



# Fördelarna och utmaningarna med generativ artificiell intelligens inom kundservice: en jämförelse av företag X och företag Y

Jonatan Långbacka

Lärdomsprov

Företagsekonomi

2023

# Lärdomsprov

Jonatan Långbacka

Fördelarna och utmaningarna med generative artificiell intelligens inom kundservice: en jämförelse av företag X och företag Y

Yrkehögskolan Arcada: Företagsekonomi, 2023

## Identifikationsnummer:

9318

## Uppdragsgivare:

-

## Sammandrag:

Generativ artificiell intelligens är ett väldigt relevant ämne som har revolutionerat hur företag kan effektivisera sin verksamhet, så som sin kundservice. Teknologin möjliggör att företag kan tillämpa och komma åt större mängder data och automatisera mera och svårare uppgifter. Teknologin är väldigt effektiv på att producera människoliknande och personlig text och är ett mycket effektivt verktyg för informationssökning. Företag runt om håller på att hitta lösningar och metoder för att kunna tillämpa teknologin. Detta arbete fokuserar sig på två finska företag, företag X och företag Y, och redogör vilka är fördelarna och utmaningarna med generativ artificiella intelligensen i deras kundservice. Teoretiska referensramen baserar sig på tidigare forskning inom temat om generativ artificiell intelligens och dess användning inom kundservicen. Insamlingen av datan genomfördes med hjälp av två semi-strukturerade intervjuer med en person från varsitt företag som är insatta i ämnet och jobbar med generativ artificiell intelligens. Metoden som användes är en fallstudie där fallen begränsades till företag X och företag Y. Resultatet av studien visar sig att både företag X och företag Y är i ett väldigt tidigt skede med användningen av generative artificiell intelligens och det finns en massa utmaningar med till exempel regleringar och lagstiftning, som begränsar företagen att ta i bruk teknologin. Teknologin kommer med en massa fördelar som intervjupersonerna har identifierat men de måste överkomma utmaningarna före de kan konkret ta teknologin i bruk i sin verksamhet.

## Nyckelord:

Generativ artificiell intelligens, Generativ AI, Kundservice, AI, Chatbot,

# **Degree Thesis**

Jonatan Långbacka

Advantages and challenges of generative artificial intelligence in customer service: a comparison of company X and company Y

Arcada University of Applied Sciences: Business Administration, 2023

## **Identification number:**

9318

## **Commissioned by:**

-

## **Abstract:**

Generative artificial intelligence is a highly relevant topic that has revolutionized how companies can be more efficient in their operations, including customer service. The technology enables companies to apply and leverage large amounts of data and automate various tasks. It is highly effective in producing human-like and personalized text, serving as a powerful tool for searching information. Companies worldwide are in the process of finding solutions and methods to implement this technology. This work focuses on two Finnish companies, Company X and Company Y, outlining the advantages and challenges of generative artificial intelligence in their customer service. The theoretical framework is based on previous research on the theme of generative artificial intelligence and its use in customer service. Data collection was conducted through two semi-structured interviews with individuals from each company who are knowledgeable about and work with generative artificial intelligence. The method used is a case study, limited to Company X and Company Y. The study's results indicate that both Company X and Company Y are in a very early stage of using generative artificial intelligence, facing numerous challenges such as regulations and legislation that limit companies from implementing the technology. The technology comes with many advantages, as identified by the interviewees, but they must overcome the challenges before they can implement the technology into their operations.

## **Keywords:**

Generative artificial intelligens, Generative AI, Customer service, AI, Chatbot,

# Innehåll

<b>1</b>	<b>INLEDNING</b>	<b>6</b>
1.1	Företag X & Företag Y	6
1.2	Problemformulering	6
1.3	Syfte	7
1.4	Avgränsning	7
1.5	Definitioner	7
<b>2</b>	<b>TEORI</b>	<b>8</b>
2.1	Generativ AI	8
2.2	Kundservice i företag	8
2.3	Generativ AI i kundservice	9
2.4	Hur generativ AI påverkar på kundupplevelse?	10
2.5	Reglering och etik	11
2.6	Generativ AI i framtiden	12
<b>3</b>	<b>METOD</b>	<b>12</b>
3.1	Val av metod	13
3.2	Val av respondenter	13
3.3	Intervjuguide	14
3.4	Tillvägagångssättet	14
3.5	Analys av data	15
3.6	Validitet och reliabilitet	15
3.7	Etiska frågor	16
<b>4</b>	<b>RESULTAT</b>	<b>16</b>
4.1	Bakgrund och nuläge	16
4.2	Fördelar med generativ AI	17
4.3	Utmaningar med generativ AI	18
4.4	När framtiden med generativ AI	19
4.5	Sammanfattning av resultaten	19
<b>5</b>	<b>DISKUSSION</b>	<b>20</b>
5.1	Resultatdiskussion	20
5.1.1	Fördelar	20
5.1.2	Utmaningar	21
5.2	Metoddiskussion	22
<b>6</b>	<b>SLUTSATSER</b>	<b>23</b>
6.1	Studiens begränsningar	23
6.2	Förslag till vidare undersökningar	24

**Källor .....25**

**Bilagor .....27**

# 1 INLEDNING

Generativ Artificiell Intelligens (AI) är ett ämne som blir mer relevant dag för dag. Företag börjar implementera generativ AI inom olika delområden och märker potentialen den har när man använder den rätt. Generativ AI har visat att det skulle kunna passa extra bra inom kundservice och man estimerar att den väl implementerad skulle öka produktiviteten med 30–50 % eller till och med mera. Enligt Boston Consulting Groups undersökning av globala ledare inom kundservicen, förväntar sig 95 % att deras kunder kommer att betjänas av en AI-bot inom de närmaste åren. Ett exempel på hur effektiv generativ AI kan vara, är flygbolaget JetBlue som gjorde samarbetade med ASAPP, en teknikleverantör, för att förstärka och automatisera sin chattkanal med hjälp av generativ AI. Resultatet var att kontaktcentret sparade i genomsnitt 280 sekunder per chatt, vilket motsvarar 73 000 timmar av sparad tid till agenterna som jobbar på kundcentret under ett kvartal. Detta leder till att agenterna kan fokusera på svårare och mer komplexa problem (Bamberger et al., 2023).

I detta arbete skall jag fokusera på vilka fördelarna och utmaningarna är med generativa AI:n i företag X:s och företag Y:s kundservice. Det är ett ämne jag är väldigt intresserad av och jag är säker på att generativ AI kommer att definiera detta årtionde.

