästi nettisivuille, mutta kuka ehtii päivystämään linjoilla kellon ympäri.

Chatbotit ja virtuaaliavustajat voivat auttaa vastaamaan yleisiin kysymyksiin ja ohjaamaan asiakkaita oikeisiin kanaviin. Automatisointi voi nopeuttaa asiakaspalvelua ja vapauttaa resursseja henkilökohtaiseen ja monimutkaisempaan asiakaspalveluun. Monimutkaisemmissa tapauksissa chatbot voi ohjata asiakkaan eteenpäin ihmisasiakaspalveluun.

Tekoäly on vienyt chatbotit seuraavalle tasolle, sillä tekoälybotti ei ole enää niin rajoittunut sille syötettyihin kysymyksiin ja vastauksiin. Parhaimmillaan tekoälyä käyttävä chatbot osaa tulkita kysymyksiä laajemmin ja hakemaan asiakkaalle tietoa yrityksen järjestelmistä.

Esimerkki: Kuinka luon oman chat-botin verkkosivuille?

1. Tunnista tarve

Mieti ensin, mihin tarkoitukseen chatbotia tarvitaan. Esimerkiksi asiakastuki, myynti tai yhteystietojen tai palautteiden keruu.

2. Valitse työkalu

Valitse sopiva chatbot-työkalu, joka vastaa tavoitteitasi ja resurssejasi. Esimerkiksi tämä voi olla Chat-GPT (API:n kautta) tai Googlen Dialogflow

3. Kouluta botti

Käytä valittua alustaa kouluttamaan botti, jotta se ymmärtää kysymyksiä ja tarjoaa oikeita vastauksia. Jos käytät ChatGPT:tä, voit lisätä oman koulutuksen tarjoamalla sille ohjeita ja esimerkkivastauksia.

4. Integroi nettisivuille

Integroi botti nettisivuille käyttäen esimerkiksi widgetiä tai JavaScriptiä.

5. Testaa ja seuraa

Kun botti on käytössä, seuraa sen käyttöä analytiikan avulla. Katso esimerkiksi keskustelujen määrää, yleisiä kysymyksiä ja tyytyväisyysmittareita, jotta voit parantaa bottia jatkuvasti.

Case-esimerkki:



Andron Facilities Management hyödyntää tekoälyä ja IoT-teknologiaa siivoustoiminnassaan, mikä mahdollistaa reaaliaikaisen datan keräämisen rakennusten käyttöasteesta ja siivoustarpeista. IoT-antureiden avulla voidaan optimoida siivousrutiinit tarpeen mukaan sen sijaan, että seurattaisiin kiinteää aikataulua. Antureiden keräämän tiedon avulla tunnistetaan korkean käytön alueet, joihin ohjataan enemmän resursseja, ja vastaavasti vähemmän käytetyt alueet siivotaan vain tarvittaessa. Lisäksi Andronin käyttämät robotit hoitavat rutiinipuhdistukset, jolloin henkilöstö voi keskittyä vaativampiin työtehtäviin.

Lähde: [Andron](#)

Hyödyt:

- Kulujen vähennys
- Ympäristöystävällisyys
- Korkeamman siivoustason ylläpito

Case-esimerkki:



Marriott on ottanut käyttöön tekoälypohjaisen "RENAI"-järjestelmän, joka toimii 24/7 asiakaspalveluassistenttina hotellivieraille. Tekoäly auttaa vastaamaan asiakkaiden kysymyksiin, suosittelemaan paikallisia kohteita ja parantamaan vierailukokemusta. RENAI:n avulla Marriott voi räätälöidä palveluja asiakkaan mieltymysten mukaan ja vastata nopeasti erilaisiin pyyntöihin ilman, että henkilökuntaa kuormitetaan rutiinitehtävillä. Lisäksi järjestelmä hyödyntää asiakaspalautetta palvelun jatkuvaan kehittämiseen.

Lähde: [Alvarez & Marsal](#)

Hyödyt:

- Asiakastyytyväisyyden kasvu
- Henkilöstön työkuorman keventäminen
- Kehittynyt palvelujen kohdentaminen

Case-esimerkki: MAERSK

Maersk käyttää tekoälyä luodakseen personoituja logistiikkaratkaisuja yritysasiakkailleen analysoimalla asiakkaiden preferenssejä ja palautteita. Tämä antaa asiakkaille mahdollisuuden valita juuri heidän tarpeisiinsa parhaiten soveltuvat toimitustavat ja aikataulut. Lisäksi Maersk hyödyntää tekoälypohjaisia ennakoivia analytiikkatyökaluja, jotka arvioivat sääolosuhteita ja muita mahdollisia toimitusketjuhäiriöitä, mikä mahdollistaa ennakoivat suunnitelmat ja häiriöiden vaikutuksen minimoinnin jo ennen niiden tapahtumista.

