



Salesforce

AI



AI. Mit nyerhet vele a cége és mire érdemes ügyelni a használatakor?

Alig néhány éve még a digitalizáció fontosságáról is győzködni kellett a döntéshozókat, mára viszont már az AI sem sci-fi többé. Nem kérdés: hatalmas, ugrásszerű technológiai változások tarkítják az életünket, a segítségükkel elérhető eredmények pedig szinte sokkolóak. Nem véletlen, hogy a terület szakértői közül többen egy az ipari forradalomhoz hasonló nagyszágrendű átszerveződést vetítenek előre a munka – ezen belül, például, az ügyfélkapcsolat-menedzsment – világában. Aki tehát most lemarad, annak minden bizonnyal egyre nehezebbé válik majd a felzárkózás.

Az új, AI-alapú technológiák megannyi izgalmas lehetőséget hordoznak magukban, amelyekkel az ügyfélkapcsolatok minőségét, a kapcsolattartás gördülékenységét, a kreatív produktivitást, illetve a munkavégzés gyorsaságát egyaránt fel lehet turbózní. Ugyanakkor, ezzel párhuzamosan egy kisebb útvesztőben is találjuk magunkat az AI kapcsán: melyik rendszert mire használjuk, hogyan használjuk, hol vannak a limitációk és etikai megfontolások, illetve mitől bízhatunk egy rendszer megbízható működésében – és mitől fognak bízni benne az ügyfeleink.

Mind fontos kérdések, éppen ezért készültünk egy kis összefoglalóval, amely reményeink szerint elég ahhoz, hogy felhelyezze a térképre a főbb mérföldköveket. Ezek segítségével az útvesztő egy felfedező kalanddá alakulhat át: az AI helyesen megválasztott alkalmazási területeivel a munkafolyamatok gördülékenyebbé, gyorsabbá tehetőek, ezzel pedig jelentős kreatív, illetve problémamegoldó kapacitás szabadítható fel egy adott cégen belül.



Mindennek az alapja: bízhatunk-e az AI-alapú rendszerekben?

A válasz nem feltétel nélküli: a kimagasló eredményekhez csúcs eszközök kellene. Az AI-alapú rendszerek csúcs eszközei pedig a megfelelően előkészített, rendszeresen auditált, megtisztított adat; a hozzáértő emberi felügyelet, szupervízió; valamint a megfelelően működő AI-modell.

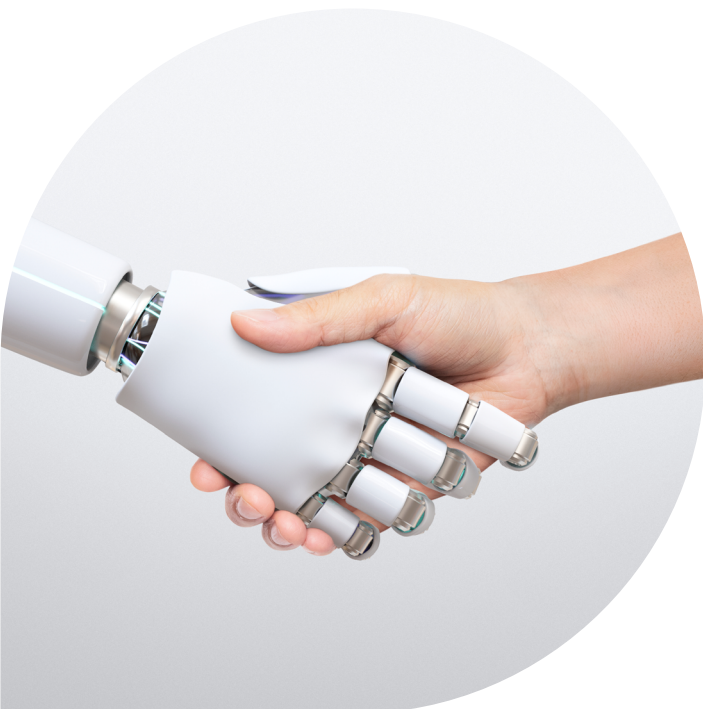
A megfelelően előkészített adat az AI-alapú CRM-rendszerek tekintetében kifejezetten fontos, hiszen ebben az esetben az adat fölött közvetlen kontrollt gyakorolhatunk, mi tápláljuk be a rendszerbe. A jó minőségű, releváns adat jobb esetben egyébként is rendelkezésre áll már a cégen belül, hiszen ahogyan az AI, úgy a legokosabb, legprecízebb kolléga is csak a megfelelően előkészített adatból tud jó eredményt kihozni.

