

2019年中国客户联络中心 行业发展报告



中国客户联络中心行业发展报告编辑委员会

指导单位：
中国信息协会

组织单位：
中国信息协会客户联络中心分会

编写单位：
才博（中国）客户管理机构
安徽人和市场研究咨询有限公司
中国信息协会客户联络中心分会

目录

CONTENTS

客户联络中心行业发展概况

1

客户联络中心角色与定位

2

客户联络中心运营情况

3

4

客户满意度调查情况

5

客户联络中心外包情况

6

智能客服情况

PART 01

报告编制说明



客户观察
用户创造价值



客户观察
用户创造价值



客户观察
用户创造价值

报告编制说明

一、研究问题及分析框架

研究分析框架

本次数据采集通过企业报送、专家入企测评和第三方电话调查相结合的方式采集数据，其中，企业报送132家、专家入户测评119家、第三方电话调查360家（成功完成问卷调查7385份）。

研究方面	具体内容
客户联络中心角色定位与转型	综合职能拓展 资源整合升级
客户联络中心运营情况	服务指标 智能应用 大数据分析应用 差异化服务 创新发展
客户联络中心客户满意度	从业人力情况 呼叫便利程度 沟通愉悦程度 应变能力 问题跟进处理 通话礼仪 话务水平
客户联络中心外包情况	客户回访率 外包行业发展现状 机遇和挑战 对未来行业前景的思考
客户联络中心智能客服发展情况	智能客服行业的现状 智能客服未来发展趋势 智能客服企业未来发展方向 在未来驱动智能企业发展的核心价值 智能客服应用前提与优势 优秀的智能客服应用实例

报告编制说明

二、数据采集与分析

序号	行业标签
1	通信
2	银行
3	公共服务
4	互联网
5	互联网金融
6	零售
7	互联网旅游
8	基金
9	汽车
10	保险
11	制造业
12	物流快递
13	地产
14	证券
15	其他