## 1.1 Företag X & Företag Y

I detta arbete analyserar jag likheter och olikheter, fördelar och nackdelar med generativ AI i företag X och företag Y:s kundservice. Både företag X och företag Y är finländska storföretag vars omsättning uppgår till cirka en miljard. Företag X hör i princip till detaljhandelsindustrin och företag Y verkar inom hälsovården. Det skall bli intressant att jämföra företag som är i så olika branscher och se om det finns likheter och olikheter, samma utmaningar, och liknande fördelar.

## 1.2 Problemformulering

Som tidigare nämnt är ämnet väldigt aktuellt och företag försöker vara i framkanten av generativa AI-revolutionen. Kundservicebranschen har haft det svårt på senare tid och

kunderna begär mera av företagen. I detta arbete skall jag gå in på fördelarna och utmaningarna generativ AI har medfört i företag X:s och företag Y:s kundservice. Kommer generativ AI att förändra företag X:s och företag Y:s kundservice, eller har förändringen redan skett? Hur ser framtiden ut? Vilka utmaningar har generativ AI haft för företag X:s och företag Y:s kundservice?

### **1.3 Syfte**

Syftet med detta examensarbete är att utreda hur generativ AI har påverkat företag X:s och företag Y:s kundservice: Vilka har utmaningarna och fördelarna varit? Därefter jämförs möjliga likheter och olikheter. Fokuset för mig själv är att lära mig och få mera kunskap om ämnet för att i framtiden kunna arbeta med generativ AI, och vara med i generativa AI-revolutionen.

### **1.4 Avgränsning**

Avgränsningen med i mitt examensarbete är att jag skall fokusera min undersökning på generativ AI inom kundservicen för dessa företag och hur de använder sig av generativ AI inom kundservicen. Därefter analyserar jag och jämför likheter och olikheter i de fördelar och nackdelar företagen upplever med generativ AI inom kundservicen.

### **1.5 Definitioner**

**ML** – Machine Learning, maskininlärning. Maskin inlärning fokuserar på att skapa modeller och olika algoritmer för att lära och förbättra sig själv. ML modeller lär sig av data och uppdaterar sig automatiskt.

**DL** – Deep Learning, djup maskininlärning. DL är en under avdelning av ML och den omfattar djupa ML-modeller. De djupa modellerna kallas neurala nätverk och passar bra i bearbetning av naturligt språk. Målet med modellen är att göra förutsägelser och dra slutsatser utifrån data.

**LLM** – Large language model, stor språkmodell. Handlar om att artificiell intelligens kan med hjälp av DL kan ta in stor mängd data och analysera, sammanfatta och producera text. (Alto 2023)

## 2 TEORI

I denna del presenteras teorierna bakom generativ AI inom kundservice. Man behöver inte förstå det tekniska bakom generativ AI utan det räcker att förstå hur den kan användas och vad den är kapabel till. Detta kapitel ger dig som läsare en helhetsbild över teorier som fungerar som bakgrund till hela arbetet.

### 2.1 Generativ AI

Vad är generativ AI? Generativ AI använder sig av stora språkmodeller (large language models, LLM) och djup maskininlärning (deep learning, DL) som gör att generativ AI kan förstå svåra förfrågningar och generera naturliga konversationer (Giovis & Rozsa, 2023). Ett exempel på generativ AI är Chat GPT som är det snabbast växande appen i internets historia (Shamia, 2023). Chat GPT är en generativ modell som betyder att den kan generera nya svar i stället för att välja ett svar från en lista som är fördefinierad. Detta leder till att Chat GPT kan ge naturligare, mer personliga svar och är mer lämplig att använda än vanlig chatbot, som Chat GPT ofta kan ofta förväxlas med, en väldigt avancerad chatbot (Chakraborty et al., 2023). Jag definierar den så att generativ AI är en AI med en egen hjärna och minne. Generativ AI kan också producera nytt innehåll, som bilder, text, musik och videor, som grundar sig på att använda algoritmer och modeller som med hjälp av olika maskininlärningstekniker har blivit tränade på data som redan existerar (Alto, 2023).

### 2.2 Kundservice i företag

Kunden är en av de viktigaste delarna av ett företag, de kan bygga eller bryta ner ett företag. Då det går bra för ett företag betyder det ofta att företagets kunder är nöjda och tillfredsställda. Att en kund är tillfredsställd beror mycket på kundnöjdheten, vilket man som företag kan påverka genom kundservice. (Pardillo,2020)

Men vad betyder kundservice? Pardillo (2020) definierar ordet kundservice enligt:

“The term customer service means “to make sure that the customers are extremely satisfied with the product and the company and to make sure that will continue to buy new products and service from the company “

Alltså att man säkerställer att kunden är otroligt nöjd med produkten och företaget och kommer i fortsättningen köpa nya produkter och tjänster från företaget.



Enligt denna definition är alla som kommer i kontakt med kunden, indirekt eller direkt, en del av kundservice. Var du sen en försäljare, receptionist, ägare, så är du en del av kundservice då du har något att göra med kunden. (Pardillo, 2020)

Vad kunderna förväntar och tycker att i bra kundservice ingår är följande: ärlighet, respekt, artighet, effektiv service och att hålla löften (Kyambalesa, 2012).

I dagens läge sker mycket av kundservice digitalt och kunden har inte kontakt med någon person fysiskt, möjligtvis inte kontakt med någon person alls. Då blir det viktigt att det går smidigt och effektivt för kunden att sköta sitt ärende.

Enligt Pardillo (2020) är de viktigaste ansvarsområdena för kundservice att tillhandahålla teknisk support till kunder, säkerställa kundens integritetsskydd, uppfylla kundernas efterfrågan med produkter och tjänster, samt garantera kundnöjdhet så att kunderna känner att de har fått värde för sina pengar.

Kundservice med andra ord är att tillfredsställa kundens behov och förväntningar. Vara där som hjälp då de behövs och vägleda till rätt produkt eller tjänst. De är som sagt mycket som går in i kundservice och för att nå dessa mål med varenda en kund är svårt, och därför är många företag intresserade i möjligheterna Generativ AI kan hämta till bordet.

## **2.3 Generativ AI i kundservice**

Enligt en studie som Boston Consulting Group gjorde 2022, förväntar sig 95% av globala ledarna inom kundservice att kunden kommer att ha en interaktion med en AI bot under sin interaktion med företaget inom de nästa tre åren. (Bamberger et al., 2023)

Generativ AI har skapat ett intresse inom kundservice för sin förmåga att producera automatiska interaktioner med ett språk som är väldigt naturligt (Chui et al., 2023).

