



Konference Kundeservice & Kundeoplevelser 2019

Scandic, Sluseholmen, Møllestræde 11, 2450 København SV

Målgruppe

Direktører, kundeservicechefer, Customer Experience Managers, ledere og mellemledere inden for kundeservice/kontaktcentre/IT Service Desk/Borgerservice. Marketingansvarlige og generelt chefer/ansvarlige for kundevendte funktioner.



Program

8.00 – 9.00

Registrering og morgenmad i udstillerområdet – mulighed for at besøge dagens udstillere

9.00 – 9.15

Indledning ved dagens dirigent; Johnny Jensen, Peopleteam

9.15 – 10.00

Kundeservice og Service mindset

Scenen sættes med en letforståelig introduktion til centrale temaer i kundeservice. Luppen sættes på kundefokus, serviceoplevelser, serviceadfærd og kunderejser, og du vil med konkrete eksempler opleve, hvad der påvirker kunder positivt eller negativt.

De fleste har en mening om hvad det vil sige at være serviceminded. Indlægsholderne giver deres bud på en definition af begrebet, og viser samtidig hvad der skal til for at træne medarbejderes 'servicemuskel'.



Brian Vang, ejer af Dialog+ og medstifter af Serviceskolen.dk



Johnny Jensen, ejer af Peopleteam og medstifter af Serviceskolen.dk



10.00 – 10.30

Pause i udstillerområdet

10.30 – 14.15

Vælg mellem to spor – A: Mennesker og processer i kundeservice eller B: Kundeservice-løsninger (teknik)

Spor A: Mennesker og processer i kundeservice

10.30 – 11.15

Transformation fra costcenter til profitcenter i en traditionel organisation

Traditionelt opfattes en kundeserviceorganisation som en nødvendig og omkostningstung organisation, hvor der er ansat mange medarbejdere, og hvor en stor del af opgaven går ud på at afværge de klager og ulykker, som laves i den øvrige organisation. Vejen frem er at se på ens kundeserviceorganisation som en fantastisk mulighed for at skabe både højere kundetilfredshed, øget salg og forbedret fastholdelse af kunderne. Det er en oplagt vej for at flytte sig fra et costcenter til et profitcenter.

Få bl.a. indsigt i:

- Hvordan ændrer man mindset og kultur i en organisation, hvor man i mange år har været vant til at blive betragtet som et "nødvendigt onde", herunder ændring af mindset internt og den omgivende organisations syn på os?
- Hvordan skaber man den rette balance mellem salg, retention og kundetilfredshed?
- Hvordan sikrer man, at man får ledere og medarbejdere med på rejsen?



**René Thinggård Jørgensen, Kundecenterchef
Falck Danmark A/S**



11.15 – 12.00

Kundefokus i hele organisationen

Hos Eniig Fiber A/S arbejdes der med tre store indsatsområde.

Som Connie Rosenkvist siger: "Vi arbejder ihærdigt med kunden i centrum hver dag. Det er nemlig vigtigt, at have kundefokus i HELE værdikæden, så kunden virkelig kan mærke det.

"Vi får, hvad vi måler på", og derfor balancerer vi vores KPI målinger så vi sikrer, at de understøtter både vores kundefokus og er nærværende for medarbejderne. Vores medarbejdere er vigtige for os, det er jo dem der i sidste ende skaber den gode kundeoplevelse. Vi er lykkedes med en lav personaleomsætning, fordi vi har trivsel og kompetenceudvikling højt på dagsordenen – også i en hektisk hverdag".

Efter indlægget vil du vide:

- Hvordan du konkret skaber kundefokus i hele organisationen
- Hvilke KPI målinger i kundeservice der virker
- Hvordan man får lav personaleomsætning



**Connie Rosenkvist, Forretningschef, Kundecenter Fiber
Eniig Fiber A/S**

12.00 – 12.45

Frokost i udstillerområdet



12.45 – 13.30

5 generationer i kundeserviceafdelingen

For første gang i historien har vi 5 generationer på arbejdsmarkedet. Mange af os kan helt sikkert ikke genkende til nogle af de gnidninger, der kan opstå, når generationer med (for?) forskellig arbejdskultur mødes. Det kunne fx være:

- Forskellige holdninger til begreber såsom "arbejdstid" og "service"
- Når unge leder ældre
- Graden af forandringsparathed hos de forskellige generationer

På dette både seriøse, humoristiske, provokerende og engagerende indlæg får du indsigt i og viden om:

- Hvem er de 5 generationer, og hvilken kultur præger dem?
- Hvad er deres forventninger til arbejdslivet, og hvad motiverer dem?
- Hvilke udfordringer kan det give med 3, 4 eller 5 generationer under samme tag?

På indlægget får du helt konkret inspiration til, hvordan du kan håndtere de forskellige generationer, der med stor sandsynlighed allerede findes i kundeserviceafdelingen.

Advarsel: Du risikerer at opdage, hvordan andre generationer ser på dig – og hvordan du selv kan blive misforstået af andre generationer!



Betina Liliendal
Liliendal HCM



13.30 – 14.15

Fra kundetilfredshed til kundeloyalitet

Aarstiderne A/S er som abonnementsforretning uden binding til eksamen hos deres kunder en gang om ugen. Hør, hvordan kundechef Cecilie Lind og hendes team arbejder med at skabe ikke blot tilfredse, men loyale kunder gennem en balancering af hårde og bløde målepunkter i en kundeserviceafdeling, der gang på gang får en topplacering på listen over gode grunde til, at kunderne har lyst til at anbefale virksomheden til andre.



