

迎接現代化 客戶體驗的 進階挑戰

雖然建立正面、長期的客戶關係對企業獲致成功來說一直至關重要，但各行各業採取的做法正以前所未有的速度迅速演變。

對大型組織來說，如何大規模滿足客戶期望是個錯綜複雜的議題。如今採取的做法與十年前（甚至一年前）的做法大相逕庭。

在企業演變的同時，先進技術的進展也改變了消費者行為。

在這個高度動態的環境中，提供卓越客戶體驗已變成差異化的關鍵方法，同時也是象徵整體成功的指標。本白皮書說明如何迎接現代化世界中的全新客戶體驗挑戰並做出因應調整。



zendesk

瞭解迎接現今客戶體驗挑戰會獲得回報

雖然大家對於提供優質客戶體驗 (CX) 的必要性耳熟能詳，但若要滿足與日俱增的需求和日漸提高的客戶期望，公司必須調整其整個企業的客戶體驗理念和策略。

客戶期望透過簡單易用且高互動的方式來接觸與他們有業務往來的品牌，並在所有這些互動過程中享有流暢的體驗。但這會大幅提高後端的複雜度，尤其是擁有大量客戶、訂單和產品的企業。

雖然滿足這些與日俱增的期望是一項挑戰，但這項投資能讓您在營收和利潤方面獲得回報。Forrester 最近發現，相較於客戶體驗落後的同儕企業，身為客戶體驗領導者的企業營收成長速度快了 5.1 倍。¹

投資於盡力在客戶與貴公司的每一次互動中為其提供最佳體驗，就能增加贏得客戶信任的機會，這始終是提高營收的可靠途徑。忠誠的客戶不只有可能消費得更多（透過增加續約率、提高產品採用速度以及重新上門的業務），他們可能還會與其他人分享自己的想法。口碑宣傳力也會帶來新的業務，而且能夠帶動一波新的忠誠客戶加入。

不過，企業需要先瞭解現代客戶的需求，以及提供該需求所必須克服的挑戰，才能獲得這些益處。

¹ Forrester Research，透過業務專業領域促進成長來改善客戶體驗，作者：Harley Manning 與 Rick Parrish，2019 年 9 月 11 日

需要克服的 4 大客戶 體驗挑戰

雖然每間公司都有各自的獨特情況，但客戶支援高階主管在各方面卻面臨類似的挑戰。其中包括：

1. 現代化現有技術堆疊

無論是由於生命週期結束問題、安全性考量或是缺乏開發的新功能，許多公司都面臨升級舊版技術系統的艱鉅任務。在許多情況下，企業發現自己仰賴不僅過時還使用專屬技術打造的平台，使其缺乏彈性且難以更新。這個問題會在企業拓展的同時，變得越來越難管理。

徹底改造舊版技術解決方案可協助團隊提高營運效率、有效利用資料，以及在現代化企業態勢中保持競爭力。例如，過時的技術系統可能會導致安全性風險，因為它們讓公司受到陳舊功能和程序的束縛。而隨著公司的技術堆疊成長，舊版系統無法隨時與新工具成功整合。這會產生影響客戶體驗的技術和資料孤島現象，也會讓代理的檢視焦點無法放在客戶歷程上。

更新系統以提高營運效率和透明度的過程，並不像完成一系列「重新建構」專案那麼簡單。請務必考量員工在哪個位置透過介面使用資料，以及如何使用資料提供最佳客戶體驗。關鍵是要考量整體生態系統，以便採用符合未來敏捷性的設計。選擇新系統時，請考量下列因素：

- 是否易於自訂？
- 是否能與現有技術完美整合？
- 是否能與日後可能投資的技術輕鬆整合？
- 是否能支援員工、客戶和使用者人數的增長？

現代化技術堆疊不只專注於目前的需求。它必須符合現有需求，同時提供因應未來需求所需的調整能力。

2. 新管道不斷增加

也許幾年前只要有一個客戶話務中心即可應付需求。但如今，客戶希望能選擇透過各式各樣其慣用的管道來聯絡公司。也就是說，企業必須提供多種聯絡方式，包括電話、電子郵件、自助服務、即時交談、社群媒體、傳訊 App，以及點對點社區。

為了在如此眾多的管道中提供服務，工作人員必須接受訓練並且能夠存取所需的工具，以確保客戶在這些各式各樣的管道中享有一致的體驗。此外，他們需要存取適當的技術基礎結構，以便在任何位置進行時，皆可有效地管理客戶對話。

隨時隨地提供服務是一項耗費成本且艱鉅的任務，可能也因為這樣，根據 [Zendesk 基準資料](#)，低於 30% 的組織提供即時交談、社群傳訊、App 內傳訊、Bot 或點對點社區。但如果企業無法讓客戶在預期的位置取得聯繫，可能會非常令人失望。