Stora språkmodeller (LLM) som dessa generativa AI applikationerna är byggda på kan svara på svåra och komplexa frågor och reagera på dem snabbt, utan några problem. De estimeras

att då generativ AI har tagits i bruk i skala, ökas produktiviteten upp till 50% inom kundservice. (Bamberger et al., 2023)

Exempel på vad generativ AI kan göra enligt Chui et al. (2023):

Chatbottar som drivs av generativ AI gör det möjligt för att företag kan automatisera en stor del av kundservicearbetet, detta leder till att arbetare inom kundservice kan fokusera på mer komplexa och specifika ärenden. Chatbots drivna av generativ AI kan som sagt hantera komplexa ärenden på ett smidigt och personligt sätt, vilket betyder att majoriteten av kontakterna skulle kunna automatiseras. Generativ AI har också förmågan att komma åt all data ett företag har på en kund och presentera dem till kundservice agenten för att möjliggöra en framgångsrik interaktion. Generativ AI kan spara mycket tid genom att hjälpa kundservice agenten på olika sätt och ge alternativ på hur man skall framskrida. Generativ AI kan också öka på försäljningen, på grund av att generativ AI kan hantera så mycket information och data snabbt, kan den genom att se kundens interaktioner och sökhistorik, identifiera produkter och erbjudanden som skulle passa kunden. Dessutom kan generativ AI ge tips och råd vad man kunde ha gjort bättre i interaktioner och konversationer. (Chui et al., 2023)

Generativ AI kommer med många fördelar, ökar effektivitet, ger snabbare och mer personlig service och hjälper att spara pengar och kan till och med öka försäljning. Dessutom genom att automatisera sin kundservice betyder det en bättre tillgänglighet för kunden, till exempel en chatbot kan vara tillgänglig dygnet runt.

## **2.4 Hur generativ AI påverkar på kundupplevelse?**

Som tidigare nämnt kommer en stor del av företag ta i bruk AI i någon form till kundserviceens olika delar. Hur påverkar användning av generativ AI kundupplevelsen och hur tar kunden emot det?

Enligt Chakraborty et al. (2023) kan generativ AI påverka på kundupplevelsen på följande sätt: En av fördelarna med generativ AI är sin förmåga att analysera stora mängder data och sedan ge inblickar på hur man kan förbättra kundupplevelsen. Som tidigare nämnt har generativa AI:n har förmågan att producera text som är naturligt och som en människa skulle ha skrivit det, det ökar på kundupplevelsen. Kundupplevelsen påverkas också positivt då

generativa AI:n hjälper med produkt rekommendationer genom att analysera kundens köphistorik och sökhistorik.

Ett konkret exempel på hur man kan använda sig av generativ AI för att öka kundupplevelsen. Octopus Energy använde sig av Generativ AI för att svara på e-post av kunder snabbare och bättre än förr. Enligt Octopus Energy, togs e-posten skrivna av generativ AI bättre emot och fick en 18% högre kundnöjdhets poäng än e-post skrivna av en människa. Detta möjliggjorde också till det att kundserviceagenterna kan fokusera på att svara till svårare och mer komplexa e-post. (Bamberger et al., 2023)

## **2.5 Reglering och etik**

Generativ AI har potential och har visat sig vara till otrolig nytta, men det finns också potentiella regleringar och juridiska begränsningar som måste åtgärdas för att säkerställa en etisk och ansvarsfull användning av generativ AI. För att nå en etisk användning av generativ AI måste man vara transparent och rättvis.

För att nå en etisk användning av generativ AI måste man tänka på vissa aspekter som att generativ AI kan producera text, bilder och musik, då är viktigt att man ser till att innehållet som skapas inte bryter upphovsrätt och varumärkeslagar. Och som tidigare konstaterat kan generativ AI analysera och använda sig av stora mängder data, vilket kan inkludera personlig information. Det är väldigt viktigt att man ser till att man följer lagarna om integritet och dataskydd. Om man matar in fel typ av data, till exempel partiska data så kan hela generativa AI modellen finnas och gå utifrån partiska data. Det vill säga att det är viktigt att man använder sig av opartiska och rätt data när man tränar en generativ AI modell. Generativ AI kan användas för att skapa innehåll som är väldigt realistiskt och verkar som sanning. Det är viktigt att man inte använder generativ AI för att skapa missledande eller falskt innehåll. För att kunna nå en etisk användning av generativ AI kräver det ett samspel av företag, staten och olika aktörer så att man kan säkra sig att generativ AI används på ett etiskt sätt. (Chakraborty et al., 2023)

## 2.6 Generativ AI i framtiden

Salesforce gjorde en undersökning på generativ AI med över 500 senior IT ledare och i undersökningen framkom det att majoriteten skall prioritera generativ AI i deras företag inom nästa 18 månader medan resten av ledarna tycker att det är en topp prioritet för dem. Majoriteten av ledarna anser också att generativa AI:n kommer att hjälpa dem att betjäna sina kunder mer effektivt. (Salesforce, 2023)

Framtiden ser mycket lovande ut och kommer att revolutionera hur vi arbetar och lever. Generativ AI är så mångsidig och kan användas på så många olika sätt, den hjälper oss bli bättre på det vi kan och hjälper oss göra bättre val och beslut. Som tidigare nämnt så kan generativ AI redan behandla komplexa problem och frågor, i framtiden kan den behandla svårare problem snabbare. Generativ AI har potential att förändra hur företag fungerar, man kan använda tekniken för att fatta bättre beslut och organisera sig på ett mer effektivt sätt. Med den otroligt snabba utvecklingen av generativ AI är det nödvändigt för ledare att ta itu och börja implementera generativ AI till sitt företag, det kommer vara en fördel i framtiden. (Roberts et al., u.å.)

## 3 METOD

I detta kapitel presenteras valet av forskningsmetoden som används i detta arbete. Enligt Pickard (2017) finns det olika faktorer som påverkar valet av metod så som till exempel syftet med forskningen, målgruppen och resurser. För att kunna få svar på sina forskningsfrågor och uppnå arbetets syfte, har val av metod en stor påverkan. Ibland kan många olika metoder vara lämpliga för en forskning, då är det viktigt att man tar sig till väga med en metod som passar en själv bäst. (Tracy, 2019)

Enligt Tracy (2019) är det bästa sättet att förstå kvalitativ forskning med att jämföra skillnaden till kvantitativ forskning. I kvantitativ forskning ändrar man datan man samlat in som till exempel konversationer och aktiviteter till nummer. Det vill säga kvantitativ forskning handlar mera om nummer och statistiska modeller för att nå forskningens syfte. Medan kvalitativ forskning enligt Merriam & Tisdell (2015) är mera intresserad i att förstå och tolka upplevelser.

Eller som Braun och Clarke (2013, refererad i Merriam & Tisdell, 2015)) definierar skillnaden med kvalitativ och kvantitativ forskning med att basen av kvalitativ forskning är att ord är dess data medan kvantitativ forskning har numror som data.

