數位化引爆點

2021 年中大型企業客戶體驗致勝之道

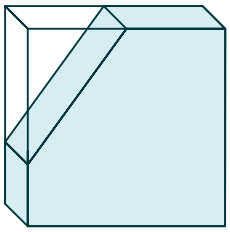
zendesk

別花好幾年慢慢改採數位化，現在就立刻行動。

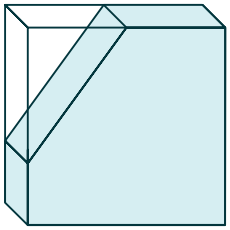
2020 年，新型冠狀病毒疫情徹底改變了客戶體驗及工作形態，企業運作方式也歷經劇烈動盪。數位化不但成了優先考量，很多時候也是唯一考量。為了維繫客戶關係並整合遠距工作的團隊，企業必須加快腳步採行新技術及系統。

根據 Zendesk 2021 年客戶體驗趨勢報告

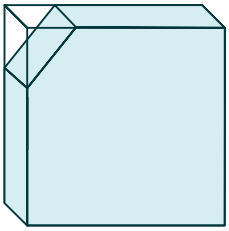
89%
的中型企業 (員工人數為 100-999 人) 主管表示，新型冠狀病毒疫情加快了企業採用新技術的速度



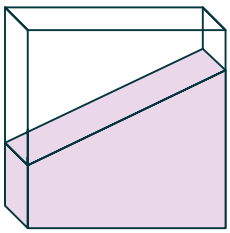
91%
的大型企業 (員工人數 1000 人以上) 主管表示，新型冠狀病毒疫情加快了企業採用新技術的速度



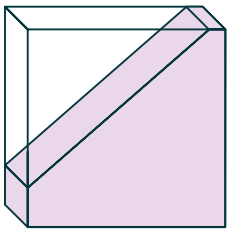
98%
中至大型企業採行新工具或程序



57%
中型企業預計 2021 年在客戶體驗方面投入更多資源



65%
大型企業預計 2021 年在客戶體驗方面投入更多資源



早在疫情前以客戶體驗為優先的公司，已經取得優勢。客戶體驗發展成熟的企業成功留住客戶的可能性高出一般六倍以上。雖說企業採用新技術與程序時必須考量能否負擔，但是隨著客戶的期望提高，無力改進的企業可能會被表現較佳的對手超越。