[Lähde](#)

Case-esimerkki: Logistiikkayrityksen tarjouslaskenta

Trinetix kehitti logistiikkayritykselle ratkaisun, joka hyödyntää generatiivista tekoälyä tarjous- ja tarjouspyyntöprosessien (RFP) hallinnassa. Perinteisesti nämä prosessit ovat olleet hitaita ja työvoimavaltaisia, vaativat suurta tiedon analysointia ja hintastrategioiden laatimista, mikä voi viivästyttää asiakasvastausten toimittamista.

Generatiivinen tekoälyratkaisu mahdollistaa datan käsittelyn ja analysoinnin automaattisesti. Tekoäly voi ennustaa markkinatrendejä ja optimoida hinnoittelua hyödyntämällä historiallisia tietoja sekä nykyisiä markkinaolosuhteita. Prosessi muuntaa analyysin käytännön suosituksiksi ja tarjoaa suoraan hintastrategioita, mikä nopeuttaa päätöksentekoa ja parantaa tarkkuutta RFP-prosesseissa.

[Lähde](#)

Hyödyt:

- Nopeampi hinnoittelu ja tarjousvastaukset
- Parempi tarkkuus ja tehokkuus
- Joustavuus markkinan muutoksiin

Case-esimerkki:

Klarna

Klarna otti alkuvuodesta 2024 OpenAI-pohjaisen chat botin käyttöön globaalisti.

Yrityksen kokemukset ovat hyvin positiivisia, sillä tehokkuus on parantunut huomattavasti ja asiakastyytyväisyys ei ole laskenut aikaisemmasta.

[Lähde](#)

*“Käytännössä tekoäly tekee siis saman työmäärän kuin **700 täysipäiväistä asiakaspalvelutyöntekijää.**”*

*“Taloudellisesti Klarna arvioi tekoälynsä **lisäävän yhtiön kannattavuutta 40 miljoonalla dollarilla.**”*

Seuraa hyötyjen toteutumista

1. Käyttöönotto

Käyttöönoton prosessi tekoälyratkaisuille voi vaihdella sovelluksesta riippuen, mutta se voidaan jäsentää seuraavasti:

1. Koulutus ja perehdytys – Käyttäjille tarjotaan kattava perehdytys tekoälysovellusten käytöstä, jotta henkilöstö ymmärtää uuden teknologian mahdollisuudet.
2. Pilottivaihe – Testataan tekoälyn toimintaa valikoidussa ympäristössä, mikä mahdollistaa sovelluksen toiminnan arvioinnin ja hienosäädön.
3. Jatkuva seuranta ja optimointi – Analysoidaan tekoälyn tuottamaa dataa ja asiakaspalautetta jatkuvasti, jolloin tekoäly oppii tarkentamaan toimintaansa entisestään.

2. Hyötyjen seuranta

Seuraa tekoälyn tuomia hyötyjä asiakkaille. Hyödyt voivat olla esimerkiksi:

- Asiakaspalvelun parantuminen – Nopeammat vasteajat, tarkemmat vastaukset ja asiakastyytyväisyyden kasvu.
- Tehokkuuden kasvu – Resurssien parempi hallinta ja automaation lisääminen vapauttavat aikaa, jolloin henkilöstö voi keskittyä vaativampiin asiakaspalvelutehtäviin.
- Kustannussäästöt – Tehostettu resurssien käyttö ja palvelun optimointi voivat vähentää operatiivisia kustannuksia.
- Kilpailukyvyyn parantaminen – Tekoälyn avulla tarjottu parempi asiakaskokemus houkuttelee asiakkaita ja vahvistaa asiakassuhteita.

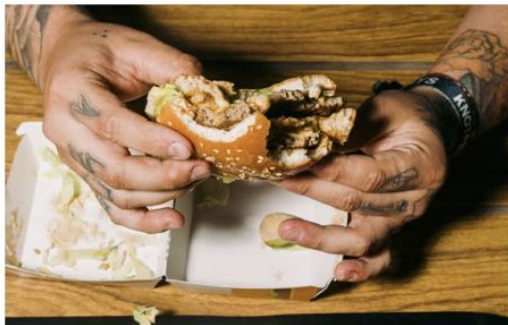
Case-esimerkki:



Teknologia

McDonald's teetti asiakaspalvelijan työt tekoälyllä – kokeilusta seurasi pahaa mieltä ja pekonia jäätelössä

Tekoälyn työ oli vastaanottaa autokaistan asiakkaiden tilauksia ja toimittaa ne työntekijöille. Osoittautui, että tekoäly on toistaiseksi huono asiakaspalvelija.



