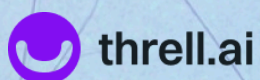


Threll.ai whitepaper | April 2026

Stemmebaseret AI: Det næste store skifte i kundedialogen

Fra kundeservice til operationel vækstkapacitet



Executive Summary

De fleste virksomheder tænker fortsat kundedialog for snævert. De tænker support, kø, svartid, bemanding og omkostninger. Den forståelse er ikke længere tilstrækkelig.

Stemmebaseret AI er på vej til at blive et nyt operationelt lag mellem virksomhed og kunde – ikke kun fordi virksomheder kan svare hurtigere eller automatisere mere, men fordi stemmebaseret AI nu kan kobles til sprogforståelse, beslutning, arbejdsgang og udførelse i samme flow. Gartner rapporterede i december 2024, at 85 procent af kundeservicecheferne ville udforske eller pilotteste kundevendt conversational GenAI i 2025. Salesforce rapporterede i november 2025, at AI forventes at håndtere 50 procent af servicesagerne inden 2027, op fra 30 procent i 2025. McKinsey peger samtidig på et voksende adoptionsgab i customer care, mens Deloitte beskriver service som et reelt AI-vendepunkt.

Fire hovedpointer træder frem:

- 1. Værdien er større end omkostningsbesparelser.** Stemmebaseret AI kan påvirke tilgængelighed, kapacitet, kvalitet og vækst på én gang.
- 2. Den store mulighed er proaktiv kundedialog.** Stemmebaseret AI er ikke kun inbound service. Det åbner for opfølgning, loyalitetsarbejde, mersalg og livscyklusdialog.
- 3. Kvalitet kan bygges ind i modellen.** Med kontekst, operationel hukommelse og løbende forbedring kan virksomheder gøre kundedialogen mindre personafhængig og mere kumulativ.
- 4. Norden kræver mere end generiske opsætninger.** Sproglig præcision, tillid, datakontrol og operationel udførelse er ikke tillægskrav – de er forudsætningen for, at stemmebaseret AI fungerer i drift.

Dette skifte handler ikke først og fremmest om at sætte en stemme på en model. Det handler om at bygge moderne kundedialog: samtaler, der konverterer.

1. Kundedialog er på vej til at blive et nyt operationelt lag

De fleste virksomheder tænker fortsat kundedialog i siloer. Noget håndteres reaktivt i kundeservice. Noget håndteres proaktivt i salg, marketing eller

opfølgning. Men for få organiserer det som en sammenhængende operationel model.

Det er på vej til at blive en strategisk fejl.

Når stemme kobles til forståelse, beslutning, arbejdsgang og handling, bliver kundedialog mere end et kontaktpunkt. Det bliver et operationelt lag mellem virksomhed og kunde. McKinsey beskriver et voksende gab mellem virksomheder, der faktisk henter værdi ud af AI i kundedialogen, og virksomheder, der stadig sidder fast i pilotfasen.

Det er mere end en ny kanal og mere end en ny funktion. Det er en ændring af, hvordan kundedialog kan organiseres som kapacitet – fra støttefunktion til operationel kapabilitet for kvalitet, vækst og konkurrencekraft.

2. Hvorfor det sker nu

Dette skifte sker ikke i en fjern fremtid. Det sker nu. Tre udviklingstræk peger endelig i samme retning: teknologien er moden nok, ledelsespresset er blevet reelt, og kundeservice er på vej fra støttefunktion til strategisk værdidriver.

Teknologisk modenhed. Stemmebaseret AI er kommet langt videre end gamle IVR-løsninger og stive manuskriptmotorer. Samtaler kan i højere grad forstås, håndteres og føres videre, uden at oplevelsen bryder sammen ved første afvigelse.

Forretningspres. Gartner fandt i februar 2026, at 91 procent af kundeservice- og supportcheferne oplever pres fra ledelsen om at implementere AI. Prioriteterne handler i høj grad om at forbedre kundetilfredshed, operationel effektivitet og succes med selvbetjening – ikke kun om at skære omkostninger.

