KLARDAGER

KUNDCASE · NORDISK RESEARRANGÖR · HELA CASET

Kundservicen slutade vänta och tog täten i AI-arbetet

Med hjälp utifrån såg kundservice, IT och marknad att de ville samma sak.

Ving, Spies och Tjäreborg står för semester, sol och härliga dagar med nära och kära. Bakom varumärkena finns Nordic Leisure Travel Group och ett gemensamt kundcenter som tar hand om resenärerna före, under och efter resan. Där fanns ett problem som många företag känner igen: alla ville använda AI i större utsträckning men alla väntade på att någon annan skulle ta första steget.

Vi lyssnade in de olika perspektiven och såg var de skilde sig åt. Sedan designade och faciliterade vi en workshop där perspektiven fick mötas. Där fick kundservice, IT och marknad syn på att de ville samma sak. Kundservice tog täten och workshopen landade i ett första steg som hela gruppen står bakom.

Mindre än en månad

Från start till en gemensam riktning

Vi tog hand om förberedelser, analys och upplägg.

Varje person behövde bara lägga tid vid tre tillfällen.

DEL 1 Kundcaset

Ett vanligt läge

Viljan fanns överallt. Kundcentret hade byggt en destinationsapp och en mejlbot, IT hade ett virtuellt AI-team och koncernen har ett AI-forum där verksamhet och IT prioriterar AI-projekten.

Ändå gick det trögt. Kundservice visste inte vad som var möjligt i den egna miljön eller hur långt teamet kunde gå på egen hand. IT hade många prioriteringar att väga och såg en framtid där verksamheten driver mer av utvecklingen själv. Marknad efterfrågade en vision för kundservice 2030. Varje perspektiv var rimligt men tillsammans gjorde de att ingen tog första steget.

> KÄNNER DU IGEN DET?
>
> Viljan att använda AI finns i hela organisationen, men ansvaret faller mellan stolarna. Verksamheten väntar på IT, IT på en tydlig beställning och båda på en vision från ledningen. Under tiden växer små lösningar fram vid sidan av ordinarie prioriteringar, och de stora vinsterna uteblir.

Så byggde vi samsynen

Samsyn går inte att besluta fram. Den behöver byggas. Vi designade uppdraget steg för steg utifrån vad just den här gruppen behövde.

01 **Enskilda samtal som grund**

Vi pratade med var och en: chefen för kundcentret, den som ansvarar för kundcentrets system och processer, IT och marknad. Samtalen visade var perspektiven skilde sig åt: mellan vision och bevisläge, och mellan central styrning och att bygga nära verksamheten.

02 **En workshop designad efter det vi hörde**

Vi destillerade samtalen till fyra områden att tänka i: ambition och omvärld, kundservice och självservice, data och plattform samt kundservicemedarbetarnas vardag. Workshopen började i perspektiven och lät målbilden vänta, så att var och en fick beskriva sin verklighet och höra de andras.

03 **En samsynskarta som gruppen fyllde i själv**

Gruppen prövade vad som måste vara sant för att komma framåt och fyllde sedan själv i vad de delar, var de ser olika på saken och vad som bör komma först. Kartan blev gruppens egen, formulerad med deras ord.

04 **Analys och förankring**

Vi sammanfattade kartan och vår analys i ett slutmaterial som håller isär det gruppen sa och vår tolkning. Några veckor senare gick vi igenom det med hela gruppen, så att bilden höll även efter workshopen.

”Det var mer givande än jag hade tänkt mig. Vi satte av tid för att prata om det här, och alla fick säga vad de kände och tänkte.”

Terje Dahl, Head of Customer Center, Nordic Leisure Travel Group

Det NLTG fick

01 **Ett ägarskap**

Kundservice tog ansvar för det som ligger i det egna mandatet: kunskap, vanliga frågor och interna processer. IT finns med som stöd och bollplank.

02 **Ett första steg**

Fler datakällor kopplas till chatboten, precisionen höjs och effekten mäts. Hela gruppen står bakom det.

Med deras egna ord

”Jag inser att vi inom kundservice kanske har suttit för länge och väntat på att någon annan ska ta täten, när vi själva kan driva förändringen.”

Terje Dahl, Head of Customer Center

”Jag ser nu tydligare att det är vi i vårt team som måste äga den här förflyttningen. Vi kan inte vänta på andra. Vi behöver själva hitta våra sätt att arbeta och ta ansvar för att det händer.”

Katja Björlinger, ansvarig för kundcentrets system och processer

”Jag är faktiskt positivt överraskad över hur samstämmiga vi är som grupp. Viljan och riktningen finns redan. Utmaningen är hur vi tar oss vidare.”