客户联络中心行业细分表

本次研究对象涉及了15个行业，覆盖私营企业、国有企业、外资企业及有限责任公司等不同类型企业，避免评估的片面性，区别对待等问题。

PART 02

行业发展概况



客户观察
用户创造价值



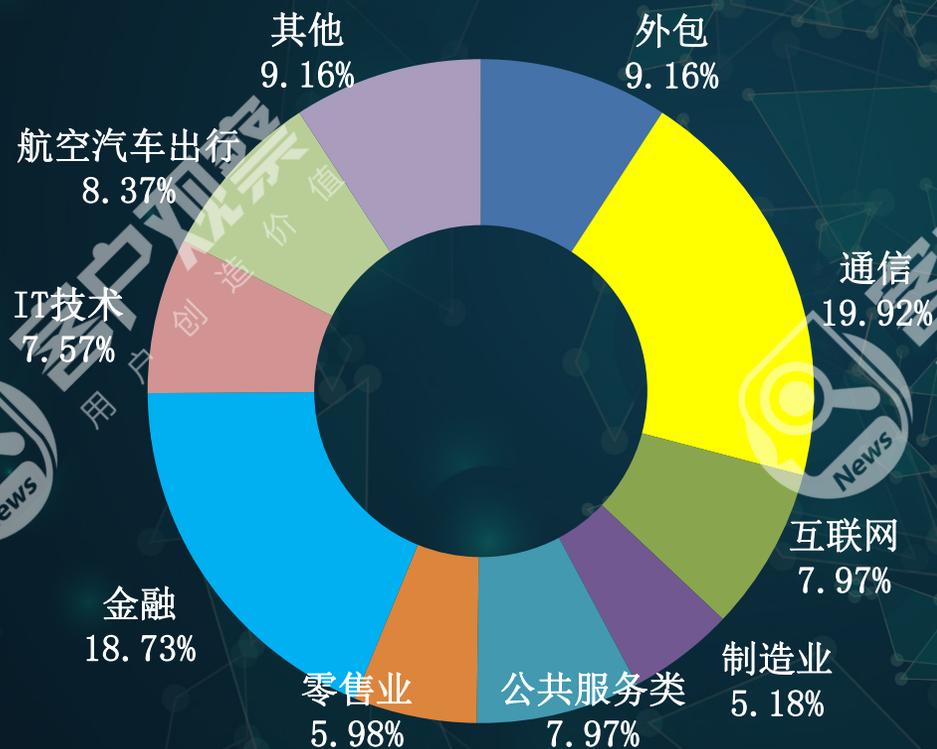
客户观察
用户创造价值



客户观察
用户创造价值

行业发展概况

2019年客户联络中心行业市场分布结构



截止2019年10月，累计坐席规模约350万席，坐席规模保持在年均14.38%以上的复合增长速度，经调查，在册的客户联络中心数量已超过8000家。通信、金融、公共服务等行业占主流席位，占比近47%。其中零售（含线上零售）、制造和航空汽车行业也快速发展，市场份额也在逐步上涨，占具一席之地。另外，外包占比9.16%，本数据仅统计非承接甲方核心业务外包的坐席量占比。

PART 03

角色定位与转型

- 一、客户联络中心综合职能拓展
- 二、客户联络中心资源整合升级



客户观察
用户创造价值



客户观察
用户创造价值

角色定位与转型

一、客户联络中心综合职能拓展

从提供客户服务向聆听客户声音转变

将重点从收集整体数据转移到单个数据，强调“闭环”和响应客户的重要性。旨在帮助客户在使用产品和服务时，实现预期的结果。



由单一服务中心向综合平台转变

采用“客户联络中心+互联网”的模式，整合双微服务渠道和舆情服务渠道，将快速传播与沟通宣传的功能优势融合。



由服务执行者向服务管理者转变

借助互联网化、智能化、服务规范化管理思维推进经营模式转型。以客户联络中心为基础统一管控全企业对外窗口与服务。



由成本中心向价值中心转变

运用大数据技术为客户提供精准服务。通过各渠道向同类客群推送，提升顺势营销和外呼营销的成功率，为企业创造利润。

角色定位与转型

二、客户联络中心资源整合升级

从劳动密集型
部门向知识密
集型部门转变



人工智能技术创新发展带的服务模式升级。采用智能机器人客服技术，人工以顾问的身份帮助客户解决业务问题。

从重资产部门
向轻资产部门
转变



选取从简单到高级递进演变的服务外包模式，为客户联络中心转为轻资产转变。SaaS（Software as a Service，软件即服务）模式广泛取代传统管理软件。利用SaaS技术，即可避免一次性高额的固定技术成本投入，又可满足客户联络中心轻资产智能化转型。

向体系化运营
管理迈进



建立全渠道赋能型共享平台：尝试建立自驱动的组织管理机制，变为以客户响应为导向的模式，推动实现快速捕捉市场机会，快速推陈出新。
建立可视化、自主化、模块化的流程管理体系：打造以集约运营为目标的业务流程，基于一体化的运营组织体系，打造流程管控中台，为一线人员向客户提供简单、快捷的产品或服务触点提供强大支撑。