Kundeservicefunktionens nye rolle. Capgemini beskriver kundeservice som et område, der er på vej til at blive løftet fra supportfunktion til strategisk værdidriver, drevet af generativ og agentisk AI. I Capgeminis undersøgelse siger 61 procent af lederne, at kundeservice i dag primært er en supportfunktion – men kun 22 procent forventer, at det vil være tilfældet om tre år.

Stemmebaseret AI bør derfor ikke længere behandles som et eksperiment. Det er på vej til at blive et ledelsesspørgsmål.

3. Hvor værdien faktisk opstår

For ledere er hovedspørgsmålet ikke, om stemmebaseret AI kan reducere omkostninger. Hovedspørgsmålet er, hvilke værdidrivere der kan påvirkes samtidig.

Værdien opstår typisk i fire lag:

Tilgængelighed handler om at være der, når kunden faktisk har brug for dig – ikke kun inden for åbningstiden.

Kapacitet handler om at håndtere flere samtaler uden lineær vækst i bemanningen.

Kvalitet handler om at gøre kundedialogen mere konsistent, mere oplyst og bedre dokumenteret. Når opsummering, opslag i vidensgrundlaget, verificering og næste skridt bliver en del af flowet, forbedres ikke kun tempoet – også kvaliteten i udførelsen løftes.

Vækst er det, mange stadig undervurderer: kundedialog kan bruges til at styrke genkøb, reducere frafald og drive mersalg og opfølgning. McKinsey skriver, at førende aktører inden for customer care allerede begynder at se effekt af AI på tværs af kundeoplevelse, omkostningsreduktion og indtjening. Deloitte peger tilsvarende på service som et område med skalerbart ROI gennem hurtigere, klogere og mere personaliserede interaktioner.

Det er kombinationen, der gør stemmebaseret AI strategisk interessant. Det er ikke kun en effektiviseringsindsats. Det er en ny måde at organisere kundedialog på.

4. Regneeksempler, ledere faktisk interesserer sig for

For mange ledere bliver det først interessant, når det kan oversættes til P&L. Men ikke alle tal i et business case har samme karakter. Nogle scenarier kan understøttes direkte af offentliggjorte benchmarks. Andre fungerer bedst som illustrative modeller for, hvordan værdien kan regnes hjem i ens egen virksomhed.

Regneeksempler inden for stemmebaseret AI bør præsenteres med den rette præcision: som beslutningsstøtte, ikke som løfter.

Scenarie	Karakter	Potentiel årlig effekt
1. Omkostningsscenarie	Stærkt benchmark-understøttet (Deloitte: 30 % effektivisering)	NOK 2,4 mio. (v/NOK 8 mio. i driftsomkostninger)
2. Vækstscenarie	Benchmark-justeret (6 % effekt på mersalg og fornyelse)	NOK 10,8 mio. (v/NOK 180 mio. i omsætning)
3. Loyalitetsscenarie	Illustrativt, forretningsmæssigt relevant	NOK 600.000 (v/5.000 kunder à NOK 6.000)
4. Kapacitetsscenarie	Operationelt og planlægningsrelevant	20.000 sager flyttet fra manuel til AI-understøttet

Scenarie 1: Benchmark-understøttet omkostningsscenarie En virksomhed bruger NOK 8 millioner om året på kundedialog. Hvis bedre automatisering, hurtigere håndtering og mindre efterarbejde giver 30 procent mere effektiv drift: $\text{NOK } 8,0 \text{ mio.} \times 30 \% = \text{NOK } 2,4 \text{ mio.}$ i årlig effekt. Det er et robust scenarie – Deloitte angiver, at 43 procent af organisationerne mener, at AI vil gøre det muligt at reducere contact center-omkostningerne med 30 procent eller mere i løbet af de næste tre år.

Scenarie 2: Benchmark-justeret vækstscenarie En virksomhed med NOK 180 millioner i omsætning, hvor bedre opfølgning og mere relevant dialog påvirker fornyelse, mersalg eller genkøb med 6 procent: $\text{NOK } 180 \text{ mio.} \times 6 \% = \text{NOK } 10,8 \text{ mio.}$ i mulig toplinjeeffekt.

