

绕圈圈、冷冰冰、挡箭牌——银行和电商平台客服体验常见现象

不“走心”的智能客服惹人烦

“请直接说出您要办理的业务。”拨打部分银行客服电话时,用户经常听到这样一句提示。当前,运用语音识别技术的智能客服已成为银行和电商平台的“标配”,但记者调查发现,很多看起来高效的智能客服,“答非所问”是常见现象,用户体验参差不齐。

专家表示,客服智能化可以降低人工成本,但提升效率不能拿用户当“小白鼠”做实验。未来,相关行业应进一步探索人工客服和智能客服相结合,给用户提供更好的服务体验。

智能客服噱头大于实质

拨打招商银行客服热线,电话那头有机器人“小招”提醒用户,可通过语音直接说出要办理的业务,并举例称“查余额”“查开户网点”“咨询信用卡服务”等,记者尝试客服列举的这几种语音服务,输入相关卡号后,均办完相关业务。然而,智能语音的客服体验并不全是美好的回忆。上海市民吴越表示,自己也尝试过直接说出要办的业务,但体验感觉一般。“还是和机器交流的感觉,而且你说的一定要是短,不然也得重来一遍。”

在京东、网易严选等电商平台,智能客服也广泛应用。“如今在电商平台上,想要找到活生生的人工客服太不容易了。”北京市民汤婷婷告诉记者,她对机器人式的客服“实在受够了”,“之前在某电

商平台买鞋子后,商家一直没有发货,每次催发的时候,都是统一回复‘请您耐心等待呢’,次次如此,就没人解释一下为什么没发货,大概要等多久。”

正如网友“冰烟”所“吐槽”的那样,现在智能客服的标准操作是:遇到问题,咨询客服,机器长聊,再转人工,“谁的时间不宝贵?开门见山地沟通不好吗?”

“对于大部分人来说,简单的事情与其找智能客服来回做选择题,还不如在网上搜一下来得便捷。”不少消费者表示,找客服很多时候是比较个性化的问题,但想要跟人工客服咨询一下,却必须要先忍受“智能”服务。“实在不知道智能客服是为了方便消费者解惑,还是为了方便商家偷懒?”

听到机器人声音,就想说一句“转人工”

当礼貌而亲切的问候变成了程式化的设定,用户的疑问只能在设定好的选项中自己寻找答案,智能客服被用户频频“吐槽”就不令人意外了。

技术成熟度有限,智能客服“答非所问”。拨打多家银行客服热线,按照智能客服提示,记者说出一些较为复杂的句子,如“今天收到一笔扣款,但我没有刷卡,这是怎么回事?”“我这个卡需要交年费吗?”,智能客服或回答“没有听到”或回答“好的,即将为您转接人工服务”,答非所问的现象比较普遍。

一位银行工作人员表示,尽管语音识别技术已经很不错,但系统持续优化升级还需要大量的投入。此外,客服与用户的交流涉及隐私和账户安全,不宜外包给第三方,所以金融机构深度发展智能客服并不容易。

智能客服“冷冰冰”,让一些消费者感觉“不真诚”。不少消费者表示,相比冷冰冰的智能客服,能和客服人员直接沟通让人更踏实放心。“现在拨打客服电话,最烦的就是听到机器人的声音,只想说一句‘转人工’。”

“我之所以反感智能客服,并不是抵触技术进步或否定其合理性,而是智能客服有时候无法解决我的情绪问题。”青岛市民段先生表示,“与人沟通本身是一种情绪的释放,但面对理性甚至一丝不苟的智能客服,用户的情绪显然是被压抑的。”

部分智能客服商家拖延“挡箭牌”。网友“卡洛儿”表示,之前在某平台上点了一份外卖,结果将近两个小时都没有送到,拨打商家催单电话,结果发现是个智能客服。“说了一堆无关紧要的话,还让我体谅外卖员,可最后也没人给我回电。之前一通电话能解决的事情,有了智能客服倒成了商家迟迟不解决问题的挡箭牌了。”

应按用户实际需要选择服务方式

随着智能时代的加快到来,对于智

能客服的应用前景,各方均表示认可。来自携程的数据显示,当前客服机器人的日均服务量已突破千万人次,在机票、酒店售后客服总量的占比双双超过70%。

不过,人工智能技术不是“万能钥匙”。客服行业的可持续发展,并不能依赖智能客服。中央财经大学银行业研究中心主任郭田勇表示,银行客户咨询的很多问题具有相似性。智能客服把人工客服从重复劳动中解放出来,解放出来的人力应该投入到更复杂的个性化服务中。