3. 缺乏自助服務內容的資源

提供自助服務資源是一種雙贏策略。客戶喜歡選擇進行複雜度較低的任務。此外，對企業來說，這也能減少代理管理的支援通話數目，讓他們有時間專注於需要人性化互動且更複雜的問題。事實上，基準資料顯示表現優異的公司提供自助服務內容的可能性高了 76%，而且自助服務內容的客戶採用率增長了 103%。

然而，只有三分之一的公司願意提供自助服務支援選項。即使您認可自助服務的價值，建立、發佈、維護和自訂自助服務入口網站需要投入大量時間和資源。您必須撰寫和維護內容，而且必須設計體驗本身並將其品牌化。很多公司都有建置自助服務支援內容的需求，但這與實現此目標所需的資源不相符。

4. 難以利用可用的客戶資料

企業充斥著在客戶、產品和員工之間許多接觸點所擷取的大量資料。不過，如果沒有將該資料轉為可正確瞭解和使用的良好方法，資訊就無法發揮其效用。

事實證明，隨時掌握位於任何位置的客戶資料能夠帶來許多優勢。基準資料顯示，更有效利用客戶資料的公司的問題解決速度快了 36%，等候時間減少了 79%，而且解決了四倍的客戶請求數量。

有效利用資料的程序共有兩個步驟。資料必須經過格式化和彙總。此外，公司越大，技術堆疊也就越大，許多公司擁有數百個應用程式和資料來源。為了探索資料中隱藏的深入解析，資料必須處於可存取且有意義的狀態。這必須找到連結所有不同資料來源和存放庫的方法，因此，需要建立橋接器。

開放、敏捷的平台能夠連結可隨時間輕鬆因應新資料來源的現有來源，以建立統一的資料檢視（並根據客戶體驗的擴展）。但這一切並非易事，尤其是在使用未設定為與其他工具互動且缺乏彈性的舊版系統時。

如果您對任何這類內容已經覺得耳熟能詳，我們就開始探討解決方案吧。

與時俱進的客戶 體驗方案

將客戶資料整合在同一個檢視

豐富的客戶資料代表創新和提供卓越客戶體驗的潛力。如果代理能夠在協助每位客戶時存取相關詳細資料，他們就能提供更個人化且實用的支援。否則，這會是一項棘手的挑戰。

如果資料陷於孤島中，代理可能可以存取某些資料。但他們可能無法存取其他資訊，或者如果他們不知道資料存在或可在哪個位置找到資料，就會覺得一片茫然。

您可輕鬆獲得修正此問題的方法。首先，客戶服務技術可以將來自多個產品的資料整合至一個平台，並呈現於統一的檢視中。這立即簡化了客戶體驗技術堆疊，而且能夠輕鬆瞭解客戶的完整歷程。

為了確保平台和軟體能夠隨著公司的需求增加而演變並連結至其他資料來源，重要的關鍵在於擁有開放、彈性的 API，這樣才能自訂為與 App、整合和其他資料來源搭配使用。彈性 API 代表無論目前使用哪些技術工具，系統都能連結目前和未來的軟體，確保資料持續在一個便利的檢視中顯示。有提供隨即可用的技術合作夥伴整合功能的客戶服務產品，讓此程序更容易用於常見的企業技術。

雖然進行重大技術更新非常麻煩，但目標是要實作可隨時間輕鬆演變的解決方案。隨著企業需求變更，開放平台將有助於確保應變能力和順暢的轉換。

選擇相對易於維護的技術，不需要有專家團隊，就能協助保持產品正常運作。請注意一開始比較便宜且「隨即可用」，但充滿隱藏維護成本的產品。確認只要按幾下滑鼠（而不需要撰寫程式碼）就能輕鬆進行更新並自動化業務程序，這有助於確保降低擁有權總成本 (TCO)。

運用技術影響客戶體驗

尋找連結不同工具並將客戶資訊整合為一個檢視的適當技術解決方案，讓客戶體驗團隊的工作加倍輕鬆。但終究簡化和與時俱進只是這個成功方程式的一半。另一半同樣重要：提供客戶期望的便利且個人化的體驗。