Toisaalta on hyvä muistaa, että tekoäly ei sovellu kaikkeen. McDonald'silla oli vuodesta 2021 asti ollut käytössä IBM:n kanssa kehitetty botti, jonka tarkoitus oli välittää autokaistan tilauksia keittiöön. Hanke kuopattiin vuonna 2024 lukuisten asiakkaiden valitusten jälkeen.

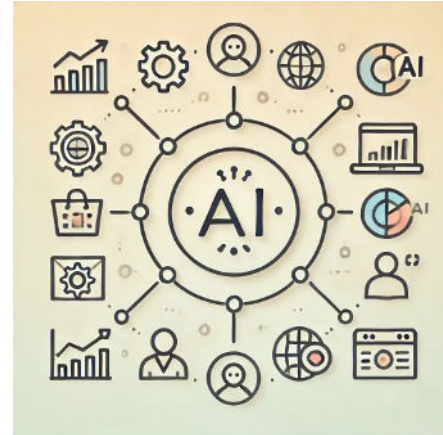
McDonald's kertoo kuitenkin uskovansa edelleen, että tekoälyllä tulee olemaan merkittävä rooli yrityksen tulevaisuudelle.

Lähde: [YLE](#)

Tekoäly markkinoinnissa ja myynnissä

Tekoälyn vaikutus markkinoinnissa

Tekoäly on muuttanut markkinoinnin maisemaa merkittävästi, ja sen merkitys kasvaa jatkuvasti. Tekoäly auttaa yrityksiä tekemään entistä parempia päätöksiä analysoimalla suuria määriä dataa ja tarjoamalla syvällisiä näkemyksiä kuluttajakäyttäytymisestä. Tämä mahdollistaa kohdennetumman ja personoidumman markkinoinnin, mikä puolestaan parantaa asiakaskokemusta ja tehostaa mainoskampanjoita.



Kuvituskuva luotu DALL-E:lla

Markkinointikampanjoiden kohdentaminen

Tekoäly analysoi suuria määriä kuluttajadataa tehokkaammin kuin perinteiset työkalut, mahdollistaen markkinointikampanjoiden tarkemman kohdentamisen. Se tunnistaa käyttäytymismalleja ja segmentoi asiakaskohderyhmiä automaattisesti, mikä lisää markkinointiviestien relevanssia ja osumatarkkuutta.

Automaattinen analyysi: Tekoäly käsittelee valtavia määriä dataa reaaliajassa.

Tarkka kohdentaminen: Tekoäly käyttää kerättyä tietoa segmentoidakseen asiakkaat ja kohdentaa markkinointiviestit yksilöllisesti.

Personointi ja optimointi: Markkinointikampanjoita voidaan personoida yksilötasolla ja optimoida reaaliaikaisest

Esimerkki: Google Ads

Google Ads käyttää tekoälyä analysoidakseen käyttäjien hakukäyttäytymistä ja optimoidakseen mainonnan suorituskykyä. Tekoäly tunnistaa trendejä ja säättää mainosten näkyvyyttä reaaliajassa, mikä parantaa klikkausprosentteja ja konversioita.

Mainoskampanjoiden optimointi: Google Ads voi mukauttaa mainosbudjetteja ja ehdottaa muutoksia kampanjoihin reaaliaikaisten tulosten perusteella.

Kohdentaminen avainsanojen perusteella: Tekoäly analysoi käyttäjien hakutuloksia ja näyttää mainoksia heille, jotka ovat todennäköisimmin kiinnostuneita tuotteesta tai palvelusta

Luova sisällöntuotanto

Tekoäly tarjoaa uusia mahdollisuuksia luovassa sisällöntuotannossa. Se voi tuottaa nopeammin ja tehokkaammin yksilöllistä sisältöä, kuten blogikirjoituksia, sosiaalisen median päivityksiä ja mainostekstejä.

Suosittellemme kuitenkin sisältöjen lukemista ja muokkaamista ennen postaamista!

Ota yrityksesi kilpailukyky uudelle tasolle tekoälyn avulla! Koulutuksemme tarjoaa pk-yrityksille käytännön työkaluja asiakaskokemuksen parantamiseen, päätöksenteon tehostamiseen ja operatiivisen tehokkuuden lisäämiseen – helposti ja joustavasti työn ohessa.

Tekoälyn kirjoittama mainosteksti tästä koulutuksesta. Mitä mieltä olet tästä?

SEO ja avainsanojen optimointi

Tekoäly voi merkittävästi tehostaa hakukoneoptimointia (SEO) ja avainsanojen valintaa pk-yrityksille. Tekoäly analysoi hakukoneiden algoritmeja ja käyttäjien hakukäyttäytymistä, mikä auttaa tunnistamaan tehokkaimmat avainsanat ja parantamaan sivuston sijoitusta hakutuloksissa. Tekoälypohjaiset työkalut voivat myös tunnistaa sivuston tekniset SEO-ongelmat, kuten sivunopeuden tai mobiilioptimoinnin puutteet, ja tarjota niihin ratkaisuja.