Enligt dessa definitioner, anser jag att till detta arbete tillämpas bäst en kvalitativ metod, mer specifikt fallstudie som metod, för att datan samlas in via två semi-strukturerade intervjuer och fokusen av arbetet är att ta reda på hur generativ AI används i företag X och företag Y:s kundservice och datan som jag får skall analyseras och jämföras.

### **3.1 Val av metod**

Jag valde fallstudie som metod och termen fallstudie definieras enligt Tight (2017) som forskningsmetod används där fokuset av studien är av ett eller ett begränsat antal fall. I en fallstudie skall man försöka sitta bästa att studera hela fallet inte en del eller en sida av fallet, det vill säga en holistisk studie.

Enligt Gillham, Dul & Hak och Swanborn (2000,2008,2010, refererad i Tight 2017)) understryker att fallstudier inte behöver vara begränsade till enskilda fall utan kan innefatta jämförande studier av två eller fler fall. I detta arbete blir det två fall då studien handlar om att ta reda på fördelarna och utmaningar med generativ AI i kundservicen i två olika företag och sedan jämföra resultaten. En fallstudie tillåter mig fokusera på två fall vilket ger mig en djupare förståelse av specifika fall istället för en mer ytlig förståelse i en bredare studie.

En fallstudie skall ge en helhetsbild av fallet samt djup kunskap, och målet är att man förstår fallet (Pickard, 2017). Valet av fallstudie som metod verkade lämplig och passande för mig, för att nå syftet och få svar på mina forskningsfrågor.

### **3.2 Val av respondenter**

Valet av respondenterna baserade sig på titeln och arbetsuppgifterna av de som skall intervjuas. Eftersom arbetet går ut på att ta reda på företagets användning av Generativ AI ansåg jag att det krävs en person som har en position i företaget som vet och bestämmer inom ämnet.

Tabell 1. Respondenter

<b>Respondent</b>	<b>Titel</b>	<b>Företag</b>	<b>Erfarenhet</b>	<b>Intervjudatum</b>
Respondent A	CFO & IT	Företag X	10 år	16.10.2023
Respondent B	Digital Services, SVP	Företag Y	10 år	17.10.2023

### 3.3 Intervjuguide

Enligt Bryman & Bell (2017) står termen intervjuguide för en minneslista över vilka områden och frågor skall täckas i en intervju. Det är viktigt att man formulerar sina intervjufrågor så man kan få svar på sina frågeställningar i sin studie. Intervjuguiden kommer att grunda sig på teorierna som diskuteras tidigare och för att få svar på forskningsfrågorna. Intervjuerna kommer att basera sig på intervjuguiden men kommer att tillåta flexibilitet och oplanerade frågor kan komma mellan planerade frågorna. Intervjuerna skall vara öppna och kommer att genomföras som semi-strukturerade intervjuer. Intervjuguiden finns som bilaga i arbetet.

Intervjuguiden bestod av tio frågor och hade frågor som om företaget har tagit i bruk generativ AI i kundservicen. Vi diskuterade också om vilka är fördelarna med generativ AI och vad tycker intervjupersonen att generativ AI är extra bra på. En viktig del och relevant del av intervjun var när respondenterna berättade om utmaningarna med generativ AI i kundservicen och hurdana mål har företagen med generativ AI. Intervjuerna innefattade flera frågor och ett antal följdfrågor som presenteras i resultatkapitlet.

### 3.4 Tillvägagångssättet

Enligt tight (2017) är de typiska metoderna för insamling av data i en kvalitativ forskning observationer, fokusgrupper, intervjuer och insamling av dokument. Ord som data till sin studie förknippas med kvalitativ undersökning och intervjuer är bästa sättet att få in ord som data. (Merriam & Tisdell, 2015).

Enligt Bryman & Bell (2017) är en ostrukturerad intervju en form av intervju där intervjuaren använder sig med en relativt vag minneslista med frågor, där intervjun påminner mer ett samtal. Det kan till och med hända att intervjuaren bara ställer en fråga och sedan ställer följdfrågor

där det behövs. Medan en semi-strukturerad intervju har intervjuaren en mer specifik lista över teman och frågor som skall behandlas. Men det är ändå en flexibel form av intervjuande för det låter intervjuaren fråga tillägsfrågor som inte finns i intervjuguiden och kan fråga frågorna i intervjuguiden i olik ordning.

Fallstudien blev utförd med hjälp av två semi-strukturerade intervjuer med beslutsfattare inom företag X och företag Y som har med generativ AI att göra. Intervjun utfördes via Microsoft Teams. Före intervjuerna skickade jag en samtyckesblankett åt respondenterna, intervjuerna spelades in och transkriberades. Intervjuerna utfördes med respondent A på svenska och med respondent B på finska, som sedan översattes till svenska.

### **3.5 Analys av data**

Enligt Tight (2017) innefattar en tematisk analys av tre steg, första steget är att sammanfatta intervjuer och dokument, andra steget är att identifiera trender och teman och sista steget är att identifiera mönster och förklaringar.

För att analysera datan jag fått skall jag använda mig av ett tematiskt tillvägagångssätt. Intervjuerna kommer att spelas in och sedan transkriberas. Jag skall under intervjuerna göra anteckningar också. När jag har transkriberat båda intervjuerna skall jag analysera datan för att hitta trender och teman i båda intervjuerna och jämföra datan för att hitta likheter och olikheter som sedan presenteras i resultat delen av arbetet.

### **3.6 Validitet och reliabilitet**

Bryman & Bell (2017) beskriver reliabilitet som tillförlitligheten av en undersökning. Med andra ord att om undersökningen skulle nå samma resultat om den skulle genomföras på nytt och använda samma metod och insamling av data. Validitet beskriver Tight (2017) som att sättet du samlar in data skall vara rätt för att få svar på dina forskningsfrågor.

I detta arbete har jag försökt samla in så bra data som möjligt med de resurser jag har tillgång till för att kunna få svar på mina forskningsfrågor. Med samma data jag fått och användningen av samma metod skall någon som skulle utföra samma undersökning komma till samma resultat som jag.

### **3.7 Etiska frågor**

Etik är viktigt inom forskning. Att kunna lita på undersökningar och forskningar är väldigt viktigt (Merriam & Tisdell, 2015). I dagens läge när det är så lätt att få tag på olika källor och information, är det viktigt att man ser till att källorna är sanningsenliga.

