

电话客服机器人如何备战双十一

| | |
|------|--------------------------------------|
| 产品名称 | 电话客服机器人如何备战双十一 |
| 公司名称 | 杭州黑斑马信息技术有限公司 |
| 价格 | .00/个 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 杭州市滨江区长河街道滨和路1174号2层（托管：0043号）（注册地址） |
| 联系电话 | 13386531520 |

产品详情

导语：双十一来临，对电商来说又喜又忧。喜是高销量，高营收，清库存。悲是高退货，慢物流，高投诉。对电商客服也是一场“浩劫”，加班加点、不眠不休的坐在电脑前服务客户。线咨询产品—解答客户疑问—确认收货地址，整个服务流程客服全程参与。可以说在这场双十一电商大促中，忙碌的就是客服了。但是近两年活跃在市场上的电话机器人系统似乎正在改变着这一现状。一、双十一电商软肋——客户服务拥挤的网络、频繁的咨询以及繁琐的售后服务一直是这场电商大促的软肋。1、双十一客流量巨大，客服应接不暇，人力成本高居不下“双11”，电商面临的挑战不仅仅是产品性能和平台技术能力，也包括用户服务能力。为了保证服务到位，电商往往需要大规模的高素质客服人，提供及时且有效(甚至是24小时)的服务。更有甚者，企业要求客服进行主动营销，提升成单转化率，这就意味着商家需要更高的人力成本，然而，在人工红利消退的现在，人变成了昂贵的资源。因此，提高服务质量的同时控制人力成本，就成为了每一个企业不得不面对的难题。2、移动时代的用户来源分散，客服多平台切换费时费力，用户数据无法打通互联网时代，企业和用户之间的连接方式是多样的。用户来源于PC网站、APP、微信、微博等多个渠道。面对来自四面八方的用户，传统的做法是客服登陆多个平台的控制后台，然后不断在多平台之间来回切换，确保实现各个平台的用户接待。如此一来，不仅沟通成本大大提升，而且用户的数据也是分散的，甚至无法保存用户的沟通数据。这种情况下，用户如果在APP中提出诉求，下一次转到网页版沟通时，将不得不重诉自己的需求。因此，解决用户数据统一、降低沟通成本是电商企业当务之急。3、用户行为分析环节缺失，购物转化率低对于电商来说，根本的目标还是提升用户购买转化率。而转化率的提成，其实都建立在深入了解用户的基础之上，包括用户分布地域、进入渠道、类型特征、浏览记录和行为轨迹等。只有掌握更详细的客户信息，电商才可能针对性地提供智能个性化营销，提高用户沟通效率，终提高客户购买转化率。二、传统呼叫中心——客户服务瓶颈而传统的云呼叫中心客服服务系统因技术瓶颈也存在难题：超过80%的咨询问题都是常见甚至重复的，客服80%的精力居然都被解答这类问题占用了。另外还有20%客服日常工作中有至少超过30%的问题无法解答，这些问题可能会需要企业的其他任何一个部门的同事共同帮助处理。传统的内部沟通形式都是QQ、邮件、电话，但它们都很难和客服软件打通，形成整体的方案。总结来说：1、一对一：传统的电话客服只能一对一，容量低2、体验差：经常遇到客服的排队情况，感觉很糟3、回答慢：即使有在线客服，也经常问完等半天4、难说清：沟通障碍，描述不清，大家都着急5、质检难：录音数据量大，满意度难以管控6、数据分析：数据整合困难，无法及时分析用户数据三、电话机器人助力传统呼叫中心解决漏洞，助力电商双十一据统计，去年11.11期间某电商平台无人客服的接待量达到了平日的6.5倍，服务用户数达上百万，独立解决问题能力达到60%以上。电话机器人通过对客户当前状态进行预判，完成对场景预判之后，电

话机器人首先进入对话流程，进一步了解用户的需求和意图，当识别到用户的情绪波动大时，机器人无缝切换到人工客服，无需用户跳转即可完成机器人与人工的智能切换。而且在客服界面将会显示人机对话的内容，便于人工客服快速了解信息，快速接入服务客户。