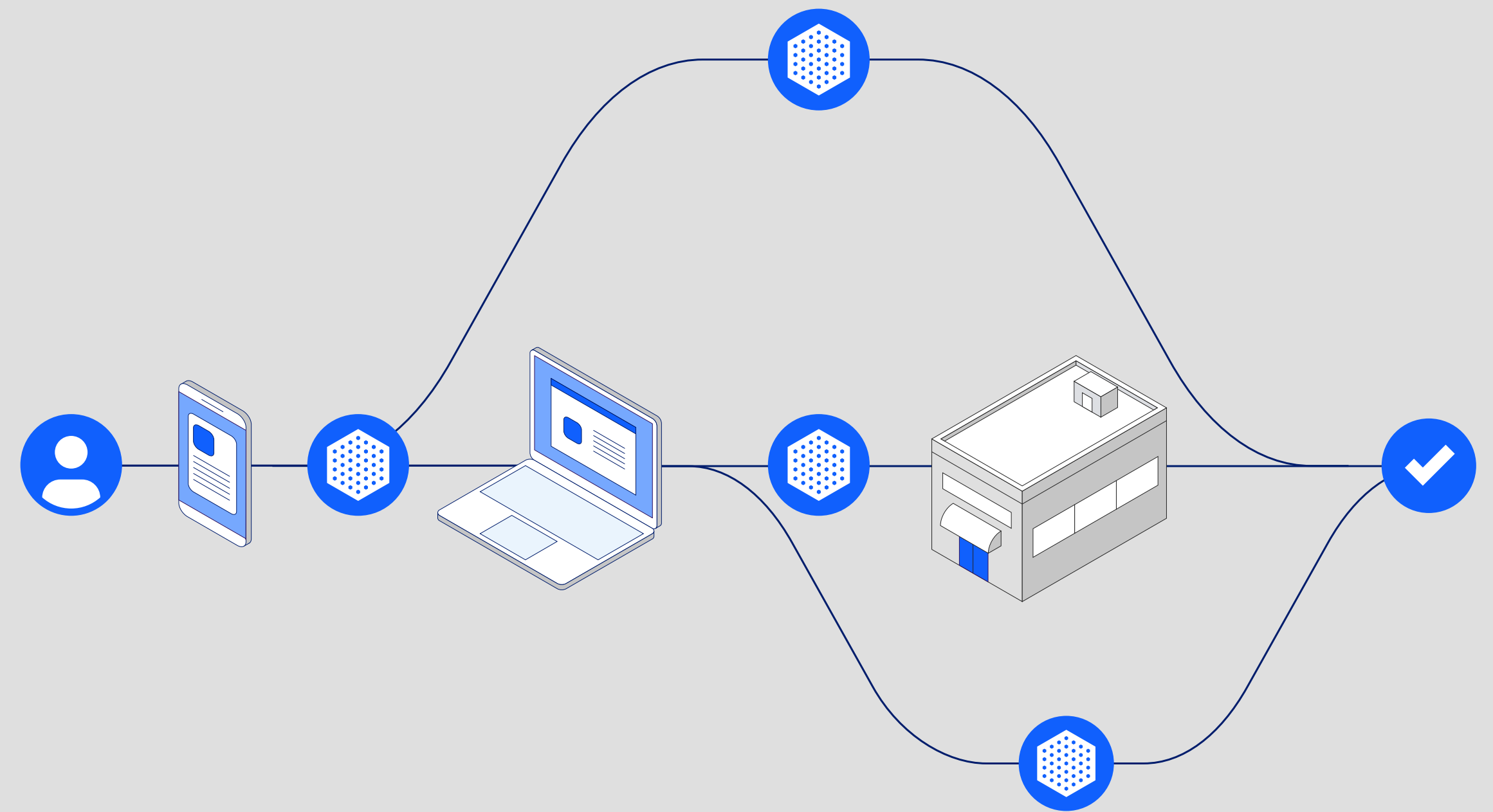


Manfaatkan AI untuk layanan pelanggan dalam industri energi, lingkungan, dan utilitas

Akademi AI



Daftar Isi

01 →

Layanan pelanggan
di era AI

02 →

Kunci untuk membangun
AI yang bertanggung jawab

03 →

Beralih dari +AI ke AI+

04 →

Menggabungkan AI
tradisional dan generatif

05 →

Memanfaatkan AI generatif
dalam layanan pelanggan

06 →

Mengambil langkah selanjutnya

07 →

Siap untuk memulai?



Mengapa AI penting dalam mengubah layanan pelanggan di industri energi, lingkungan, dan utilitas

Perusahaan di sektor energi, lingkungan, dan utilitas sedang mengalami transformasi cepat sebagai respons terhadap meningkatnya fokus global pada keberlanjutan melalui upaya elektrifikasi ramah lingkungan. Perusahaan utilitas menciptakan peluang baru seiring perubahan pasar menuju ekosistem energi yang terintegrasi, di mana teknologi memungkinkan pengembangan layanan dan solusi inovatif bagi pelanggan.





