

Customer Experience - Lad viden, overblik og data drive den gode kundeoplevelse

11. juni - Kosmopol, København

08:30 - 09:00	Registrering, morgenmad og netværk
09:00 - 09:05	Velkomst Thomas Møgelbjerg, Erhvervsjournalist, Computerworld
09:05 - 09:35	Den optimale CX sikres gennem en CRM strategi og CRM software Per Østergaard Jacobsen, Direktør og ekstern lektor, Efficiens.nu og CBS
09:40 - 10:05	Kundeoplevelsen i B2B – hvorfor relationer er nøglen til vækst Pernille Møller Lund, adm. direktør, SuperOffice Danmark
10:05 - 10:30	Pause og netværk
10:30 - 10:55	En ny stemme i biografen - med Leaddesk chatbot Niels Andersen, Experience Excellence Manager, Nordisk Film Biografer
11:00 - 11:25	Den agentiske fordel: Sådan indhenter du, overhaler og transformerer kundeoplevelsen med AI Alexei Bepalov, Chief Architect for Commerce / Chief Architect for Agentic and Generative AI, UK, Capgemini
11:25 - 12:20	Frokost og netværk
12:20 - 12:50	Fra data til relevant indhold Frederik Qvitzau, Digital Engagement Lead, McDonald's Nordics, McDonald's
12:55 - 13:25	Kom med på overfarten, og hør hvordan Molslinjen bruger AI til at optimere kundeoplevelsen Lasse Janerka, Director, Business Optimization & Digital, Molslinjen
13:25 - 13:30	Opsummering og tak for idag Thomas Møgelbjerg, Erhvervsjournalist, Computerworld
13:30 - 13:55	Kaffe og netværk

08:30 - 09:00: Registrering, morgenmad og netværk

Kom og nyd en lækker bolle med ost og en croissant. Få en kop frisk brygget kaffe/the og hils på de andre deltagere.

09:00 - 09:05: Velkomst



Thomas Møgelbjerg
Erhvervsjournalist
Computerworld

09:05 - 09:35: Den optimale CX sikres gennem en CRM strategi og CRM software



Per Østergaard Jacobsen
Direktør og ekstern lektor
Efficiens.nu og CBS / Keynote

I disse turbulente tider hvor kriserne kommer i bølger, senest Trumps trusler om at ville øge USA's areal (Canada, Grønland og Panama) evt. gennem militær indgriben og med handelssanktioner og told, krigene i Mellemøsten, krigen i Ukraine, miljøkrisen, energikrisen, pandemier, inflation og truende recession er virksomhedernes udfordringer blevet større og større. Hvordan skal organisationer ændre sig/tilpasse sig internt og interagere med deres stakeholders til at håndtere de hurtige ændringer i forbrugeradfærden og markedsvilkår?

Dette kræver indsigt, gennem at indsamle data, at kunne analysere disse, dele og anvende data internt i organisationen samt ikke mindst evne til at anvende data proaktivt og værdiskabene i forhold til kunderne. Kort sagt at give kunderne den bedste oplevelse i forhold til interaktionen mellem kunde og virksomhed. Det kræver det rette mindset og den rette strategi, samt data og teknologi for at undgå friktionspunkter i kundens rejse/kunderejsen. Så teknologien skal sikre evnen til at være klar til at ændre, være fleksible, hurtige og agile i takt med som tingene skifter i forhold til kunder og marked. Det stiller krav til CX og CRM. Per kommer med sit bud på, hvordan og gennem korte cases illustreres dette.

09:40 - 10:05: Kundeoplevelsen i B2B – hvorfor relationer er nøglen til vækst



Pernille Møller Lund
adm. direktør
SuperOffice Danmark / Partner

Danske B2B-virksomheder er i høj grad optagede af den kundeoplevelse, de skaber. For selvom B2B-salg foregår mellem virksomheder, er den menneskelige faktor altid tilstedeværende og af afgørende betydning for succes.

En stærk kundeoplevelse kræver derfor, at hele kunderejsen tænkes ind – fra første kontakt til langvarigt partnerskab. Tillid optjenes i dråber, men tabes i spandevise.

