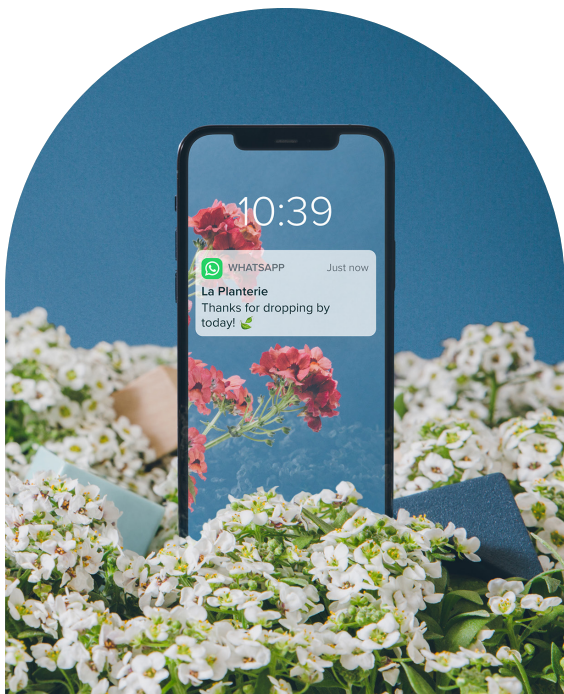


為傳訊打造客 戶服務：8 項最 佳實務





內容

01 傳訊是客户服務的新範本

什麼是傳訊？

傳訊的優勢

02 最佳實務：如何使用傳訊拓展業務

1. 通過自動執行程式減少工作量
2. 以客户熟悉的管道提供支援服務，让客户省時省力又省心
3. 收集重要客戶資訊確實提高客服人員效率
4. 內嵌支援至網路和行動 App 中，協助客戶一鍵完成交易
5. 在對話中提供統一的客戶體驗
6. 擬定工作人員配置策略，迎戰傳訊大戰
7. 選擇當地最受歡迎的傳訊 App
8. 考慮哪些管道最適合您的產業

03 重要指標：衡量傳訊策略成效的內部關鍵績效指標 (KPI)

04 結論

關鍵要點

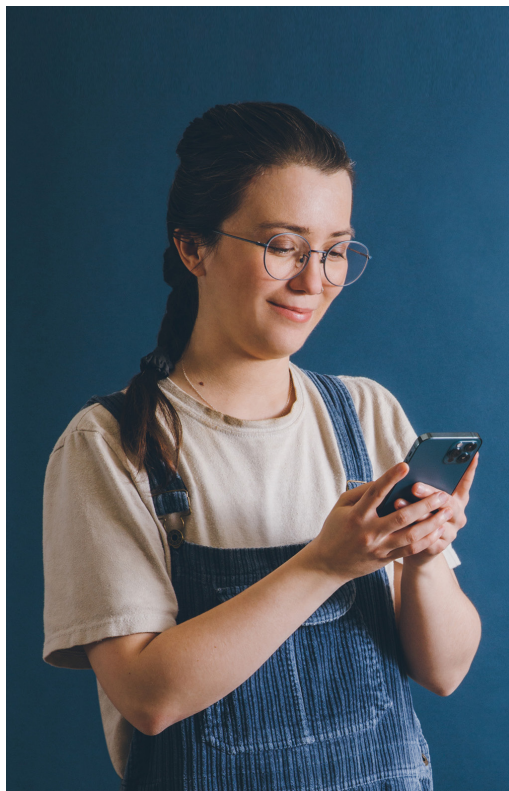
立即開始使用傳訊功能

零距離對話的 嶄新世界

傳訊是客户的最愛，這一點已是業界心照不宣的秘密。去年，64% 的客户嘗試了與客戶服務聯絡的全新方式—而多數客户經由網路、行動和社群傳訊管道尋求幫助。熱門傳訊 App 上的支援對話暴增，僅 WhatsApp 的對話就增加了 101%。

傳訊功能不僅方便、更是對話式且個人化；推動客戶和公司持續不斷地進行對話。消費者對於日常生活中的傳訊相當熟悉，而現在可以在網路和行動管道上與企業進行相同的對話體驗，並在網路和行動管道之間順暢切換。