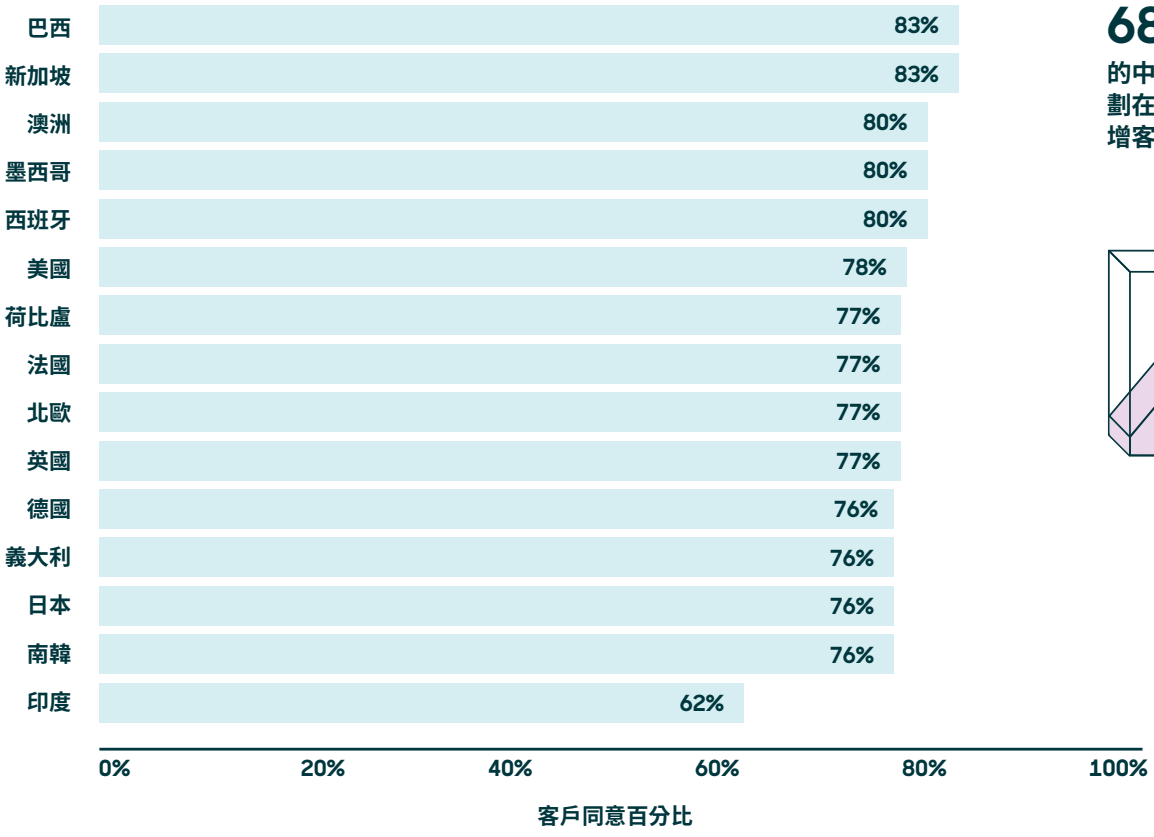
好消息是，大多數公司編列 2021 年預算時，會增加彈性空間。

投資客服體驗能帶來的好處無可限量，但是該優先考量哪些面向，卻不太容易決定。為了提供您實用建議，我們的專家團隊檢視了使用 Zendesk 產品的企業資料。以下為您整理出成功客戶體驗的 8 項最佳實務，現在正是採行致勝之道的良機！

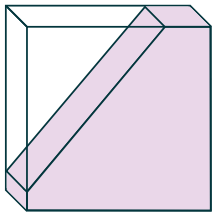
01 讓客戶省時省力

優先順序 #

疫情並沒使客戶降低期望；80% 的人只要歷經一次以上不好的客戶服務，就會改換其他家產品/服務。

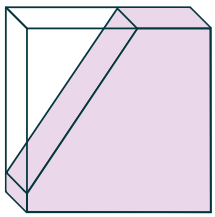


68%
的中型企業計劃在 2021 年新增客服管道



2021 年，客戶期望省時省力的線上體驗，最好能比得上 (甚至超越) 面對面的服務品質。而企業也聽見客戶心聲了。大多數公司計劃在 2021 年新增客服管道，其中不少投資在自助服務上，好讓客戶即使不跟專員對話也能快速得到答案。

