

servicenow

Slik gjør ServiceNow kundereisen problemfri

servicenow.com/no/solutions/customer-experience.html

Slik gjør ServiceNow kundereisen problemfri

Når et menneske er i en tilstand der man er helt oppslukt av en aktivitet og glemmer tid og sted, sier vi at man er i flyt eller i flytsonen. I en slik tilstand er man både motivert og engasjert, og opplever mestringsfølelse.

Som arbeidsgiver bør man også sørge for at medarbeidere har de verktøyene de trenger, fortrinnsvis for å jobbe i flytsonen, og det er her ServiceNow plattformen kommer inn.

Vi er alle omgitt av både komplekse og til tider repetitive oppgaver, fra vi står opp om morgenen til vi legger oss på kvelden. Med innsikt i og forståelse for disse oppgavene har man mulighet til å kontrollere og påvirke flyten. Vi kan alle kjenne oss igjen at forsinkelser, feil og overkompliserte transaksjoner irriterer mens for eksempel god flyt i trafikken, i butikken og på flyplassen gir merkbar glede.

Vi mennesker liker flyt

Med dette som bakteppe og i kombinasjon med at store deler av både privatliv og jobb skjer online, har selve kundeopplevelsen blitt noe av det mest forretningskritiske for en virksomhet. Det er mange prosesser som med fordel kan forenkles og automatiseres i en organisasjon for å sørge for effektive og gode kundeopplevelser. Ved å optimalisere kundeopplevelsene, fjerner man distraksjoner, og får det hele til å flyte sømløst og uanstrengt.

Å legge til rette for optimalisering og vedlikehold av effektiv arbeidsflyt er kjernevirksomheten til ServiceNow – ett av IT-verdens raskest voksende selskap de siste ti år.

I 2004 var selskapets grunnlegger, Fred Luddy, en erfaren IT-tekniker som nylig hadde mistet jobben. Han tok de mest frustrerende minnene fra 20 år i bransjen og bestemte seg for å lage en plattform som kunne løse de fleste av dem. Det ble til plattformen Now, som raskt ble til førstevalget for bedrifter som ville øke effektiviteten innen IT Service Management.

Luddy så ingen grunn til å begrense seg og nå 15 år senere dekker ServiceNow plattformen hele verdikjeden i en virksomhet, på tvers av kundeservice, risk & compliance, HR, og Environmental & Social Governance (ESG).

ServiceNow fikk sin start som en dedikert ITSM-plattform. Men etterhvert som kundene oppdaget hvor mye verdiskapning plattformen bidro med, kom spørsmålene om vi kunne utvide arbeidsområdene. Vi anser flere av kundene våre, som har vært med fra start, som våre viktigste inspirasjonskilder og innovatører, sier Helge Fjelberg, CEO i ServiceNow Norge.

Nøkkelen til å kunne tilby positive kundeopplevelser ligger i å skape kundeinteraksjoner som er enkle, relevante og som treffer i forhold til individuelle behov. Kunder i dag forventer at informasjonen og tjenestene de trenger er tilgjengelige når de trenger det og gjennom kundens foretrukne kanaler. Solide verktøy som skaper disse opplevelsene, digitaliserer tjenesteleveransen og legger til rette for høy grad av selvbetjening er essensielt for å oppnå fornøyde kunder og kundelojalitet.

Et eksempel er bruken og opplevelsene av chatbot-er, som på kort tid har gått fra å være komiske og frustrerende, til å være blant de viktigste elementene innen kundeservice og kundeopplevelse, for mange av de største merkevarene i verden. Det er blant annet den raske og sterke utviklingen innen AI som har gitt robotene rakettfart inn i hverdagslivet vårt.

Teknologiene blir stadig forbedret og utvikler seg konstant, det gjør også forretningsmulighetene. I 2020 var ServiceNow rangert som nummer 1 på Fortune Magazines Future 50-liste over selskaper med størst vekstpotensiale og nesten 80 prosent av alle selskapene på Fortune 500-listen benytter ServiceNow i deler av organisasjonen. I Norge har selskaper som DNB, Equinor, SAS, og Rema 1000, valgt å inkorporere ServiceNow.

God kundeservice er god business

Virksomheter som setter kundeopplevelser høyt, har tre ganger så gode forutsetninger for å nå sine forretningsmål. Det kommer frem i rapporten Digital trends Study: 2022 the year of CX-Centric Business Transformation.

Et eksempel er et skandinavisk selskap, som opplevde en økning på 70% i kundetilfredshet ved å forenkle og effektivisere tilgangen til kundeservice. Ved å la kunder logge inn og se

status på sin sak i realtid, får kundene full innsikt og dermed mer tillit og forståelse. Det avler igjen tilfredshet. Svartiden er også drastisk redusert og alle henvendelser besvares innen et døgn. Det gir kundene en god opplevelse og skaper vekst for selskapet.

Et annet eksempel er et globalt telekomselskap med mer enn 300 millioner kunder som har ServiceNow som plattform for kundehåndtering. Teknologien gir telekomselskapet 360 graders oversikt over sine kunder og gir muligheten for lynhurtig vurdering av hvilke behov kunden har. Også der er kundetilfredsheten økt samtidig med høyere produktivitet blant de som jobber med kundeservice.

For å understreke viktigheten av høy kundetilfredshet, kan det hentes følgende konklusjon fra rapporten *The Value of Keeping the Right Customers* fra Harvard Business Review:

Det koster fem til 25 ganger mer å skaffe nye kunder enn å beholde de eksisterende.

Det leder oss inn på hva norgesansvarlig i ServiceNow tenker om hele kundeuniverset:

Vi er alle forbrukere og mens samfunnet tar tilbake hverdagen etter en pandemi, vil mye av det vi har lært underveis fortsatt gjelde. Vi kommer til å jobbe annerledes, vi handler på en annen måte og vårt forbruksmønster er endret. Vi forventer at selskaper som tilbyr tjenester og produkter er dedikerte i å gi oss den beste servicen og opplevelsen som kan oppdrives, og det på en bærekraftig måte. Kunden har alltid rett og det har aldri vært mer sant enn akkurat nå, sier Fjelberg.

**ServiceNow (NYSE: NOW) makes the world work better for everyone.
Our cloud-based platform and solutions help digitize and unify organizations so that they can find smarter, faster, better ways to make work flow. So employees and customers can be more connected, more innovative, and more agile. And we can all create the future we imagine.**

The world works with ServiceNow™.

servicenow.com/no/solutions/customer-experience.html