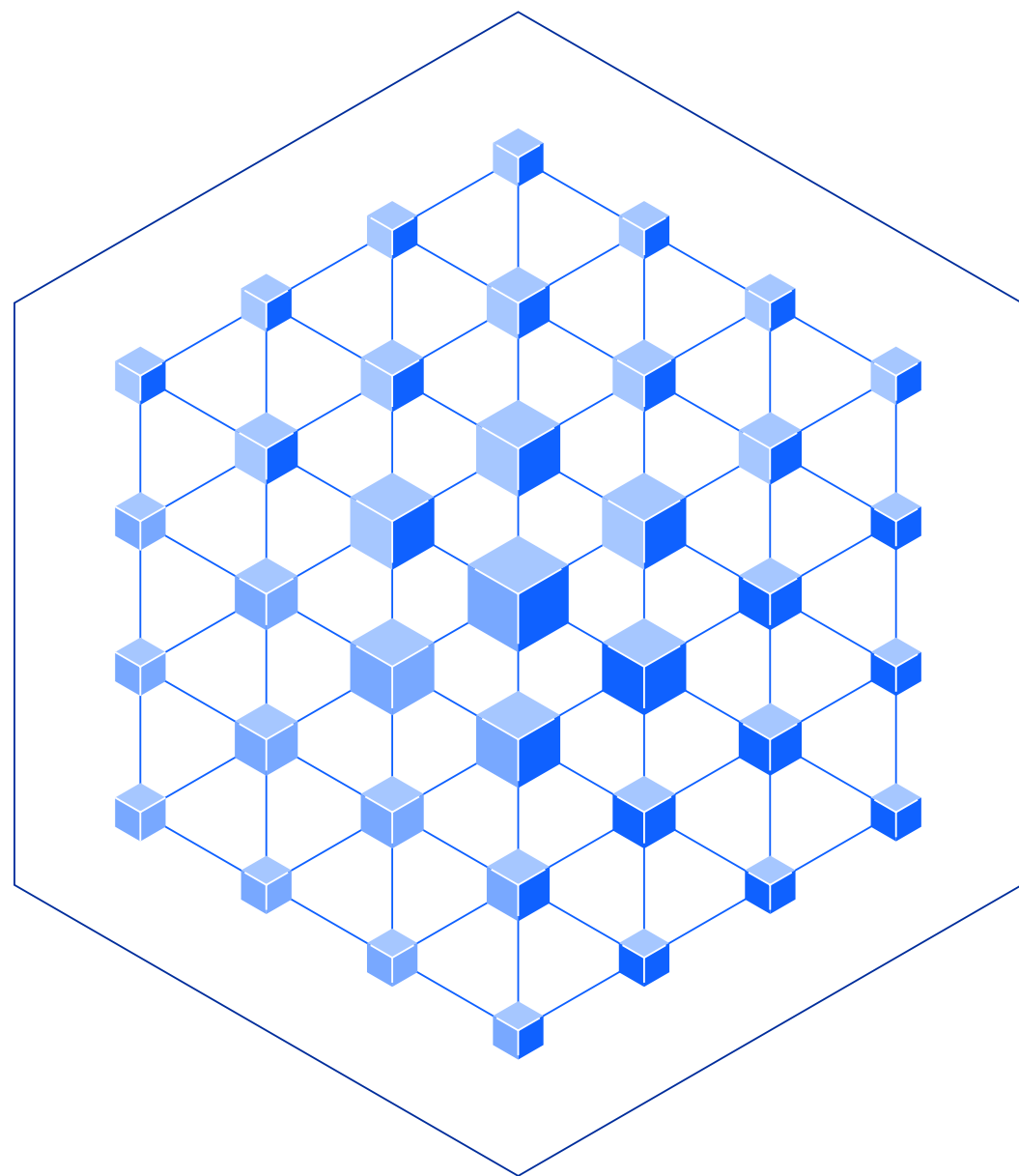
Komunikasi yang efektif dengan pelanggan dan peningkatan pengalaman mereka selama masa transisi adalah elemen penting dalam proses transformasi. Oleh karena itu, memberikan pengalaman pelanggan yang optimal menjadi prioritas strategis. Konsumen modern mengharapkan layanan berkualitas tinggi, terlepas dari jenis bisnis atau kebutuhan spesifik mereka. Berdasarkan penelitian Salesforce pada tahun 2022, sebanyak 88% pelanggan yang disurvei menyatakan bahwa pengalaman yang mereka terima dari perusahaan sama pentingnya dengan produk atau layanan yang ditawarkan.¹ Mereka menginginkan jawaban yang cepat dan akurat atas pertanyaan mereka, tersedia sepanjang waktu, melalui saluran komunikasi pilihan mereka.

Dengan tekanan dari semua pihak untuk memenuhi ekspektasi pelanggan yang meningkat, mengurangi pergantian staf, menurunkan biaya, dan meningkatkan pendapatan, solusi yang memanfaatkan AI tradisional dan generatif menawarkan peluang besar bagi segala jenis dan ukuran bisnis. Sebuah studi baru-baru ini yang dilakukan oleh IBM Institute for Business Value

menemukan bahwa layanan pelanggan adalah prioritas investasi AI generatif utama bagi para CEO yang disurvei.²

AI generatif merupakan salah satu kelas algoritma AI yang dapat menghasilkan berbagai jenis konten termasuk teks, gambar, audio, dan data sintetis. Meskipun model machine learning (ML) AI tradisional biasanya dilatih untuk melakukan satu tugas menggunakan data berlabel, model dasar AI generatif dapat dilatih dengan data tak berlabel dalam jumlah besar menggunakan pengawasan mandiri. Model yang lebih detail yang disesuaikan dengan contoh penggunaan atau domain tertentu dapat dibangun di atas model dasar, sehingga lebih dapat diskalakan dan hemat biaya dibandingkan memulai dari awal.

Dengan menggabungkan AI tradisional dan generatif, perusahaan dapat mewujudkan aspirasi layanan pelanggan yang mungkin tidak terpikirkan sebelumnya. Para eksekutif sudah ikut serta—85% CEO yang disurvei mengatakan AI generatif akan berinteraksi langsung dengan pelanggan dalam 2 tahun ke depan.²



Kecerdasan Buatan Generatif

Selain itu, berdasarkan CEO Study 2023 IBM, para pemimpin senior di sektor energi memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap potensi AI generatif dibandingkan dengan pemimpin di industri lainnya. 63% CEO industri energi berharap untuk mewujudkan nilai dari AI generatif dan otomatisasi dalam 3 tahun ke depan.

AI mempunyai potensi untuk mengatasi banyak tantangan layanan pelanggan, mulai dari meningkatkan layanan mandiri pelanggan hingga mendukung agen dan memberdayakan mereka agar berfokus pada masalah yang lebih kompleks. AI juga dapat membantu mengoptimalkan pusat kontak sehingga tidak hanya dapat menyelesaikan masalah pelanggan, namun menjadi sumber pendapatan baru dengan membantu meningkatkan loyalitas pelanggan, menawarkan rekomendasi yang disesuaikan, dan bahkan mengembangkan penawaran baru.

Namun, penting bagi perusahaan yang mentransformasikan layanan pelanggan mereka dengan AI untuk memiliki visi strategis. Penting juga untuk tidak hanya menentukan cara AI diterapkan dan diskalakan, namun juga memastikan bahwa fondasi data perusahaan kokoh dan terintegrasi secara lancar dengan platform teknologi apa pun yang ada.

Tidak ada satu solusi AI yang cocok untuk semua tujuan, jadi Anda harus berfokus pada cara menggunakan AI untuk mengatasi tantangan tertentu. Saat mempertimbangkan cara menerapkan AI generatif dalam perusahaan, ajukan 3 pertanyaan berikut kepada diri Anda.

1. Bagaimana AI dapat membantu saya menciptakan keunggulan kompetitif?

Semakin model AI disesuaikan dengan prioritas bisnis inti, semakin efektif Anda dapat melayani pelanggan dan memberikan nilai bisnis yang nyata.

2. Bagaimana cara meningkatkan skala AI di seluruh bisnis saya?

Agar berhasil meningkatkan upaya AI, Anda perlu menggunakan semua data berkualitas, di mana pun data tersebut berada, dan memanfaatkan inovasi komunitas sumber terbuka untuk menggunakannya secara efektif.

3. Bagaimana cara memajukan AI yang dapat dipercaya?

AI harus dapat dijelaskan, adil, kuat, dan transparan, serta menumbuhkan kepercayaan dengan memprioritaskan dan melindungi privasi dan hak data konsumen.

Kunci untuk membangun AI yang bertanggung jawab

Meskipun mungkin merasakan tekanan untuk mempercepat penggunaan AI generatif, Anda harus mempertimbangkan kekhawatiran utama tentang cara AI digunakan.

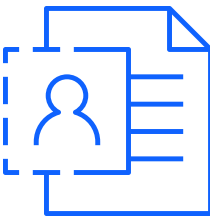


IBM IBV menemukan bahwa para eksekutif yang disurvei mempunyai 3 kekhawatiran utama mengenai adopsi AI generatif.³

1. 61% memiliki kekhawatiran tentang silsilah atau asal data.
2. 57% memiliki kekhawatiran tentang keamanan data.
3. 45% memiliki kekhawatiran tentang privasi data.