對話式客戶服務有助於永續經營，我們很樂意與您分享最佳實務。



01 傳訊是客户服務的模範生

傳訊服務無所不在。對於全球數十億人口而言，WhatsApp 等傳訊 App 是與外界溝通的重要媒介。多數企業也趕搭對話列車，在客戶支援策略中新增傳訊功能。

雖然，即時交談為企業網站和行動 App 帶來了即時傳訊的方便性，但效果終究有限。就像打電話一樣，這是一種即時、同步的交流方式。

另一方面，傳訊提供參與者可以隨時返回對話，以即時或非同步的方式進行。由於聊天內容保有對話記錄，因此交流可以立即進行，也可以視需求隨時進行。

在客戶支援方面，傳訊為每個人創造了更好的體驗。無論客戶是使用貴公司的網站和行動 App，還是使用熱門的社群傳訊 App (如 WhatsApp 或 Instagram)，都不需要重複交談內容，客服人員還能了解完整的上下文，為客戶提供更好的體驗。



當傳訊發揮功能時



部分客戶可能會在傳送簡訊後立即來電，當我們不了解完整的交談始末時，客戶明顯會感到不耐。

Gib Lopez
PayJoy 共同創辦人兼營運長



挑戰

PayJoy 總部位於墨西哥，目前已為全球數十億人口在行動裝置上提供使用金融服務的功能。以往的支援系統是管道互不相連的大總燴，當然對客服人員的效率和客戶滿意度帶來了負面影響



解決方案

PayJoy 將 WhatsApp 連接到服務台、安排多名客服人員進行傳訊，提供同時能夠在幾分鐘內回覆上百個對話的功能。



結果

PayJoy 發現在 WhatsApp 上的服務層級協定 (SLA) 從 24 小時縮短到 1 分鐘。PayJoy 透過 WhatsApp，輕鬆地滿足了客戶要求，更減少了 60% 的進接電話。

傳訊的優勢

使用 [Zendesk 傳訊](#) 讓公司能夠提供跨網路、行動和社群管道連接的豐富對話體驗。立即啟用，輕鬆實現自動化，歡迎使用開放靈活的平台進行完全客製化。



在客戶所在之處提供支援：

傳訊提供客戶能夠與企業進行即時或持續的對話，能夠有彈性地離開對話，在需要時再重返對話。相關對話可以隨時隨地在您客戶有需求的時候，經由網路、行動或社群進行，讓客戶可以輕鬆地透過熟悉的管道，與您聯繫。



提供更快、更個人化的互動

您可以利用 Bot 和自動執行程式收集客戶資料、設定預期回應時間或提供自助服務。如果您需要傳訊給常客，則會將完整對話過程保留下來，提供團隊參考，藉此持續提供個人化體驗。



提高團隊生產力和效率

即時或同時回覆多項事務，而無需擔心中斷對話。客服人員可以在習慣的工作區透過更多支援管道 (例如：電子郵件) 管理傳訊。



整合相關業務系統以獲得定製體驗

為客戶創造獨特的對話體驗，根據業務需求量身打造。整合第三方解決方案實際支援支付、表單、豐富的內容、複雜的人工智慧聊天機器人，甚至群組通訊，將對話體驗提升至全新的層級。

2020 年，我們看到客戶歷程從單純的客服提升至更高的投資回報率 (ROI) 情境，例如：客戶開發、銷售和行銷。2021 年，隨著企業透過廣告觸動對話體驗，以及消費者在非同步傳訊中完成購買歷程，我們期待看到這個趨勢持續推進。

Rob Lawson
Google 的合作夥伴



最佳實務：如何使用 傳訊拓展業務

傳訊為企業提供了一系列與一般使用者互動的新功能，也因此帶來了一系列新的客戶期望和重新思考策略的機會。在本段落，我們希望解決目前最常見的挑戰，以及在考量您所在地區、產業和數位影響力等因素的前提下，如何開始運用傳訊功能的技巧。

