

和人对话难 转人工更难

智能客服如同“鸡同鸭讲”

近年来,智能客服越来越广泛地应用在电商平台、金融、物流、教育、医疗等行业。与此同时,智能客服沟通不畅、答非所问、转接人工客服难等问题,也饱受消费者诟病。为什么宣称“高科技”的智能客服,消费者实际用起来却感到“连人话都听不懂”?在企业降本增效的同时,未来智能客服该如何优化,才能让消费者有良好的体验?

智能客服常现“鸡同鸭讲”

李女士在一家线上旅游平台预订了去海南旅行的套餐。就在出行前几天,她发现当地即将有台风过境。因为担心行程会受影响,她赶紧联系平台客服询问相关情况,手机另一端是智能客服在回复。

“我预订了去海南的旅行套餐,天气预报说会来台风,我的行程会不会受影响啊?”

“亲,我们平台提供了很多热门旅游目的地的攻略,您可以先看看哦!”

“我不要攻略,我马上要出发了,海南要有台风,你们有没有调整方案或者退款政策?”

“您可以在订单详情里查看一些基本的行程信息。”

……

这一番“驴唇不对马嘴”的沟通后,李女士觉得智能客服解决不了自己的问题,于是想转到人工客服。没想到,转接更是难上加难。

李女士输入“转人工”后,对方回复:“请您先输入订单编号、个人身份信息验证,再详细描述您的问题。”李女士按照要求填好信息后,对方又回复:“请先选择问题类型,以便客服更好地为您服务。”随后李女士陷入了无尽的预设问题循环……历时十多分钟,页面上终于出现了“正在转接人工客服”的提示,结果等了几分钟后,对方一句“很抱歉,当前人工客服繁忙,请您耐心等待,预计等待时间30分钟以上”,让李女士瞬间感到崩溃。

李女士无奈只能继续等待,期间多次询问进度,但客服每次都回复“请耐心等待”,没有任何实质性的解决方案。最终,她错过了调整行程或协商退款的时效,有了一次很不愉快的旅行体验。

“人工客服难找,‘假人’客服却天天见!”李女士说,近段时间她每天都会接到十几个“智能客服”打来的电话,“一接通,就是很正常的人声,有时就是告诉你发一个优惠券,随后还会给你发短信,再让你确认,这有什么必要呢?打来的电话号码有时是虚拟号、有时是座机号,不接吧又怕错过工作电话,简直成了骚扰了。”

对智能客服,刘先生也有着同样的不满,因为他80多岁的老母亲也经常接到这样的电话。有一次老人和对方通话了半天,却觉得越来越听不懂,就让刘先生帮忙接听。刘先生接过电话后,发现对方又是熟悉的“假人”客服,立即挂断了电话。“这里面都是机器人!”刘先生向母亲解释道。“啊?不可能!是个女的在说话,声音还挺甜的,像是个年纪不大的小姑娘!”老人说什么都不相信。

“连我们年轻人都真假难辨,更甭说老人了。这要是诈骗电话,那不更麻烦了!”刘先生认为,因为老人反应慢、不熟悉新事物,智能客服系统对老年人尤其不友好。“现在老人网购也比较多,想要找客服处理售后问题,更是摸不到门儿。”刘先生表示,老人眼神不好,本来找客服入口就费劲,智能客服再发一堆推销信息,老人读一遍就得半天时间。等到老人输入自己的问题后,“客服”经常“乱回”,费了半天劲,啥事儿也解决不了。“老人就适合直接找人工客服说事儿,可有的平台连转人工客服的按钮都没有,要不然就藏得特别隐蔽,老人根本不可能找到。”

根据艾媒咨询2024年发布的《中国智能客服市场发展状况与消费行为调查数据》显示,无法解决个性化问题、回答生硬机械、不能准确理解提问,是智能客服最让人难以接受的三大缺点;还有30.98%的用户反映当前智能客服无法顾及老年人、残障人士等群体。



智能客服需要科技支撑

智能客服大面积应用是无法改变的趋势。据第一新声研究院发布的《2024年中国智能客服市场研究报告》显示,经过近几年的迅速发展,2023年中国智能客服整体市场规模为39.4亿,预计到2027年将达到90.7亿,2022年-2027年复合增长率将达到22.6%。