IBM telah menjadi mitra tepercaya bagi bisnis perusahaan selama lebih dari 100 tahun dan mengikuti 3 [Prinsip Inti Kepercayaan dan Transparansi](#) yang memandu cara kami menangani data dan insight klien, serta mengembangkan dan menerapkan teknologi baru secara bertanggung jawab. Prinsip ini bahkan lebih penting lagi di era AI.

Prinsip panduan IBM untuk etika AI



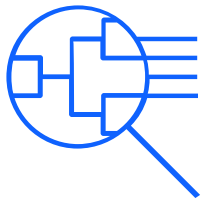
Tujuan AI adalah untuk meningkatkan kecerdasan manusia

Kami percaya AI akan membuat kita semua menjadi lebih baik dalam pekerjaan, dan bahwa manfaat dari era AI akan dirasakan oleh banyak orang, bukan hanya segelintir elit.



Data dan wawasan adalah milik penciptanya

Data klien adalah data mereka, dan insight mereka adalah milik mereka. Kami percaya bahwa kebijakan data pemerintah harus adil dan merata serta memprioritaskan keterbukaan.



Teknologi harus transparan dan dapat dijelaskan

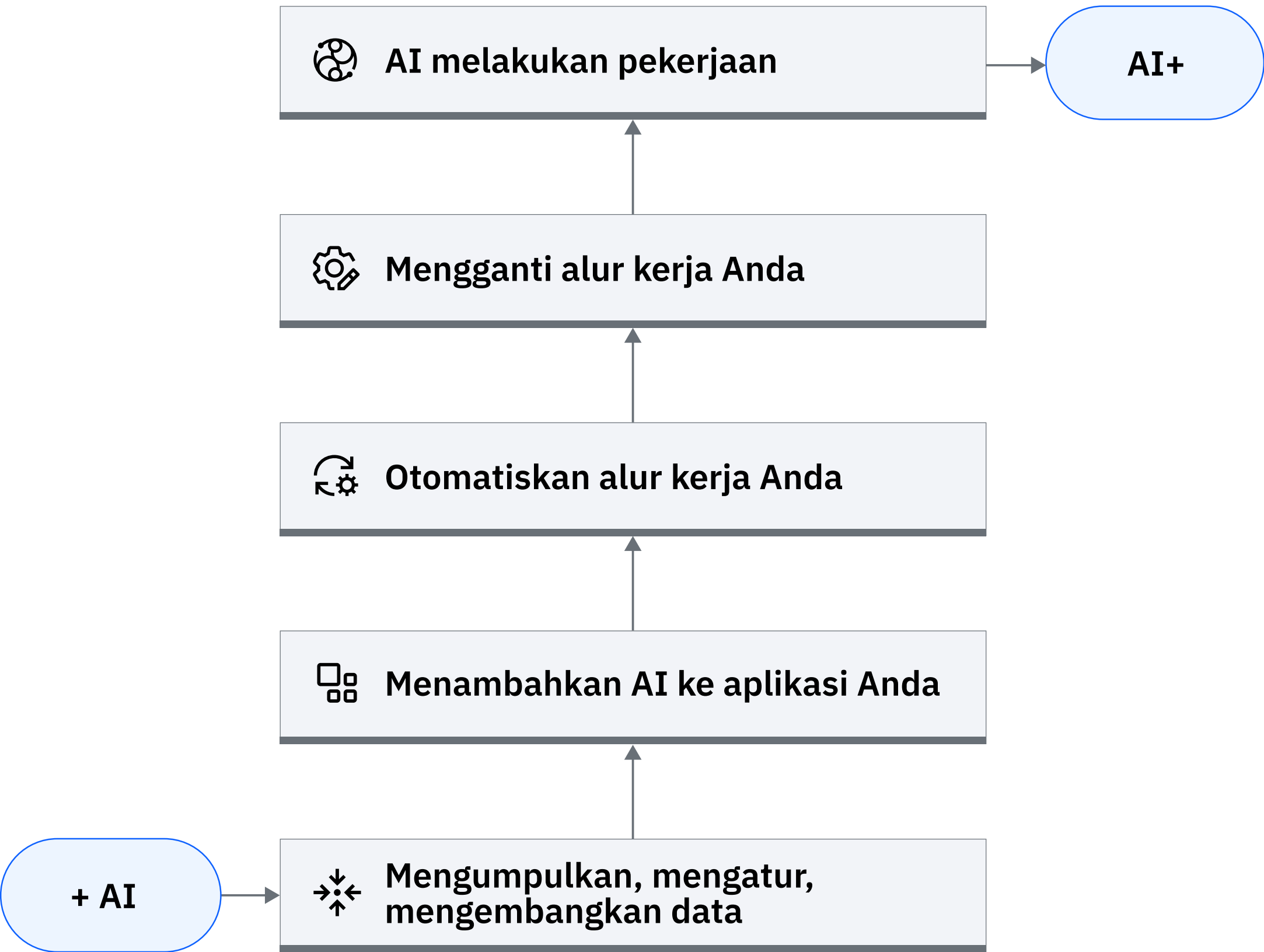
Perusahaan harus transparan tentang siapa yang melatih sistem AI mereka, data apa yang digunakan, dan apa yang masuk ke rekomendasi algoritma mereka.

Beralih dari +AI ke AI+

Di masa lampau, perusahaan menggunakan AI sebagai tambahan, dengan tujuan akhirnya yaitu transformasi digital dan modernisasi cloud.

Kini, AI menjadi inti dari transformasi bisnis—75% pemimpin bisnis yang disurvei percaya bahwa keunggulan kompetitif akan bergantung pada siapa yang memiliki AI generatif paling canggih.⁴ Namun, memanfaatkan potensi AI untuk mengubah layanan pelanggan secara mendasar memerlukan perpaduan visi, teknologi, bakat dan keterampilan karyawan, serta manajemen perubahan. Perusahaan perlu memanfaatkan AI sebagai inti strategis bisnisnya—tidak hanya menambahkannya ke sistem yang sudah ada—untuk memecahkan tantangan perusahaan dan membantu mencapai tujuan bisnis mereka. Saatnya beralih dari aplikasi +AI ke aplikasi AI+.

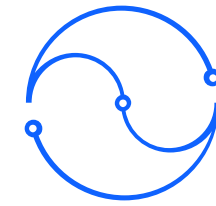
AI Ladder di era modern



Menggabungkan AI tradisional dan generatif

Saksikan Casey Werth, General Manager for the Energy Industry IBM, membahas AI generatif, termasuk bagaimana teknologi ini berkembang dari AI yang sudah ada, manfaatnya, serta contoh penerapan jangka pendek dan jangka panjang yang saat ini diterapkan oleh perusahaan utilitas.

Banyak organisasi telah menggunakan chatbot AI dalam layanan pelanggan selama bertahun-tahun, jadi penting untuk memahami perbedaan antara AI tradisional dan AI generatif untuk memastikan Anda memiliki kombinasi yang tepat dari keduanya untuk memenuhi tujuan layanan pelanggan. Menambahkan AI generatif dapat mengubah chatbot yang didukung AI tradisional dan diprogram dengan respons dan pembelajaran terbatas ke dalam asisten virtual responsif yang terus belajar. Teknologi AI generatif berkembang pesat dan menciptakan paradigma baru bagi perusahaan untuk menggunakan kemampuan AI pada cakupan dan skala yang belum pernah tercapai sebelumnya.