Sami Breinholt, Head of Technology Services

Rörelsen fortsatte efter leveransen

När vi träffade gruppen igen några veckor senare hade kundservice redan tagit nästa steg. Kundservice förde dialog med leverantören av kontaktcenterplattformen om chatboten, frigjorde mer tid för utvecklingsarbetet och började skissa på ett business case för inloggat läge, där resenären kan se sin egen bokning. Sedan dess har kundservice kopplat två nya datakällor till chatboten och fortsätter att testa fler.

FAKTA	
KUND	Nordic Leisure Travel Group (Ving, Spies och Tjäreborg)
LÄGE	Alla ville framåt med AI och väntade på varandra
MED FRÅN KUNDEN	Head of Customer Center (beställare), ansvarig för kundcentrets system och processer, IT, marknad
INSATS	Samsyn och AI-kartläggning i kundservice, april–maj 2026: enskilda samtal, workshop designad utifrån samtalen, samsynskarta, slutmaterial med analys och förankring med hela gruppen
RESULTAT	Kundservice tog täten, med en karta som gruppen äger och ett första steg som alla står bakom

DEL 2 Vår analys

Varför samsynen väger tyngre nu

> Klardagers egen bedömning. Avsnittet beskriver vad arbetet öppnar för NLTG och för andra kundserviceorganisationer i samma läge.

Omvärlden har ändrat spelplanen

Sedan workshopen i april har läget för resebranschen förändrats på två sätt som gör frågan mer brådskande.

01 **Efterfrågan svänger snabbare**

Händelser i omvärlden kan på några dagar skapa toppar av frågor om ombokningar och resevillkor. Kundservice behöver klara topparna utan att bemanningen följer med upp och ned.

02 **Resan börjar i nya gränssnitt**

Vings ledning har beskrivit en kundresa där erbjudandet ska möta kunden även i AI-drivna tjänster utanför den egna webbplatsen och appen (Techtidningen, juli 2026). Där behöver AI-tjänsterna kundservicens kunskap om villkor, bagage och destinationer för att svara rätt.

15–20 %

Tidsbesparing från mejlboten som kundcentret byggde

Kundservice äger redan en stor del av effekten.

Kunskap, interna processer och svar på vanliga frågor ligger inom det egna mandatet.

Samsyn är den billigaste effektiviseringen

När kundservice, IT och marknad ser olika på vad som är möjligt blir varje initiativ en ny förhandling. I ett osäkert läge är det dyraste av allt att lägga resurser på initiativ som sedan stoppas. Med en gemensam karta prövas varje idé mot samma bild från start. Det gör vägen från idé till beslut kortare.

Samsyn kräver ett genomtänkt upplägg

Att samla gruppen i ett rum räcker sällan. När perspektiven skiljer sig åt behöver någon utan egen agenda lyssna in var och en, se mönstren och designa ett samtal där skillnaderna blir användbara. I NLTG:s fall blev gruppens spännvidd, från framtidstro och verksamhetsrealism till IT-kunnande, en styrka när den fick komma fram i rätt ordning.

Vad det första steget kan ge i förlängningen

Det första steget som gruppen valde är att koppla bagageregler och fakta om hotell och destinationer till chatboten. Informationen finns redan publikt, så kundservice kan ta steget inom

sitt eget mandat. Vi ser effekt på tre områden:

Bättre kundupplevelse. Resenären får svar direkt, dygnet runt, på frågor som hur mycket bagage som får följa med. Ingen behöver ringa och vänta i kö för det.

Bättre medarbetarupplevelse. Kundservicemedarbetarna får färre upprepade enkla frågor och mer tid för ändrade bokningar. Medarbetarna på resmålen, som också svarar på många kundfrågor, får mer tid för resenärer som behöver deras erfarenhet på plats.

Högre effektivitet. Färre samtal om sådant kunden kan få svar på själv gör att samma bemanning räcker längre när omvärlden svänger och ärendetopparna kommer. Effekten mäts från start, och det ger kundservice ett uppmätt underlag när nästa steg, svar om den egna bokningen i inloggat läge, behöver IT:s resurser.

Vad det betyder för dig i samma läge

01 **Som kundservicechef**

Vänta inte på en färdig vision. Ta reda på vad som ligger inom ditt eget mandat och börja där. Det ger dig uppmätta resultat att ta med till nästa budgetsamtal.

02 **Som verksamhetsnära IT**

Backloggen krymper när verksamheten bygger mer själv på valda plattformar. Säg ja på ett sätt som gör det lätt att bygga rätt och säkert.

03 **I ledningen**

När omvärlden svänger behöver du steg som ger effekt i år. Med en gemensam karta blir AI-arbetet en portfölj av mätbara steg, och budgetsamtalet kan utgå från det som redan har gett effekt.

Vår slutsats

Det NLTG stod inför är vanligt och svårt att lösa inifrån. Med samtal som fångade varje perspektiv och en workshop designad för att låta dem mötas, såg gruppen att de ville samma sak, och kundservice slutade vänta. I en bransch där läget kan vända på en vecka är en organisation som redan är överens om nästa steg värd mer än en ny plan.