通過自動執行程式減少客戶服務分流時間。

困難

「我無法消化持續進來的客戶資訊」

傳訊功能如何提供協助

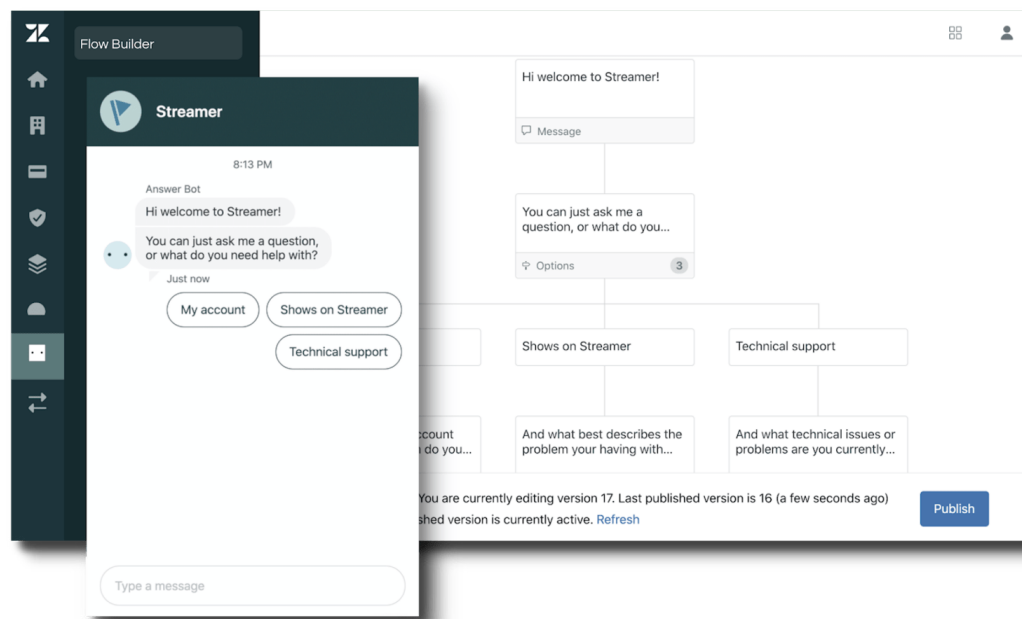
藉由立即可用的自動執行程式實際減少來電量，這類型的功能提供相關的服務台文章或回答常見問題，並在需要與真人接觸時，將對話轉接給客服人員。

結果

- ↑ 提升客戶滿意度 (CSAT)
- ↓ 縮短首次回覆時間 (FRT)

採取行動：

- **盡可能自動化：**識別可以自動化的熱門主題、常見問題和相關的客服中心文章。
- **協助客戶找到最便捷的路徑：**藉由快速回應新增解決方案的路徑—在不需要的情況下，無需使用人工智慧，使問題過於複雜。
- **為客戶提供選擇：**有時候客戶當下只想與真人對談。為了簡化客服人員的工作，請考慮在轉接至客服人員之前，盡可能地向客戶收集最相關的資訊。
- **建立個人化流程以收集資訊：**可以是與客戶相關的問題、地區等，並在將對話轉接給客服人員時，提供建設性的上下文。



Zendesk 的 Answer Bot 協助您將傳訊支援自動化，使支援團隊能夠為客戶提供全年全天候 24 小時的即時支援，並在將對話轉接給客服人員之前收集上下文。