AI tradisional

- Analisis
- Machine Learning (ML)
- Pembelajaran Mendalam

Definisi: Algoritma yang dapat menganalisis konten untuk membuat prediksi dan menentukan tindakan.

Tugas:

- Memprediksi churn pelanggan
- Melacak Net Promoter Scores (NPS)
- Mendeteksi anomali jaringan
- AI percakapan untuk agen virtual dan chatbot



Kecerdasan Buatan Generatif

- Model fondasi
- Model bahasa besar (LLM)

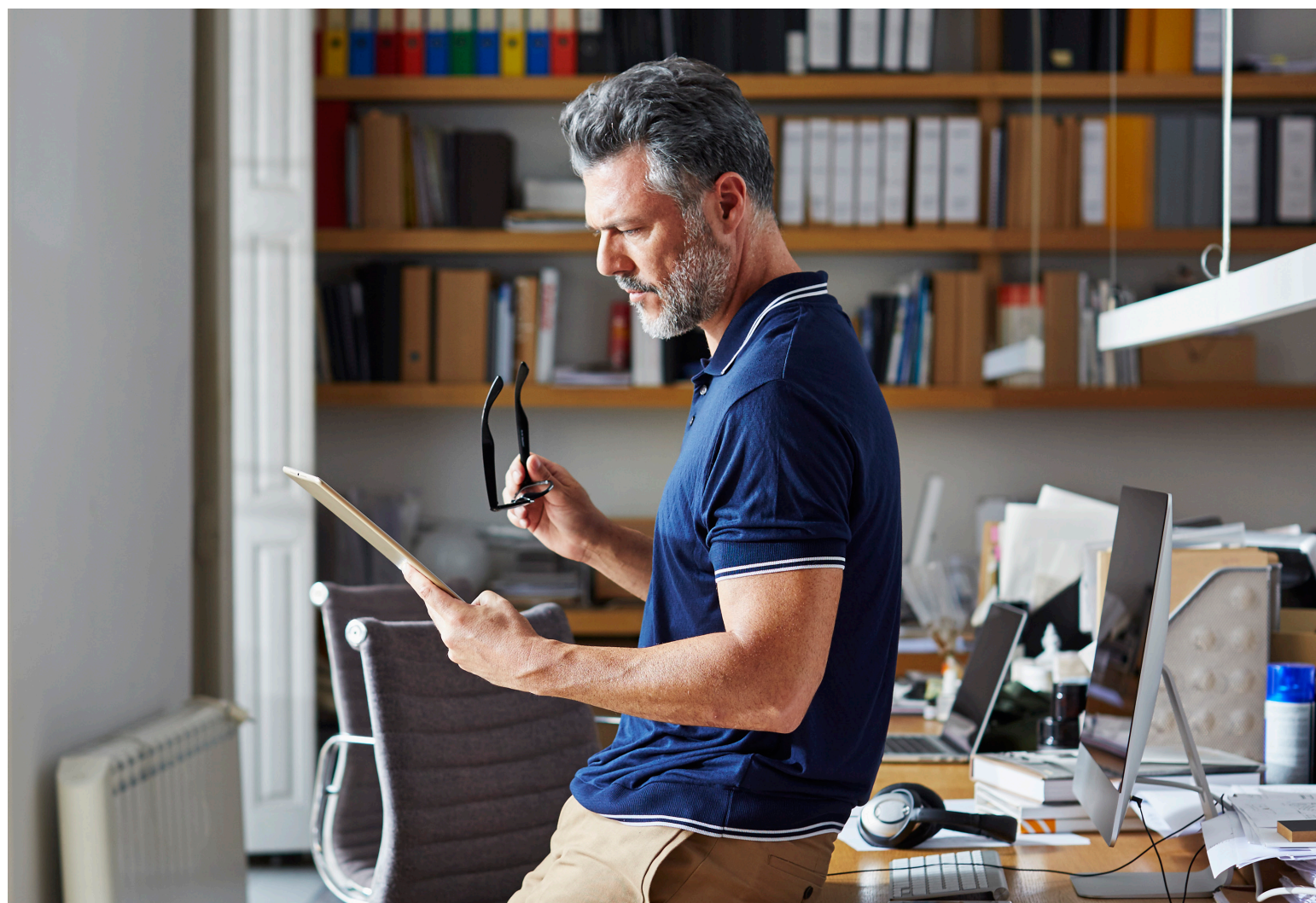
Definisi: Algoritma yang dapat menghasilkan konten baru dan lebih memahami konten yang ada.

Tugas:

- Ringkasan dan analisis panggilan
- Rekomendasi produk, layanan, atau paket yang dipersonalisasi
- Pengembangan produk, layanan, atau paket baru Video penjelasan yang disesuaikan untuk faktur
- Optimalisasi jaringan

Memanfaatkan AI generatif untuk bekerja dalam layanan pelanggan

Perusahaan utilitas dapat meraih manfaat langsung dengan meningkatkan layanan pelanggan melalui pemanfaatan model dasar yang disesuaikan agar pelanggan dapat lebih mudah menjelajahi situs web perusahaan dan mendapatkan insight yang lebih mendalam tentang akun mereka.



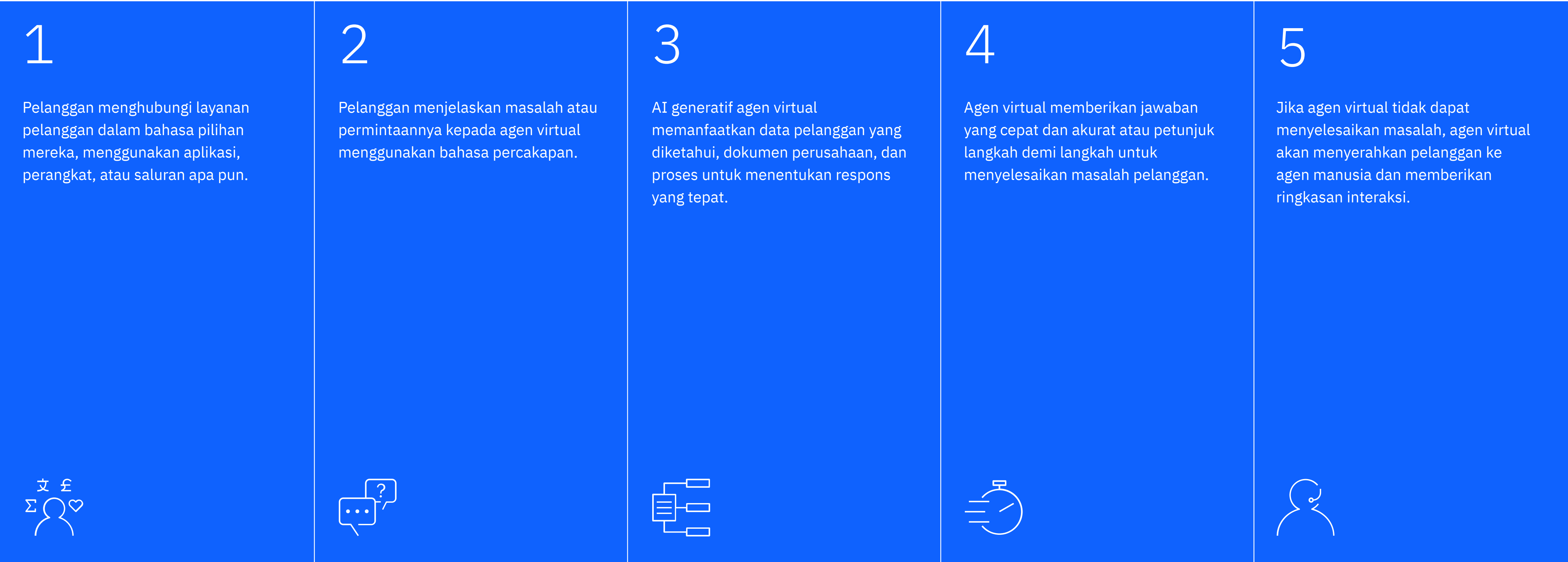
Meskipun potensi penerapan AI generatif mencakup seluruh siklus proses layanan pelanggan, ada 3 area khusus yang dapat memanfaatkan teknologi saat ini untuk membantu Anda mencapai aspirasi layanan pelanggan.