Hogyan lesz az adat pontos, hiánytalan és aktuális?

Lépések az adatintegritás biztosítására:

- **Az adatminőség rendszeres ellenőrzése:** rendszeres auditok és minőségellenőrzés – az, hogy ezt milyen időközönként érdemes megtenni, az adott cég céljain és a beáramló adatmennyiségen is múlik.
- **Adattisztítás:** az ellenőrzés során észlelt hibákat és hiányosságokat javítani érdemes – ahhoz, hogy a hiányosságok felszínre kerüljenek, megint csak fontos figyelembe venni, hogy mi a célunk az adathalmazzal, hiszen ennek fényében lesznek értelmezhetőek a “releváns” és az “irreleváns” adat kategóriái.
- **Adatvédelem:** Az adatbiztonságról való gondoskodást nem lehet túlhangsúlyozni. A megfelelő, lehetőleg ismert, tesztelt, értékelt és sokak által használt rendszerek használata elsősorban ezért javasolt.

Ha úgy érzi, ezzel kapcsolatban hasznos lenne a cégének egy konzultáció, szívesen állunk a rendelkezésére!



Az AI-modell működési logikáját, amennyire csak lehet, érdemes megismerni

Az AI-alapú technológiáknak nem kell bűvészcilinderként működniük, amelybe bedobunk egy selyemkendőt, majd kirepül egy galamb – de hogy közben mi történt, arról fogalmunk sincs. Épp ellenkezőleg: az átláthatóság és érthetőség szükséges a bizalom kiépüléséhez. Minél inkább megértjük az AI által hozott döntések logikáját, annál magabiztosabban használhatjuk az ilyen rendszereket.

Természetesen a felhasználási terület, az iparág és a használat mélysége mind meghatározzák, hogy mit és milyen mélyen kell, érdemes megérteni. Az egyes cégek által fejlesztett algoritmusok működésének technológiai mélységeibe aligha nyerhetünk mély betekintést, és általában erre nincs is szükség. A bizalomhoz többnyire elég, ha megértjük, hogy honnan származnak az adatok, mi történik a bevitt adatokkal, és hogyan, milyen logika mentén születnek meg a végeredmények.

Az alábbiakban összeszedtünk néhány lehetőséget, amelyek megkönnyítik, hogy a felhasználók – kollégák és ügyfelek – bízhatnak egy AI-alapú rendszerben, így azok sikeresen integrálódnak a munka- és ügyfél-folyamatokba.

Szemléltetés, magyarázat

Olyan AI-modelleket érdemes használni, amelyek képesek magyarázatot adni a döntéseikről, vagy egyéb módon szemléltetni azok logikáját. Szerencsére már erre is vannak rendelkezésre álló kiegészítő

technológiák, ilyen például a LIME (Local Interpretable Model-agnostic Explanations). A LIME egy olyan eszköz, amely lehetővé teszi az AI-modellek döntéseinek vizualizációját és magyarázatát. Ez segít abban, hogy az emberek megértsék, mi alapján hozott döntést az AI.

Dokumentáció

A modell architektúrájának, algoritmusainak és döntési folyamatainak részletes dokumentálása nem csak a fejlesztők, hanem a szabályozók, sőt, bizonyos iparágakban az ügyfelek számára is fontos bizalmi faktort jelent. Az OpenAI, például, részletes dokumentációt készített a GPT-3 modelljéről, amely tartalmazza az algoritmusok leírását, az adatforrásokat és a tesztelési protokollokat.

Teszt, teszt, teszt

Az AI-modelleknek érdemes átesniük egy sor teszten, hogy megbizonyodhassunk arról, hogy az valóban hatékonyan és megbízhatóan működik. A legtöbb AI-technológiát használó cég – kisebb és nagyobb vállalatok – egyetértenek abban, hogy ezek a technológiák jelentősen képesek fokozni a produktivitást, gyorsítani a folyamatokat, ugyanakkor nem nélkülözhetik teljes mértékben a hozzáértő emberi felügyeletet. A sikeres tesztek egymásutánja, a kísérletezések és felfedezések a legjobb gyógyírként fognak szolgálni az esetleges bizalmatlanságra a kollégák körében. Nos, ez az a terület, amelyről tapasztalati szinten mi, a Bitmistnél a legtöbbet tudunk.