Scenarie 3: Illustrativt loyalitetsscenarie En abonnementsvirksomhed med 5.000 kunder og en årlig kundeværdi på NOK 6.000 reducerer frafaldet med 2 procentpoint gennem bedre livscyklusdialog: $5.000 \times \text{NOK } 6.000 \times 2 \% = \text{NOK } 600.000$ i bevaret årlig omsætning.

Scenarie 4: Operationelt kapacitetsscenarie En serviceorganisation håndterer 100.000 sager om året. Hvis AI-andelen stiger fra 30 procent til 50 procent, flyttes 20.000 sager fra manuel til AI-understøttet håndtering – i tråd med Salesforces prognoser for 2027.

Regneeksemplerne er illustrative scenarier baseret på offentliggjorte markedsdata og gængs business case-logik. Den faktiske effekt vil variere

med udgangspunkt, datagrundlag, procesdesign og operationel udførelse.

Hvorfor den nuværende model ofte er dyrere, end den ser ud

De synlige omkostninger i kundedialogen er relativt enkle at måle: løn, bemanning, åbningstid og volumen. De skjulte omkostninger er ofte større.

Når medarbejdere siger op, forsvinder ikke kun kapacitet – der forsvinder også erfaring, samtalelogik og evnen til at løse sager rigtigt første gang. Resultatet er mere oplæring, længere behandlingstid og større variation i kundeoplevelsen. Traditionelle modeller er ikke kun arbejdskrævende. De er sårbare.

Moderne stemmebaseret AI kan ændre denne økonomi – ikke kun ved at reducere omkostningen per henvendelse, men ved at gøre kvalitet mindre personafhængig og forbedring mere kumulativ.

5. Fra reaktiv service til proaktiv kundedialog

Her ligger noget af det mest undervurderede potentiale i stemmebaseret AI.

Mange taler stadig om stemmebaseret AI, som om det primært handler om indgående support: kunden ringer, virksomheden svarer hurtigere eller billigere end før. Det er vigtigt. Men det er kun halvdelen af billedet.

Den større mulighed ligger i at behandle kundedialog som en tovejs, vedvarende og værdiskabende relation. Virksomheden svarer ikke kun, når noget opstår – den kan også tage kontakt, når tidspunktet er rigtigt, konteksten er relevant og værdien er tydelig.

En abonnementsudbyder kan tage kontakt før næste levering eller fornyelse. Samtalen kan bruges til at afklare tilfredshed, justere præferencer, håndtere ændringer og introducere relevante tilkøb. I andre brancher kan samme logik bruges til opfølgning efter levering, kvalitetskontrol, reaktivering eller enklere customer success-forløb.

Det er ikke gammeldags telefonsalg. Det er værdidrevet, proaktiv kundedialog – og det er her, det egentlige skifte bliver tydeligt: fra samtaler, der afsluttes, til samtaler, der konverterer.

6. Kontekst, operationel hukommelse og løbende forbedring

En af de vigtigste grunde til, at stemmebaseret AI er strategisk interessant, er, at teknologien gør det muligt at bygge mere holdbar kvalitet ind i kundedialogen.

I mange virksomheder er kvalitet stadig skrøbelig, fordi vigtig erfaring sidder hos enkelte medarbejdere frem for i virksomhedens operationelle model. I miljøer med høj personaleomsætning betyder det, at værdifuld viden let forsvinder.

Moderne stemmebaseret AI har en vigtig styrke her: når vidensgrundlag, samtaleflow, routing, opsummering og eskaleringslogik forbedres, kan forbedringen bygges ind i modellen og genbruges konsekvent. Læringen bliver kumulativ.

Men det sker ikke af sig selv. KSI Indeks viser, at det vigtigste for servicetilfredsheden er, at sagen faktisk bliver løst. Værdien opstår først, når teknologien bruges til at øge løsningsgraden, reducere friktion og gøre kundedialogen enklere og mere præcis.

For mange virksomheder er det en større forretningseffekt end ren automatisering. De bygger ikke kun en billigere model – de bygger en mere robust operation, der kan forbedres over tid.