Layanan mandiri pelanggan

Hal utama dari layanan mandiri pelanggan adalah keinginan untuk memberikan informasi dan dukungan yang diperlukan oleh pelanggan dengan cepat, yang memungkinkan mereka menyelesaikan sendiri masalah umum sehingga agen manusia dapat berfokus pada masalah yang lebih kompleks. Selain itu, pelanggan berharap dapat berinteraksi di perangkat dan saluran pilihan mereka, baik melalui obrolan langsung, email, atau panggilan telepon di situs web, aplikasi, atau akun media sosial perusahaan.

Untuk mewujudkan kepuasan pelanggan, dibutuhkan lebih dari sekadar memberikan tanggapan yang telah ditentukan sebelumnya terhadap pertanyaan umum. AI generatif dapat meningkatkan layanan pelanggan ke level yang baru, yang akan memfasilitasi interaksi yang lebih personal. Agen virtual yang didukung oleh AI generatif untuk layanan mandiri pelanggan dapat menjawab pertanyaan, tetapi melakukannya sesuai dengan konteks pelanggan tersebut dan situasi mereka—dengan mempertimbangkan nuansa tersirat, seperti sentimen pelanggan, riwayat dukungan, dan hubungan dengan perusahaan.

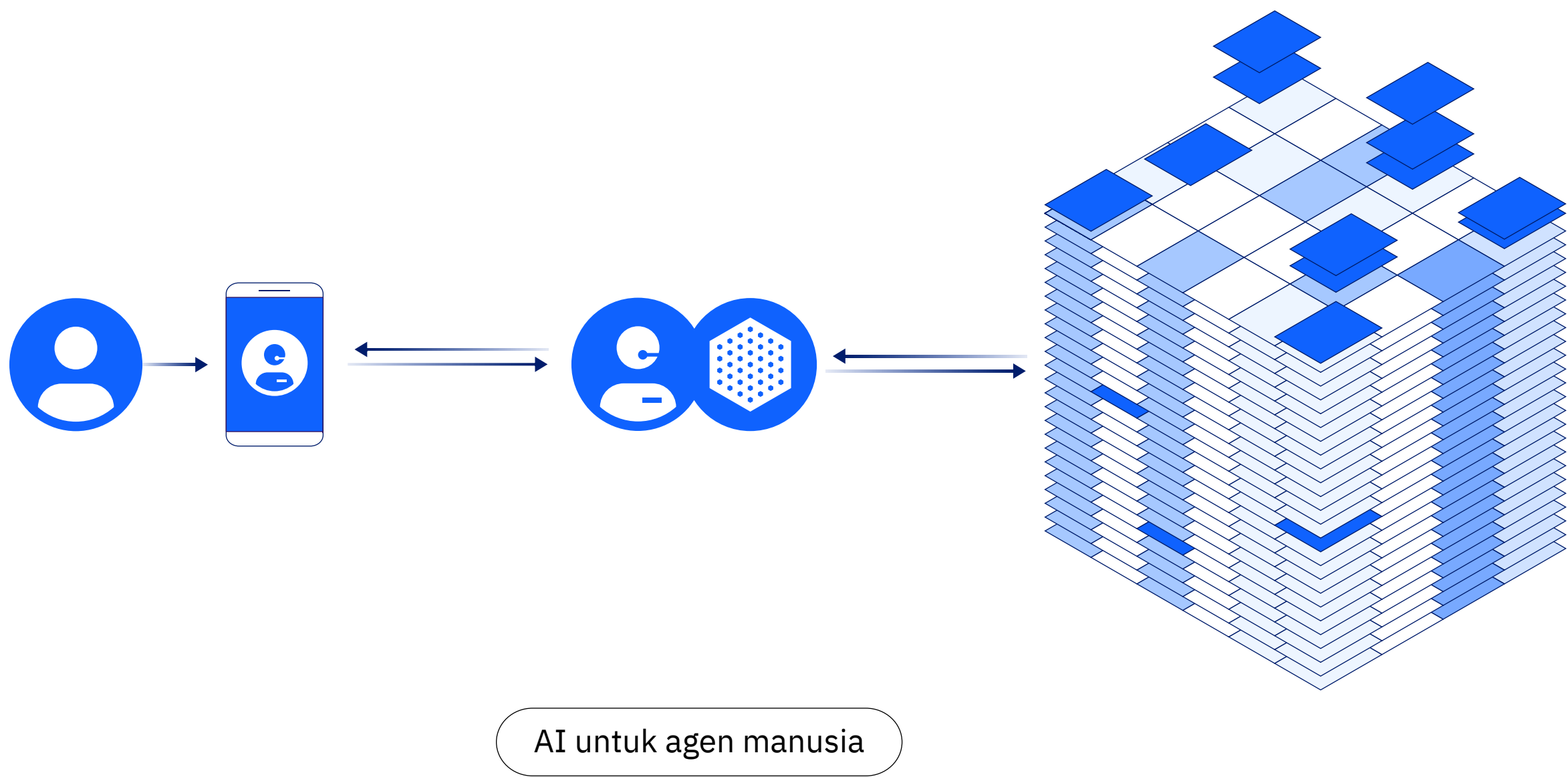
Alur kerja layanan mandiri pelanggan





Agen virtual layanan mandiri berfungsi sebagai penghubung tunggal untuk menyatukan semua sumber daya yang relevan di perusahaan Anda, mulai dari teknologi, data, hingga personel. Selain menjawab pertanyaan, AI juga memungkinkan asisten virtual untuk memberikan dukungan interaktif kepada pelanggan untuk tugas yang memerlukan banyak langkah atau kompleks. Misalnya, asisten virtual yang didukung AI generatif mungkin menghasilkan seluruh percakapan untuk memandu pengguna dalam membantah tagihan di situs web bank mereka.

