

释放价值 客户服务

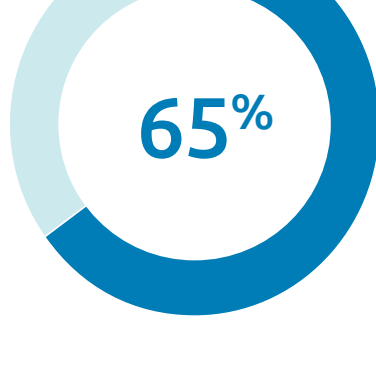
人工智能和代理智能的转型影响。

客户服务亟需全面改革

仅

45%

消费者中有“满意”或“非常满意”。
对客户服务“满意”
在各种品牌之间¹

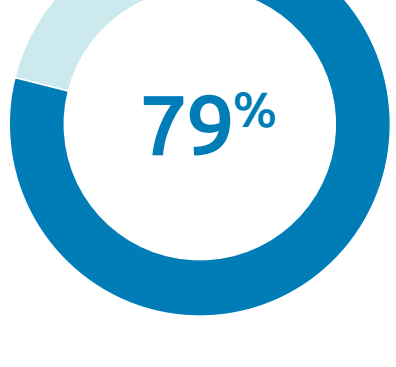


组织报告中显示低
运营效率在他们的
客户服务职能³

仅

16%

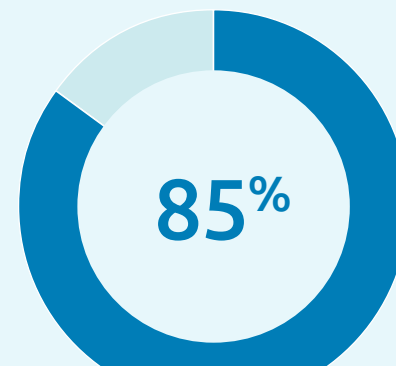
客户服务代表调查样本中
报告对他们的整体满意度
角色²



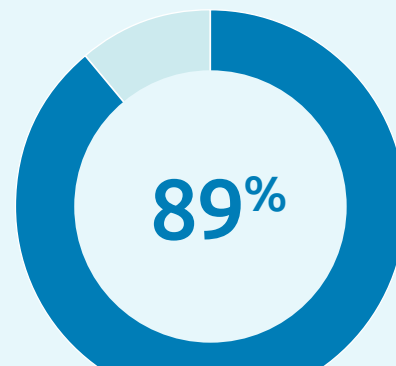
组织难以达到
不断提升的客户服务期望³

来源：¹凯捷研究院，客户服务转型调查，2024年11月-12月，样本量为9,500名消费者。
²Capgemini 研究院，客户服务转型调查，2024年11月至12月，调查对象为315名客户服务代表。
³凯捷研究院，客户服务转型调查，2024年11-12月，N = 1,002位高管。

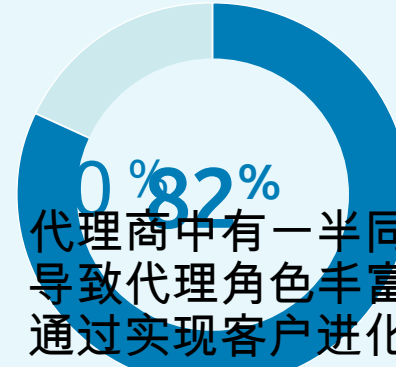
人工智能生成 (Gen AI) 是一个
颠覆性的变革，也是客户服务的触
发器。 转型



组织要么已经
看到或期待看到：an
首次接触的改进
通过通用人工智能的解决方案率 人工智能通用应用¹
使用¹



组织要么已经
看到或预期看到：
通过降低运营成本
通过通用人工智能的解决方案率 人工智能通用应用¹
使用¹



代理商中有一半同意认为通用人工智能将 客户服务代表报告了以下内容：
导致代理角色丰富化 整体工作量的减少，由于...
通过实现客户进化 生成式人工智能³



互动²

来源：¹法国凯捷咨询集团研究院，客户服务转型调查，2024年11月-12月，N = 来自组织的861位高管
那些正在探索、试点或实施通用人工智能 (Gen AI) 用于客户服务活动。
²Capgemini 研究院，客户服务转型调查，2024年11月至12月，调查对象为315名客户服务代表。
³Capgemini 研究院，客户服务转型调查，2024年11月至12月，N = 223名使用通用人工智能 (Gen AI) 的代理。
日常工作。

组织在人工智能方面缺乏准备。 引领转型

仅有 **49%** of
组织考虑
他们自己已准备好
用于人工智能驱动的
客户服务，
呼吁进行批判性
组织结构变动
以及技术与
干预措施。

高管们确定
文化不匹配
(58%), 差劲的相互——
部门
协调 **(74%)**, 以及
碎片化的IT系统
(73%)一些.....
关键障碍在
变革之路。

来源：凯捷研究院，客户服务转型调查，2024年11月-12月，N = 1,002名高管。

建议：规划航程



重新设计

- 1 拥抱新的范式 定义功能/任务
该机构观察到客户 由...处理
作为协作型人工智能代理的服务以及那些由...
混合之间的努力 人类，借助人工智能
以服务中心的人类/人工智能团队
- 2 承担渐进
服务人工智能代理的部署

- 3 转换流程
关注端到端
客户体验与

- 4 定义数字/人工团队将如何运作



部署

- 1 实施云计算-
基于CCaaS (接触中心即服务) 与
CRM、数据平台和
人工智能集成
- 2 承担渐进
服务人工智能代理的部署

- 3 构建坚实的数据和人工智能基础
基础

- 4 进行评估
人类技能集与
创建一个发展
框架

- 5 实施变革
管理



持续改进

- 1 持续不断
协调，监控
评估并评估
性能与
人工智能代理的合规性
并且整个系统

- 2 定义新的关键绩效指标 (KPI)
评估人工智能对...的影响
提升整体
客户的有效性
服务

- 3 评估人工智能对...的影响
提升整体
客户的有效性
服务

- 4 根据反馈进行必要的调整和改进。
性能

来源：凯捷研究院分析。

下载报告



订阅我们的研究报告