携程首席执行官孙洁就表示:“大面积的延误发生时,特别是复杂情况发生的时候,还是需要人工干预的。”通过对历史问题的收集,携程的后台系统对于常规问题,能在毫秒内做出判断,并给予相关答案;如果不能,就会转到人工服务。

中国社科院金融研究所银行研究室主任曾刚表示,就像线上银行业务越来越多,但无法取代线下银行网点一样。“不是简单的谁取代谁的问题,未来人工客服和智能客服的边界会慢慢模糊。用户那种具有共性的问题可以由智能客服来应对,而当用户需要面对面交流、需要疏导时,人工客服也应及时出现。最终的原则就是,以用户为中心,根据用户的实际需要来选择服务方式。”(新华社)



智能客服非「万能」 成熟发展离不开技术与人工

智能客服相信大家已不再感到陌生。近年来,不管是在移动通信服务、金融业务办理还是日常购物消费之中,我们时常能够见到智能客服的身影。

作为连接企业与客户关系的重要载体,智能客服为用户提供了一个高效且便捷的需求满足平台,同时也为企业带来了提效降本式的转型升级发展,应用价值可谓十分显著。

不过当前,由于技术不成熟、管理不规范、应用太泛滥等原因,智能客服同样存在不少的问题。未来如何推动其成熟应用与发展,成为了业内人士共同思考的问题。

智能客服强势崛起

众所周知,传统连接企业与客户的咨询服务主要由人工来提供,但随着近年来互联网发展的愈发强劲,咨询需求越来越多以及人力成本的越来越高,人们对客服服务的现实需求催化了智能客服的出现。

理想状态下的智能客服,不仅能够高效解决消费者遇到的各种问题,帮员工减少工作压力,同时还能给企业降低用人成本,提高服务效能。基于此,当前已经有越来越多的行业企业开始采用智能客服替代人工。

其中,最为突出的无疑是电商服务领域。每年“双11”期间,都会引爆一场关于智能客服的竞争大战。包括“阿里小蜜”、京东“无人客服”、苏宁“苏小语”、网易“七鱼”等在内,智能客服大军24小时不间断提供服务,展现出了强大应用价值。

截至2018年5月,我国也已有69家企业进入了智能客服的发展之中。它们分别从智能云客服和客服机器人两个方向出发,不断获取巨额融资与拓展市场,将智能客服的发展打造的异常火热。

技术与人工“双重并举”

专家认为,未来技术和人工将会是智能客服发展的关键所在。在技术上,还需要提升智能客服对于语音、语义的理解;增强人机交互功能;加速AI情感突

破;增强自我学习能力,只有让智能客服具备更加成熟的技术和功能,才能更好的客户提供优质服务,才能更快推动自身成熟发展。

目前市场上,已经有了基于不同技术开发的智能客服产品,他们能够精准回答包括物流、型号、价格等在内的诸多基础问题,还能对原有智能服务进行自我升级与提升,这些都是很好的尝试,值得进一步推广和探索。

除此之外在人的方面,也需要对智能客服做出有效弥补和提升。人类不能只是单纯的客服人员,还需要化身智能客服培训师、质检员和监督者等等,只有成为提升智能客服和管理智能客服的“背后之人”,才能让智能客服更好的满足用户需求,带给客户优质体验。(中智)

86%的消费者喜欢与人工客服互动

人工智能发展的如此迅速,给人们带来了不少的便利。现在越来越多的咨询类业务首选智能客服,而这样的操作也让使用者遇到一些让苦恼的事。

同样,最近一些人工智能的健康和进展状况调查、研究、预测和其他定量评估突出显示智能的苦恼:美国消费者越来越不愿意与聊天机器人聊天,人们对人工智能作为关键业务组成部分的期望越来越高,由于部署这项新技术导致员工技能差距越来越大。

在人工智能统计调查中也显示86%的消费者更喜欢人工客服。有86%的消费者喜欢与人工客服互动;71%的受访者表示,如果没有人工客服代表的话,他们采用该品牌的可能性就会降低;只有30%的受访者认为,聊天机器人和虚拟助理可以更轻松地解决客户服务问题;寻求快速答复的消费者中,只有29%的人会选择聊天机器人,这一比例低于2018年的50%,而40%的消费者会首选电

