

# Kundupplevelse i förändring

– Digitalisering, robotar och social närvaro i kundresan



Forskningen inom projektet *“Kundupplevelse i förändring”* har gett oss en djupgående förståelse för hur digitalisering, sociala robotar och förändrad social närvaro omformar handeln och påverkar kundupplevelsen.

Digitala innovationer som e-handel, självbetjäning och appar har förbättrat bekvämligheten och effektiviteten för många kunder. Samtidigt har de sociala inslagen i handeln minskat, vilket både kunder och anställda upplever som en förlust. Kunder söker alltmer efter interaktioner som känns personliga och meningsfulla, medan anställda rapporterar att minskad kontakt med kunder påverkar deras motivation i arbetet negativt.

Vår forskning visar att sociala robotar, som Furhat, kan spela en viktig roll i att återskapa social närvaro, särskilt i obemannade butiker där det saknas personal och den mänskliga kontakten är begränsad. Dessa robotar kan inte bara ge praktisk information utan också skapa en känsla av engagemang och delaktighet. Dock är kundens upplevelse av roboten starkt påverkad av dess design, som kön och fysisk närvaro. Vi såg att yngre kunder, särskilt män, var mer benägna att kommunicera med manliga robotar, medan fysiska robotar delvis upplevdes som mer engagerande än robotar på en skärm.

## Starka kundrelationer

En annan insikt från projektet är att kundens resa – oavsett om den är fysisk, digital eller social – har en direkt påverkan på deras lojalitet och val av butik. Genom att använda avancerade AI-verktyg för att analysera kvalitativa kunddata fann vi att emotionella faktorer, såsom glädje och tacksamhet, har stor betydelse för att skapa starka kundrelationer. Särskilt viktiga aspekter var upplevelsen av

enkelhet och tillgänglighet under kundresan, vilket visade sig påverka hur mycket kunder spenderar hos en viss leverantör.

## Social närvaro

För att möta dessa insikter rekommenderar vi handelsföretag att fokusera på att öka den sociala närvaron i sina kundresor, även i digitala miljöer. Små men strategiska inslag, som personliga interaktioner vid upphämtning av varor eller genom användning av sociala robotar, kan ha en stor effekt på kundupplevelsen. Samtidigt bör företag använda den enorma potential som AI erbjuder för att analysera kvalitativa kunddata och skapa skräddarsydda upplevelser som möter kundernas specifika behov och förväntningar.

## Hitta balans mellan digitalisering och mänsklig kontakt

Att hitta balansen mellan digitalisering och mänsklig kontakt är avgörande. Medan teknologin fortsätter att utvecklas och erbjuda nya möjligheter för effektivisering, måste företag ►

också arbeta för att stärka de emotionella banden med sina kunder. Social närvaro, oavsett om den skapas av mänsklig personal eller robotar, är en viktig konkurrensfördel i en tid då många kunder efterfrågar en mer meningsfull och engagerande shoppingupplevelse. Genom att kombinera insikterna från detta projekt med fortsatt forskning kan handelsföretag skapa framtidens handel – där ny teknik inte ersätter den mänskliga kontakten, utan i stället förstärker den. ■

**Projektnamn:** Kundupplevelse i förändring

**Projektledare:** Lars Witell

**Övriga projektdeltagare:** Poja Shams, Amie Gustafsson, Joanna Pilawa och Aku Valtakoski

**Beviljat anslag:** 1 999 708 kronor

**Projekttid:** oktober 2022 – september 2024



**Handelsrådet** | 103 29 Stockholm  
Besöksadress: Regeringsgatan 60  
Telefon växel 010-471 85 80  
[www.handelsradet.se](http://www.handelsradet.se)