現今，這表示需要提供多管道支援，包括自助服務，並利用客戶歷程的相關資料以一致的方式個人化其體驗。

提供始終在線上且擁有豐富背景資訊的支援

在過去數十年來，電話支援已然足夠。電子郵件支援的概念在許多年後才產生，還有方便使用的代理平台也是如此，可管理我們現今所知之工單形式的查詢和溝通。但現在客戶有更多不勝數的方式能與企業進行溝通，他們更想要根據自己的情況使用：選擇一天當中偏好的時段，能夠切換管道並仍保留問題的背景資訊。根據《[2020 年 Zendesk 客戶體驗 \(CX\) 趨勢報告](#)》，對客戶來說，不必自行複述問題是目前的必備條件，42% 的客戶表示，需要自行多次複述問題是不良客戶服務的指標。

客戶希望，與品牌的對話方式，就像他們在個人生活中所採用的溝通方式一樣。也就是說，社群、傳訊 App、電子郵件，當然還有電話。客戶期望品牌在這些管道中傾聽並提供回應，同時也具有先前對話、訂單和其他使用之產品的背景資訊。提供完整的全通路解決方案可協助確保客戶擁有他們期望的體驗，同時讓代理透過簡單易用的介面輕鬆存取所需的客戶資料。

根據《客戶體驗趨勢報告》，只有三分之一的主管表示，他們是透過其偏好的聯絡方式與客戶溝通。對許多組織來說，這是因為它們尚未跟上當今較新、慣用管道（傳訊 App）的腳步。

根據 Gartner，「到了 2022 年，客戶互動將包含機器學習應用程式、交談 Bot 和行動傳訊等新興技術，從 2018 年的 15% 一直增加到 70%。」² 雖然新增管道在營運上非常費力，但透過客戶愛用管道提供支援的公司能夠因其努力獲得更優異的成果；基準資料顯示，第三方傳訊 App 獲得任何即時支援管道的最高客戶滿意度評分：98%。

從決定將舊版管道棄之不用到迎向嶄新且出色的管道，問題在於企業如何整合每個管道的強大力量，提供整體而言高品質的體驗。

² Gartner，針對 CRM 客戶互動中心的 Magic Quadrant，作者：Brian Manusama、Nadine LeBlanc、Simon Harrison，2019 年 6 月 11 日

提供各式各樣的自助服務選項

如果客戶願意，與能夠提供協助的人員聯絡應該是件很簡單的事，但真正的情況是，客戶未必願意這麼做。很多客戶只要知道有量身打造為符合其需求的知識庫，且其中具有更新文章和符合邏輯的導覽方式，就會很樂意使用知識庫。

自助服務 Bot 在最佳化體驗方面花費了很多時間。智慧型自助服務自動化工具可讓知識庫中的相同資訊更易於存取，藉此為客戶即時提供個人化答案。在具備機器學習功能支援的情況下，自助服務 Bot 甚至會隨著時間變得更完善，根據其過去成功的回應措施為客戶提供適當的答案。

成功個人化每個體驗

對許多大型組織來說，巨大的挑戰在於有這麼多不同的客戶和這麼多不同類型的產品，需要整理客戶資訊來確保每次互動都是針對其獨特情況量身打造，這是一項艱鉅的挑戰。

不過，如上所述，42% 的客戶表示，需要自行多次複述問題是不良客戶服務的指標。客戶討厭必須在每一次聯絡時提供所有詳細資料，包括他們是誰、他們使用哪些產品，以及他們遇到哪些問題。

理想的狀態是，系統可確保所有代理在每次與客戶進行互動時皆可存取相關客戶資料，減少讓客戶受制於先前所述之內部盲點的可能性。此外，代理可更快速地針對問題提供適當的答案。

收集和策劃執行客戶資料是雙向的過程。代理在一個管道上收集的任何資訊應新增至共用平台，確保其他代理能夠即時看到該資訊。達到個人化似乎需要投入大量工作，但最重要的是要選取預料之中的適當技術。

收集和整理客戶資料時，它會繪製完整的客戶檢視，達到超過資訊收集的程度。因此，重點是所有這類資訊都要能輕鬆存取並加以整理，以便為代理在所有管道中提供支援，確保他們不會將寶貴的時間浪費在大海撈針的情況中。

如何達成這一切: Zendesk

提供客戶整合的個人化體驗，就是要找到適當的客戶體驗平台。透過 Zendesk，公司可以輕鬆連結並儲存客戶事件和企業物件的相關資訊，並在任何系統建立客戶關係的動態個人檔案，藉此建置完整的客戶體驗檢視。

讓代理能夠在每次互動期間，快速輕鬆存取所需的特定客戶詳細資料。讓代理能夠與客戶在其選擇的管道中進行對話，全部都在同一個平台內進行。此外，軟體提供大量的創新空間 — 擁有開放的平台代表整合未來工具和產品在接下來幾年會變得更加順暢。

在競爭日漸激烈的態勢下，滿足現代化客戶的期望並非易事。但適當的軟體能夠讓團隊有大顯身手的方法。