话或语音帮助(CGS对1000名美国消费者的调查)。在人工智能业务发展调查中:有41%的IT专业人士认为未来三年人工智能对他们的业务至关重要。近70%的受访者认为,人工智能可以提高运营效率;超过一半的受访者表示,人工智能有助于改善客户体验,带来竞争优势,并使数据更具可操作性;超过44%的受访者认为,人工智能有助于控制成本和增加收入;超过65%的受访者认为,人工智能将在明年对他们的日常工作带来积极影响;只有5.6%的受访者认为,他们不会从人工智能中受益。

两个调查数据形成了对斥的状态,人工智能飞速的发展并没有得到所有人的满意。但不管是IT专业人士认为的人工智能对业务的重要,还是大部分企业都认为,要在未来三年内取得成功就必须“大规模”实施人工智能,都清楚表明人工智能是未来发展的主力之一。

链接

得益于互联网技术、人工智能、大数据的发展,智能客服成为了较早实现商业化落地的产品,具有语言处理、语义识别、关键词匹配、知识库建设乃至自主学习等多种功能。尽管智能客服还存在着一些问题,但不可否认的是,智能客服确实为消费者带来了一定的便利,也减轻了企业的负担。那么,目前市场上消费者接触到应用了智能客服的行业都有哪些?

电商行业

当前,电商行业的客服需求主要集中在在线客服,以售前咨询和售后服务为主。由于咨询量大、重复问题多,且服务效果难以把控,因此需要通过智能客服机器人减轻人工客服工作压力,同时提升客服体验,及时跟踪和把握客服效果。餐饮、生活消费、零售商超等领域客

智能客服系统应用的行业领域

户服务逐渐从线下向线上延伸,需要智能客服系统提供随时随地的服务。

生活服务

从早期的O2O模式到近两年兴起的共享乘车、共享单车等OMO模式,各类生活服务平台由于连接两端用户,具有比一般平台更大的客服工作量。

由于使用量大、不稳定,对人工客服的工作造成了巨大压力。因此,这类平台急需通过智能客服机器人分担一部分工作,减轻人工客服压力,降低成本,同时提升客服体验。

教育培训

目前,智能客服系统在教育行业的

应用主要集中在教育培训机构以及在线教育领域,此外一些高校网站或学生服务产品也会对客服机器人存在少量需求。

对于教育机构来说,售前获客转化痛点最强,该场景主要以人工客服为主,一方面要求在线客服产品具备访客浏览轨迹追踪和分析功能,以帮助提高销售转化,另一方面要求电销系统稳定、易用,且能与在线客服产品、企业内部CRM系统高度融合。

金融行业

目前,智能客服系统在金融行业的

应用主要集中在教育培训机构以及在线教育领域,此外一些高校网站或学生服务产品也会对客服机器人存在少量需求。

政企单位

在国家大力推行智慧政务、提升政务办公效率的大环境下,政府机构对新兴技术产品也表现出了浓厚兴趣。除了政府部署的方式,售后则主要以用户咨询、回访为主,对智能客服机器人的准确性以及智能电话机器人的易用性等要求较高。

全天候人工热线,且采取突破医院行政主管部门界限、直接“点对点”连通责任科室的做法,只会给管理和运营增加压力,天坛医院难道不知道智能客服省事,非要自讨苦吃?归根到底,还是“民有所呼我有所应”的理念支配了行动。

也许有些企业以为在商言商,不必按照救死扶伤的标准来要求,这样想就错了。无论做事做人,要想立得住、走得远,终究是要始于才华、忠于人品。好的企业,总要流淌着“道德血液”。(张丽)

时评

不会“说人话”的客服应“下岗”

相信很多人都被只会“背书”的客服机器人给逼“疯”过,那种折磨简直就是遇到了信息时代的“鬼打墙”。据报道,运用语音识别等技术的智能客服已成银行和电商平台标配,但很多看起来高效的智能客服,“答非所问”是常见现象。有的智能客服根本听不懂人说话,来来回回只用设定好的问答机械回复;有的则要客户听很久的智能语音,然后才“按1按2再按3”式的转到人工坐席,而人工坐席永远忙,就算客户铁了心死等,架不住因为等候超时被对方“智能”且粗暴地挂断。令人郁闷的是,被“智商欠奉”的