7. Hvad stemmebaseret AI faktisk består af – og hvad der skiller demo fra drift

En almindelig svaghed i diskussionen om stemmebaseret AI er, at begrebet bruges, som om det beskriver én funktion. I praksis er det en sammensat operationel kapacitet – og forskellen mellem en imponerende demo og en løsning, der faktisk fungerer i drift, er større, end mange forventer.

Fra integration til autonom handling

Det har længe været nok at beskrive stemmebaseret AI som "koblet til CRM". Det er ikke længere dækkende. Det relevante spørgsmål i dag er ikke kun, om agenten har adgang til data – det er, om den har mandat og kapacitet til at bidrage til at løse sagen.

En moden løsning kan i stigende grad udføre handlinger direkte i virksomhedens systemer: ændre en levering, udstede en kompensation,

ombooke en aftale, opdatere kundedata eller sende sagen videre med fuld kontekst. I flere use cases kan agenten nu være en aktiv del af selve udførelsen – ikke kun en grænseflade, der samler information til et menneske, som derefter handler.

Dette skifte – fra samtale til udførelse – er det, der gør stemmebaseret AI operationelt interessant på en ny måde.

Hukommelse og personalisering

En agent uden kontekst er en agent, der altid starter fra nul. Det er ikke godt nok.

Modne løsninger kobler stemmebaseret AI til kundens historik – tidligere henvendelser, præferencer, igangværende sager og tidligere løsninger. Det betyder, at samtalen i højere grad kan starte, hvor den sidst slap. Det er ikke først og fremmest en demoeffekt – det er en egenskab, der afgør, om kunden oplever at blive genkendt eller at starte forfra.

Det er tæt koblet til den operationelle hukommelse, der beskrives i kapitel 6: kvaliteten bygges ikke kun på systemniveau, men også på individniveau over tid.

Infrastruktur: MCP og standardiseret kobling

Et nyt infrastrukturlag er ved at falde på plads omkring agentisk AI. Model Context Protocol (MCP), lanceret af Anthropic i november 2024, er en åben standard for sikkert at koble AI-systemer til datakilder og værktøjer – nogenlunde som en universaladapter mellem agenten og de systemer, den har brug for adgang til. For stemmebaseret AI betyder det, at værdien i stigende grad ikke kun ligger i selve samtalen, men i hvor godt stemmen kan kobles til kontekst, arbejdsgang og handling.

De fire operationelle lag

En moden platform for stemmebaseret AI kan forstås gennem fire lag – hvor værdien stiger, jo længere ned i stakken løsningen faktisk opererer:

Lag	Funktion
Forståelse	Systemet fortolker tale, hensigt og kontekst
Beslutning	Systemet afgør, hvad der bør ske videre, ud fra regler, data og arbejdsgange
Udførelse	Systemet gennemfører handlinger direkte i relevante systemer
Forbedring	Systemet bevarer og forbedrer kvaliteten gennem analyse og videreudvikling af vidensgrundlaget

Det, der skiller en demo fra en operationel løsning, er ikke stemmen. Det er, hvor mange af disse lag løsningen faktisk ejer – og hvor godt de hænger sammen.

8. Hvorfor nordisk kundedialog stiller særlige krav

Nordiske markeder er ikke kun geografisk afgrænsede – de har distinkte kendetegn, der påvirker, hvad der faktisk fungerer i kundedialogen.

Sproglig præcision er ikke valgfrit. Norsk, svensk og dansk er relativt lidt repræsenteret i træningsdataene til globale modeller. Det betyder, at dialekter, fagterminologi og naturligt samtaletempo kan skabe friktion, som ikke viser sig i engelsksprogede tests. Kunden bemærker det med det samme.

Tillidsniveauet er højt – og skrøbeligt. Nordiske kunder er generelt skeptiske over for oplevelser, der føles generiske eller upersonlige. En samtale, der ikke forstår konteksten, eller som håndterer overgangen til menneskelig hjælp klodset, kan hurtigt underminere tillid, det tog lang tid at bygge op.