76%
的大型企業計劃在 2021 年新增客服管道



最佳實務 #1：

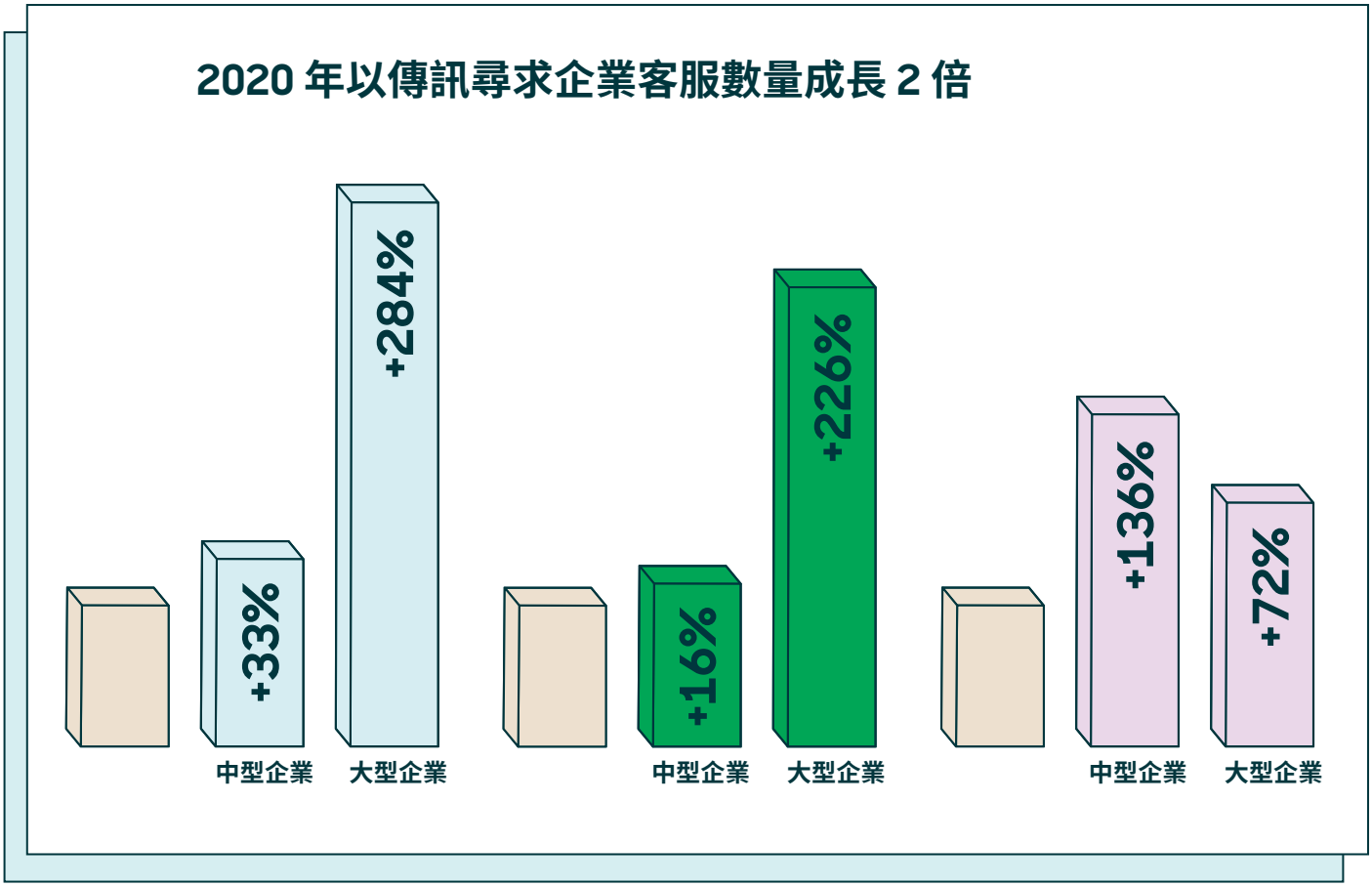
客戶服務觸手可及

客戶認為品牌服務應是觸手可及才對，他們並不想大費周章來尋求客戶支援。傳訊是對客戶而言最簡便的管道，例如 Facebook Messenger 和 WhatsApp。

客戶體驗表現出色的團隊使用傳訊的可能性，高出一般至少 1.5 倍。

WhatsApp　SMS/簡訊

Facebook Messenger/Twitter 私人訊息



傳訊功能不僅方便迅速，又能保障個人隱私與安全，且客戶尋求支援時，只需使用平常和親友溝通的管道就能得到答案。此外，傳訊對客戶和企業雙方而言，都是較有彈性的溝通管道，因為既可即時對話，也可非同步對話。換言之，客戶可以在他們方便的時候開始、停止和繼續對話，因為對話記錄一直存留著。也就是說，客戶可在尋求支援的同時處理其他事務，像是遛狗或是開 Zoom 視訊會議，而客服人員也可同時服務多位顧客。

