




线上研讨会

AI为擎 引领数智未来

——加速企业“数智化”创新，实现数据红利

加深用户与客户服务中心交互的体验

—— AI客服中心



人工客服始终面临挑战，这些挑战会影响他们的生产率和提供高质量互动的能力

为客户的问题找到正确答案的能力

这不仅会对初次交互产生负面影响，人工客服或客户通常还必须做一些功课并再次致电，降低了首次呼叫解决率和客户满意度

各渠道与客服间缺乏一致性

人工客服始终需要在多个应用程序或窗口之间切换以访问各种系统，从而影响了生产率。当人工客服未从最新的知识库或系统中提取适当的答案时，这会导致为消费者提供混淆信息。

给在电话中等待的客户及时答复的压力

人工客服不断感到压力和不知所措，由此产生沮丧感，从而给客服人员自己和客户带来糟糕的体验。

技术层面，通过部署IBM第三代智能交互平台，将全面更新用户交互体验



传统客服机器人1.0



IBM智能会话机器人2.0



IBM智能交互平台3.0

关键词匹配和检索来确认客户问题

功能：

1. 提供基本的FAQ问答功能
2. 根据关键词匹配来搜索问题
3. 对话流程逻辑由编程实现

缺点：

1. 准确率不高
2. 不能解决长尾问题
3. 需要定义同义词库
4. 人工维护规则库工作量大
5. 知识扩展导致准确率下降

基于AI的自然语言理解能力和多轮对话能力

功能：

1. 深度学习算法进行意图识别
2. 快速的学习能力
3. 根据业务场景进行灵活多轮对话

优点：

1. 高准确率
2. 深度学习算法减少语料维护工作
3. 灵活的多轮会话

基于知识图谱的问题推理能力

功能：

1. 基于知识图谱的查询和推理进行开放式问答
2. 基于IBM世界领先推荐算法的精准服务/产品推荐

优点：

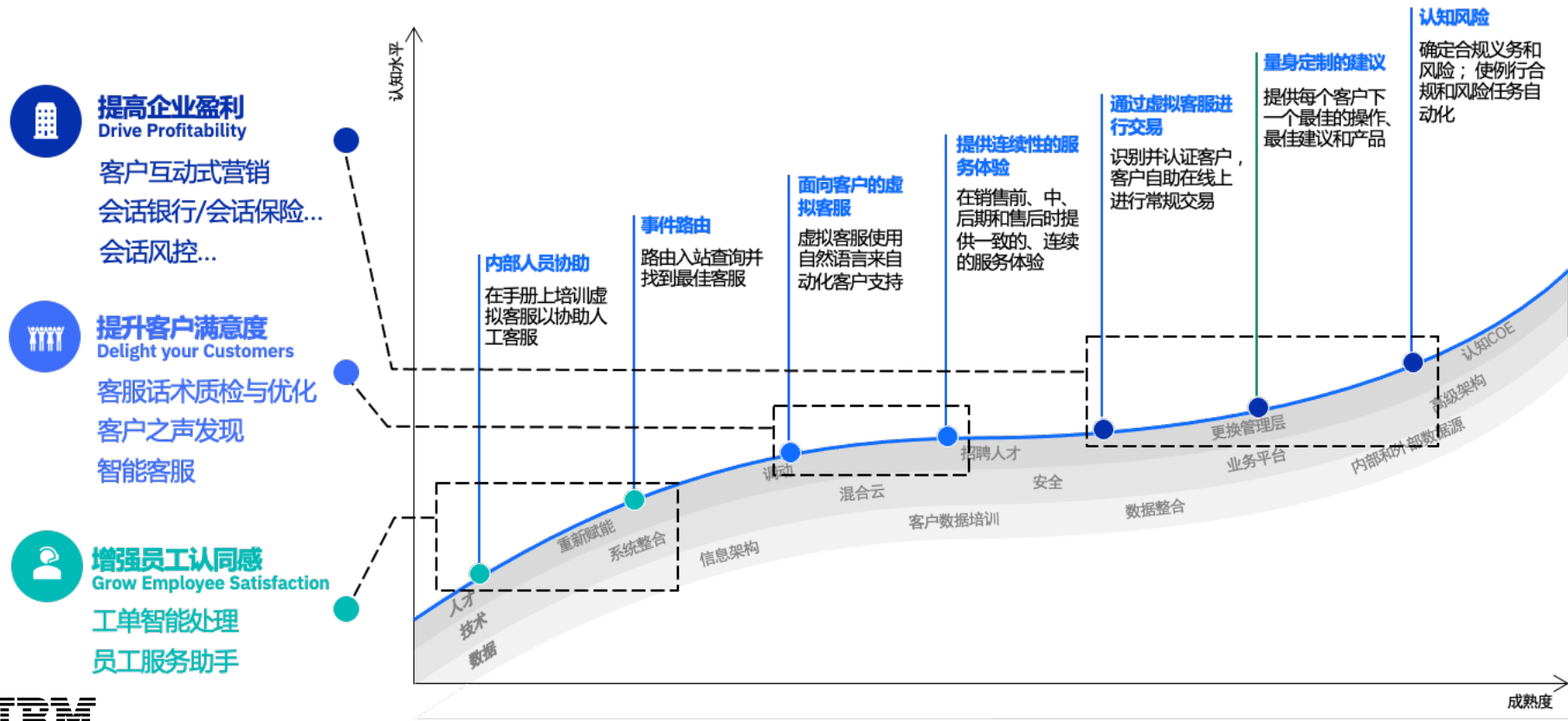
1. 无需分别配置所有情况的答案