Datakontrol er et reelt krav, ikke kun et ønske. GDPR og sektorspecifikke reguleringer stiller konkrete krav til, hvor data lagres og behandles. For mange norske virksomheder er EU-baserede datacentre en forudsætning, ikke et tilvalg.

Procesintegration afgør resultatet. Globale standardopsætninger leverer ofte en fungerende agent i en demo. Det, der skiller demo fra drift, er, om agenten er koblet til de faktiske systemer og processer, virksomheden bruger i hverdagen.

KSIndeks giver et vigtigt korrektiv fra kundesiden: kunderne interesserer sig kun i ringe grad for teknologien i sig selv. De interesserer sig for, om sagen bliver løst, hvor let oplevelsen er, og om de slipper for at tage kontakt flere gange. Det er det, der bør styre designet – ikke teknologien alene.

9. Tillid som konkurrencefordel: BankID og Vipps i kundedialogen

Identificering af kunden er ikke kun et sikkerhedsspørgsmål. Det er forudsætningen for en meningsfuld samtale.

Når en kunde ringer ind for at booke en tid, ændre en levering eller opsigse et abonnement, starter de fleste samtaler med samme ritual: oplys navn, fødselsdato, postnummer. Det er friktion, før dialogen overhovedet er begyndt – og det er unødvendigt.

I Norge findes der en digital infrastruktur, som løser det. BankID bruges af 4,6 millioner nordmænd og står bag næsten en milliard logins og signeringer om året. Vipps MobilePay har over 12 millioner brugere i Norden. Begge er veletablerede som identifikationsværktøjer, som kunderne allerede kender og har tillid til.

Ved at integrere BankID eller Vipps i det indgående samtaleflow kan kunden identificere sig før eller ved samtals start – for eksempel via en kort Vipps-bekræftelse eller BankID-verificering på mobilskærmen, mens de venter. Resultatet er, at agenten fra første sekund ved, hvem kunden er, hvad de har købt, hvornår de sidst tog kontakt, og hvad der er uløst.

Det giver to konkrete gevinster:

Sikkerhed. Virksomheden kan med sikkerhed udføre følsomme handlinger – ændringer, opsigelser, ordrer – uden risiko for, at den forkerte person handler på kundens vegne.

Samtalekvalitet. Agenten kan starte samtalen med fuld kontekst. Ingen indledende verificeringsrunde. Ingen gentagelse af information, kunden allerede har givet. Samtalen begynder, hvor kunden faktisk er.

Det kobler direkte til det, der beskrives i kapitel 6 og 7: identificering er selve forudsætningen for, at operationel hukommelse og personalisering faktisk kan tages i brug.

For udgående samtaler – hvor virksomheden tager initiativ til at ringe kunden op – gælder den omvendte tillidsudfordring: hvordan ved kunden, at det faktisk er dig, der ringer? Her kan en BankID-notifikation forud for samtalen bekræfte

afsenderen, eller en Vipps-besked linke til samtalens kontekst, før kunden tager telefonen.

I begge retninger er det en reel nordisk fordel, som globale platforme ikke kan replikere uden lokal tilpasning.

10. Hvad ledere skal forstå – og sådan arbejder Threll.ai

Det vigtigste, ledere kan gøre nu, er ikke at spørge, om de skal teste stemmebaseret AI.

Det vigtigste er at spørge, hvor i virksomheden kundedialog stadig behandles som en omkostning, når den i praksis er blevet et konkurrenceområde.

Forskellen i de kommende år vil ikke kun gå mellem virksomheder, der bruger AI, og virksomheder, der ikke gør. Den vil gå mellem virksomheder, der bygger operationel værdi op omkring AI, og virksomheder, der stadig behandler det som et værktøjseksperiment.

Det betyder, at stemmebaseret AI ikke bør ejes som et eksperiment i organisationens periferi. Det bør forankres der, hvor indtægter, omkostninger og kundeoplevelse faktisk styres.

De, der tænker snævert, vil kigge efter en voicebot. De, der tænker rigtigt, vil bygge en model for samtaler, der konverterer.

