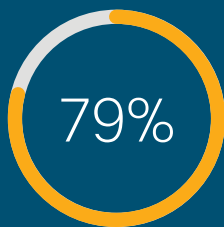


# 互联互通数字体验：对您的客户和企业如此重要的几个理由

## 挑战：客户全生命周期都需要悉心关怀

当思科遇到像您这样的公司时，经常萦绕在耳际的问题是：一个组织是如何和客户随时互动的？这种情况可以称为“客户全生命周期”，或者“客户历程”。客户购买、接受服务、可能成为回头客的意向……等等，都是这个历程的组成部分。

然而，挑战来了：您如果在客户历程的任何一个时间点没有做出回应，就有可能丢掉这个客户了！您投入的所有努力将岌岌可危！



消费者都宣称，他们更忠诚于那些联络起来便捷、简单的组织<sup>1</sup>



消费者会更多地向那些做生意更简单的公司购买产品<sup>1</sup>



但是，三个消费者中有两名会抱怨，与客服交涉起来让他们心力交瘁<sup>1</sup>

<sup>1</sup> “聊天、叩开心扉、交谈：变革您数字客户体验的八个关键趋势” Cisco/BT, 2017

## 目录

挑战：客户全生命周期都需要悉心关怀

机会：把断点连成一线

现状：系统各行其是

解决办法：互联互通数字体验  
互联互通数字体验的亮点

特色和举例

互联互通数字体验在行动

思科：您真诚可信赖的合作  
伙伴 Summary

## 机会：把断点连成一线

绝大多数消费者更钟情于和那些易于打交道的公司做生意。然而，三名消费者中总有两名会抱怨与客服打交道让他们大伤心神。看看！存在多么大的改进机会啊！

好消息是，众多公司正在积极找办法来提升客户历程。不幸的是，目前比较典型的客户历程存在各种各样互不连贯的触点。作为消费者，我们都曾经历过。例如，我们注意到一则促销广告，但是和这家公司联系时，得到的答复是，他们不知道有这个事！这可能就是销售部门和客户支持部门之间出现了“断点”。不过，即使是在同一个业务部门内部也会出现这种断点 - 尤其是在联络中心内部。

这种事无时无刻都在发生。我们致电一个联络中心时，一个交互式语音应答系统（IVR）会提示我们输入账号。然而，当我们被转到一个人工接线员时，多数情况下他会让你重复一遍相同的信息。这多让人烦啊！更不要说浪费时间了。不要忘了，浪费的这分分秒秒会很快让繁忙的联络中心不堪重负。在不同的渠道之间切换只能使问题变得越来越糟。IVR 系统或一名活生生的人工接线员什么时候才能最终搞明白：您打来电话只是想弄清楚您填写一张网页表格时遇到了困难？

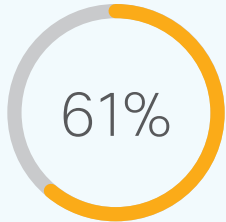
当一家企业忘记了消费者事前和它联系了哪些事项，或者不明白消费者现在为啥联系它，作为消费者的我们没有什么是比这更糟心的了。

是什么原因造成这些断点？我们必须弄清楚问题所在，继而找到解决方法。

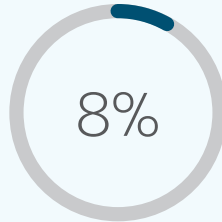
## 现状：系统各行其是

如果您回顾一下上世纪九十年代就会记起，企业曾力图将语音和数据合并起来，把网络整合到一个单一的主干网上。结果，基本上成功实现了。在这些网络的基础上，企业给它们目前基于语音的呼叫中心增加了多渠道客户关怀，诸如电邮和聊天。问题是，在大多数情况下，这些关怀渠道从未被整合起来，而是像一个游泳池中的多个泳道一样各行其是。自那以后，当公司将视频、移动通讯和其它交互式内容加到客户历程中时，遇到的挑战就越发严重了。

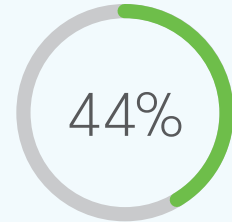
一定要认识到，技术存在的价值是把这些渠道整合起来，这非常重要。然而，困难、成本和时间常常会阻止这种整合。



消费者是否会反水将依据他们在和组织联络时遇到的处境<sup>1</sup>



然而，仅有8%的组织把全部取得联通起来，只有22%的组织把大多数渠道联通起来<sup>2</sup>



企业认为渠道管理真是太难了<sup>2</sup>

现实情况是，消费者是在不同的时间在不同的渠道上和企业进行交互的。消费者把这看作是单一的、互联互通的历程，但是，企业却常常视之为孤立的、断断续续的事件。消费者烦透了，这还奇怪吗？最终，消费者是否会向他人推荐这家公司，将按照这家公司在整个历程中是如何关怀他们的体验来决定的。