2. 服务精准推荐，提升业务价值

2016年以前

2016年-2019年

2019年之后

新兴数字化技术的不断涌现和趋向成熟，为客服中心的运营提升和定位转型提供了技术支撑



将呼叫中心从解决客户问题转变为提升业务价值的客户互动模式

—— 建设“智慧客户互动中心”

从故障排除

到提供建议



客服主要负责交流沟通的服务

自动化服务交互，
客服处理有业务价值的交互体验

主要基于电话

全渠道对话

一次性事件

持续参与

无并发事件，每次通话成本高

高并发性，每次联系成本更低

在咨询高峰时，很难保持工作质量

扁平化的人员配置模式

在指定时间发生的、基于调查的
客户满意度

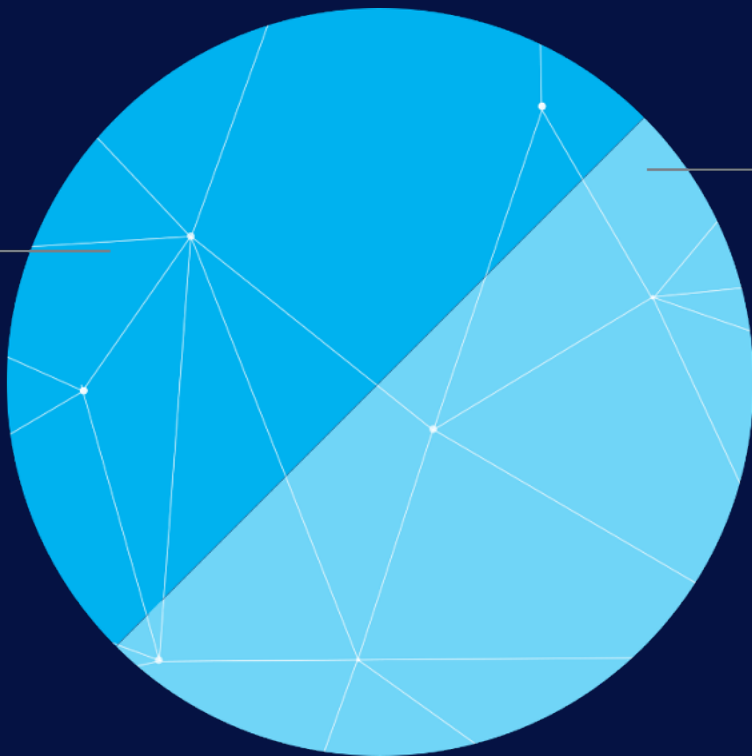
实时情绪分析



人工智能系统正在创造人类与技术之间的新伙伴关系

人类擅长：

常识
道德
想象力
同情心
抽象概念
困境
梦想
概括



人工智能系统 精通：

定位知识
模式识别
自然语言
机器学习
消除偏差
无穷的容量

客服中心转型的背后，体现的是以人为本的业务运营思路。如今客服中心平台的建设，是以用户体验设计出发，结合新兴的信息技术，在智能 workflow 层面实现创新突破，从而建立竞争性优势

只关注软件、硬件的技术是否先进，而忽视用户体验感受是否良好。事实上客服中心的价值是需要通过用户体验来传达的。

客服中心建设常见的误区之一

只关注平台的外部用户体验，而忽视平台内部用户的感受。很难想象体验不佳的内部用户，会在与外部客户交互式，带给外部客户良好的用户体验

客服中心建设常见的误区之二



外部客户

“每一次联系又要从头说起。”
“每次出了问题，都需要我去主动联系他们。”
“我希望只需要拨打一个号码，来解决我的各类问题。”
“投诉的问题好像石沉大海，没有音信。”
“多希望他们像互联网公司那样懂我。”
“...”