Tekoälypohjaiset SEO-työkalut, kuten Ahrefs tai SEMRush analysoivat hakusanoja ja niiden suoritusta kilpailijoihin verrattuna. Tekoäly tunnistaa tehokkaimmat avainsanat, joita asiakkaat käyttävät hakukoneissa, ja optimoi sivuston sisällön sen perusteella. Tämä parantaa verkkosivuston näkyvyyttä ja tuo enemmän orgaanista liikennettä.

Visuaalinen markkinointi

AI on muuttanut visuaalisen markkinoinnin maisemaa dramaattisesti, mahdollistaen nopeampaa ja tehokkaampaa sisällöntuotantoa. AI-työkalut, kuten DALL-E, Midjourney ja Stable Diffusion voivat tuottaa korkealaatuisia kuvia sekunneissa, säästäten aikaa ja resursseja, jotka aiemmin kuuluivat manuaaliseen suunnitteluun. Tekoälyä voidaan hyödyntää esimerkiksi sosiaalisen median sisältöjen, mainosmateriaalien ja brändäyselementtien luomisessa sekä personoimisessa eri kohderyhmille.



Midjourneyllä luotuja kuvia

Kansainvälinen markkinointi

Pk-yritykset voivat hyödyntää tekoälyä kansainvälisessä markkinoinnissa esimerkiksi lokalisoinnissa ja markkinointiviestien kääntämisessä eri kielille. Tekoäly helpottaa markkinoinnin sopeuttamista eri kohdemarkkinoiden tarpeisiin ja kulttuureihin, mikä vähentää manuaalista työtä ja parantaa viestien tarkkuutta. Lisäksi tekoäly voi analysoida kansainvälisiä markkinatrendejä ja auttaa yrityksiä kohdentamaan markkinointikampanjat oikeille asiakassegmenteille.

Käännökset ja lokalisaatio: Tekoälytyökalut, kuten ChatGPT tai DeepL, mahdollistavat sisällön nopean ja tarkan kääntämisen eri kielille, mikä helpottaa yritysten laajentumista uusille markkinoille.

Markkinointiviestien sopeuttaminen: Tekoäly analysoi kohdemarkkinoiden trendejä ja kulttuurisia eroja, mikä auttaa mukauttamaan markkinointistrategioita ja viestejä

Case-esimerkki:



Suomalainen Kolo Design Oy hyödynsi tekoälyä kansainvälisen markkinointimateriaalin tuottamisessa. Tekoälyn avulla yritys loi markkinointiviestejä ja visualisointeja, jotka oli suunnattu ulkomaisille asiakkaille, ja ne mukautettiin paikallisiin kulttuureihin ja kieliin tekoälyn avulla. Tämä auttoi yritystä pääsemään uusille markkinoille tehokkaammin ja nopeammin.

[Lähde](#)

Opas: Tekoäly verkkokaupassa

Tämä on Paytrailin tekoälyopas kaikille verkkokauppiaille

Tekoäly mullistaa kaupankäynnin, ja muutos on jo käynnissä. Onko sinulla varaa jättäytyä sivustakatsojaksi? Tämän oppaan avulla pääset kärryille tekoälyn mahdollisuuksista verkkokaupan kehittämisessä.

Sanotaan, että tekoäly on uusi sähkö. Huomenna emme voi enää edes kuvitella, että tulimme joskus ilman tekoälyä toimeen – arkisten asioiden suorittaminen ilman sitä tuntuu todennäköisesti jo muutaman vuoden päästä naurettavan vaivalloiselta.

Tekoälyn rooli kaupankäynnin mahdollistajana ja vahvistajana on kiistaton. Tekoäly pystyy oppimaan jokaisen asiakkaasi mieltymyksistä ja tottumuksista, ja käyttää tätä tietoa ennustukseen ja kohdentaakseen heille parhaiten sopivia tuotteita ja vaihtoja.

Kun kuluttajalla on käytännössä loputtomasti valinnanvaraa, personoitu asiakaskokemus tekee asioinnista verkkokaupassasi miellyttävämpää ja ostamisesta helpompaa.

Kauppiaan näkökulmasta tekoäly pystyy hoitamaan monia verkkokaupan pyörittämiseen liittyviä tehtäviä monikertaisesti tehokkaammin – usein myös merkittävästi onnistuneemmin – kuin mitä ihmisvoimin olisi mahdollista. Tekoälyn avulla voit parantaa verkkokaupiasi myyntiä ja operatiivista kannattavuutta.

Linkki:

<https://www.paytrail.com/tekoaly-verkkokaupassa>

Tekoäly myyntiprosessissa

Myyntiprosessi

Miten tekoälyä voi tehostaa työtä?