Detta arbete följer Arcadas etiska regler och jag skickade ett informerat samtycke till intervjupersonerna före intervjun, som finns som bilaga i arbetet. Vi kom överens med intervjupersonerna att namnen på intervjupersonerna och företagen hålls anonyma så det inte skulle uppstå några problem och intervjupersonerna kan spekulera och svara mer fritt på frågor om till exempel framtiden.

## **4 RESULTAT**

I detta kapitel presenteras resultaten av intervjuerna. Kapitlet kommer att basera sig på svaren till frågorna från intervjuguiden, med fokus på den relevanta datan för detta arbete. Det vill säga fördelarna och utmaningarna med generativ AI i respektive företag, hur använder de sig av generativ AI för tillfället, hur framtiden ser ut och överlag hur de tänker kring ämnet.

### **4.1 Bakgrund och nuläge**

Från intervjuerna med bägge respondenterna kom det fram att användningen av generativ AI i både företag X och företag Y är i ett väldigt tidigt skede. Respondent A berättar att de har startat en egen testomgivning för generativ AI där de provar med att mata in data och manualer för att testa hurdana svar de får. Företag X har under detta år testa och föra framåt olika scenarion i testomgivningar i och med att Open AI kom ut med chatgpt. Respondent A tror att största delen finska företag är i samma situation med att vara i test skedet, för att de har haft en massa konsultföretag som har kommit och berättat om hur generativ AI kan användas men ingen har haft några konkreta referenser utan allting har varit på Proof of Concept nivå det vill säga ännu i testskedet. Företag Y har lite mera praktisk användning av generativ AI, enligt respondent B använder de sig av generativ AI inom företaget för informationssökning till exempel att hitta olika regler och vad man skall göra i vissa situationer. Respondent B använder som exempel att detta verktyg kan användas då man måste hitta information om vad man skall göra då man skall på reservistövning till exempel. Detta verktyg hjälper då deras arbetare med olika HR ärenden och informationssökning.



Annars är företag Y i samma situation och kör mycket olika testomgivningar och försöker driva verksamheten framåt.

## 4.2 Fördelar med generativ AI

Respondent A tycker att fördelen med generativ AI skulle vara skalbarheten. Det vill säga att generativ AI kan behandla oändligt med kundservice ärenden utan någon stor kostnad och med mindre resurser, och kan användas dygnet runt. Respondent A förklarar också att en stor fördel är informationssökning och hjälpmedel till dem som betjänar kunderna. De har på företag X över 11 tusen produkter och det är omöjligt att en person kan veta alla produkter och berätta om dem, då kommer generativ AI som hjälp. Generativ AI kan till exempel gå till producenternas hemsidor och leta bred information för att få svar på frågor och på detta sätt vara som stor hjälp till de som betjänar kunderna betonar respondent A.

Respondent B anser att fördelarna med generativ AI är informationssökningen som tidigare nämnts. Respondent B förklarar att med generativ AI får alla personer tillgång till större mängd data än förr och alla kan vara "dataexperter" med att använda generativ AI för att till exempel leta information. Annan fördel som respondent B betonar är generativa AI:ns förmåga att behandla data och producera text som är personligt och kommunikationen mellan AI och personer har blivit mer avancerat men mindre strukturerat, att generativ AI förstår data som är producerat av människor på ett mycket bredare och friare sätt. Sedan som sist nämnde respondent B också tillgängligheten och fördelarna i kundservicen, att den är dygnet runt och kan hantera många ärenden samtidigt. Respondent B använde ett exempel på hur man skulle kunna använda generativ AI i ett callcenter, generativ AI skulle kunna lyssna alla samtal och transkribera dem för att kunna sammanfatta vad som ärendet i samtalen är. Sedan skulle man kunna fråga generativa AI:n vad som det behandlas i samtalen och på detta sätt få in stora mängder data och också veta vad som händer varje sekund i samtalen.

Respondent B nämner också att:

Med dessa nya modeller kan man automatisera obegripligt mycket data som man inte kunde förr ha tillgång till.

I sådana situationer där man hanterar mycket data som är producerat eller används av en människa så är generativ AI väldigt bra. (Respondent B, 2023)

### 4.3 Utmaningar med generativ AI

Som sagt var både företag X och företag Y i ett tidigt skede med generativ AI och hade inget konkret i användning i kundservicen ännu. Det beror till en stor del för att det är en massa utmaningar med att ta i bruk generativ AI. Respondent A förklarar att en av utmaningarna är den etiska synvinkeln, företag X skall behandla alla individer jämlikt, hur skall de säkerställa att till exempel en generativ AI Chat bot skulle göra det. En annan utmaning som respondent A nämnde var datasekretess och GDPR problem som kan uppstå, det är mycket regler, lagar och regleringar företag måste följa gällande personlig information. Respondent A nämnde också problemet då ett resultat kan vara inom ramarna av GDPR men då det resultatet kombineras med en annan databas kan resulteras i att det blir problem med GDPR.

Respondent A berättar:

I vårt fall måste vi vara icke diskriminerande och behandla alla jämlikt, både alla företag i EU och alla individer i EU, så hur kan vi vara säkra att när vi sätter något i en generativ AI motor att den ger något som på riktigt är icke diskriminerande, så det blir en etisk fråga om att hur kan man säkerställa det. (Respondent A, 2023)

Respondent B anser att generativ AI som teknologi klarar av nästan vad som helst och är väldigt avancerad men dataskydd begränsar användningen av generativ AI. Företag Y är också inom hälsovårdsbranschen vilket betyder att de måste också följa EU:s medicinska deklARATION som kommer med sina egna regleringar som respondent B anser att är bra för att skydda personlig information men begränsar mycket deras användning av teknologi.

Respondent B berättar också att i deras kundservice behandlas mycket personlig information och det görs också bedömning av vårdbehov vilket är något som enligt regleringar en person måste göra. Respondent B använde som exempel att om en person skulle ringa till dem för att boka tid för vård och berätta sina symptom, men på basis av symptomen borde man säga att personen skall ringa 112 i stället, det är sådana här problem som uppstår, skulle generativ AI klara av att göra dessa slutsatser och då när det blir "problem" eller när det är svåra och livshotande situationer och skulle det vara etiskt att en "robot" skulle göra det.

## 4.4 När framtiden med generativ AI

Respondent A berättar att de skall i slutet av året ha ett möte med ledningsgruppen och diskutera etiska synvinklar och hur i praktiken de skall gå vidare. Men nämner att de skall fortsätta testa teknologin i många olika områden och på olika sätt för att hitta var den passar in bäst. Över lag anser respondent A att generativ AI är något som kommer revolutionera världen och att det är viktigt att man vet hur den kan användas och vad man kan använda den till. Respondent B ser på generativ AI som ett verktyg, på företag Y har de inga behov av att “måsta” använda generativ AI utan försöker lösa olika problem och föra verksamheten framåt alltid med det rätta verktyget.