以客戶熟悉的管道提供支援服務， 讓客戶省時省力又省心

困難

「客戶很難找到與公司的聯絡資訊，然後在沒有得到即時回應時，將問題向上提報至社群媒體」

傳訊功能如何提供協助

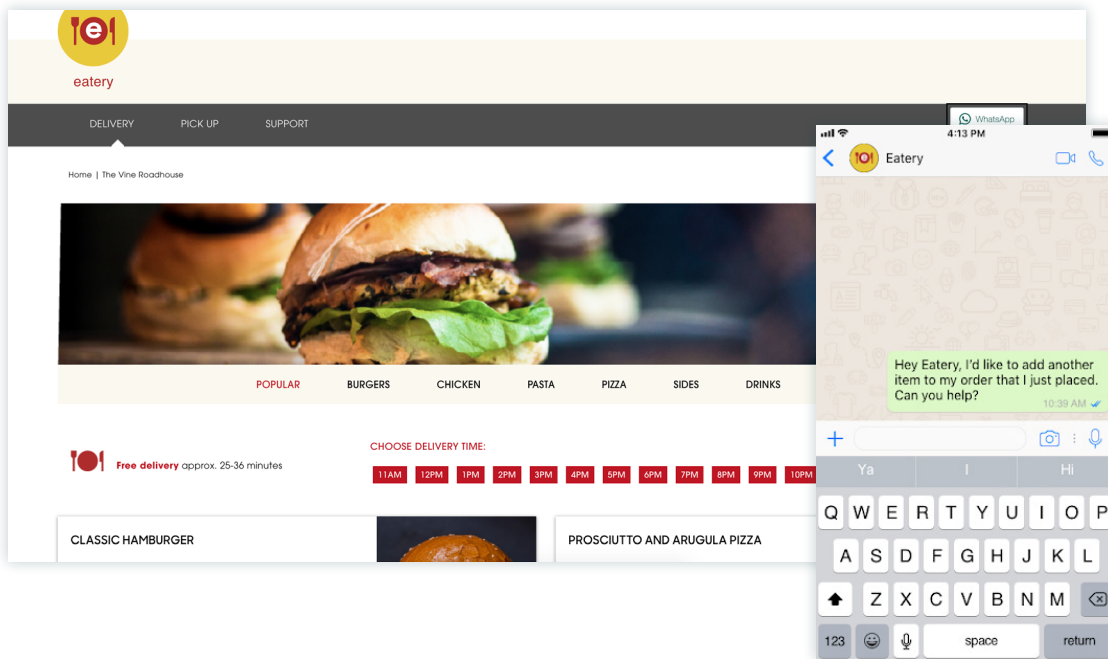
藉由網路、行動 App 和社群管道提供傳訊功能，隨時隨地為客戶提供支援。

結果

- ↑ 提升客戶滿意度 (CSAT)
- ↓ 降低首次解決率 (FCR)

採取行動：

- **確保客戶收到訊息：**如果客戶無法輕易地向您發送訊息，客戶就會停止嘗試。客戶傾向使用熟悉的管道與企業連絡，無論是透過客服中心、行動 App 或社群管道，都必須能讓客戶輕鬆開啟對話。
- **標示相關的熱門傳訊管道：**如果您將透過 WhatsApp 提供支援，請考慮將 WhatsApp Business 電話號碼新增至支援頁面，並將 WhatsApp 按鈕新增至網站或行動 App。
- **利用可信度驗證：**[Twitter](#)、[Facebook Messenger](#) 和 [Instagram](#) 等 [社群傳訊管道](#) 可協助公司建立完成驗證的企業相關資料，以便客戶了解傳送訊息的對象確實存在。透過了解企業資料，即可鼓勵客戶開啟對話。
- **保持相關性：**請勿過度新增當地不流行的社群傳訊支援管道。如果市場定位針對韓國時尚消費者，請透過當地會使用的 App (例如：KakaoTalk) 進行聯繫。將時間投注於客戶真正熟悉且偏好的管道，打造專屬體驗。
- **在對話中新增客戶滿意度 (CSAT) 調查：**客戶意見反饋至關重要。在對話中內嵌客戶滿意度調查，可以協助企業確實掌握客戶痛點以及需要改進的地方。



藉由連結 [WhatsApp](#) 與 [Zendesk](#)，使用全球最受歡迎、兼具可靠性與安全性的傳訊 app，與客戶輕鬆聯繫。傳送主動式通知並連接各種自動執行程式工具，確保客戶隨時掌握最新動態。

當傳訊發揮功能時



挑戰

Dorm Room Movers 成立於 2007 年，始終在尋找更好的方式進行客戶接觸，並為千禧世代和 Z 世代客戶群提供服務。



解決方案

將傳訊功能新增到網站上，包括自助服務選項、客服中心文章建議以及收集資料，以便能將服務從 Bot 順利轉接至真人服務。



結果

Dorm Room Movers 發現有 20% 的工單量轉向傳訊。



收集重要客戶資訊確實提高 客服人員效率

困難

「我們的客服人員對於客戶體驗一無所知，拖累了整個服務流程」

傳訊功能如何提供協助

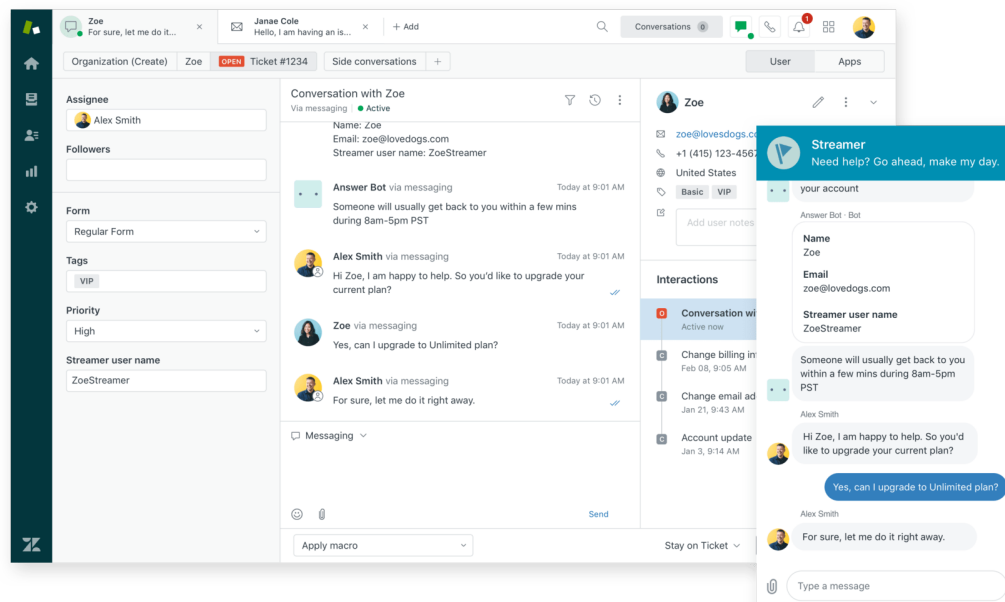
節省手動輸入資料的時間，並在客戶聯絡客服人員之前收集客戶相關資訊。確實了解客戶特性並預測問題走向，做到能讓客戶不需要一再重複對話，實際消除不耐感。