1. Asiakasymmärrys

Analysoi asiakaskäyttäytymistä ja ostohistoriaa, tuottaen oivalluksia tarpeista.

2. Liidit

Ennakoiva analytiikka tunnistaa ja priorisoi myyntipotentiaalisimmat liidit.

3. Kontaktointi

Tietojen syöttö ja asiakasviestintä automatisoituvat, chatbotit vastaavat perustiedusteluihin.

4. Hinnoittelu

Optimoi hinnoittelua ja tuottaa dataperustaisia suosituksia, seuraa kilpailijoiden hintoja.

5. Koulutus

Analysoi myyjien vuorovaikutuksia ja tarjoaa kohdennettua valmennusta.

**Pikapysäkki:
Pistarit**

Klikkaa tästä

Case-tehtävä

Case-tehtävä

Pohdi oman yrityksesi tai mahdollisen työn kannalta, miten voisit parantaa asiakaskokemusta tai asiakaspalvelua tekoälyn avulla.

Suunnittele kokonaisuus, jolla konkreettisesti voisit parantaa tämänhetkistä toimintatapaasi tekoälyn avulla. Tutki myös, mitä ei ole tarkoituksenmukaista tehdä tekoälyn avulla.

Kirjoita ChatGPT:tä hyödyntäen raportti, jonka laajuus on n. neljä sivua. Varaudu keskustelemaan aiheesta luentotilaisuudessa.



Luottamuksellisuus ja salassapito

Case-tehtäviä käydään läpi yhteisesti luentotilaisuuksissa - Ethän sisällytä tehtävään tietoa, jota et ole valmis jakamaan muille!

Liikeideoiden jakaminen ryhmän kesken perustuu luottamukseen, eikä toisten ideoita tai ajatuksia tule jakaa ryhmän ulkopuolisille.

Y4 Worksin koulutusmateriaalit on tarkoitettu ainoastaan koulutuksen osallistujille. Saat säilyttää materiaalit itselläsi koulutuksen jälkeen mutta materiaaleja ei saa jakaa koulutuksen ulkopuolisille henkilöille.

Y4 Works käsittelee henkilötietoja luottamuksellisesti ja ainoastaan koulutustiimin kesken. Lue Y4 Worksin tietosuojaseloste täältä: <https://y4works.fi/fi/tietosuoja/>

ChatGPT:n käyttö case-tehtävissä

Suosittellemme ChatGPT:n hyödyntämistä case-tehtävissä. Tavoitteena on opetella ChatGPT:n käyttöä, promptausta ja tuotoksen jatkokehitystä yhdessä tekoälyn kanssa.

ChatGPT:n käyttäjien syöttämät tiedot voivat olla osa OpenAI:n koulutusdataa. Tämä tarkoittaa, että niiden avulla voidaan parantaa mallin toimintaa tulevaisuudessa. Tämä ei tarkoita, että yksittäisiä keskusteluja tai tiettyjä käyttäjiä seurataan, vaan tietoa käytetään anonyymisti osana suurta tietomassaa. **On kuitenkin parempi pitää keskustelu yleisellä tasolla eikä jakaa arkaluontoisia tai luottamuksellisia tietoja ChatGPT:n kanssa!**

Valinnaiset sisällöt

Täältä löydät paljon lisää esimerkkejä tekoälyn käyttötarkoituksista, sovelluksista ja ChatGPT:n käytöstä. Tutustu niihin aihepiireihin, jotka kiinnostavat sinua!

Vaihtoehtoiset teemat

1. Asiakaspalautteiden käsittely ja analysointi tekoälyn avulla
2. Laadunvalvonnan tehostaminen tekoälyn avulla
3. Henkilöstön suorituskyky ja koulutus tekoälyn avulla
4. Asiakaspalvelun ja asiakastilausten automatisointi
5. Personoitujen markkinointiviestien luominen ja kohdentaminen

1. Asiakaspalautteiden käsittely ja analysointi tekoälyn avulla

Tekoäly auttaa yrityksiä ymmärtämään laajoja datamääriä nopeasti ja tehokkaasti. AI voi automaattisesti luokitella palautteita, tunnistaa yleisiä teemoja ja ongelmia sekä mitata asiakastyytyvyyttä kvantitatiivisten metodien avulla.

AI:n avulla yritykset voivat reagoida asiakkaiden palautteeseen nopeammin ja tarkemmin, parantaa palveluita ja tuotteita sekä kehittää asiakaskokemusta proaktiivisesti.



Mitä
asiakkaamme
kaipaavat?

Esimerkkejä sovelluksista

The logo for Qualtrics XM, featuring the word "qualtrics" in a lowercase, sans-serif font with a registered trademark symbol, and "XM" in a smaller, blue, uppercase font to the right.