## 解决办法：互联互通数字体验

那么，您的企业或组织如何提供优秀的客户体验，使自己在竞争中脱颖而出呢？

思科认为，解决之道就是：采用我们的**互联互通数字体验**，它让您在不同的时间、不同的渠道，为您的客户提供连贯的、承前启后的、功能丰富的历程。

分解开来说：

**互联互通**意思是.....

- 您可以把人和人、人和物、物和物，都联通起来。
- 从自助服务，到协助服务，消费者什么时候、如何选择，之所以会联络您的企业，是因为您的企业能给他们提供差异化的、相关性的服务这些信息。
- 您的企业现在能够用数字渠道策略联通前台和后台，在客户历程中全程提供持续的关怀。

**数字**意思是.....

- 您的企业可以通过内外部的运营获得竞争优势。这些可包括：数字化的自动化、简单化、编排、加速和洞察力。
- 您能够在客户历程中全程降低成本，提升服务。
- 您的客户可以通过诸如移动 apps、电邮和微信等数字渠道和您的企业方便地联系，并能无缝地、承上启下地升级到人工帮助。

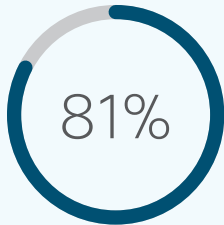
**体验**意思是.....

- 对您和您的客户的一种积极的、从始至终的关怀历程。
- 您能够成功地取得新业绩，例如较低的客户费力度和较高的净推荐值。
- 您能够最终解决人们认为是客户关怀中最关心的关键问题。

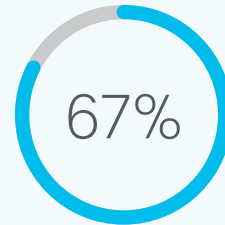
<sup>1</sup> “聊天、叩开心扉、交谈：变革您数字客户体验的八个关键趋势” Cisco/BT, 2017

<sup>2</sup> “全球客户体验标杆研究报告” Dimension data, 2017

传统的联络中心基本上以优化成本和人力资源的模式运作。互联互通数字体验助您确保效率和效益两者**不再互相排斥，而是相辅相成！**



公司承认，客户体验是一种竞争优势，然而，仅有13%的公司认为他们的客户体验得分只有9/10或稍高一些<sup>2</sup>



公司目前可以某种形式追踪客户历程<sup>2</sup>

## 互联互通数字体验的亮点

思科提供的联络中心解决方案可以帮助您的企业向客户提供互联互通数字体验。下面是一些亮点：

- 对所有媒体的全渠道智能路由，包括语音、视频、电邮和微信。
- 对所有媒体的通用排队，包括任务路由，可供专家和后台处理集成到客户关怀运营中。
- 内置的、业界领先的背景服务，可供企业追踪先前与客户的交互内容，从而提供更加快速、更加聚焦的关怀。
- 一个基于小工具的代理商桌面，供关怀提供者随时查询需要的所有信息，以便更快更准确地给客户提供帮助。
- 电邮和微信，目前是 Cisco<sup>®</sup> 集中联络中心企业（CCE）产品线每个标准代理商许可证和每个联络中心快递费（Contact Center Express Premium）代理商许可证的一部分。产品线包括CCE、打包 CCE 和联络中心托管协作解决方案。
- 开箱即用的全渠道报告。
- 供所有应用程序的单点登录。

## 特色和举例

互联互通数字体验给您企业呈上三个重要特色。我们来分别讲述，并举例说明它们如何让您和您的客户从中受益。

**1. 承上启下：**您想了解客户 – 不限于他们是谁，而且想知道他们为何联系您、从前是如何和您交互的。这使您的客户不必再重复自己的信息（这是客户很讨厌的地方），让您能够更快更准确地处理他们关注的事项。

### 举例：

- Cisco Finesse<sup>®</sup> 代理商桌面把每名客户的个性化信息快速地传输给您的代理商。
- 背景服务（Context Service）内置于思科客户关怀解决方案中，让您的代理商能了解客户以前与您企业是如何交互的。

<sup>2</sup> “全球客户体验标杆研究报告” Dimension data, 2017

**2. 持续性：**无论客户处于客户生命周期的哪个阶段，企业都需要以恰当的资源与他们沟通。沟通包括拉入式联络、主动外呼、与专家及后台资产或物联网沟通。

**举例：**

- 思科精确路由（Precision Routing）会第一时间将您的客户服务要求（语言、地点、所需服务类型、所需专业、忠诚度等级、先前的沟通等）与恰当的资源进行匹配。这种方法比传统上其他商家基于技能的路由更易于实施。
- 任务路由（Task Routing API）发起了新型交互—诸如来自物联网的视频、文本和事件（例如，侦测到的停电事故或交通事故）—路由到联络中心。
- 思科的 Context Service 很像胶水，让您的企业知晓客户先前是如何、为什么和您联络的，从而向他们提供无缝的、持续的客户历程。