Bahkan ketika muncul topik yang tidak dapat diselesaikan sendiri oleh agen virtual, seperti masalah kompleks atau topik sensitif, AI generatif memungkinkannya mengidentifikasi pertanyaan ini dengan mudah dan menghubungkannya dengan agen manusia yang dapat membantu. Jika diteruskan ke agen manusia, ringkasan riwayat percakapan dapat diberikan sehingga mereka dapat dengan lancar melanjutkan aktivitas yang terakhir dilakukan oleh agen virtual. Dengan [IBM watsonx Assistant](#), solusi AI percakapan yang terdepan di pasar, bisnis dapat mengotomatiskan layanan pelanggan dengan tingkat akurasi 95%,⁵ sehingga menghasilkan produktivitas yang lebih tinggi dan meningkatkan penyelesaian masalah.



Pengalaman agen

Untuk membangun dan mempertahankan pengalaman dan hubungan pelanggan yang positif, Anda mengandalkan kinerja, produktivitas, dan pengetahuan agen Anda. Namun, apakah agen Anda memiliki akses ke interaksi terbaru dengan nasabah? Apakah mereka memiliki kemampuan untuk melihat gambaran menyeluruh tentang situasi pelanggan dan riwayat perusahaan Anda? Apakah mereka memiliki cara mudah untuk melihat tingkat detail tersebut dan memanfaatkan ringkasan otomatis sehingga dapat memberikan layanan dan dukungan secara lancar? Bisakah mereka secara otomatis memberikan tanggapan melalui email? AI generatif bisa melakukannya dan itulah alasan AI generatif merupakan terobosan baru.

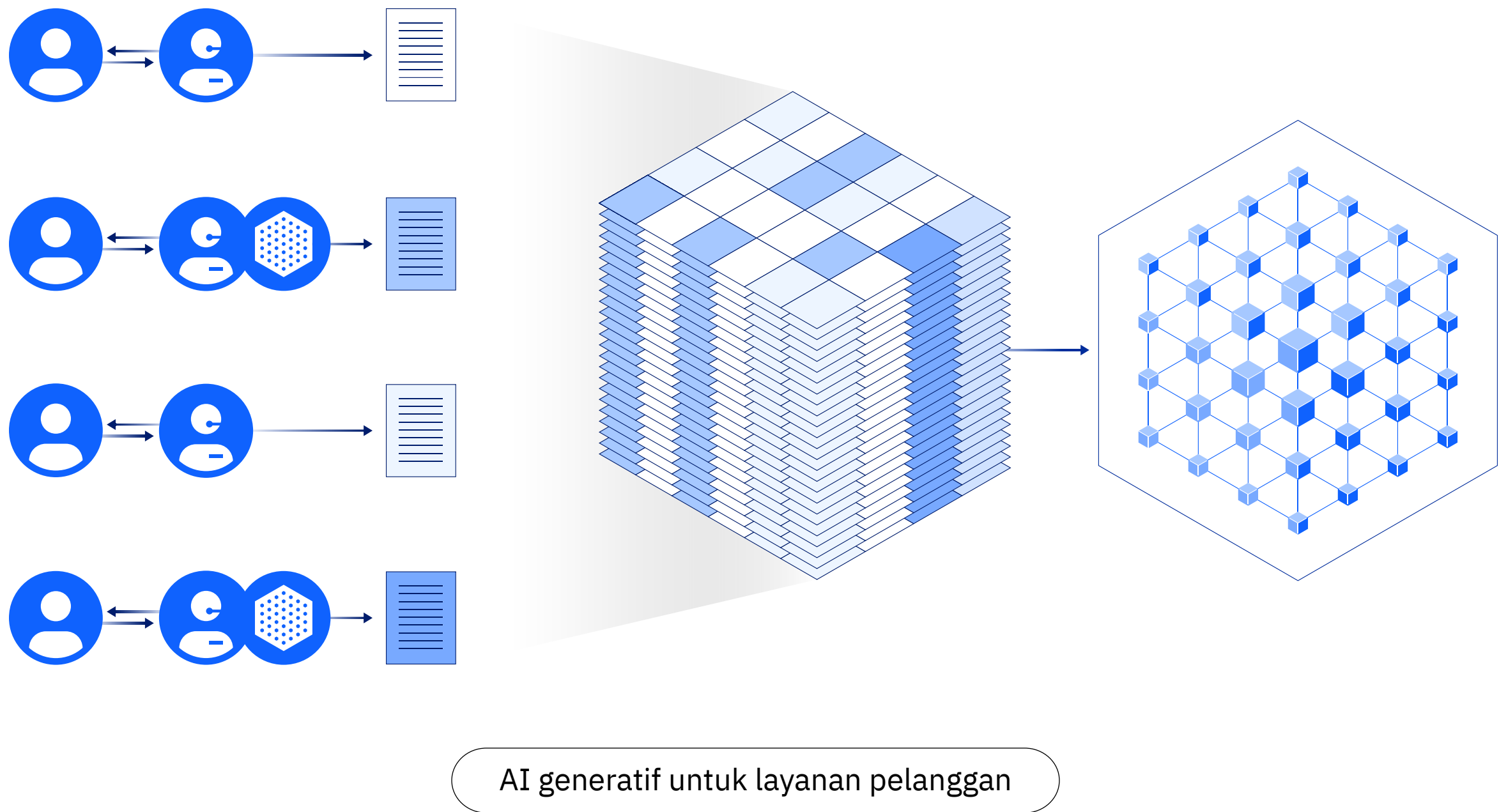
Penelitian terbaru yang dilakukan oleh National Bureau of Economic Research (NBER) menunjukkan bahwa ketika agen dukungan pelanggan yang diteliti diberi akses ke asisten percakapan berbasis AI generatif, produktivitas mereka meningkat rata-rata 14%. Produktivitas diukur berdasarkan masalah yang diselesaikan per jam. Dan dampak terbesar terjadi pada pekerja pemula dan yang memiliki keterampilan rendah.⁶ Temuan ini menunjukkan

bahwa AI generatif dapat membantu perusahaan melatih agen baru dengan lebih cepat, dan mempercepat karyawan baru mengimbangi kinerja rekan-rekan mereka yang lebih berpengalaman. Studi ini juga menemukan bahwa bantuan agen dari AI generatif memperbaiki sentimen pelanggan, mengurangi permintaan intervensi manajerial, dan meningkatkan retensi karyawan.

Hampir dua pertiga CEO (63%) yang disurvei oleh IBM Institute for Business Value mengatakan bahwa pada akhir tahun 2023, mereka telah berinvestasi dalam contoh penggunaan AI generatif untuk melayani agen secara langsung.² Penggunaan AI generatif ini mencakup pelatihan agen dan memungkinkan mereka untuk berinteraksi secara langsung dengan aplikasi teknis untuk memberikan bantuan yang lebih baik. Bahkan sebelum IBM watsonx Assistant memiliki kemampuan AI generatif, perusahaan retail Camping World meningkatkan efisiensi agen sebesar 33% dan mengurangi waktu tunggu hingga 33 detik secara keseluruhan⁷ dengan menerapkan solusi pusat kontak IBM Consulting.

Alur kerja pengalaman agen





Operasi pusat kontak

AI generatif dapat melakukan tugas berulang yang diperlukan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan guna mengoptimalkan pusat kontak Anda agar agen Anda memiliki lebih banyak waktu untuk berfokus pada masalah yang kompleks. Dari kumpulan data tersebut, AI generatif dapat mengidentifikasi pola dan insight—dan belajar dari informasi yang dikumpulkan. Kemampuan ini membuat AI generatif dapat mengoptimalkan jaringan, mempersonalisasi komunikasi dan rekomendasi pelanggan, dan bahkan mengembangkan produk atau layanan baru yang berpotensi mengubah pusat kontak menjadi sumber pendapatan.