Qualtrics XM: Alusta, joka käyttää tekoälyä asiakaspalautteen analysointiin, auttaen yrityksiä tunnistamaan trendit ja priorisoimaan toimenpiteitä asiakaskokemuksen parantamiseksi.

The logo for Medallia, featuring the word "Medallia" in a bold, lowercase, sans-serif font with a small blue diamond above the letter 'i'.

Medallia: Tarjoaa AI-pohjaisia ratkaisuja asiakaspalautteen käsittelyyn reaaliaikaisesti, mikä mahdollistaa välittömät toimet asiakaskokemuksen optimoimiseksi.

The logo for SurveyMonkey, featuring a green icon of a monkey's head and the word "SurveyMonkey" in a green, sans-serif font.

SurveyMonkey: Hyödyntää tekoälyä kyselyvastausten analysointiin, tunnistamalla keskeiset teemat ja trendit, jotta yritykset voivat kehittää strategioitaan datan pohjalta.

The logo for Google Analytics, featuring three vertical bars of increasing height in orange and yellow, followed by the words "Google Analytics" in a sans-serif font.

Google Analytics ja AI: Tarjoaa ennusteita ja segmentointia tekoälyn avulla, mikä auttaa yrityksiä ymmärtämään asiakkaiden käyttäytymistä verkkosivuillaan. Tämä on arvokasta tietoa kaikille aloille, erityisesti verkkokaupassa, strategioiden kehittämiseksi ja asiakaspalvelun parantamiseksi.

Miten voin käyttää ChatGPT:tä tähän?



Asiakaspalautteen tiivistäminen: ChatGPT voi auttaa tiivistämään suuret määrät asiakaspalautetta selkeiksi yhteenvetoiksi, jotka korostavat keskeisiä ongelmia ja mahdollisuuksia.


Kysymysten generointi ja automatisointi: Voit käyttää ChatGPT:tä luomaan kyselyitä asiakkailta saatujen vastausten perusteella, jotta voit syventää ymmärrystä tietyistä aiheista.

Asiakasdatan segmentointi: ChatGPT:n avulla voit segmentoida asiakasdatan eri ryhmiin esimerkiksi ostokäyttäytymisen, demografisten tietojen tai asiakkuuden keston perusteella. Tämä auttaa yrityksiä kohdentamaan markkinointiaan ja parantamaan palvelutarjontaa eri asiakasryhmille.

Asiakastrendien tunnistaminen: ChatGPT voi auttaa tunnistamaan ja analysoimaan asiakasdatan trendejä, kuten suosituimpia tuotteita tai palveluita, sesonkivaihteluita tai ostotiheyttä. Tämä tieto voi auttaa yrityksiä ennakoimaan kysyntää ja säätämään varastotasoaan.

2. Laadunvalvonnan tehostaminen tekoälyn avulla

Tekoäly voi merkittävästi parantaa laadunvalvontaa yrityksissä. Se mahdollistaa suuremman tarkkuuden ja nopeuden virheiden havaitsemisessa sekä ennakoivien toimenpiteiden toteuttamisessa. AI:n avulla voidaan analysoida suuria määriä dataa ja löytää trendejä ja poikkeavuuksia, jotka saattaisivat jäädä ihmisen havaitsematta. Tämä johtaa parempaan tuotteiden ja palveluiden laatuun, vähentää virheitä ja parantaa asiakastytyväisyyttä. Lisäksi tekoäly voi automatisoida monia laadunvalvonnan tehtäviä, vapauttaen henkilöstön keskittymään monimutkaisempiin ja arvoa tuottavampiin tehtäviin.



Miten voimme
parantaa
laatua?

Esimerkki sovelluksesta



Ropelewska (2022) käytti koneoppimista mustaherukoiden laadunvalvontaan. Tutkimuksessa tarkkailtiin mustaherukoiden laatua ajan kuluessa sekä huoneenlämmössä ja jääkaapissa. Tarkkailu perustui mustaherukoista otettujen kuvien luokitteluun erilaisten koneoppimisalgoritmien avulla.

Tekoälyavusteinen laadunvalvonta oli tutkimuksessa huomattavasti parempaa kuin paljaalla silmällä ja tekoäly pystyi erottamaan huoneenlämmössä olleet marjat 100% tarkkuudella.

Esimerkki sovelluksesta



AR-Check: Saksalainen startup, joka on kehittänyt AI-sovelluksen siivoukseen. Sovellus hyödyntää lisättyä todellisuutta (AR-lasit) ja tekoälyä siivouksen tehostamiseen ja laadun parantamiseen.

Miten voin käyttää ChatGPT:tä tähän?