結果

↓ 縮短平均解決問題的時間

採取行動：

- **預先收集客戶背景資訊：**客戶的相關資訊 (姓名、聯絡資訊及客戶問題詳情) 可協助相關客服人員了解事件的始末並進行轉接。這步驟可以透過 Bot 在聊天中收集。
- **對話紀錄：**如同在 WhatsApp 上捲動畫面，瀏覽來自遛狗員的完整線上訊息，傳訊功能讓客戶和客服人員可以檢視完整對話紀錄，包括與 Bot 的互動紀錄，藉此提供更多的個人化支援。
- **將對話集中在統一位置：**將所有支援管道保存在統一的代理工作區中，這表示客服人員可以查看之前所有管道 (例如：電子郵件) 的互動紀錄，甚至可以查看購買記錄等行為資料 (當整合後)。



藉由 Zendesk 中的代理工作區，將傳訊管道與其他支援管道 (例如：電子郵件和電話) 集中一個位置，提供客服人員處理多項事務、後續追蹤客戶的熟悉管道，並整合所有內容。

內嵌支援至網路和行動 App 中，協助客戶一鍵完成交易

困難

「我們的客戶購買過程中，不容易獲得協助。」

傳訊功能如何提供協助

藉由新增支援至網站或行動 App，協助客戶更快、更輕鬆地選擇合適的產品或服務。

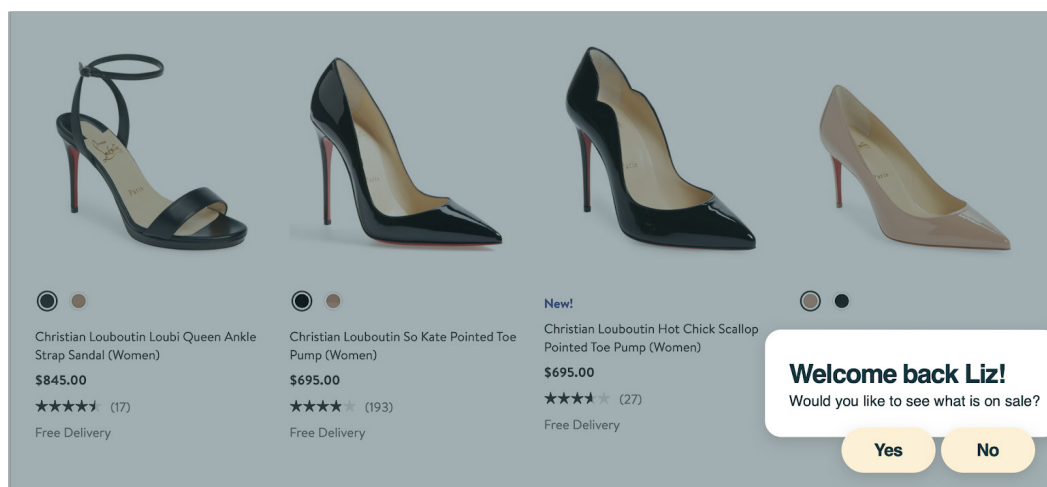
結果

⬆ 增加營收

⬇ 降低購物車放棄率

採取行動：

- **識別熱點：**如果客戶停留在特定頁面上，或者難以聯絡到支援團隊，請立即傳送訊息，與客戶展開對話。如果可以確定客戶在網站上的位置，請主動聯繫！有時候，只需一點點真人接觸就可以順利結單。
- **建立新的接觸點：**在產品頁面、客服中心和 App 上顯示傳訊功能，與客戶保持密切連絡。客戶體驗歷程總是充滿驚喜，如果能夠預測客戶的需求，就能永遠領先一步，提供最完美的客戶服務。
- **達成更高的銷售量：**推薦產品並將付款方式內嵌傳訊對話中推動成交。
- **吸引買家再次購買：**主動促銷優惠和產品以建立忠誠度，並鼓勵客戶嘗試新事物。