Dengan pengumpulan data yang ditargetkan, AI generatif dapat membantu Anda lebih memahami pelanggan dan menyesuaikan rekomendasi, penawaran dan solusi terbaik berikutnya berdasarkan perilaku dan riwayat mereka dengan perusahaan Anda.

Jenis personalisasi ini dirancang untuk membuat pelanggan merasa dihargai dan membantu meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka. Ketika NatWest Group menerapkan alat dukungan hipotek digital yang dibuat dengan IBM watsonx Assistant, loyalitas pelanggan meningkat sebesar 20%, bahkan sebelum kemampuan AI generatif diterapkan.⁸ Hal ini meningkatkan potensi pendapatan lebih banyak. Faktanya, menurut Customer Experience Benchmark Survey, US Consumers, tahun 2022 oleh Forrester, di antara pelanggan kartu kredit AS yang menyatakan merasa dihargai:

- 91% berencana untuk tetap menggunakan merek tersebut
- 83% berencana membeli lebih banyak dari merek tersebut
- 88% mengatakan mereka akan mendukung merek tersebut⁹

Alur kerja operasi pusat kontak



Mengambil langkah selanjutnya

Jadi, apa langkah selanjutnya dalam memenuhi aspirasi layanan pelanggan Anda dengan kemampuan AI generatif? Sebaiknya gunakan langkah-langkah ini sebagai panduan saat Anda memulai—atau melanjutkan—transformasi layanan pelanggan dengan AI.

01

Tentukan tujuan Anda dan contoh penggunaan prioritas

Biarkan strategi bisnis Anda memandu strategi AI. Bangun strategi pengalaman pelanggan dan tentukan tujuan akhir transformasi layanan serta alasan mencoba mencapainya. Siapa target pelanggan Anda, apa kompleksitas masalahnya dan bagaimana cara Anda mengatasinya? Apa yang membedakan layanan pelanggan Anda dari pesaing? Indikator kinerja utama (KPI) apa yang akan Anda gunakan untuk mengukur kinerja? Memiliki strategi yang menggabungkan semua elemen ini—dan lebih banyak lagi—sangat penting untuk memahami biaya, anggaran, dan investasi bisnis di masa depan dalam transformasi layanan.

Setelah strategi ini diuraikan, Anda dapat mengidentifikasi contoh penggunaan terbaik untuk dipusatkan pada implementasi dan pengoptimalan AI. Dan perlu diingat bahwa AI harus diintegrasikan ke dalam alur kerja dan sistem yang ada untuk mengotomatisasi dan meningkatkan proses utama—elemen inilah yang dimaksud dengan peralihan dari +AI ke AI+.

Untuk bantuan dalam menentukan strategi dan contoh penggunaan prioritas perusahaan, mintalah [pengarahan strategi AI](#) dari IBM Consulting. Selain pengalaman transformasi layanan pelanggan, IBM Consulting memiliki lebih dari 20.000 pakar AI dan Pusat Keunggulan AI generatif khusus yang terdiri atas lebih dari 1.000 profesional.

02

Identifikasi kumpulan data dan model AI

hanya dapat dipercaya dan akurat jika data yang mendukungnya tepercaya dan akurat. Arsitektur data yang sesuai untuk penggunaan di perusahaan sangat diperlukan untuk memungkinkan penggunaan AI secara luas di seluruh bisnis Anda. Selain data yang berkualitas, model juga harus menerima pelatihan yang tepat untuk memastikan model memberikan respons yang akurat dan tidak bias kepada pelanggan dengan cara yang autentik sesuai dengan merek Anda.

Pakar data dan AI IBM Consulting dapat bekerja sama dengan Anda untuk melatih, memvalidasi, menyetel, dan menerapkan model AI—baik tradisional maupun generatif—yang didukung oleh model dasar dengan [IBM watsonx.ai](#) studio. Gunakan data perusahaan Anda untuk membangun dan melatih aplikasi AI dengan cepat.

Gunakan [penyimpanan data IBM watsonx.data](#) untuk meningkatkan skala beban kerja AI untuk semua data Anda, di mana saja. Penyimpanan data yang sesuai untuk tujuan ini dibangun di atas arsitektur open lakehouse, didukung oleh format kueri, tata kelola, dan data terbuka untuk mengakses dan berbagi data di seluruh perusahaan Anda.

03

Pertimbangkan etika

Ciptakan strategi tata kelola AI yang menyeluruh untuk mempercepat transformasi AI yang bertanggung jawab. Etika AI tidak hanya menyangkut model itu sendiri; sangat penting untuk menciptakan budaya etika AI dengan menetapkan, menerbitkan, dan menegakkan kebijakan, praktik, dan pedoman di seluruh perusahaan bagi karyawan yang menggunakan teknologi.

Perangkat [IBM watsonx.governance](#) merupakan toolkit menyeluruh untuk tata kelola AI di seluruh siklus proses model guna memungkinkan alur kerja AI yang bertanggung jawab, transparan, dan dapat dijelaskan. IBM watsonx.governance diperkirakan akan tersedia secara umum pada bulan Desember 2023. Pakar etika AI IBM Consulting juga siap membantu menentukan standar yang tepat untuk bisnis Anda.

04

Pastikan Anda memiliki keterampilan dan pemangku kepentingan yang tepat

Guna mencapai keberhasilan transformasi layanan pelanggan melalui AI, para pimpinan di seluruh perusahaan perlu terlibat dan berinvestasi dalam proyek ini. Jalin kolaborasi di seluruh bidang bisnis, operasi, dan tim teknis Anda untuk memastikan bahwa contoh penggunaan AI prioritas menyeimbangkan ROI, risiko, dan presisi. Buat contoh bisnis untuk setiap contoh penggunaan sehingga para eksekutif memahami nilai penuh dari apa yang Anda lakukan dan menggunakannya sebagai bukti untuk menggambarkan keberhasilan. Dan yang lebih penting lagi, berinvestasilah dalam manajemen perubahan dan pengembangan keterampilan, karena transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan teknologi, tetapi faktor manusia dan proses juga sama pentingnya.

IBM Consulting mengkhususkan diri dalam [transformasi layanan menyeluruh](#), yang mencakup strategi AI, desain, implementasi, dan manajemen operasi layanan pelanggan dan lapangan yang berkelanjutan.

05

Temukan mitra yang tepat

Beberapa perusahaan memiliki akses ke keterampilan AI dan pengetahuan transformasi layanan yang diperlukan agar berhasil di dalam organisasi, sehingga penting untuk bermitra dengan pakar eksternal untuk melengkapi keahlian tim Anda. Lakukan penilaian untuk menentukan teknologi yang didukung AI dan mitra implementasi yang diperlukan untuk mencapai misi layanan pelanggan. Cari tahu apakah mungkin untuk melakukan pembangunan berdasarkan investasi platform yang sudah ada, atau apakah diperlukan pendekatan baru. Tidak ada satu pendekatan yang cocok untuk semua situasi.