Laadunvalvonta: Voit syöttää ChatGPT:lle esimerkiksi kuvia asiakaskohteista ja pyytää palautetta laadun parantamiseksi.

Virheiden analysointi: Voit syöttää ChatGPT:lle dataa laatuongelmista ja saada analyysin mahdollisista syistä ja trendeistä.


Koulutusmateriaalit: ChatGPT voi luoda koulutusmateriaaleja ja oppaita laadunvalvontaprosesseista henkilöstölle.

Ennusteiden tekeminen: ChatGPT voi käyttää historiallista laadunvalvontadataa ennustamaan tulevia laatuongelmia ja suosittelemaan ennakoivia toimenpiteitä.

Tukikeskustelut: ChatGPT voi toimia virtuaalisena tukihenkilönä, vastaten laadunvalvontaan liittyviin kysymyksiin ja tarjoten ratkaisuja ongelmiin reaaliajassa.

3. Henkilöstön suorituskyky ja koulutus tekoälyn avulla

Henkilöstön suorituskyvyn seuranta ja koulutus ovat keskeisiä tekijöitä yrityksen menestyksessä. Tekoäly voi tarjota monipuolisia työkaluja, jotka auttavat seuraamaan työntekijöiden suorituskykyä reaaliajassa, tunnistamaan kehityskohteita ja tarjoamaan personoitua koulutusta. Näin yritykset voivat parantaa tuottavuutta, sitoutumista ja työntekijöiden tyytyväisyyttä. Tekoälyyn perustuvat ratkaisut voivat automatisoida monia prosesseja, tarjota yksilöllisiä koulutussuosituksia ja auttaa henkilöstön kehittämisessä tehokkaammin.



Miten voimme
olla vielä
parempia?

Esimerkkejä sovelluksista

betterworks

Betterworks - Tekoälyä hyödyntävä SaaS-palvelu työntekijöiden suorituskyvyn hallintaan.

 **Lattice**

Lattice - Tekoälyyn perustuva työkalu suoritusarviointien ja työntekijöiden palautteen hallintaan.

 **cornerstone**

Cornerstone OnDemand - Koulutuksen hallintajärjestelmä, joka hyödyntää tekoälyä personoidun koulutussisällön tarjoamisessa.

Miten voin käyttää ChatGPT:tä tähän?



Suoritusarviointien laatiminen: Voit käyttää ChatGPT:tä luomaan strukturoituja suoritusarviointipohjia, jotka sisältävät relevantit kysymykset ja mittarit.

Palautteen antaminen: ChatGPT voi auttaa muotoilemaan rakentavaa palautetta työntekijöille, huomioiden sekä vahvuudet että kehityskohteet.


Koulutusmateriaalien luominen: ChatGPT voi auttaa luomaan ja personoimaan koulutusmateriaaleja erilaisiin tarpeisiin, kuten uuden työntekijän perehdyttämiseen tai erityisten taitojen kehittämiseen.

Kysymysten vastaaminen: ChatGPT voi toimia virtuaalisena apurina työntekijöille, tarjoten vastauksia kysymyksiin ja neuvoja reaaliajassa.

Analyysien tulkitseminen: ChatGPT voi auttaa tulkitsemaan suorituskykydataa ja tarjoamaan suosituksia tarvittavista toimenpiteistä ja koulutuksista.

4. Asiakaspalvelun ja asiakastilausten automatisointi

Asiakaspalvelun ja asiakastilausten automatisointi tekoälyn avulla tarkoittaa, että yritykset hyödyntävät tekoälypohjaisia ratkaisuja parantaakseen asiakaskokemusta ja tehostaakseen operatiivista toimintaa. Tekoäly voi auttaa automatisoimaan rutiinitehtäviä, kuten tilausten käsittelyä ja asiakaskyselyihin vastaamista, mikä vapauttaa henkilöresursseja keskittymään monimutkaisempiin tehtäviin. Automatisointi voi johtaa nopeampaan palveluun, tarkempiin tilausprosesseihin ja yleisesti parempaan asiakastyytyvyyteen.



Miten voimme auttaa?

Esimerkkejä sovelluksista



Zendesk - Asiakaspalvelualusta, joka käyttää tekoälyä automatisoimaan asiakaskyselyiden hallintaa ja tarjoamaan personoituja vastauksia.



Freshdesk - Asiakaspalveluratkaisu, joka hyödyntää tekoälyä tiketöinnissä ja asiakkaiden kysymysten nopeassa ratkaisussa.



xBOT - Monipuolinen suomenkielinen chatbot, joka voi hoitaa erilaisia tehtäviä, kuten liidien keräämistä, asiakaspalvelua ja tilausten käsittelyä.



HubSpot Service Hub - Asiakaspalvelualusta, joka käyttää tekoälyä asiakaskysymysten ja tilausten hallinnassa, parantaen vastausaikoja ja tehokkuutta.