Med udgangspunkt i modellen 'The Relationship Loop' sætter vi fokus på centrale udfordringer og deler konkrete eksempler på, hvordan danske virksomheder har styrket deres kundeoplevelse og relationer.

10:05 - 10:30: Pause og netværk

Nyd et stykke frugt og en kop kaffe og netværk med ligesindede.

10:30 - 10:55: En ny stemme i biografen - med Leaddesk chatbot



Niels Andersen
Experience Excellence Manager
Nordisk Film Biografer / Partner

Hvad sker der, når man giver gæsterne adgang til biografens verden gennem en chatbot baseret på data og indsigt? Først og fremmest opstår der nye spørgsmål om service, relevans og gæsteoplevelse. Men også en mere effektiv måde at håndtere kundeservice i stor skala.

Resultatet? En løsning der allerede har reduceret arbejdsmængden hos Danmarks største biografkæde med 22 % – og samtidig gjort det lettere for gæsterne at finde svar og inspiration til deres næste biografur.

11:00 - 11:25: Den agentiske fordel: Sådan indhenter du, overhaler og transformerer kundeoplevelsen med AI



Alexei Bepalov
Chief Architect for Commerce / Chief Architect for Agentic and Generative AI, UK
Capgemini / Partner

Agentic AI er en banebrydende teknologi, der gør det muligt for vores kunder at udvikle deres kundeoplevelse hurtigere end nogensinde før. Det er en udlignende faktor, der giver dem, der tager teknologien til sig, mulighed for at indhente og overhale konkurrenterne. Men for mange kan det virke som et overvældende emne. Hvor skal man starte? Er mine data beskyttede? Hvordan sikrer jeg forretningsmæssig værdi? Vi vil diskutere strategier for, hvordan man kan tage agentic AI i brug i kunderejser og forretningsprocesser. Vi vil også gennemgå en struktureret tilgang til at vælge og implementere AI-agenter med henblik på at opnå eksponentiel forretningsværdi.

OBS: Indlægget afholdes på engelsk

11:25 - 12:20: Frokost og netværk

Der vil være mulighed for at fortsætte de gode snakke over en lækker sandwich eller måltidssalat og en sodavand.

12:20 - 12:50: Fra data til relevant indhold



Frederik Qvitzau

Digital Engagement Lead, McDonald's Nordics
McDonald's / Keynote

Hvad sker der når man tager værdien ud af et kreativt output, og lader dataen bestemme? Det skabte først og fremmest en masse spørgsmål og bump på vejen. Men også en ny og mere effektiv måde at producere "content at scale" på tværs af McDonald's digitale platforme.

Indhold der er meget tættere på gæsternes præferencer og kan vise sig at være nøglen til at lykkedes med at aktivere kundedataen på en helt ny måde. Måske i virkeligheden lidt af en øjenåbner.

Kom med på rejsen, der også først lige er startet for os.

12:55 - 13:25: Kom med på overfarten, og hør hvordan Molslinjen bruger AI til at optimere kundeoplevelsen



Lasse Janerka

Director, Business Optimization & Digital
Molslinjen / Keynote

For Molslinjen er vigtigheden af at kunne forudsige passagerer og køretøjer på hver afgang et essentielt redskab for at kunne øge salget og optimere driften.

På dette indlæg vil Lasse fortælle, hvordan Molslinjen ved hjælp af AI har erstattet manuelle processer ved at laste en færge med et data-drevet set-up. Denne løsning har samtidig nedbragt antallet af forsinkelser, mindsket færgernes CO2-aftryk og højnet medarbejdertilfredsheden.

Lasse vil sætte fokus på, hvordan AI-teknologien er blevet en del af den daglige drift hos Molslinjen, og hvordan deres løsning kan skabe inspiration til andre brancher, som arbejder med forecasting som en del af forretningen.

13:25 - 13:30: Opsummering og tak for idag



Thomas Møgelbjerg

Erhvervsjournalist
Computerworld

13:30 - 13:55: Kaffe og netværk

Der vil blive serveret kage og lidt sødt, man kan gå hjem på.