[IBM Consulting](#) bekerja dengan ekosistem mitra teknologi yang terbuka untuk memastikan bahwa kami dapat menemukan solusi yang tepat untuk bisnis Anda. Pendekatan kami yang tangkas dan berpusat pada keahlian terhadap desain bisnis, ditambah dengan portofolio akselerator alur kerja berkemampuan AI, dapat membantu Anda meningkatkan skala AI dengan cepat. Kami memiliki lebih dari 1.250 klien AI aktif di seluruh dunia dan lebih dari 40.000 keterlibatan dalam AI dan analitik.

06

Mulailah dari yang kecil, uji, dan tingkatkan skalanya

Pastikan cara Anda mengoperasikan AI dalam bisnis berada dalam jalur yang tepat untuk mencapai nilai bisnis dengan cepat dan bertanggung jawab. Terapkan AI generatif pada tugas atau alur kerja tertentu dalam lingkungan berisiko rendah. Dengan bekerja secara iteratif, identifikasi produk yang dapat berfungsi minimal (MVP) Anda, uji coba, kemudian perbaiki berdasarkan KPI yang dapat diukur. Jika berhasil, tingkatkan penerapannya di seluruh bisnis Anda dan lanjutkan dengan MVP untuk contoh penggunaan lain yang menjadi prioritas. Uji coba, buktikan keberhasilannya, tingkatkan, ulangi.

Dengan menggunakan metodologi [IBM Garage](#), IBM Consulting bekerja bersama dengan Anda untuk mengidentifikasi praktik, teknologi, dan keahlian yang dibutuhkan oleh bisnis Anda untuk mengawali perjalanan transformasi layanan pelanggan mulai dari pencarian ide, pembangunan, hingga peningkatan skala. Dengan bekerja secara berulang, kami menggunakan pendekatan pemikiran desain perusahaan untuk bersama-sama menciptakan MVP dengan Anda, mengukur hasilnya, kemudian bekerja untuk meningkatkan skalanya di seluruh perusahaan.

Siap untuk memulai?

IBM memiliki teknologi dan keahlian untuk membantu Anda memulai dengan AI untuk perjalanan layanan pelanggan.

[Meminta pengarahan strategi AI dengan pakar IBM →](#)

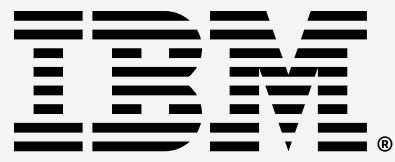


Asisten AI

[IBM watsonx Assistant](#) merupakan platform AI percakapan terdepan di pasar yang dirancang untuk membantu mengatasi tantangan dukungan tradisional dan memberikan pengalaman luar biasa kepada prospek, pelanggan, dan karyawan. Didukung oleh AI generatif dan antarmuka pengguna yang intuitif, IBM watsonx Assistant memberdayakan tim untuk membangun agen suara dan chatbot yang memberikan dukungan layanan mandiri otomatis di semua saluran dan titik kontak.

Keahlian AI

[IBM Consulting](#) memiliki spesialisasi dalam transformasi layanan pelanggan menyeluruh, mencakup strategi AI, desain, implementasi, dan pengelolaan berkelanjutan operasi layanan pelanggan dan lapangan. Kami bekerja dengan ekosistem terbuka mitra teknologi dan memiliki lebih dari 1.250 klien AI aktif di seluruh dunia serta lebih dari 40.000 keterlibatan AI dan analitik dalam pengalaman kami.



1. [State of the Connected Customer](#), 5th Edition, Salesforce, 2022.
2. [The CEO’s guide to generative AI: Customer service](#), IBM Institute for Business Value, 1 Agustus 2023.
3. [The CEO’s guide to generative AI: Platforms, data and governance](#), IBM Institute for Business Value, 1 Agustus 2023.
4. [CEO decision-making in the age of AI](#), IBM Institute for Business Value, 27 Juni 2023.
5. [Customer response in seconds, not minutes](#), studi kasus IBM di Bradesco, Juni 2020.
6. [Generative AI at Work](#), National Bureau of Economic Research, April 2023.
7. [Driving a reimagined customer experience with an AI-powered virtual assistant](#), studi kasus IBM di Camping World, Juni 2022.
8. [Taking the pain out of purchasing a home](#), studi kasus IBM di NatWest Group, Januari 2021.
9. Berdasarkan hasil survei Forrester’s Customer Experience Benchmark Survey, US Consumers, 2022 terhadap 11.009 pengguna kartu kredit, yang dilaporkan dalam [The US Credit Card Customer Experience Index Rankings, 2022](#), Forrester, 11 November 2022.

© Hak Cipta IBM Corporation 2023

PT IBM Indonesia
The Plaza Office Tower
Jl. MH Thamrin Kav 28-30
Jakarta 10350
Indonesia
IBM Corporation
New Orchard Road
Armonk, NY 10504

Dibuat di Amerika Serikat, Desember 2023

IBM, logo IBM, IBM Consulting, IBM Garage, watsonx, watsonx.AI, dan watsonx.data merupakan merek dagang atau merek dagang terdaftar milik International Business Machines Corporation di Amerika Serikat dan/atau negara lain. Nama produk dan layanan lain mungkin merupakan merek dagang milik IBM atau perusahaan lain. Daftar terkini merek dagang IBM tersedia di ibm.com/id-id/trademark.

Ini adalah dokumen terbaru pada tanggal awal publikasi dan dapat diubah oleh IBM kapan saja. Tidak semua penawaran tersedia di setiap negara tempat IBM beroperasi.

Semua contoh klien yang dikutip atau dijelaskan disajikan sebagai ilustrasi tentang cara beberapa klien menggunakan produk IBM dan hasil yang mungkin telah mereka capai. Biaya lingkungan dan karakteristik kinerja yang sebenarnya akan bervariasi, tergantung pada konfigurasi dan kondisi tiap klien. Hasil yang diharapkan secara umum tidak dapat diberikan karena hasil setiap klien akan bergantung sepenuhnya pada sistem dan layanan yang dipesan oleh klien.

INFORMASI DALAM DOKUMEN INI DISEDIAKAN “SEBAGAIMANA ADANYA” TANPA JAMINAN APA PUN, BAIK TERSURAT MAUPUN TERSIRAT, TERMASUK TANPA JAMINAN UNTUK DAPAT DIPERJUALBELIKAN, KESESUAIAN UNTUK TUJUAN TERTENTU, DAN JAMINAN ATAU KETENTUAN APA PUN TERKAIT KETIADAAN PELANGGARAN. Produk IBM dijamin sesuai dengan syarat dan ketentuan perjanjian yang mengatur penyediaan produk tersebut.

Pernyataan Praktik Keamanan yang Baik: Tidak ada sistem atau produk TI yang dapat dianggap sepenuhnya aman, dan tidak ada satu pun produk, layanan, atau tindakan keamanan yang dapat sepenuhnya efektif untuk mencegah penggunaan atau akses yang tidak semestinya. IBM tidak menjamin bahwa sistem, produk, atau layanan apa pun kebal dari, atau akan membuat perusahaan Anda kebal terhadap, tindakan jahat atau ilegal dari pihak mana pun.