使用 [Zendesk](#)，在結帳頁面上內嵌傳訊功能，並根據活動主動吸引客戶，或藉由促銷新的優惠和產品吸引客戶再次購買。

在對話中提供一致的客戶體驗

困難

「我們的客戶體驗被中斷，因為客戶得從不同的管道登入和退出」

傳訊功能如何提供協助

傳訊功能代表著使用者可以在對話中進行付款、預訂等操作，促成更優質的客戶互動。

結果

提升客戶滿意度 (CSAT)
更佳的協作成效
更安全的客戶資料
提升銷售額

採取行動：

- **讓企業軟體保持連線：**將客戶服務平台整合至電子商務系統、預訂系統、銷售 CRM 和行銷自動化軟體上的客戶服務平台，讓客服人員得以完整掌握客戶的背景資訊，而客戶無需離開對話便能填寫表單、選擇座位或在行事曆上選擇日期。
- **推動群聊：**讓客戶和合作夥伴參與團體對話，協助客服人員、賣家、買家、外送人員以及介於兩者之間的相關人員可以獲得解決客戶問題所需的資訊。
- **延續客戶關係：**無論是在對話之前發送提醒、在對話期間獲得意見反饋，還是在對話結束後進行後續追蹤，傳訊功能都能夠協助您在一般客戶支援之外延續客戶關係。

客戶體驗趨勢

1.5 倍

客戶體驗績效最卓越的團隊使用開發人員的可能性是其他人的 1.5 倍

資料來源：[客戶體驗趨勢](#)



擬定工作人員配置策略，迎戰傳訊大戰

我們不希望您徒勞無功，讓舊的支援團隊煥然一新，的確不失為一個好主意。由於傳訊包含即時且較長的持續性客戶對話，對照特殊的即時管道，例如：對話式的即時交談或電話客服，傳訊客服的工作人員編制調配將有所不同。

並行性，即客服人員一次可以處理的對話數量，藉由即時交談和傳訊功能會產生不同的結果。即時交談的最佳實務可能會將正在進行的對話數量限制為三個，而傳訊管道則可以接納較多不緊急的對話。

混合式的工作人員配置可讓客服人員同時處理多個管道，例如：通訊軟體、電子郵件和電話。對於多項事務的處理人員來說，這聽起來很不錯。但是，如果您必須在一天的尖峰時間段處理大量對話，那麼配置專門用於傳訊管道的客服人員，可能是您最好的選擇。

傳訊功能隨時開放：

別忘了為客戶設定期望回應時間，尤其是當客服人員暫時無法回應時。自動回覆器或聊天機器人可以傳達營業時間，甚至可以協助客戶使用自助服務。

採取行動：

- **計算客服人員數量：**每個組織都有一系列的支援要求，同時也會有不同的工作人員配置需求。客服人員的經驗、產品的複雜度以及數位資產收到的流量等相關因素，都可能改變尖峰時間段所需客服人員的數量。
- **訓練客服人員：**為客服人員培養提供最佳客戶體驗所需的知識。經驗較豐富的客服人員可以處理更多對話，而不會影響客戶滿意度，但客服人員也可以攜手合作解決較困難的問題。將完整的對話記錄和背景資料轉交給另一名客服人員，不但可推動內部協作，還能提供客戶優質的服務。



選擇當地最受歡迎的傳訊 App

世界各地使用中的傳訊 App 五花八門。雖然多數人對手機內建的傳訊 App 感到滿意，例如：iPhone 版的 iMessage 和 Android 版的 Messages，但大部分人們實際上會使用不同的 App 與家人和朋友保持聯繫。

世界各國最多人使用的通訊 App

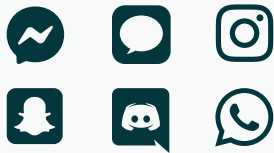
● Facebook Messenger ● WhatsApp ● 微信 ● Viber ● LINE ● KakaoTalk



資料來源：[SimilarWeb](#)

已使用的傳訊 APP

Messenger
iMessage 和 SMS
Instagram
Snapchat
Discord
WhatsApp



北美洲

在北美，絕大多數人使用 Facebook Messenger、iMessage 和 SMS 保持聯繫。以世代做區隔，千禧一代和 Z 世代通常更喜歡使用 Instagram、Snapchat 和 Discord。[在許多源自於東南亞、拉丁美洲和中東的移民和僑民社區中](#)，WhatsApp 則最受歡迎。