**Cecilie Lind, Kundechef
Aarstiderne A/S**

Spor B: Kundeservice-løsninger (teknik)

10.30 – 11.15

iZettle's Thunderdome: Simplificering af kundeservice via agil forretningsudvikling

– IT systemer der samler fremfor at opbygge silo'er.

iZettle har via nytænkning re-designet deres måde at levere forretningsværdi.

Fra forretningsidé til idriftsat løsning må der maksimalt gå 6 mdr. !

Strømlining af forretningsprocesser og IT systemer er nøglen til at levere værdi i en verden der konstant er under forandring. En nødvendighed for alle der ønsker at agere og skalere kundeservice, kundeoplevelser, salg & marketing.



Maria Izzo, Business Automation Lead iZettle



11.15 – 12.00

Talegenkendelse – en revolutionerende måde at arbejde på

Kontakt- eller kundecentret er for mange virksomheder den vigtigste kanal til kunde-kommunikation, men resultaterne måles ofte kvantitativt, såsom i antal opkald, tid på hold, opkaldslængde, løsningsfrekvens osv. Reelt har mange virksomheder kun begrænset viden om, hvad der rent faktisk formidles i opkaldene, selv om dette typisk er meget mere kritisk for virksomhedens succes end kvantitativ opkaldsstatistik.

I virksomhedens mange telefonsamtaler ligger der en meget værdifuld kilde til indsigt. En effektiv mulighed for at dyrke forbedringspotentiale og udviklingsmuligheder inden for stort set alle områder af jeres forretning.

Få indsigt i hvilke muligheder du har.

RECORDIT

12.00 – 12.45

Frokost i udstillerområdet

12.45 – 13.30

Når automatisering og kundefokus går hånd i hånd

– så det er nemt at være kunde og medarbejder

Energikoncernen EWII har en kontaktcenterløsning, der samler alle kundeindgange i én applikation. Digitale henvendelser – e-mail og chat – og telefoniske henvendelser blendes og fordeles automatisk til kunderådgivere med de rigtige kompetencer. Det sparer tid og for både kunder og kunderådgivere, som i højere grad kan fokusere på individuelle kundeoplevelser – og det øger tilfredsheden hos både kunder og medarbejdere.

Mange processer er automatiseret – også fokuseret opfølgning på kundetilfredshedsmålinger, så kundernes feedback aktivt bruges til at optimere de oplevelser, kunderne møder i kontakten med EWII.



Tommy Sørensen, Kundeservicechef EWII Tommy Sørensen fortæller om EWII's arbejde med at bringe individuelle kundeoplevelser og automatisering endnu mere på agendaen – og bliv inspireret til hvordan automatisering og kundefokus kan gå hånd i hånd.

13.30 – 14.15

Understanding the customer experience sets ASOS up for future growth

Customer expectations and behaviours are changing at a greater rate than ever before, and so too is the world of work. Employers and brands need to cater to these changes and ensure they continue to innovate to attract and retain customers and staff alike.

As disruptions such as automation and AI come to the fore, businesses need to navigate an increasingly complex landscape at an ever faster pace. ASOS approaches this business challenge by looking through the customer's eyes in everything it does.

Dannis Nieuwpoort will share his – and ASOS' – journey, explaining how understanding the customer experience sets ASOS up for future growth.



**Dannis Nieuwpoort, Head Of Planning
ASOS**



Fælles – ikke længere opdelt i spor

14.15 – 14.45

Pause i udstillerområdet

14.45 – 15.30

AI, Big Data og machine-learning i kundesupporten skaber markante resultater

Hør historien om, hvordan TV 2s Kundecenter med kunstig intelligens, Big Data og machine learning har ændret tilgangen fundamentalt til klassisk kundeservice. I oplægget vil du høre mere om hvilke tanker og overvejelser der lå bag strategien, hvordan business casen blev til og ikke mindst om de efterfølgende resultater. Oplægget tager udgangspunkt i hvordan man får samarbejdet mellem AI og IA (Artificial intelligence og intelligent assistance) til at skabe markante og målbare resultater og hvordan kontinuerlig udvikling af samarbejdet, har nedbragt mængden af direkte henvendelser til TV 2s Kundecenter.



Kristian Petersen, Head of Customer Operations
TV2 Danmark A/S



15.30 – 16.15

AI + RPA = Fremtidens kundeservice

Kundeservice og support står over for en omvæltende digital transformation forårsaget af udvikling i AI.

Det forudsiges f.eks., at besparelser forårsaget af chatbots vil 400-doble over de næste 5 år.

I dette oplæg vil Stephen Alstrup give en introduktion til, hvad AI er, hvad er nyt, hvad er bare hype og hvad virker i lyset af kundeservice og support, som for de fleste virksomheder opfattes som den vigtigste konkurrenceparameter.

Dette gøres via konkrete eksempler på anvendelse af AI hvor flere vil være fra kundeservice og supportverden.



**Stephen Alstrup, Professor, Københavns Universitet (AI, Big Data og algoritmer)
Serieentreprenør og bl.a. stifter af SupWiz**

16.15 – 16.20

Afrunding – konferencen slutter

16.20

Alle inviteres til vin og networking i udstillerområdet