Respondent B berättar:

Teknologin möjliggör att man kan göra vissa saker som man inte har kunnat göra förr, men de är inte bästa verktyget för att lösa alla problem. Vi på företag Y ser mer på saken som att hur skall vi lösa problemet på bästa sätt och med vilket verktyg i stället för att se vilka problem kan generative AI lösa. (Respondent B, 2022)

Respondent B tycker att generativ AI är ett väldigt bra och versatilt verktyg och fortsätter testa och pröva med den tills de har överkommit utmaningarna. Respondent B nämner också att hälsovårdsbranchen är i mitten av en digital revolution som fick sin start under COVID-19 pandemin och de har en bra bas och bra takt med digitalisationen inom branschen

Bägge respondenterna var om den åsikten att temat är väldigt aktuellt och anser att redan om ett år är situationen säkert helt annorlunda och teknologin används mer konkret.

## 4.5 Sammanfattning av resultaten

I resultaten av intervjuerna med respondent A och respondent B fanns en massa likheter och olikheter. I detta kapitel sammanfattas resultaten och jämförs likheterna och olikheterna i resultaten.

### Likheter

Det fanns en hel del likheter i resultaten av intervjuerna med respondent A och respondent B. Till exempel att båda är i samma skede med generativ AI, tidigt skede med mycket testomgivning och proof of concepts. Inget i produktion och ute för allmänheten.

Respondent A och Respondent B nämnde vissa fördelar som var liknande till exempel skalbarheten som generativ AI har och så tillgängligheten, att den kan jobba dygnet runt. Bägge respondent nämnde också informationssökning som en viktig fördel som teknologin har. Både respondent A och respondent B hade likheter i utmaningarna, som rullade kring dataskydd, datasekretess, GDPR och olika regleringar.

### **Olikheter**

Det fanns vissa olikheter i resultaten av intervjuerna med respondent A och respondent B varav ett var att i företag Y använder de sig av generativ AI inom företaget för informationssökning i till exempel HR ärenden. En annan olikhet är att företag Y verkar veta lite mera och vara mera insatt i ämnet med generativ AI medan företag X verkar vara i ett skede där de inte riktigt vet vart de skall ta vägen med teknologin, som säkert blir klarare efter ledningsgruppens möte som nämndes tidigare. Olikheter var också i hur de såg på teknologin, respondent B såg det mer som ett verktyg som används vid behov och respondent A såg mer från en synvinkel att man skall hitta var teknologin passar in.

## **5 DISKUSSION**

Detta kapitel behandlar resultaten som presenterades i förra kapitlet i samband med teorin som presenterades tidigare i detta arbete. I detta kapitel besvaras arbetets forskningsfråga och syfte. Kapitlet är delat i två delar, där den första delen handlar om resultatet av studien jämfört med teorin och andra delen behandlar valet av metoden.

### **5.1 Resultatdiskussion**

Resultatdiskussionen innefattar analysen av den insamlade datan i samband med teorin, med fokus på hur datan är relaterad till studiens forskningsfråga och syfte. Studiens forskningsfråga är “vilka är fördelarna och utmaningarna med generativ AI i företag X och företag Y kundservice?”

#### **5.1.1 Fördelar**

Enligt Chakraborty et al. (2023) är en av fördelarna med generativ AI dess förmåga att behandla stora mängder data. Det betonade respondent B väldigt strakt som en av de viktiga

fördelarna med generativ AI och därför använder de i företag Y generativ AI inom företaget för att söka information och behandla data. Respondent A nämnde också informationsökning som en stor fördel som generativ AI har.

Enligt Chui et al 2023 kan generativ AI automatisera en stor del av kundservicearbetet och kan till och med hantera komplexa ärenden vilket leder till att arbetare inom kundservice kan fokusera på mer specifika ärenden och produktiviteten ökar. Respondent A och respondent B berättade båda om hur bra skalbarheten är med generativ AI. Hur man med lite resurser kan skala den till att behandla tusentals ärenden samtidigt och vara tillgänglig dygnet runt. Detta leder till att produktiviteten ökar, tillgängligheten ökar och företagen kan automatisera en väldigt stor del av uppgifterna, och fokusera sina resurser på andra ärenden.

Respondent A betonade att de på företag X har över 11 tusen produkter och där kan generativ AI vara till stor hjälp med att leta information om produkter och hjälpa betjäna kunden. Det var något som Chakraborty et al. (2023) gav som exempel på hur kundupplevelsen kan ökas med produktrekommendationer av generativ AI som kan gå in och leta informationen åt personen som betjänar kunden.

Enligt Roberts et al. (u.å.) är det nödvändigt för ledare att ta itu med den snabba utvecklingen av generativ AI för att skapa en fördel i framtiden. Både respondent A och respondent B har inom när framtiden mycket fokus på att hitta var generativ AI passar in och hur man kan använda den som bäst. Bägge respondenter ansåg att generativ AI är ett väldigt bra och viktigt verktyg för framtiden.

### **5.1.2 Utmaningar**

Som i diskuterat i resultatkapitlet finns det en hel del utmaningar med generativ AI där största utmaningarna handlar om regleringar och etik. Enligt Chakraborty et al. (2023) är det viktigt att man följer lagarna om integritet och dataskydd då man använder sig av data vilket inkluderar personlig information. Enligt respondent A är det en av företag X största utmaningar, hur de kan på ett etiskt sätt, det vill säga att en generativ AI modell behandlar informationen jämlikt och icke diskriminerande för företag och personer. Respondent B betonade också EU:s medicinska deklARATION som har sina egna regleringar för att skydda

personlig information som gör implementeringen av generativ AI till deras kundservice knepigare.

Enligt Chakraborty et al. (2023) krävs ett samspel av företag och staten för att nå en etisk användning av generativ AI vilket respondent A och respondent B håller på att jobba med. Respondent A nämnde att de har haft en del konsultföretag som är specialiserade inom generativ AI för att berätta hur de har gjort i olika företag för att hitta lösningar hur de i företag X kunde använda sig av generativ AI på ett etiskt sätt. Men som respondent A nämnde så har de inte fått något konkret exempel utan har fått den bilden att många företag är i samma situation och kämpar med de etiska synvinklarna och regleringarna. Det berättade också respondent B att han är säker att många andra företag har liknande utmaningar vilket har resulterat i en långsammare utveckling än vad man antog.