Instagram 最新推出的商務傳訊解決方案提供平台的 12 億使用者²與品牌對話的功能—這對於擁有習慣在同一個地方購物、聊天和建立內容的千禧世代和 Z 世代客戶群的公司而言是一大勝利。

已使用的傳訊 APP

WhatsApp
Messenger
Instagram



拉丁美洲

WhatsApp 在拉丁美洲的市占率極高。拉丁美洲的 Zendesk 客戶透過 WhatsApp 申請客服支援工單的人數比其他地區加總還要多，去年該地區增加的數量高達 96%。

Facebook 的 App 家族在全球通訊領域佔有領導地位，WhatsApp 目前在 112 個國家/地區拔得頭籌，Facebook Messenger 則是在 57 個國家/地區 (包括美國) 居冠。¹

已使用的傳訊 APP

WhatsApp
Telegram
Signal
Messenger



歐洲、中東及非洲

在歐洲、中東和非洲，WhatsApp 是多數人主要使用的傳訊 App。但是，也有不少國家是禁止使用社群媒體和熱門的傳訊 App。在這類情況下，人們通常會在 VPN 的協助下偷偷使用 Telegram 和 Signal 等加密 App 來進行私密的對話。

加密功能是傳訊領域的熱門主題，用戶非常小心地保護個人資料。這就是為什麼多數用戶，從社會運動參與者和記者到體育團隊和足球媽媽，轉而使用具有強大端到端加密功能的傳訊 App 的主因。

所使用的傳訊 APP

微信
KakaoTalk
LINE



亞太地區

在亞太地區，首選的傳訊 App 因國家而異。澳洲人偏好 Facebook Messenger，而印度、香港和新加坡人則更喜歡 WhatsApp。

中國大陸和海外華人使用微信，這是一款無所不能的傳訊 App，使企業能夠透過 App 滿足客戶的各項需求。在韓國，每天有 5,200 萬使用者³在 KakaoTalk 上互換訊息，而奢侈品和電子商務品牌則仰賴該 App 吸引更多客戶。在日本、泰國和台灣，LINE 是主要的傳訊 App，總計擁有高達 7 億名每日活躍用戶。

1. Zendesk, 「講求對話的客戶服務時代來臨」—<https://www.zendesk.com/blog/messaging-trends/>

2. 「2021 年 Facebook 營收及使用統計資料」—<https://www.businessofapps.com/data/facebook-statistics/>

3. Statista, 「2016 至 2021 年韓國 KakaoTalk 用戶數據」—<https://www.statista.com/statistics/736561/number-of-kakaotalk-users-south-korea/>

選擇最適合產業的管道

產業是您考慮選擇哪些傳訊管道的決定性因素—並非每個產業都相同，有些產業比其他產業需要功能更強大的傳訊管道。

產業

範例

金融服務業



金融服務業可以在網站或行動 App 上使用傳訊功能，提供客戶即時向客服人員提出問題的管道。

自動執行程式可以引導申請人填寫表單、傳達帳戶詳細資料 (例如：餘額或貸款申請狀態)，或回覆常見問題。在客服人員方面，所有對話都會完整保留下來，並且可以從統一的工作區存取。

考慮的管道：

內嵌傳訊或具備通過驗證的企業資料的安全第三方 App，例如：WhatsApp

電子商務和零售業



傳訊功能將普通的數位化互動轉變為個人、以資料為依據的對話。超過 [78% 的消費者](#) 表示，與個人相關的內容會增加他們的購買意願，而個人化可以提高平均客單價、降低購物車放棄率以及客戶努力度，實際提高忠誠度。

考慮的管道：

藉由 Instagram、Facebook Messenger 以及產品頁面和行動 App 的內嵌傳訊功能，吸引精打細算的購物者。

製造業



製造商利用連結設備的強大功能來接收即時機器資料，例如：在建議進行預防性保養時，發送提醒。

透過主動傳訊，可以提醒用戶即將進行相關維護。資料結合推播通知的使用，降低了保固和維護成本，實際提升客戶滿意度。

考慮的管道：

WhatsApp 讓企業能主動與選擇加入，以收到提醒和最新消息的使用者開始對話。

醫療保健業



因為疫情大爆發，醫療保健業者首次回應大規模線上改善客戶體驗的需求。

回應和解決時間最快的醫療保健公司與客戶傳訊的機會是其他公司的 1.6 倍。

考慮的管道：

當地最受歡迎和最隱密的社群傳訊 App，以及在安全 App 和網站中內嵌的傳訊功能。

技術和軟體



去年，多數科技公司無痛迎接了數位優先的時代，妥善分配人力並滿足了客戶瞬息萬變的需求。對多數公司而言，這與內部協作以及客戶採用傳訊功能息息相關。

考慮的管道：

行動 App 內嵌的傳訊功能

重要指標：衡量傳訊策略成效的內部關鍵績效指標 (KPI)

