

Ny undersökning från Adobe och Goldsmith University:

## Artificiell intelligens – en viktig del i framtidens kundupplevelse

En ny studie från Adobe och Goldsmith University visar att artificiell intelligens är avgörande för företag som vill behålla sina kunder i en digital tidsålder. Två av tre svarar att de är lojala mot företag som skräddarsyr kundupplevelsen efter personliga behov. Vi är även införstådda med att företag använder vår data i detta syfte, så länge de är transparenta med detta.

En ny studie från Goldsmith University på uppdrag av Adobe visar att hela 61 procent av konsumenter i Europa är lojala mot företag som skräddarsyr kundupplevelsen efter deras personliga behov. Sammantaget har 5000 respondenter i bland annat Sverige, Danmark, Storbritannien, Frankrike och Nederländerna intervjuats.

### Vi söker bekvämlighet – och du borde använda vår data

46 procent i studien uppger att marknadsutbudet i dag är överväldigande. Ett ökande antal på 59 procent, eftersöker bekvämlighet när de handlar online. Hälften (50%) av de tillfrågade skulle dessutom gärna köpa varor från ett märke de inte tidigare har någon relation till, om kundupplevelsen visar sig vara bättre.

– Den tekniska utvecklingen har ändrat företagets spelregler. En majoritet av företagen börjar inse att data är nyckeln till en konsekvent, relevant och spännande kundupplevelse. Med AI kan denna utveckling dessutom ta ordentlig fart. AI gör det möjligt för företag att omvandla data till en optimerad, personlig upplevelse. Med tiden kommer algoritmerna fortsätta att anpassa sig, så att företag i ännu högre grad kan få hjälp att lösa kundernas problem, säger Imran Afzal, nordisk marknadsföringschef för Adobe Experience Cloud.

Vidare är konsumenterna öppna för att företag använder sig av personlig information: Över hälften (53 procent) anger att de uppskattar när företag känner till deras personliga preferenser och bemöter dessa. Förtroendet kommer dock inte utan vissa motkrav, då 76 procent vill ha insyn i hur deras data används.

### 4 tips för att skapa kundlojalitet i den digitala tidsåldern:

1. Ge kunderna **anpassade upplevelser**. Lojalitet är starkt förknippat med kundupplevelser skräddarsydda efter konsumenternas specifika behov och preferenser.
2. Se till att vara där konsumenterna är. En ”alltid på”-mentalitet är avgörande för att vinna kundlojalitet.
3. Hjälp konsumenten att filtrera sina val. För att skapa uppmärksamhet och lojalitet är det nödvändigt för företag att begränsa konsumentens intryck. Här är AI ett viktigt redskap för att samla relevant data och innehåll och se till att det levereras till rätt person vid rätt tillfälle.
4. Ny teknik gör det möjligt att lösa konsumentproblem eller snabbare möta potentiella köparens behov. Verksamheter kan därmed **särskilja** sig från konkurrenter genom att leverera upplevelser som överraskar och gläder sina kunder.

Läs mer i ett blogginlägg (på engelska) av David Burnand [här](#).

### För ytterligare information, vänligen kontakta

Jes Schyum, kommunikationschef Adobe Systems, telefon +45 26 70 46 70, [jschyum@adobe.com](mailto:jschyum@adobe.com)

Daniel Nord, konsult Spotlight PR, telefon +46 704 584 371, [adobe@spotlightpr.se](mailto:adobe@spotlightpr.se)

### Om Adobe

Adobe förändrar världen genom digitala upplevelser. Läs mer på [www.adobe.com](http://www.adobe.com)