## **5.2 Metoddiskussion**

Den valda metoden gick bra och hade inga svårigheter. Jag anser att det var rätta valet av metod och att jag fick den datan jag behövde med tanke på studiens syfte och forskningsfråga. Då studien bestod av att fokusera på två olika fall, anser jag att fallstudie var den lämpliga metoden för att få en djupare inblick till dessa två specifika fall. Datan som samlades in via två semi-strukturerade intervjuer var kvalitativ i stället för kvantitativ det vill säga data som baserar sig mer på ord och händelser var en avgörande faktor för mig att få värdefull information och data för studien. Förstås kunde man ha intervjuat fler personer och samla in mer data för en längre och djupare studie men med dessa resurser och i och med att bägge företag är i ett så tidigt skede av användningen av generativ AI skulle det inte möjligtvis ha resulterats i mer värdefull datan. Respondenterna var väldigt bra och samarbetsvilliga, hjälpte mig att förstå viktiga detaljer och kunde till en stor del svara på intervjufrågorna, en del av intervjufrågorna var ganska specifika och skulle ha krävt att företagen har haft mer konkret användning av generativ AI.

Med tanke på validiteten och reliabiliteten skulle man kunna få ett annat resultat om man skulle göra samma undersökning om ett år då man fått mer information om teknologin och bägge företag skulle ha mera erfarenhet av användningen av generativ AI konkret. Till exempel att de skulle visa sig att det finns nya utmaningar eller att teknologin fungerade inte

så bra i vissa delområden som man hade tänkt, eller att den är mer användbar än tänkt och kan tillämpas till alla delområden inom företaget.

## **6 SLUTSATSER**

Syftet med detta examensarbete var att utreda hur generativ AI har påverkat företag X:s och företag Y:s kundservice: Vilka har utmaningarna och fördelarna varit? Samt analysera likheterna och olikheterna i resultaten.

Efter att jag har analyserat resultaten med de olika teorierna om ämnet, kan man komma till slutsatsen att teorierna och resultaten har likheter och stämmer överens på vissa plan. Eftersom både företag X och företag Y är i ett väldigt tidigt skede av användningen av generativ AI och har inte fått implementerat generativa AI:n konkret i deras verksamhet ännu. Resultaten visar hurdan potential teknologin har och hur de kan använda teknologin konkret i deras kundservice då de överkommer utmaningarna. Från resultaten kan man också dra slutsatsen att bägge företag har som mål att överkomma utmaningarna och få generativa AI:n implementerat och i användning i deras verksamhet. En viktig del av att överkomma utmaningarna är att man kan identifiera vilka de är och hur man kan hitta lösningarna till dem, vilket båda företagen har gjort. Efter att företagen överkommit utmaningarna som handlar mest om etiska användningen av teknologin, regleringar och dataintegriteten, kan företagen få ut alla fördelarna som kommer med teknologin så som automatisering av en massa uppdrag, hjälp med informationssökning och data, skalbarheten inom olika områden så som kundservicen med till exempel tillgängligheten och kundbetjäningen vilket leder till att produktiviteten och kundupplevelsen höjs.

### **6.1 Studiens begränsningar**

I detta kapitel skall jag berätta om hur studiens process gick till. Processen började med att välja ämnet, vilket jag hade redan tänkt ut att skall handla om generativ AI för att det är något som intresserar mig. Efter att jag insatt mig i ämnet låg jag märke till att generativ AI är väldigt

nyttig inom kundservicen, och jag som jobbat mycket inom kundservicen drog slutsatsen att det är ett bra ämne. Efter det gick det smidigt med att välja studiens syfte och frågeställning.

Teorikapitlet var det mest tidskrävande kapitlet och hade i början svårigheter med att hitta rätta källor och källor som kunde användas i min studie eftersom ämnet är relativt nytt. Efter att ha hittat källor gick det bra med att läsa artiklar och böcker, vilket var intressant för att jag lärde mig en hel del om ämnet. I efterskott tycker jag kunde ha gått en aning djupare in i teorierna för att skapa en djupare förståelse åt läsaren.

Datainsamlingen gick bra och fick intervjua experter inom ämnet som berättade bra om sina erfarenheter och tankar om ämnet. I efterskott tycker jag att jag kunde ha varit mer beredd och kunnat genomföra intervjuerna lite bättre, jag tog kontakt till respondenterna i ett tidigt skede eftersom jag visste att bägge respondent är i ledningsgruppen i stora företag och har mycket att göra, det resulterade att intervjuerna tog plats lite tidigare än jag själv hoppades. Men över lag fick jag bra data insamlat med tanke på studien.

Resultatkapitlet gick bra, samt diskussionskapitlet då jag fick analysera och framställa resultaten.

## **6.2 Förslag till vidare undersökningar**

Generativ AI kommer att vara ett relevant ämne i framtiden och i när framtiden är teknologin säkert mycket mer konkret i användning. Förslag till vidare forskning skulle vara att man samlar konkret data om hur generativ AI har påverkat till exempel kundupplevelsen hos kunder i diverse företag eller hur generative AI har påverkat effektiviteten eller försäljningen i olika företag.



## Källor

Alto, V. (2023) *Modern Generative AI with ChatGPT and OpenAI Models*. Packt Publishing.

<https://www.perlego.com/book/4164162/modern-generative-ai-with-chatgpt-and-openai-models-leverage-the-capabilities-of-openais-llm-for-productivity-and-innovation-with-gpt3-and-gpt4-pdf>

Bamberger, S., Clark, N., Ramachandran, S., & Sokolova, V. (6 Juli 2023) *How Generative AI is Already Transforming Customer Service*. BCG.

<https://www.bcg.com/publications/2023/how-generative-ai-transforms-customer-service>

Bryman, A., & Bell, E. (2017) *Företagsekonomiska forskningsmetoder* (3uppl.). Liber

Chakraborty, U., Soumyadeep R., Sumit, K. (2023) *Rise of Generative AI and ChatGpt*. BPB Publications.

<https://www.perlego.com/book/3884409/rise-of-generative-ai-and-chatgpt-understand-how-generative-ai-and-chatgpt-are-transforming-and-reshaping-the-business-world-english-edition-pdf>

Chui, M., Hazan, E., Roberts, R., Singla, A., Smaje, K., Sukharevsky, A., Yee, L., & Zimmel, R. (Juni 2023) *The economic potential of generative AI*. McKinsey & Company.

<http://dln.jaipuria.ac.in:8080/jspui/bitstream/123456789/14313/1/The-economic-potential-of-generative-ai-the-next-productivity-frontier.pdf>

Giovis, R., & Rozsa, E. (17 Juli 2023) *Transforming customer service: How Generative AI is changing the game*. IBM.

<https://www.ibm.com/blog/transforming-customer-service-how-generative-ai-is-changing-the-game/>

Kyambalesa, H. (2012) *Customer Service in the 21st Century*. LAP LAMBERT Academic Publishing.