PART 04

运营情况

- 一、服务指标
- 二、智能应用
- 三、大数据分析应用
- 四、差异化服务
- 五、创新情况
- 六、从业人员情况



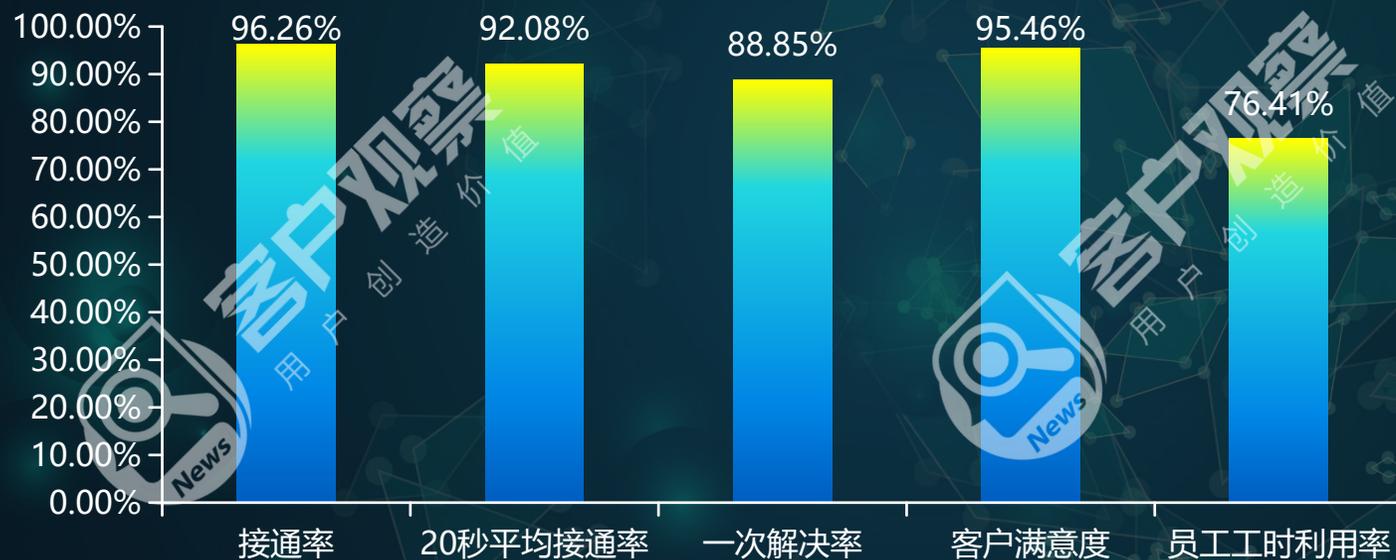
客户观察
用户创造价值



客户观察
用户创造价值

运营情况

一、服务指标——电话（语音）客户联络中心指标

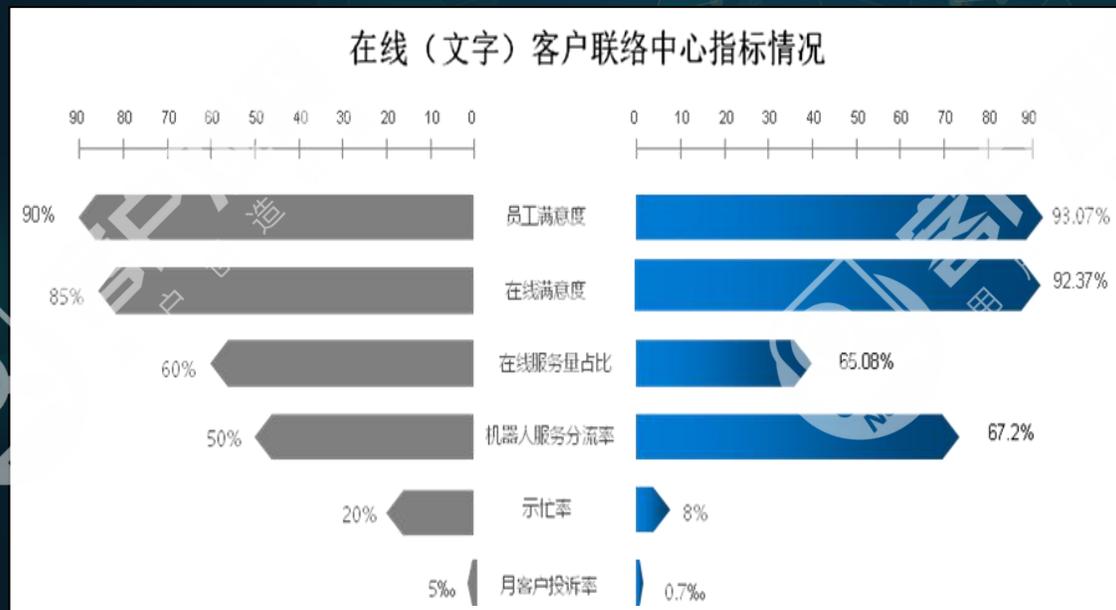


电话（语音）客户联络中心指标情况

电话（语音）客户联络中心主要是以电话接入的方式为客户提供咨询及相关服务，以最快的速度满足客户的需求。在实际运营管理过程中，每个客户联络中心都有自己的KPI指标，指标的数量各不相同，本次调查了日常管理中最常用的KPI指标情况。