最佳實務 #02：

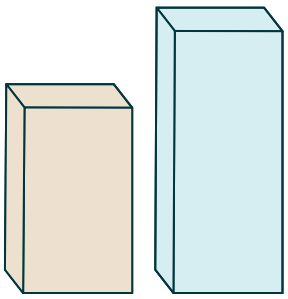
自助服務讓客戶更快得到答案

客戶想連絡客服支援時，會選擇使用最簡便的方式。至於一些簡單的問題，他們只想快點得到答案。因此，在進入數位化的現在，客戶較想利用企業提供的線上資源來自己解決問題。

績效卓越的中型企業在 2020 年新增自助服務資源可能性高於一般 34%，且使用 Zendesk Answer Bot 的可能性高出 4 倍。

37%

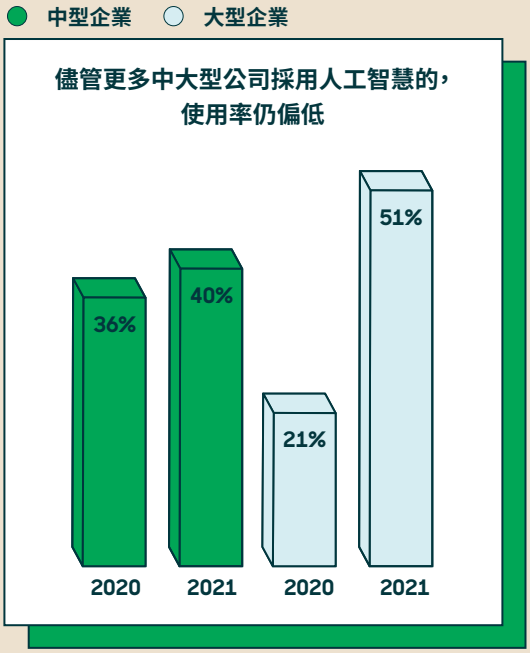
自新型冠狀病毒疫情以來的客戶知識庫檢視數增加率



幫助客戶自助的同時，也省去客服人員花時間回答同樣的問題。將自助服務結合人工智慧，還能為客服團隊帶來更高價值。舉例來說，具備人工智慧的 Zendesk 聊天機器人能將客服中心的文章推薦給客戶 (例如在結帳頁面)，讓他們從頭到尾都能靠一己之力達成目標。此外，人工智慧機器人「永不下線」，全年無休為客戶解答。

儘管人工智慧的採用率在 2020 年一舉提升了 50%，但實際使用率仍偏低。如此高低差異，表示企業應把握良機讓人工智慧成為客服人員的得力助手。Zendesk Bot API 能夠讓客服團隊將各家聊天機器人 (例如 Ada) 整合在其客戶體驗軟體，如此一來，客服專員和聊天機器人便能更密切地合作。

績效卓越的大型企業新增自助服務資源可能性高於一般 35%，且使用 Zendesk Answer Bot 的可能性高出 3 倍。



02

成為客服團隊的強力後盾

優先順序 #

企業不斷擴充符合客戶需求的線上服務管道，卻也面臨客服團隊需改為遠距工作的挑戰。

除了學習新的、更有彈性的工作方式，企業更必須將全副心力投注在員工體驗 (EX)。好的客戶體驗 (CX) 和員工體驗 (EX) 就像花生果醬三明治，二者缺一不可。然而，客服人員往往力不從心。

以客戶喜好管道來提供服務，只是完善客戶支援的一部分。優秀的客戶服務還必須提供專員適用工具，幫助他們在工作上更得心應手，不論客戶從何管道而來都能從容應對。

僅 59% 中型企業客服人員，與 56% 大型企業客服人員認為有適用工具來應對改變後的世界

71% 中型企業客服人員與 69% 大型企業客服人員感覺力不從心

最佳實務 #03：

讓客服人員能夠一目瞭然

2020 年一整年，各企業 (不論公司規模) 接到的客服申請數量起伏為歷年之最。客服人員需要一個整合的工作區，結合所有管道、工具和客戶背景資訊，以大量提供迅速且符合個人需求的客戶支援。

40% 客戶會用多種管道提出同一道問題，因此客服人員在順暢地切換管道之際，還得注意不遺漏客戶背景資訊。如此一來，客戶才不必每換一個管道就得重述資料，或等待客服人員把資料調出來。

績效卓越的中型企業客服團隊人員以多重管道工作的可能性高出一般 93%。

舉例來說，當顧客 Tara 發簡訊給 Cool Kitchen 公司要求辦理果汁機退貨，客服人員必須掌握以下背景資訊：

- 她是否曾向客服提出該台果汁機的問題，即使透過不同管道也算。
- 她的聯絡資訊，例如電子郵件地址 (寄發票用)
- 她成為公司客戶的時間 (也許忠實顧客可享免費退貨)
- 她的付款、送貨與訂單詳情；Cool Kitchen 公司也許已將 Shopify 納入客戶體驗系統，客服人員可一目瞭然，能直接在工作區幫 Tara 辦理果汁機退貨事宜

績效卓越的大型企業客服團隊以多重管道工作的人員數高於一般 3 倍。

最佳實務 #04：

提供客服人員能提高效率與協作的工作流程

各企業 (尤其是中小型公司) 紛紛投資在客服工具上，以期提升工作效率與跨部門各團隊之間的合作。

面對持續的變動，客服人員必須更有效率。因此，公司有責任提供給他們聰明有效的工具。有助改善客服人員工作流程的方式如下：

- 提供給客服人員事先準備的答案，這樣他們才不用逐字輸入公司給付規定
- 自動把問題傳送給能勝任的客服人員
- 利用人工智慧機器人調出客戶基本資料

在這個人人永遠上線、永不下線的時代，企業需要效能更佳的協作工具。績效卓越的客服團隊能善用工作流程，除提供專員彼此合作的程序，更給予實作時所需的工具和資料。企業客服可以讓專員們在支援工單中相互對話。將 Slack 和 Zoom 等工具納入工作區，並採行完善的授權程序，能促進客服專員間的合作，不論是彼此或跨公司部門，甚至是和第三方人員。