<https://www.perlego.com/book/3366595/customer-service-in-the-21st-century-pdf>

Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2015) *Qualitative research*. Jossey-Bass.

<https://www.perlego.com/book/995799/qualitative-research-a-guide-to-design-and-implementation-pdf>

Pardillo, J. (2023) *Customer service in business: keeping your customers close and loyal*. Society Publishing.

<https://www.perlego.com/book/2076385/customer-service-in-business-keeping-your-customers-close-and-loyal-pdf>

- Pickard, A. J. (2017) *Research methods in information*. Facet Publishing  
<https://www.perlego.com/book/3259640/research-methods-in-information-pdf>
- Roberts, D., & Sharma, N., Hodjat, B. (u.å) *Gen AI and the future of work: what businesses need to know*. Cognizant  
<https://www.cognizant.com/us/en/aem-i/generative-ai-future-of-work>
- Salesforce. (6 Mars 2023). *IT Leaders Call Generative AI a 'Game Changer' but Seek Progress on Ethics and Trust*.  
<https://www.salesforce.com/news/stories/generative-ai-research/?amp>
- Shamia, G. (5 Juni 2023). *In customer Service, The ChatGPT Revolution I Already Underway*. Forbes.  
<https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2023/06/05/in-customer-service-the-chatgpt-revolution-is-already-underway/?sh=39541b455a88>
- Tight, M. (2017). *Understanding case study research*. SAGE Publications Ltd.  
<https://www.perlego.com/book/1431361/understanding-case-study-research-small-scale-research-with-meaning-pdf>
- Tracy, S. J. (2019). *Qualitative research methods*. Wiley-Blackwell.  
<https://www.perlego.com/book/1148745/qualitative-research-methods-collecting-evidence-crafting-analysis-communicating-impact-pdf>

# Bilagor

## Bilaga 1

### **Informerat samtycke**

*Lärdomsprovets rubrik: Fördelar och utmaningar med generativ arificiell intelligens inom kundservice: en jämförelse av företag X och företag Y.*

Syftet med undersökningen är att ta reda på hur företag X och företag Y använder sig av Generativ AI i kundservicen, hur framtiden ser ut och vilka utmaningar de har med sig och sedan jämföra datan för att hitta likheter och olikheter. Alla svar och uppgifter kommer att raderas när undersökningen är klar.

Jag har förstått och informerats om syftet med studien. Jag har informerats om att deltagandet är frivilligt och att jag kan avbryta min medverkan när som helst utan att ange orsak. Om jag vill delta anonymt i undersökningen har jag informerat Jonatan Långbacka om detta senast i samband med intervjun.

Jag är medveten om att intervjun bandas in av intervjuaren Jonatan Långbacka för att få ett mer tillförlitligt svar.

Jag samtycker att intervjuaren Jonatan Långbacka kan kontakta mig vid behov efter intervjun om frågor eller oklarheter uppstår.

## Bilaga 2

### **Tietoinen suostumus**

*Opinnäytetyön otsikko: hyödyt ja haasteet generatiivisessa tekoälyssä asiakaspalvelussa: vertailu yritys X:n ja yritys: Y:n välillä*

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää miten yritys X ja yritys Y hyödyntää Generatiivista tekoälyä asiakaspalvelussa, mitkä ovat tulevaisuuden suunnitelmat ja mitkä ovat olleet haasteet, sitten analysoida ja vertailla vastauksia ja löytää yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia. Kaikki vastaukset ja tiedot poistetaan, kun tutkimus on valmis.

Olen ymmärtänyt tutkimuksen tarkoituksen ja minulle on kerrottu siitä. Minulle on ilmoitettu, että osallistuminen on vapaaehtoista ja että voin peruuttaa osallistumiseni milloin tahansa syytä ilmoittamatta. Mikäli haluan osallistua anonymina tutkimukseen, olen ilmoittanut asiasta Jonatan Långbacka viimeistään haastattelun yhteydessä.

Olen tietoinen siitä, että haastattelija Jonatan Långbacka nauhoittaa haastattelua luotettavamman vastauksen saamiseksi.

Hyväksyn, että haastattelija Jonatan Långbacka voi tarvittaessa ottaa minuun yhteyttä haastattelun jälkeen, mikäli kysymyksiä tai epäselvyyksiä herää.

## Bilaga 3

### **Intervjuguide / Haastatteluopas**

#### Bakgrundsinformation / Taustatieto

1. Vad är din titel, hur många år på företaget eller inom branschen och vad är din huvudsakliga uppgift. / Mikä on sinun titteli, kuinka monta vuotta olet ollut yrityksessä tai toimialalla. Ja mitkä ovat pääsääntöiset työtehtäväsi?

#### Nuläge / Nykyinen tila

1. Hur länge har företaget jobbat med att ta i bruk generativ AI? / Kuinka kauan yritys on tehnyt töitä generatiivisen tekoälyn parissa?
2. Varför har ni/skall ni ta i bruk generativ AI / Miksi haluatte ottaa käyttöön generatiivista tekoälyä?
3. Vad har varit största utmaningarna hittills? / Mitkä ovat olleet isoimmat haasteet tähän mennessä?

#### Generativ AI inom kundservice / Generatiivinen tekoäly asiakaspalvelussa

1. Har ni eller kommer ni använda generativ ai inom er kundservice? Isåfall hur har ni tänkt? / Hyödynnättekö tai tuletteko hyödyntämään generatiivista tekoälyä teidän asiakaspalvelussanne. Millä tavalla?
2. Vad tycker ni att är eller skulle vara fördelarna med att använda generative AI inom er kundservice? Är det något du tror generative AI skulle vara extra bra på? / Mitkä ovat mielestäsi edut tai olisi etu generatiivisen tekoälyn hyödyntämisestä asiakaspalvelussa. Onko jokin osa-alue joka mielestäsi generatiivinen tekoäly hoitaisi erityisen hyvin?
3. Vad är eller kommer vara utmaningar med att använda generativ AI inom kundservice? / Mitkä ovat tai olisivat haasteet generatiivisen tekoälyn hyödyntämisestä asiakaspalvelussa?
4. Finns det områden där ni anser att generativ AI inte är lämpligt inom er kundservice? / Onko osa-alueita teidän asiakaspalvelussa jossa näkisit että generatiivinen tekoäly ei olisi hyödyksi?

## Framtid / Tulevaisuus

1. Hurdana mål har ni med generativ AI? / Millaisia tavoitteita teillä on generatiivisen tekoälyn kannalta?
2. Hur ser ni på framtiden för generativ AI i er kundservice? / Miten näet generatiivisen tekoälyn tulevaisuuden teidän asiakaspalvelussa?