运营情况

一、服务指标——在线（文字）客户联络中心指标



在线（文字）客户联络中心是一个以在线文字交流为主要方式作为接入工具。全渠道接入对话、智能化、移动化、服务综合化的在线客服可以实现一对多的服务，极大提升了客服人员的工作效率。

调研数据显示，在线（文字）客服工作人员目前平均能同时服务客户数为5.04个，机器人服务分流率为67.2%，在线服务量占总量的比例为65.08%；人工服务客户首次响应平均时长17.09秒，客户满意度为92.37%，在线员工满意度为93.07%，客户月投诉率为0.07%。

运营情况

二、智能应用

应用效果及发展特色



使用了智能检索、智能数据分析、智能预警技术、智能语义分析系统、智能问答、智能查询技术的客户联络中心。

智能化工具的应用成效在不同的领域呈现出不同的状态，在改善客户联络中心服务方面，50.67%的中心认为智能化工具的应用效果非常好，42.18%的中心认为应用效果比较好，近7%认为应用效果一般。

不同行业对智能化工具的应用不同，且各具特色。各个客户联络中心正在将智能化作为重要的发展对象，通过数据的积累，逐步形成自己的发展特色。

运营情况

三、大数据分析应用

93.94%的客户联络中心利用信息系统或建设，实施大数据分析与研究，促进组织变革与发展。大数据分析主要集中于区域分析、数据可视化、实时监控督查、用户精准高级推送等方面。

四、差异化服务

同行差异化和客户差异化，经调查，目前越来越我企业重视差异化服务，发现66.7%的企业在提升客户满意度、客户体验和客户忠诚度等方面，提供特色服务、创新服务、惊喜服务。对基础客户进行细分，提供个性化服务。

五、创新情况

在企业运营创新方面分别有81.82%和84.85%的客户联络中心表示具有制度管理创新和服务管理创新，这对于行业整体的服务质量水平提升是非常重要的。

六、从业人员情况

调研发现，63%的客户联络中心称有相对比较完善的培训体系，但通过入企了解发现，经过才博（中国）多年的培训经验得出，90%以上的培训，缺乏培训需求调研和课件设计，内训师偏重于业务知识的讲授，缺乏对课程开发和研究，建议在培训需求调研和培训效果评估、培训设计和内训师培养等多方面进行完善整个培训体系。

PART 05

客户满意度调查情况

- 一、客户满意度调查概述
- 二、客户满意度调查总体分析
- 三、客户满意度调查发现存在的问题



客户观察
用户创造价值



客户观察
用户创造价值

客户满意度调查情况

一、客户满意度调查概述



调查背景

作为企业客户关系管理的重要组成部分，客户联络中心是连接企业与客户的重要桥梁。长久以来，客户联络中心行业都存在诸多痛点。



调查内容

本次调查主要围绕360家企业的六个一级指标，22个二级指标内容进行调查。



调查方式

采用电话调查方式，借助先进的计算机辅助电话调查系统（CATI系统），了解各企业客户联络中心最直接、最真实的评价数据。



调查样本量

对360家企业共成功调查7385个样本，每家企业具体成功调查有效样本量达20份。



客户满意度调查情况

二、客户满意度调查总体分析



各行业综合情况分析

综合得分83.71分，整体客户满意度处于“中等偏上”水平，仍有较大的提升空间。排名前三名的行业是：银行（89.47分）、证券（87.89分）、互联网旅游（87.14分）。