績效卓越的中型企業在 2020 年新增或調整工作流程的可能性高出一般 35%；績效卓越的大型企業則高出一般三分之一。

最佳實務 #05：

客服人員能為自助服務貢獻一己之力

良好的知識管理不但讓客戶更快找到答案，也讓客服人員更快找出重要資訊。客服人員是壯大公司知識庫的最佳資源，隨時更新內容，確保其價值與日俱增。然而，還是有很多客服人員無法貢獻一己之力。

其實，企業可以將知識管理納入客服專員的工作流程。知識管理工具讓客服人員在處理案件時撰寫新的文章，而採用人工智慧技術的建議則能自動維護知識庫，確保更新內容。

績效卓越的客服團隊採用方法讓客服人員貢獻知識庫的可能性高出一般 37%

03

優先順序 #

保持公司各環節同步

受疫情影響，人們使用數位工具比率攀升，要保持公司業務同步並非一蹴可幾的成就。

要維持各環節同步運行，表示必須整合各項人際資料、工具和軟體，不能任其散落脫節。正因如此，舊版 CRM 系統已不適用，今日企業需要的是開放而靈活的 CRM 平台，能有效連結起不同來源的資料。如此一來，公司才能靈活變通，不再只是被動地收集資料，而是積極地去了解狀況並作出回應。靈活變通正是各企業今年必須優先達成的目標。

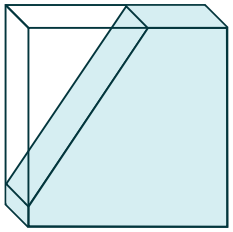
超過半數企業想做到更加靈活變通

最佳實務 #06：

以全方位客戶視圖達成個人化體驗

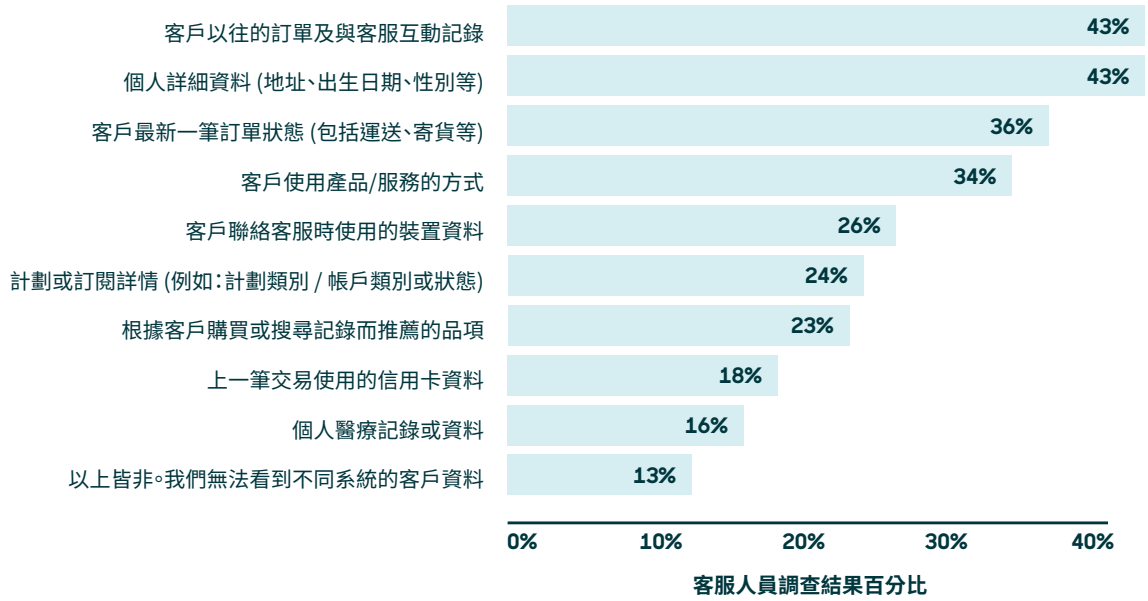
面對疫情衝擊，維護客戶關係變得更為重要。大型企業固然有龐大客戶群，但重要的是深入了解客戶。客戶資料庫雜亂無序的大公司，往往讓客戶感覺自己只是排隊等候處理的申請單。最主要的原因是客服人員無法取得客戶資料，因此在與客戶互動時無法提供個人化體驗。