Elégedett ügyfelek, rövidebb és átlátható sales-ciklusok: AI a CRM-ben

Az AI integrációja a CRM rendszerekbe komoly előnyöket és némi kihívást is hozott. Az előnyök közé tartozik a produktivitás növelése, a marketing és a CRM még szorosabb kapcsolatának kialakulása – ezzel együtt az ügyfél-elégedettség növelése. Míg a legfontosabb kihívások között az adatvédelem és az etikai kérdések állnak.

A Salesforce AI-alapú rendszerének példája jól mutatja, hogy ezek a kihívások kezelhetők, és hogy az AI képes radikálisan átalakítani az ügyfélkapcsolat-menedzsmentet.

AI által vezérelt CRM funkciók

Az AI képes az ügyféladatokat mély, értelmező elemzésére és így, például, a vásárlói viselkedés előrejelzésére. Ezzel lehetővé válik a személyre szabott leadkezelés és egyéb marketingstratégiák kialakítása, mindennek eredményeként pedig az ügyfél-elégedettség növelése.

De melyek azok a konkrét funkciók a CRM-ben, amelyeket az AI-nak köszönhetünk?

1. Terméket javasol

Az adatbázis és a szolgáltatási paletta ismeretének metszetében mindig ott van a lehetőség. Ugyanakkor ezeket a lehetőségeket “manuálisan” megtalálni – még az Excel-guruknak is – számos munkaórát vesz igénybe, nem beszélve arról, hogy az AI olyan általános és aktuális mintázatok és trendek ismerője, amelyek egy kollégának nagy valószínűség-

gel nem állnak a rendelkezésére. Az AI pillanatok alatt kiszűri, hogy kik azok az ügyfelek/leadok, akiknek egy adott időablakon belül egy bizonyos terméket/ szolgáltatást a legnagyobb valószínűséggel lehet értékesíteni.

Ha például egy banknak, vagy biztosítónak bővül a szolgáltatási palettája, akkor az AI képes lesz kiszűrni az adatbázisból azokat a már meglévő ügyfeleket vagy leadeket, akik számára az új szolgáltatás a legrelevánsabb lehet.

2. Megmutatja, hogy egy adott leadből mekkora valószínűséggel lesz megvalósult üzlet

A betáplált összes levelezés alapján pontszámot rendel az egyes leadekhez, amelyek az értékesítő kolléga számára megmutatják, hogy hová érdemes a fókuszot helyezni, melyek azok a leadok, akikből a legnagyobb eséllyel lesz ügyfél a jövőben.

Sok példát látunk, például az építőiparban, ahol az értékesítők komoly mennyiségű időt és energiát spórolnak azáltal, hogy az AI sokkal hamarabb jelzi, ha egy lead még nagyon távol áll attól, hogy ügyfél váljon belőle. Ezt persze előbbutóbb a tapasztalt értékesítő kollégák is észreveszik, ugyanakkor nem mindegy, hogy mennyi levélváltás szükséges ehhez, hiszen egy-egy levélváltás, vagy telefonos beszélgetés nemcsak időbe, de fókuszált energiába is kerül, amit senki nem szeretne kútba dobni.

Elégedett ügyfelek, rövidebb és átlátható sales-ciklusok: AI a CRM-ben

3. Válaszol az ügyfeleknek, illetve továbbítja a megkeresést az illetékes kollégáknak

Legyen szó panaszkezelésről, vagy kérdések megválaszolásáról, az AI jelentős terhet emel le az emberi munkaerő válláról. A kapott üzeneteket elemzi, értelmezi, majd vagy megadja rájuk a választ, vagy továbbítja az üzenetet a legmegfelelőbb illetékes kollégának.