指标名称	综合得分
总体情况	83.71
A、进入呼叫中心的便利程度	77.40
B、与客服沟通的愉悦程度	85.13
C、客服是否快速做出回应并给出有效解决方案	80.91
D、客服是否对客户反映的问题给予及时跟进	83.53
E、对客服开始通话和结束通话礼仪进行考核	81.97
F、对客服总体话务水平考核	93.37

综合情况及一级指标得分情况

行业的客服沟通的愉悦程度和总体话务水平超过85分，整体行业的客服服务态度和能耐心倾听客户诉求，客户出现情绪的时候，会先安抚客户，再解决问题等方面做得比较好。

PART 06

外包情况

- 一、客户联络中心外包行业发展现状
- 二、机遇和挑战
- 三、对未来行业前景的思考



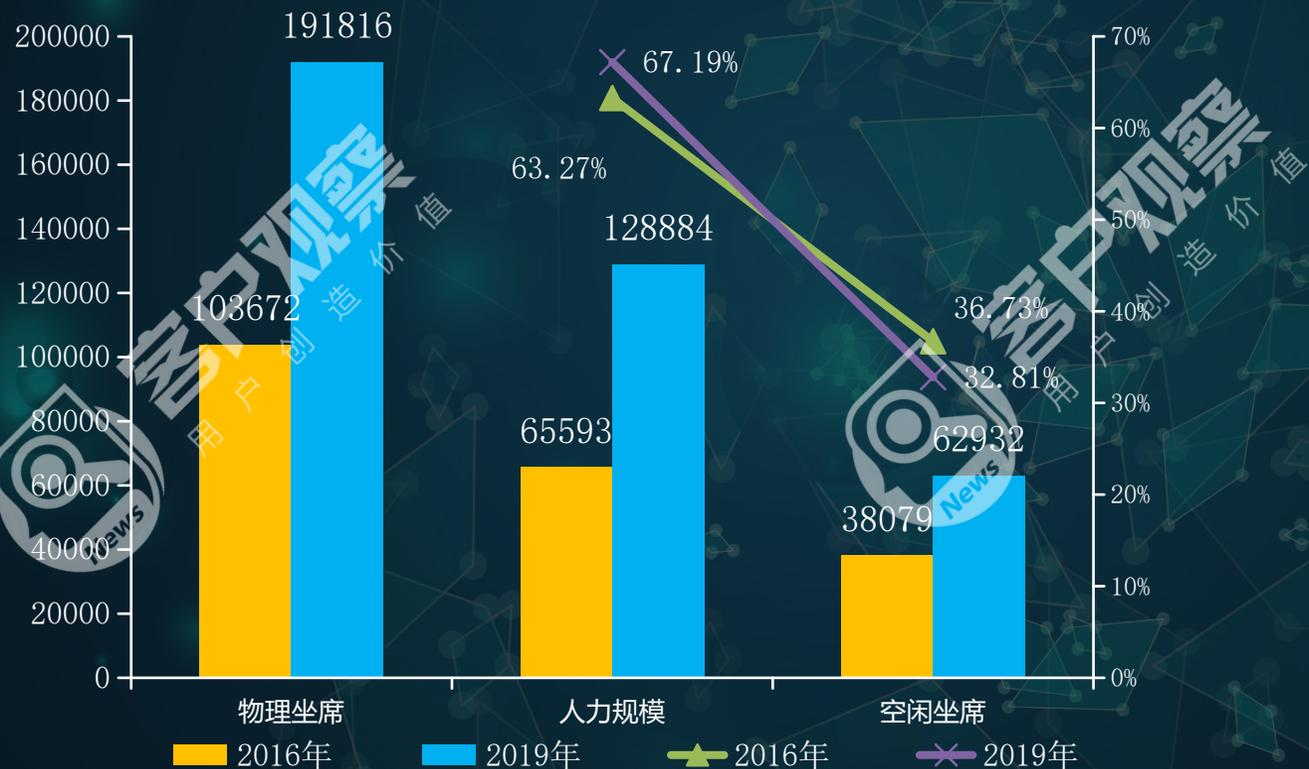
客户观察
用户创造价值



客户观察
用户创造价值

外包情况

一、客户联络中心外包行业发展现状



物理坐席外包使用情况分析

外包企业的人员规模普遍小于座席数量，说明业务不饱和。随着企业规模的增加，空置率呈下降趋势，即企业规模越大，座席利用率越高。

外包情况

二、机遇和挑战——面临的挑战

经济形势下行

智能机器人替代

行业管控力度加大

行业竞争加剧



客户观察
用户创造价值



客户观察
用户创造价值

外包情况

三、对未来行业前景的思考——对外包企业的建议

积极尝试智能化应用，提升自己。和技术企业战略合作，共谋发展。

了解自身定位，进而结合自身优势，选择未来的发展方向。

拥抱
趋势

找准
方向

修炼
内功

调整
心态

运营管理能力是客户联络中心外包企业的核心优势，也是未来企业生存的重要根基。

提前规划，居安思危。用科技武装自己，夯实核心优势。

PART 07

智能客服情况

- 一、智能客服行业的现状
- 二、智能客服未来发展趋势
- 三、智能客服企业未来发展方向
- 四、在未来驱动智能企业发展的核心价值