一位电商从业者告诉记者:“对于电商来说,很大的一个特征,是一年之内会分为平峰期和大促期。大促期间,海量的咨询蜂拥而至时,仅靠人工客服不可能及时处理这么大的咨询量。现在平台对商家都有考核要求,一般1分钟内没有回复顾客,商家就要被扣分的。所以,很多商家都选择先用智能客服进行回复,在智能无法解决问题时,才选择转接人工客服。”

“现在人工客服不好招人。人工客服每天的工作时间长,而且会面对大量投诉,甚至还要面对顾客的谩骂和无理要求,时间一长很难做到毫无情绪;加上客服人员的工资待遇一般,所以流动率也比较高。”这位电商从业者进一步解释说。

“使用智能客服可以为企业降低人力成本,降本增效。”北京果然智汇科技有限公司CEO郑俊成表示,“以电商平台为例,商家每天要面对大量重复性、流程化的问题,这里有个‘二八定律’——即大概有80%的用户,咨询的

问题集中在20%的问题上。一名人工客服每天回复同一问题可能会达到几十遍甚至上百遍,相当枯燥。最顶尖的金牌客服,一天最多也只能接待200多位客户。而使用智能客服,可以对这些问题快速高效地响应,如果客服系统的‘并发’能力强,就可以同时回复多位顾客,一天的回复量也没有上限,还能7×24小时在线,这些都是人工客服做不到的。”郑俊成说。

中国传媒大学信息与通信工程学院人工智能系副主任苗方介绍,近几年基于大模型的智能客服系统,背后依靠的是自然语言处理技术,具有语义理解、意图识别、上下文理解等深度学习能力。“在智能客服系统建立初期,需要向模型‘投喂’包含用户问题和对应解答的‘语料库’,让智能客服不断‘学习’不同场景下用户的提问偏好,从而形成‘知识库’。在具体使用过程中,用户提出问题后,智能客服在后台的‘知识库’里马上调取相应的答案,缩短问题与解答之间的路径,这就大大提高了客服回复的效率。”苗方进一步解释道。

“智能客服系统的成本投入,包括基础系统费用和后期场景搭建、训练费用。如果是规模较小的商家,每年可能花两三万元就可以了,比雇几个人工客服要节省得多。”郑俊成说。

智能客服也要考虑人文关怀

智能客服虽然具有人工客服无法比拟的优势,但从消费者目前实际的使用体验来看,智能客服却显得并没有那么智能。苗方解释道,这种现象一方面是因为目前大模型技术还不完全成熟,具有不稳定性等固有的缺陷,有些系统也在不断优化迭代;另一方面,智能客服本身是没有思考能力的,投喂给它的“语料库”的全面性、准确性和专业性,也难以得到保证。

“人的语义本身也具有一定的模糊性,在实际的对话场景中,用户的问题千奇百怪,问题背后的诉求也可能不尽相同,甚至有些用户就没有说清自己的诉求是什么。这对智能客服来说,就很难判断用户的真实意图,无法了解用户的情绪。人工客服会根据你的表述进行一步步有效追问,直至定位到你准确的诉求。从这点上来看,智能客服目前是不能够取代人工客服的。”苗方说。

苗方介绍说,从纯技术手段来说,目前可以继续引入先进的辅助技术,例如“智能体”技术,让智能客服能够“像人一样思考”。“目前智

能客服的这种对话大模型,是一种‘你问我答’的被动状态。而引入类似‘智能体’技术,则可以为其增加外部的知识库,让大模型在回答问题时,可以检索外部知识,实现信息或知识的全面串联。例如旅游平台的客服,引入‘智能体’技术后,就可以调取火车票、机票系统或酒店系统,帮你查询相应的信息,从而深度解决用户的问题,也能更好地‘听懂人话’。”苗方解释道。

互联网产业时评人张书乐则表示,技术的使用不能失去人文关怀。企业使用智能客服,虽然能降本增效,但这不能成为企业回避售后问题的借口,也不能牺牲消费者的消费体验。“人工客服也有着智能客服不可替代的作用,尤其是对老年人、残疾人等特殊群体来说,人工客服显然更加便捷。未来,企业在使用客服系统时,应该合理分配智能客服和人工客服的占比,‘一键转人工服务’等选项也必不可少,让客服系统能真正成为为消费者服务而不是添堵的工具。”张书乐说。

来源:北京日报客户端