Szinte minden iparágban vannak visszatérő kérdések. Legyen szó pénzügyi szolgáltatásról, vagy energetikáról, többé nincs arra szükség, hogy egy kolléga foglalkozzon ezekkel az ügyekkel. Az AI, ismerve az adott cég felé irányuló visszatérő kérdéseket, témaköröket, levelezéseket, tökéletesen, szabatosan képes válaszolni a legtöbb felmerülő problémára. Amennyiben mégsem, úgy a témakör, illetve kulcsszavak alapján továbbítja a problémát a legmegfelelőbb kolléga számára.

4. Személyre szabja a marketing anyagokat

Ma már talán kevésbé lepődünk meg azon, hogy mi mindent árulnak el rólunk a "kattintásaink" (digitális nyomaink, online viselkedésünk). Az AI az ügyfelek, leadok korábbi választásai, kattintásai alapján képes a marketinganyagokat – pl. a heti/havi hírlevelet – valóban személyre szabni, hogy a képi világ és a megfogalmazás minél inkább rezonáljon a listán szereplő preferenciáival, érdeklődésével, ízlésvilágával.

Ha például egy új lakásbiztosítást szeretnénk értékesíteni, az otthon biztonságáról valakinél egy kutya, valakinél a gyerekek és a nagyszülők együttes ábrázolása, valakinél a kandallóban ropogó tűz fogja kiváltani azt az érzést, amire vágyik, amit nem akar elveszíteni, amit számára a biztonságos otthon jelent. De kinél melyik lesz a nyerő? Az AI eldönti, és személyre szabja a tartalmat.

[Az, hogy mi mindent hozhat ki a saját cége adataiból, vagy a már meglévő CRM-rendszerből AI-alapú technológia segítségével, szintén egy izgalmas felderítő folyamat részeként derül ki. Ha szeretné, szívesen segítünk kitalálni!](#)

Etikai kihívások

A Salesforce szigorú etikai irányelveket alkalmaz az AI-algoritmusok fejlesztésében, hogy megelőzze az adatokkal való visszaélést és a diszkriminációt. Ez kritikus lépés az ügyfelek bizalmának megőrzése, az esetleges büntetések elkerülése és általánosságban az etikus működés érdekében is.

Az automatizáción túl: mire jó a generatív AI?

A generatív AI olyan algoritmusokat használ, amelyek képesek új adatokat, ötleteket vagy terveket generálni a betáplált adatok felhasználásával. Ez különösen hasznos lehet olyan területeken, ahol az innováció és a gyors döntéshozatal kulcsfontosságú, de nem tudunk elképzelni olyan céget, ahol olykor-olykor ne jönne jól egy pár perc alatt összehozott, masszív ötletlista.

Példa: Generatív AI az autóiparban

A Tesla generatív AI algoritmusokat használ az autótérvezés során. Az algoritmusok képesek több ezer különböző tervezési lehetőséget generálni rövid idő alatt, amelyeket aztán az emberi szakértelem (mérnökök) kiértékel. Itt is szükség van tehát emberi, szakértői felügyeletre. Azonban a fáradtságos órák, napok, hetek alatt összegyűjtött ötletelés helyett már pillanatok alatt össze lehet hozni azt a masszív kiindulópontot, amelyről érdemi párbeszédet folytathatnak a hozzáértő kollégák. A generatív AI ezekben az esetekben jelentősen növeli a termelékenységet és gyorsíthatja az innovációt.

A generatív AI – elképesztő lehetőségei ellenére is – sok kritikát kap a kreatív szakmák képviselőitől: grafikusoktól, íróktól, képzőművészeketől. Egy ennyire új és forradalmi technológia kapcsán ez nem csoda, sőt, szükséges és hasznos. A kritikák megértése és mérlegelése segít, hogy a technológia tovább fejlődhessen, és az emberi munkafolyamatokon belül végül rálelhessen a megfelelő helyére, kirajzolódjanak a valódi lehetőségei és a felhasználás korlátai.

Példa: AI a filmiparban

A Warner Bros. egy AI algoritmust használt a filmforgatókönyvek elemzésére és a potenciálisan sikeres történetek kiválasztására. Az algoritmus képes volt azonosítani a forgatókönyveknek azokat a kulcs elemeket, amelyek egy filmet sikeressé tesznek, és javaslatokat tett a forgatókönyv fejlesztésére. Ez bizonyos munkafolyamatokat jelentősen meggyorsított.