智能客服惹了一肚子气,仍旧无处发作,而且投诉无门。找个有活人对话的客服热线怎么这么难呢?答案显而易见,因为运作一个人工客服团队需要很大的成本支出。对于以逐利为目的的企业来说,自然这方面能压缩就压缩。与之形成鲜明对比的是,在推销和售前这些可以引流或带来利润的环节上,人工其实一点都不稀缺,甚至那些热情洋溢、舌灿莲花的推销电话,已经成为社会公害。

成本控制可以理解,但不能以损害消费者利益为代价。互联网企业也好、银行电商也罢,设置几个客服机器

人、留下一个售后邮箱,或者干脆让用户自己去官方论坛求助网友。这些生硬的做法,根源都是对消费者权益的不尊重。最终,节约出来的一点眼前利益,还是要为消费者积累起来的愤怒买单。不会“说人话”的智能客服,迟早要“下岗”。

智能客服绕圈圈、冷冰冰,让人不免怀念人工热线。令人欣喜的一个事例是,北京天坛医院近日实现了“24小时人工热线、接诉即办”。谁都知道,医院热线接到的问题只会比企业更多、更专业、更急迫,而医院的人手也是众所周知的不宽裕。故而,开通

2025年人工智能基础数据服务市场将达110亿元

人工智能现已成为提高我国创新能力、信息化与工业化深度融合、推动重点领域突破发展、全面推进制造业结构调整、提高制造业国际化发展水平的关键核心技术。据前瞻产业研究院发布的《中国人工智能行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》统计数据显示,2015年中国人工智能市场规模已突破100亿元,预测在2019、2020年中国人工智能市场规模将达500亿元、710亿元。

随着2010年语音识别和计算机视觉领域产生重大突破,到2015年,国内迎来人工智能创业热潮,独角兽不断涌现,融资纪录被不断打破。2012年—2019年8月人工智能领域共发生2787件投融资事件,总融资额达4740亿元。

面。根据艾瑞咨询发布的《2019年中国人工智能基础数据服务研究报告》显示,在经历了一段时间的野蛮生长之后,人工智能基础数据服务行业进入成长期,行业格局逐渐清晰。

国内人工智能热潮爆发,大量的AI公司拿到融资,为了不断提高算法精度,数据采集需求也空前爆发,一度催生了行业的繁荣。随着竞争加快,AI公司对训练数据的质量要求也不断提高,并且当产业落地成为主旋律,需求方对垂直场景的定制化数据采集需求成为主流,众多小型AI基础数据服务公司从数据质量和采标能力上达不到要求,或被淘汰,或依附大平台,行业格局逐渐清晰,头部公司实力逐渐凸显。

而随着算法需求越来越旺盛,目前机器辅助标注、人工主要标注的手段需要改进提升,增强数据处理平台持续学

习和自学能力,增加机器能够标注维度、提升机器处理数据的精度,由机器承担主要标注工作将成为下一阶段的行业重心。未来,越来越多的小概率事件所产生的数据需求增强,人机协作标注的模式性价比不足,机器模拟或机器生成数据会是解决这一问题的良好途径,及早研发相应技术也将成为AI基础数据服务商未来的护城河。

从融资规模来看,人工智能基础数据服务市场的融资多集中在千万级别。2015年人工智能基础数据服务商获得的融资金额相对较高,标志着行业初露锋芒,受到资本的认可。从获得融资的企业数量来看,目前获得融资的玩家并不多,资本市场表现的活跃度不高。

艾瑞表示,2018年中国人工智能基础数据服务市场规模为25.86亿元,其中

数据资源定制服务占比86.2%,数据集产品占比为12.9%,其他数据资源应用服务占比为0.9%;行业年复合增长率为23.5%,预计2025年市场规模将突破110亿元。从整体增速来看,行业发展较为稳健,下游人工智能行业持续发力将形成长期利好。

而对于人工智能基础数据服务发展,艾瑞指出,单纯依据客户各个项目的诉求进行数据采集和标注属于被动执行,主观能动性低、行业边界有限,制约着AI基础数据服务的发展。未来,数据公司应该能够更懂算法技术、更懂需求场景,甚至能参与到算法的研发中来,给出数据采标方面的优化建议,这也为数据服务商形成差异化竞争带来了契机,尤其是在AI落地阶段,将在收入和业务边界上实现突破。(孙兆)