**3. 胜任的：**您期望一种可切合您企业需求的安全、可靠、能拓展、能力丰富的客户关怀解决方案，包括特色、规模和部署模式。

**举例：**

- 思科客户关怀解决方案可以部署在户内、云端或者混合架构中。我们的解决方案可支持那些仅需要一小部分客户服务代表就对应成千上万代理商的企业。
- REST APIs 能够向 Cisco Finesse 代理商平台提供来自不同来源的信息，从而您的代理商能掌握他们所需的信息，更好地帮助您的客户。
- 思科一体化的 CCE 容错架构是全世界任务关键型联络中心的基础。
- 思科客户关怀解决方案建立在思科网络上，它是世界上最强大、最安全的网络。

## 互联互通数字体验在行动

**设置：** Cumulus 金融集团在其联络中心采用了思科成套 CCE，其中内置了 Cisco Finesse 代理商桌面，桌面上的小工具可支持与客户进行全渠道交互。不论是来电、聊天、电邮、文本短信，还是其它联络方式，Cumulus 的代理商都拥有他们所需的工具应对与客户的任何交互。思科的 Context Service（也包括在内）向代理商和自动系统（例如聊天机器人和 IVRs）提供与客户先前交互的信息。

**场景：**

1. 瑞恩是一名消费者，他浏览 Cumulus 网站查找房屋抵押的信息。他此次检索的概要信息就传到了云端的 Context Service 中。
2. 通过 Cumulus 网站，布瑞恩向 Cumulus 发送了一个电邮，询问可提供的房屋抵押类型。这样，额外的信息就发到了 Context Service 中。
3. 得到 Context Service 的通知，成套 CCE 采用思科高效的 Precision Routing 将布瑞恩的电邮发送给精通抵押业务的代理商艾米。
4. 艾米审阅了布瑞恩的电邮，然后打开她 Cisco Finesse 桌面上的历程（Journey）清单，查看了 Context Service 提取到的布瑞恩先前与 Cumulus 的交互内容。艾米注意到布瑞恩是位退役海军军官。

5. 艾米这样就清楚布瑞恩心想什么了，所以，她使用她的解决（Solve）小工具查找到一份文件，文件中概况了 Cumulus 可提供的抵押类型。她向布瑞恩发了一份电邮。由于布瑞恩的前军人身份，艾米建议他考虑申请退伍军人管理局（VA）贷款。艾米把这一切都记录在 Context Service 中。
6. 布瑞恩查看了艾米发给他的贷款选项。他倾向于申请 VA 贷款，但对当前的贷款利率有些疑问。他正看电视观看一场运动赛事，所以他通过 Cumulus 网页发起了聊天。
7. 由于 Context Service 告知布瑞恩是一名可能交易的客户，PCCE 把他的聊天路由给另一名抵押专家桑德拉，而不是路由给一个自动聊天机器人。
8. 桑德拉收到聊天后，使用她的 Journey 清单，查看了迄今为止与布瑞恩都交互了些什么。她向布瑞恩打招呼，询问他还需要了解VA贷款的哪些信息。对桑德拉如此了解他的情形，布瑞恩表示感谢，并答复说需要了解进一步信息。桑德拉使用她桌面上的一个小工具，查到了当前 VA 贷款的利率，发给布瑞恩。她给 Context Service 作了记录，而布瑞恩结束了聊天，填写了一份快速网页调查表。
9. 几天后，布瑞恩准备填写网上 VA 贷款申请了。他呼叫了 Cumulus，在 Context Service 的通知下，他联络到 IVR，告知他优先排队联络贷款专家。很快，布瑞恩被接入到代理商格雷格，后者通过发起一个共同浏览会话，帮助他填好了贷款申请。

## 思科：您诚可信赖的合作伙伴

企业需要像思科这种特色丰富的、开放的解决方案，可以从多个来源提供最好的内容。然而，能准时、经济地联系到您的联络中心也是非常重要的。这就是为什么世界上如此多的公司信任思科的客户关怀解决方案。

## 总结

上面，您了解了互联互通数字体验。它让企业在客户的整个历程中更准确、更有效地帮助客户，而不论时间和渠道如何。它使人和设备在一定的背景下智能地联通起来，从而愉悦了客户，使他们成为您品牌的强大推广者。

欲了解思科联络中心提供的服务和产品，请访问<https://www.cisco.com/c/en/us/products/customer-collaboration/index.html>。