75%
客戶期望個人化的體驗



各型企業的大多數客服人員無法取得客戶資料

您通常能跨系統取得何種類型的客戶資料，用以回應客戶需求？



為了能夠在前台提供個人化體驗、贏得客戶信賴，企業必須在後台妥善管理並充分了解客戶資料。也就是必須建立全方位的客戶視圖，能整合儲存於各處的客戶資料，不論是第一方或第三方資料。

可想而知，企業能使用的資料越來越多，且會繼續實行遠距工作，個資安全成了重要考量。80% 技術問題決策者表示在 2021 年會將安全管理列為優先考量。今日公司需要的客戶體驗平台，必須具備企業等級的安全功能與完善資訊系統稽核，並且遵守符合產業標準的安全隱私規章。

最佳實務 #07：

使用 App、整合功能與自行運行程式擴充客戶體驗解決方案

最理想的企業客戶體驗系統，是能與客服團隊所使用的工具及應用程式同步，如此一來，客服人員有需要時便能找到最新的資料。今非昔比，公司不再需要執著於單一平台，也能完整掌握客戶使用記錄與資料。例如使用 Workato 等工具來同步公司各部雲端應用程式的資料，除了享受最佳工具所帶來的好處，還能避免產生脫節、妨礙合作。

Zendesk Marketplace 提供客服團隊超過 1000 種隨插即用 app 及預建整合功能，包括人力管理技術，如 Playvox WFM 以及專案管理 app，如 Atlassian，另外還有翻譯軟體，像是 Unbabel，以及可客製化的意見調查工具，如 SurveyMonkey。開放且靈活的技術，甚至能讓企業客服人員在其工作區安裝自訂 app。根據報告資料，68% 中型企業與 73% 大型企業與開發者合作自訂客服系統。

一旦擁有寶貴的客戶資料分析，客服人員便能更準確地預測客戶需求，並提供個人化服務。能從一個定點取得不同工具上的資料，工作效率自然跟著提升。利用資料讓程序自動化，原本瑣碎費時的程序變成只要按一下就好，著實簡化了工作流程。對中大型企業而言，採用自行運行程式勢在必行。

績效卓越的客服團隊擴充客服系統以使用 App 與整合功能的可能性高出一般 33%。

績效卓越的客服團隊使用改善工作流程與自動作業工具的數目多出一般公司兩倍以上。

最佳實務 #08：

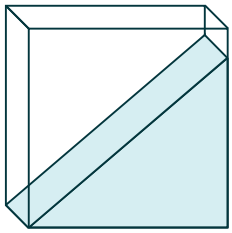
學會利用分析資料來提升服務品質

想保持公司各環節同步，必須整合各個管道上的分析資料，以便測量並全面改善客戶體驗，從找出團隊該進一步發展之處，到了解客戶與專員的互動方式。然而，38% 中型企業和三分之一大型企業沒有適當的分析工具來評估遠距團隊的工作表現。

績效卓越的團隊將分析報告功能納入客服系統的可能性高出一般 40%。

38%

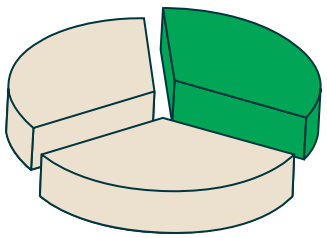
中型企業主管沒有適當的分析工具來評估遠距團隊的工作表現。



為了跟上迅速變遷的世界，負責客戶體驗的部門需要好的分析軟體，以便立即獲得有用的資料並採取行動。內建分析功能的客戶體驗系統能分析即時和記錄上的資料，讓客服團隊針對現況做出回應，同時了解以往趨勢；就算沒有統計學學位的人也做得到。

1/3

的大型企業主管沒有適當的分析工具可評估遠距團隊的工作表現。



您的企業想站在數位化引爆點的哪一邊？

讓客戶省時省力、成為客服團隊的強力後盾，以及保持公司各環節同步，是新常態下各企業致力提升客戶體驗的三大重點。這三項缺一不可，只專注在某一項而暫緩其他項，也是行不通的。優先做好這三項至關重要；事實上，想做好任何一項，都不能忽略其他項。

The Zendesk Suite 提供完善的客戶服務功能，不僅操作簡便，而且各種公司規模都適用。進一步了解 Zendesk 如何協助您選對方向，迎戰客服體驗數位化引爆點。

按這裡開始：
立即註冊免費試用

zendesk