

N 工人日报 澎湃新闻

“可以先告诉我您的问题”“如需转人工客服请耐心等待”……随着人工智能技术的迭代更新,电商、物流、电信等行业 AI 客服的使用越来越广泛。而不少用户却抱怨 AI 客服往往答非所问,无法有效解决实际问题,在选择转人工客服时步骤繁琐,等待时间较长。

与此同时,全国多地公布的紧缺技能人才职业参考目录中,“客户服务管理员”名列其中。AI 客服越来越普遍,人工客服却依然存在缺口,两种客户服务形式如何才能实现协同互补?

## 消费者 转人工客服 越来越难

“现在转人工客服太难了,我连续发多次‘人工客服’都没有转接成功。”1月初,贵州贵阳的任女士在某电商平台购买的药品迟迟未发货,“我选择退款后系统自动拒绝,卖家表示退款需要联系平台的人工客服。人工客服找不到,AI 客服不智能,我把问题换了多种表述方式,都得不到解决方案,回复的都是固定话术。”任女士说。

“目前而言,AI 客服技术成熟度还不够高,对于复杂问题的表述尚不能精准识别和回复。随着 AI 客服的不断普及,客户对其要求也随之增高,AI 客服不智能的问题就会显现出来。”北京邮电大学人工智能学院副教授梁孔明表示。

工业和信息化部发布的2024 年第一、第二、第三季度电信服务质量通告显示,互联网信息服务投诉平台收到的互联网用户投诉中,四个投诉类别里客服渠道类投诉占比连续三个季度占比排名第二。

中国人民大学劳动人事学院教授李育辉认为,转人工客服越来越难,一方面是因为企业出于业务转型的考虑,需要通过一些策略性的手段引导用户使用 AI 客服。另一方面是随着企业的数智化转型,人工席位减少,这就使得在某些高峰时段转人工较为困难。

广东深圳某企业的客服主管乔先生告诉记者,企业选择哪种客服方式与客单价有一定关系。“客单价高的类目对销售额的影响较大,平台更倾向于用人工为客户提供更优质的服务;而客单价低的类目成交过程相对简单,AI 客服能应对大部分的问题,因此更倾向于 AI 客服。”乔先生说。

# 人工客服怎成「香饽饽」? AI 客服时代 『客户服务管理员』名列其中 全国多地公布紧缺技能人才职业参考目录

## 业内 客服从业者 对 AI 客服褒贬不一

记者采访多位客服从业人员了解到,人工客服岗位工作压力大、强度高、人员流动频繁是普遍现象,从业者大多出身农村,对 AI 客服的认可度也不相同。

“AI 客服在一定程度上减轻了我们人工客服的压力,比如针对客户反馈的常规性问题能快速给出解决方案。”山东青岛的容先生从事网约车客服已经有两年时间,工作内容是处理司机与乘客之间发生的问题。关单量和好评率是对其考核的重要指标。面对五花八门的矛盾纠纷,对于容先生来说要承担较大的心理压力。“双方一旦出现问题,心情往往很焦急。如果 AI 客服能把客户的问题精准识别并分门别类,之后再转到人工处理,这样就能提高工作效率,帮助我们完成考核指标。”容先生表示。

同样从事客服工作的吴女士却认为,AI 客服并不能有效帮助到人工客服。“AI 客服是遵照底层逻辑运行的,客户的很多问题 AI 无法覆盖。”吴女士认为,客户找客服的目的是希望尽快解决问题,如果 AI 客服不能在短时间内满足客户的需求,转人工后,客服不仅要解决问题还要安抚客户情绪,工作量反而会增加。

“退货不上传退货单号”“出现问题不提供视频证明”“衣服穿了 3 个月要退货”……吴女士每天面对的客户问题繁杂且棘手。“我们店铺有一款产品只有 3 个按键,操作很简单,但我用了一个多小时才教会一位客户如何使用,这类问题 AI 客服解决不了,最终都要人工客服处理。我身边很多同事因为承受不了客户的指责甚至辱骂最终选择了转行。”吴女士说。