For virksomheder, der ønsker at gå fra indsigt til handling, er næste skridt ikke nødvendigvis at starte en stor transformation. Det rigtige næste skridt er at identificere, hvor stemmebaseret AI hurtigst kan skabe tydelig værdi.

Et godt udgangspunkt er tre spørgsmål:

Hvor i kunderejsen kan samtaler skabe mest værdi? Ikke kun hvor volumen er høj, men hvor bedre dialog faktisk kan påvirke omkostninger, kundeoplevelse, loyalitet eller vækst.

Hvor ligger det reelle ROI-potentiale? Ikke i abstrakt AI-snak, men i konkrete samtaletyper, processer og forretningsmål.

Hvad kræves for at gå fra pilot til drift? Det afgørende er sjældent modellen alene – det afgørende er arbejdsgange, integrationer, datakontrol, sproglig præcision og operationel opfølgning.

[Threll.ai](#) er bygget til netop denne overgang. Vi arbejder typisk gennem tre faser:

Analyse – Vi kortlægger den nuværende kundedialog, identificerer use cases med tydelig værdi og bygger et realistisk business case.

Design og implementering – Vi designer samtaleflows, integrerer til relevante systemer og etablerer løsningen med nordisk sprogunderstøttelse, datakontrol og klare succeskriterier.

Optimering – Vi følger op med samtaleanalyse, test og løbende forbedring, så løsningen ikke kun bliver lanceret, men faktisk bliver bedre over tid.

Det, der adskiller [Threll.ai](#), er ikke én enkelt funktion, men helheden: stemme, arbejdsgange, integrationer og løbende forbedring, der hænger sammen i én operationel model – bygget til nordiske krav og nordiske kunder.

Konklusion

Stemmebaseret AI er ikke kun et nyt værktøj. Det er på vej til at blive et nyt operationelt lag i kundedialogen.

Den reelle værdi ligger ikke i teknologien alene. Den ligger i, om virksomheden bruger den til at løse flere sager bedre – med mindre indsats fra kunden, højere konsistens og stærkere operationelt flow over tid.

Derfor er denne kategori så spændende netop nu. Ikke kun fordi modellerne er blevet bedre, men fordi forudsætningerne endelig er på plads for at gøre kundedialog til noget mere end en omkostningspost.

For norske og nordiske virksomheder bliver dette skifte særligt vigtigt i de kommende år. De, der handler tidligt, bygger ikke kun effektivitet – de bygger en stærkere operationel model for, hvordan virksomheden møder, hjælper og udvikler kunder over tid.

Samtaler, der konverterer. Det er der, den næste konkurrencefordel bygges.

Om Threll.ai

[Threll.ai](#) udvikler tale-AI-agenter – intelligente, autonome virtuelle medarbejdere, der kan ringe, forstå svar, udføre opgaver og tilpasse sig i realtid. Vores mål er at lade kunstig intelligens blive din nye kollega – en, der kan tale, lytte og løse opgaver effektivt. Infrastruktur og datalagring i Norden —

ikke hos hyperscalere uden for EØS. Vi giver dig fuld kontrol og konkurrencefordel.

Ring til Thea på +47 24 12 66 30 for mere information eller hjælp til at booke et møde med grundlæggerne af Threll.ai.

Kilder

- Gartner, *Survey Reveals 85% of Customer Service Leaders Will Explore or Pilot Customer-Facing Conversational GenAI in 2025*, 9. december 2024.
- Gartner, *Survey Finds 91% of Customer Service and Support Leaders Under Pressure to Implement AI in 2026*, 18. februar 2026.
- Salesforce, *State of Service Report*, november 2025.
- McKinsey, *Building trust: How customer care leaders pull ahead with AI*, februar 2026.
- Deloitte, *The Future of Service*, 2026.
- Capgemini Research Institute, *Unleashing the value of customer service*, 2025.
- Anthropic, *Introducing the Model Context Protocol*, november 2024.
- KSIndeks, indsigt i hvad der driver servicetilfredshed i norsk kundedialog.
- BankID og Vipps MobilePay, om udbredelse og brug i Norge og Norden.