CIN7 - Tilaustenhallintajärjestelmä, joka automatisoi tilausten käsittelyn ja varastonhallinnan tekoälyn avulla.

Miten voin käyttää ChatGPT:tä tähän?



Chatbotin rakentaminen: Voit käyttää ChatGPT:tä luomaan ja kouluttamaan chatbotin, joka vastaa asiakkaiden yleisimpiin kysymyksiin ja ohjaa heitä oikeaan suuntaan.

Asiakaskyselyiden käsittely: ChatGPT voi auttaa luomaan automaattisia vastauksia yleisiin asiakaskyselyihin ja ohjeistuksiin, mikä nopeuttaa vastausaikoja.

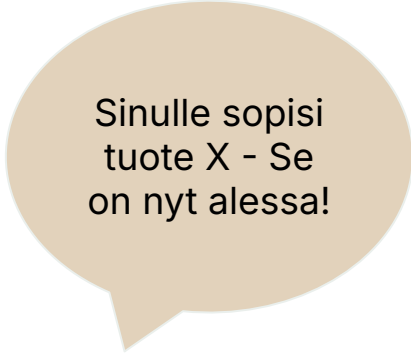
Tilausprosessin optimointi: Voit käyttää ChatGPT:tä auttamaan tilausten käsittelyssä, kuten varmistamaan tilaustietojen oikeellisuuden ja seuraamaan tilauksen etenemistä.

Henkilökunnan avustaminen: ChatGPT voi toimia apurina asiakaspalvelutiimille, tarjoten nopeasti tarvittavat tiedot ja suositukset asiakaspalvelutilanteissa.

Data-analyysi ja raportointi: ChatGPT voi auttaa analysoimaan asiakaspalveludataa ja tilausten käsittelyprosessia, tarjoten oivalluksia ja parannusehdotuksia operatiivisen tehokkuuden lisäämiseksi.

5. Personoitujen markkinointiviestien luominen ja kohdentaminen

Tekoälyä voidaan hyödyntää personoitujen markkinointiviestien luomisessa ja kohdentamisessa. Tekoäly voi analysoida asiakasdataa, kuten käyttäytymismalleja, ostohistoriaa ja demografisia tietoja, ja tuottaa yksilöllisesti räätälöityjä viestejä, jotka resonoi kunkin asiakkaan kanssa. Tämä parantaa markkinointikampanjoiden tehokkuutta, asiakaskokemusta ja sitoutumista, sekä lisää myyntiä.



Sinulle sopisi
tuote X - Se
on nyt alessa!

Esimerkkejä sovelluksista

Mailchimp - Markkinoinnin automaatioalusta, joka käyttää tekoälyä personoitujen sähköpostikampanjoiden luomiseen ja kohdentamiseen.

HubSpot Marketing Hub - Alusta, joka hyödyntää tekoälyä personoidun sisällön ja kampanjoiden luomisessa sekä asiakassegmentoinnissa.

Marketo - Markkinoinnin automaatiojärjestelmä, joka käyttää tekoälyä asiakasdatan analysointiin ja personoitujen viestien kohdentamiseen.

Zefram - Alusta, joka hyödyntää tekoälyä ja koneoppimista personoitujen markkinointiviestien luomisessa ja kohdentamisessa, tarjoten ratkaisuja erityisesti pienille ja keskisuurille yrityksille.

Reply.io - Myyntiautomaatiotyökalu, jolla voit luoda ja seurata myyntikampanjoita tekoälyn avulla

Miten voin käyttää ChatGPT:tä tähän?



Sisällön luominen: Voit käyttää ChatGPT:tä luomaan räätälöityjä sähköposti-, some- ja mainostekstejä eri asiakassegmenteille.

Asiakasprofiilien analysointi: ChatGPT voi auttaa analysoimaan asiakasprofilleja ja -dataa, mikä auttaa ymmärtämään paremmin asiakkaiden tarpeita ja kiinnostuksen kohteita.

Kampanjasuunnittelu: ChatGPT voi auttaa suunnittelemaan ja aikatauluttamaan markkinointikampanjoita sekä antamaan suosituksia viestien ajoituksesta ja sisällöstä.

A/B-testauksen ideointi: Voit hyödyntää ChatGPT:tä luomaan erilaisia viestivaihtoehtoja A/B-testaukseen, jolloin löydät tehokkaimmat viestintätavat eri asiakasryhmille.

Analytiikka ja raportointi: ChatGPT voi auttaa analysoimaan kampanjoiden tuloksia ja luomaan raportteja, jotka tarjoavat oivalluksia tulevien kampanjoiden optimointiin.

Reflektio

Mikä fiilis?

Mitä opit?

Miten voit käyttää oppimaasi?



Kiitos.

@y4works.fi