建隆/制图

## 专家

### 实现人工客服 与 AI 客服协同互补

吴女士同事的经历在各地公布的急需职业中得到印证:目前多地把人工客服列为紧缺技能岗位。辽宁省、广东广州市发布的 2024 年第三季度急需职业目录,以及河北省人力资源和社会保障厅发布的《2024 年河北省民营企业人才需求目录》,都把“客户服务管理员”列入其中。广东省江门市发布的《江门市急需紧缺产业人才目录(2024 年)》,客服经理岗位被列为家电产业急需人才。

对此李育辉认为,尽管 AI 客服技术不断进步,但在处理复杂问题和个性化服务方面仍有局限,而与之相对的是客户需求的多样化和企业对客户关系管理的愈发重视。“同时,客户服务管理员需要具备相关行业知识和技能、团队合作能力、沟通能力等多样化技能,而目前国内企业大多把客户服务做成了标准化的工作,加之从业人员素质参差不齐,无法满足企业发展需求,因此客户服务管理员仍存在缺口。”李育辉表示。

对于如何弥补人工客服的短缺,梁孔明认为,应实现人工客服与 AI 客服协同互补。“针对答案不明确的问题,AI 客服可以先给出解决方案,之后应由人工客服介入;针对表述复杂的问题,则应以人工客服为主,并将问答数据更新到 AI 客服模型中,持续强化 AI 客服回复问题的精准性。”梁孔明认为。

此外,李育辉认为,对人工客服的权益保障同样重要。“人工客服在工作中需要提供情绪价值,同时容易受到客户负面情绪的影响、心理压力大,因此应在其薪酬中体现对其价值的肯定,同时做好心理支持工作、保障从业者身心健康。”

## 观点

### 求得企业效益和服务 质量最妥当的结合点

一边是 AI 客服越来越普遍、使用场景越来越丰富,另一边却是人工客服成了“急需人才”,这个反差值得玩味:技术的普及似乎并没有迅速带来“颠覆行业”的效果。而之所以出现这种现象,恐怕和 AI 客服的体验不够理想有关。

从消费者的反馈中可以看出,AI 客服的体验有时实在一言难尽,消费者渴望人工客服“回归”也在意料之中。对于这一问题,要说企业对此毫无认知,恐怕不太可能。AI 客服之所以广泛铺开,其实原因很简单——企业可以极大节约人工和管理成本。曾有业内人士表示,在导入 AI 客服之后,“有企业能实现 50% 的客服人员缩减”。

从技术层面看,AI 客服无疑正变得越来越智能。相比人工,机器不知疲惫、应答速度快,不仅成本低,效率也可以更高,对用户各种情绪化的表达也有更强的“耐受力”。这些机器的天然优势,理论上可以轻易超越人的极限。但理论和实际,总有些许差距。

人工客服被列为“急需人才”,或许就是个启示:AI 技术现在恐怕还谈不上成熟,还难以应对较为复杂的交流场景,企业快速铺开 AI 客服,可能是以降低服务质量为代价。说到底,客服的本质是一种“人与人的交流”,如果对人的感受和情感缺乏关照,只怕效果就不会太好。

另外,人工客服紧缺,也从侧面说明这一行业的劳动境遇恐怕还有待改善。有企业就直言不讳:人工客服岗位工作压力大、强度高、人员流动频繁是普遍现象,这也加剧了人力供给不足的问题。

所以,随着人工客服成为“急需人才”,企业也应当转变思路。一方面,人工客服并不是可有可无的“边缘岗位”,应当被置于企业运营更加重要的位置。企业应当强化客服人员的管理培训,提升客服职业技能、改进服务质量,这些对于企业的用户口碑、社会形象来说,也是越来越重要的影响因素。

另一方面,企业也有必要提升人工客服的劳动待遇,增强员工获得感。如今,政府文件重视,消费者也在呼唤,说明人工客服这一职业需要得到更多肯定。企业对此不妨有清醒的认识,通过工作薪酬和心理认可的提升,来留住客服人才,回应好社会各界对于优质服务的期待。

在当前阶段,企业也不妨摆正 AI 客服和人工客服之间的关系——二者并非互相取代,而是应当取长补短、形成配合,求得企业效益和服务质量最妥当的结合点。