指標

事件

數量

所有客戶經由支援管道進行的對話和互動

對於客戶而言，在使用上相對方便的傳訊功能，大幅降低了來自相關支援管道（例如：電子郵件和語音信箱）的對話量。雖然客服人員的傳訊對話量可能更多，但非同步回應且不中斷對話的功能代表著客服人員在尖峰時間段將有更寬裕的時間，處理更多事務。

平均處理時間 (AHT)

客戶在即時管道上開始對話直到對話結束的時間

平均處理時間是一項通常用在通話數的指標。計算方式為：總通話時間、通話保留時間和後續追蹤時間除以通話次數。由於傳訊功能並非會話式，並且對話紀錄永遠不會消失，因此 AHT 可能不是最適用的指標。從對話開始到客服人員結束交談的完整解決時間，更適合用來評估傳訊功能。

平均對話時間

一次對話的平均時間

時間越長並不表示成效不佳——也可能是客戶喜歡可以細說從頭。如果客戶了解到可以按照自己的步調進行回覆，不用擔心對話可能突然中斷，那麼企業可以期望有更長的對話持續時間。

首次回覆時間 (FRT)

從對話開始到客服人員第一次回應所花的時間

在傳訊非同步的情況下，縮短首次回覆時間 (FRT) 至關重要，如此一來，客戶才不會轉換至另一個管道。如果客服人員不在線上，自動回應功能和 Bot 可以介入，以設定新的回應期望時間——甚至可能轉危為安。

指標

事件

解決率

已解決的對話量

顯示在沒有客服人員參與的情況下解決問題的百分比、間接解決問題的答案，以及平均解決時間。在回覆問題之前，客服人員有一定的餘裕時間請教同事或查閱外部應用程式以撰寫正確的答案，從而提高首次解決率和客戶滿意度。

客戶滿意度 (CSAT)

關鍵績效指標，顯示出客戶對於服務的感受

客戶很樂意透過最熟悉的管道與品牌聊天，經由持續的對話紀錄，無須重複對話內容。擁有最迅速解決時間和最高滿意度評分的公司，比其他公司更有可能使用傳訊功能與客戶溝通。

服務層級協定 (SLA)

一系列定義公司與其客戶之間服務水準的目標

針對傳統的客戶聯絡中心，通常會重複出現 [80/20 服務層級協定 \(SLA\)](#) 建議：80% 的通話應在 20 秒內得到回答—但傳訊功能打破了這種模式。

支援團隊可能希望採用更適合非同步溝通方式的關鍵績效指標 (KPI)，例如：並行性、有效時間和兩次回應之間的閒置時間。

當傳訊發揮功能時



挑戰

義大利旅遊公司 WeRoad 在使用分散的電話號碼、智慧手機安裝的 Facebook 傳訊管道進行客戶支援服務時，遇到了不小的問題。



解決方案

WeRoad 將 WhatsApp 新增至支援系統中，使客服人員得以從統一的工作區回應多個對話內容。



結果

WeRoad 簡化和擴展了相關營運，將雜亂的 WhatsApp 號碼轉換成兩個號碼：一個專門處理售前問題，一個專門處理售後問題。此舉將客服人員的生產力提升高達 15%，支援數量減少了 10%，協助團隊能夠在兩小時內覆 90% 的 WhatsApp 訊息。

WEROAD

結論



傳訊功能是人性的選擇

傳訊功能的普及速度比任何管道都快—而且正在迅速改變客戶與品牌互動的方式。具備方便、對話式和個人化的特性，傳訊成為企業與客戶間持續溝通不可或缺的一環。客戶可以透過內嵌日常生活的熟悉管道，輕鬆解決一切問題。傳訊功能也可能成為新增至廣大客戶支援管道的最新功能，擁有新的考量因素和不斷發展的最佳實務，非常值得一試。

Zendesk 為企業提供開始使用傳訊基礎所需的一切資源。如要瞭解更多資訊，請點選[這裡](#)。

歡迎免費試用 Zendesk 啟動傳訊功能

註冊，請點選[這裡](#)