客服中心的体验必须同时顾及外部客户和内部用户



内部用户

“我需要帮助来找到回复客户问题的答案。”
“我希望我能充满信心去解决用户的问题。”
“我需要对客户有更多的了解。”
“在众多系统和屏幕间来回切换，让我筋疲力尽。”
“当我接收一个case时，我希望快速全面了解之前的过程。”
“面对话务量的周期性波动，如何快速调整，以适应规模性需要。”
“...”

客户服务之外，对话式AI之旅不仅需要技术产品

1 变革管理

以洞察为导向的变革方法，使我们能够共同协作和快速规模化

2 卓越中心

充分利用交互体验工程师和机器学习的容量，以持续改进的方式加速编排和培训

3 端到端自动化

广泛的功能，从基本任务自动化到基于机器学习/深度学习基础的智能自动化

4 数字价值路线图

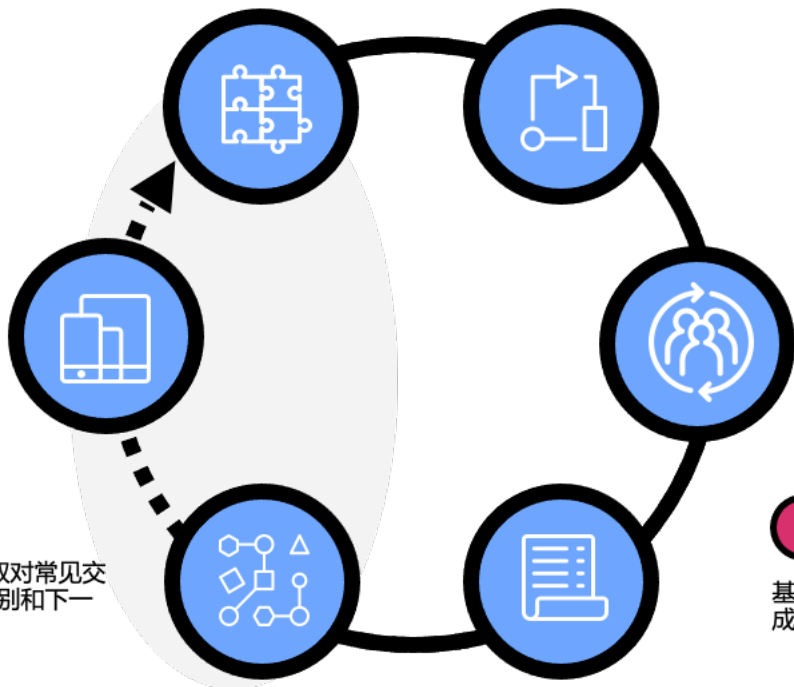
基于价值为导向的项目方案，提供了以成本和服务两种方式，可供扩展

6 渠道策略

紧密的客户体验和采用策略，包括渠道之间的切换

5 认知分析

针对客户互动的分析，提取对常见交流群/主题、情感、语气识别和下一步最佳实践的关键见解



未来AI客服中心运营重点在于——科技应用为驱动、打通全渠道/跨渠道互动、打造逻辑集中的统一运营中后台支撑



客户体验为中心



案例：恒生银行 – 全渠道会话银行服务

IBM 2017年开始与恒生银行合作建立对话机器人“HARO”。借由IBM客户关怀框架和Watson AI技术，该机器人被建设成一种具备全渠道访问的，可对话的银行服务。

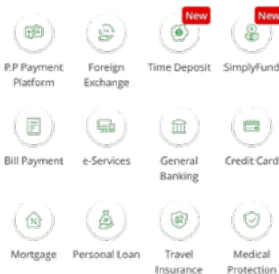
- 2018年成为行业第一个具备认证服务和对话型快速转账功能的AI虚拟助手
- 过去三年来不断转型和发展的旅程，提供了更高质量的服务和功能

第1个

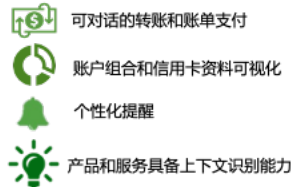
应用于零售银行的人工智能虚拟助手



13
银行服务



可对话的银行服务



20+ 市场奖项



案例：某金融集团 – 智能风险(iRisk) “Askbob” 机器人

- IBM 利用自然语言处理、图数据库、BI等技术实施了 “Askbob” 对话机器人。
- IBM 使用敏捷开发在12个月内实施了1个主项目和4个子项目。
- **8**大业态覆盖，实现**600**个场景。使用产品后业务人员相关业务处理速度提升**2**倍。