- 五、智能客服应用前提与优势



客户观察
用户创造价值

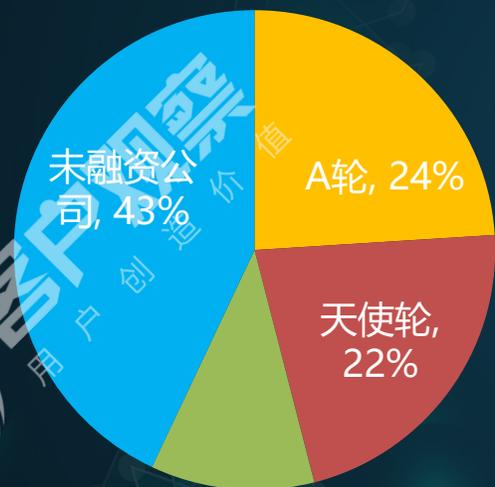


客户观察
用户创造价值

智能客服情况

一、智能客服行业的现状

2018年资本表现



中国的客服软件行业已经经历了三个发展阶段：传统客户联络中心软件、网页客服软件+在线客服软件、云智能客服软件。智能客服处于第三阶段已开始趋于成熟并被市场普遍青睐。

截至2018年底，国内包括智能云客服以及客服机器人在内的公司共计73家，其中，未融资公司约有31家，占比达42.47%；A轮及天使轮紧随其后，分别占到23.29%、21.92%；B轮到D轮公司共计8家。智能客服依然非常受关注，特别是聚焦于端到端解决智能客服业务场景的公司。

智能客服情况

二、智能客服未来发展趋势

智能产业结构的变化趋势

企业需求发展趋势

焦点深度发展趋势

智能技术发展趋势



三、智能客服企业未来发展方向

技术研发与升级

垂直与互融的全场景应用

行业服务能力的升级

更灵活的多元化服务产品与能力

PART 08

展望未来



客户观察
用户创造价值



客户观察
用户创造价值



客户观察
用户创造价值

展望未来



客户联络中心一直随着科技技术进步而不断发展。随着客户联络中心应用的深入，许多建设单位面临着各方面的限制和多样性要求。



互联网技术、人工智能技术、大数据分析技术的不断深入影响着各行各业。在其影响下，客户联络中心应用领域出现了多种分布式应用模式，有效解决了传统呼叫中心应用模式的不足。预计未来呼叫中心投资规模将持续保持高速增长。



受人工智能、云计算等先进技术变革和需求进化的双向影响，传统的客户联络中心已经无法满足时代的发展。很多大型客户联络中心开始依靠多媒体技术、全渠道应用谋求转向，需要时刻努力提升技能来满足未来客户的需求。



将简单业务交给AI，让我们去做更有价值的事情。

独家发布媒体：
客户观察

谢谢