Ugyanakkor fennáll a veszélye, hogy sematikus keretek közé szorítja az emberi kreativitást, ellehetetleníti a valóban egyedi, az eddigi siker-szabályoknak nem megfelelő, ám potenciálisan mégis nagyon sikeres, igazán kiemelkedő alkotásokat. A generatív AI kapcsán az egyik legnagyobb kihívás az egyensúlyok megtalálása, az emberi kreativitás és az AI “képzeletének” összehangolása.

De hogyan fogjuk megtanulni a kezelését?

Az AI-alapú technológiák bevezetése egy vállalatnál nem csak technikai kérdés; az emberi tényezők is kulcsfontosságúak. A vállalatoknak fel kell készíteniük a kollégákat az AI hatékony használatára, ami magában foglalja a technikai képzést és az etikai normák megértését is.

Képzés és fejlesztés

A cégeknek olyan képzési programokat érdemes kialakítaniuk, amelyek nem csak az AI-alapú technológiákra, hanem az etikai és jogi normákra is kiterjednek. A megfelelő AI képzés tartalmazza az adatkezelési és adatvédelmi alapelveket, valamint az AI rendszerek fejlesztésének és tesztelésének legjobb gyakorlatait.

A Salesforce Trailhead egy online képzési platform, amely számos kurzust kínál az AI és más technológiák megértéséhez. A platform lehetővé teszi a vállalatok számára, hogy testreszabott képzési programokat hozzanak létre, amelyek megfelelnek az egyedi igényeiknek.

Etikai megfontolások

Az AI alkalmazása során számos etikai kérdés merül fel, amelyek középpontjában az adatvédelem és az adatokkal való visszaélés megelőzése áll.

Adatvédelem és integritás

Az adatvédelem az AI etikai megfontolásainak egyik kulcseleme. Az ügyfeladatok védelme és az adatintegritás biztosítása nélkül az AI rendszerek nem nyerik el az emberek bizalmát.

GDPR és AI

Az Európai Unió által bevezetett GDPR (Általános Adatvédelmi Rendelet) szigorú szabályokat ír elő az adatvédelemre, és ezek az AI rendszerekre is vonatkoznak. A vállalatoknak meg kell felelniük ezeknek a szabályoknak, hogy elkerüljék a súlyos bírságokat és a bizalmi veszteséget.



De hogyan fogjuk megtanulni a kezelését?

Felelősségteljes AI használat

A felelősségteljes AI használat magában foglalja az adatvédelmi protokollok és az etikai irányelvek bevezetését, valamint az AI rendszerek átláthatóságának és ellenőrizhetőségének biztosítását.

Esettanulmány: IBM és az etikai AI

Az IBM például egy "Etikai AI Útmutatót" hozott létre, amely irányelveket ad az AI fejlesztéséhez és alkalmazásához. Ez magában foglalja az adatvédelmi normákat, az átláthatósági követelményeket és az emberi felülvizsgálat lehetőségét.



Összefoglalás

Ahogy láthatjuk, az AI – különösen pedig a generatív AI – használatának több területen megvannak még a maga gyerekbetegségei – a technológia újdonságából fakadó értelmezésre és rendeződésre váró területei. Ezek nagy részére idővel feltehetően képes lesz hatékony megoldásokat adni minden iparág, amely kulcsa a kísérletezésben, tesztelésben, azaz intenzív használatban rejlik.

A generatív AI technológiákhoz képest a CRM hatékony működését segítő technológiák szerencsére már sokkal kiforrottabbak, már sokkal inkább megtalálták a helyüket a cégek munkafolyamataiban, az ügyfelek, vásárlók pedig mérhetően is visszaigazolják, hogy a helyesen használt CRM a megfelelően kivitelezett marketinggel karöltve nagyon jövedelmező párosítás.

CTA: Érdeklődik az AI- alapú CRM megoldások iránt? Beszéljük át, hogy az Ön cégének milyen lehetőségei vannak ezen a területen!

ÉRDEKELNEK A RÉSZLETEK?

BESZÉLNI SZERETNÉK VELETEK

elérhetőségeink

Tarcali u. 2/b
1113 Budapest
Hungary
+36 1 755 5645
hello@bitmist.com