

2022年（第六届）中国客户服务节

客服人幸福指数调研数据分享



中国客户服务节
China Customer Service Festival



才博(中国)客户管理机构
CAIBO (CHINA) CUSTOMER MANAGEMENT AGENCY

担当 | 坚守 | 奉献 | 感恩

客服人幸福指数调研

- ◆ 2017 - 2022, 中国客户服务节已连续举办六届
- ◆ 2020 - 2022, 客服人幸福指数调研已连续开展三年
- ◆ 2022年度客服人幸福指数分享, 如约而至...

2020年度 广西·北海



2021年(第五届) 中国客户服务节 客服人幸福指数调研报告

担当·坚守·奉献·感恩

指导单位: 中国信息协会客户联络中心分会
组织单位: 中国客户服务节组委会 才博(中国)客户管理机构 客户观察

2021年度 重庆



客服人幸福指数调研

◆ 2022年度调研历程



◆ 调研参与变化情况



客服人幸福指数调研

- ◆ 2022年度，客服人幸福度指数调研变化
- ◆ 1、调研主体 - 中国客户服务节组委会将联合中国信息协会、中国劳动学会、客户观察、才博（中国）客户管理机构共同组织、编辑《2022年客服人幸福指数调研报告》，报告将以内参的方式呈现给国务院参事室和人力资源社会保障部。



2022年客服人幸福指数调研报告

为深入、全面、真实地了解客服人幸福指数状况，展现客服团队风采，洞见客服人不同层次的需求，提升客服人的职业价值感和自豪感，呼吁全社会关注客服人，让更多的人了解客服这份职业，也让社会 and 更多的人看到坚毅、积极、善良和充满正能量的客服人，中国客户服务节组委会将联合中国信息协会、中国劳动学会、客户观察、才博（中国）客户管理机构共同组织、编辑《2022年客服人幸福指数调研报告》（以下简称“调研报告”），并于2022（第六届）中国客户服务节现场发布，报告将以内参的方式呈现给国务院参事室和人力资源社会保障部。

- ◆ 2、调研内容梳理优化 - 除15项基础信息外，由原来的57道调研题目优化到21道题目，更加聚焦于客服人幸福度，直击幸福指数的关键核心问题。在题目设计上，增加了开放式题目，一方面希望被调研者可以尽可能地表达自己的观点，另一方面能够更加精准定位客服人幸福指数。



客服人幸福指数调研

调研内容

- 1、客服人基本信息：年龄 / 学历 / 收入 / 岗位 / 地域 / 所处行业等
- 2、围绕综合评价 / 企业 / 个人 / 社会四大板块，共15题

综合评价

- 1、幸福度：目前这份工作令您觉得幸福吗？(1-5分 = 20-100分)
- 2、职业发展前景：您觉得当前所从事工作的职业发展前景（晋升、薪酬增长、能力提升等）如何？
- 3、职业发展预期：对于目前这份工作，您还愿意从事多久？

企业管理因素

- 4、企业重视：领导班子非常重视客户服务工作，通过多种有效措施，行之有效的提升客户服务体验。
- 5、部门协同：各个部门均能有效配合客服工作，通过多部门协同配合，最终达成良好客户服务体验。
- 6、设施完备：具备非常完备的客户服务必要硬件设施，包括但不限于简单易用的信息系统等。
- 7、服务流程：客户服务流程设计科学合理，客户服务痛点、阻点均能得到有效管理，客服体系压力平稳可控。

个人工作体验

- 8、重视体验：重视员工工作体验，工作环境舒适，员工福利充实（工服/三薪/体检等）
- 9、气氛融洽：团队气氛和谐融洽，在团队中有我的良师益友，我能够获得归属感与安定感。
- 10、薪酬福利：具有市场竞争力的薪酬标准，我认为我的付出与收益是对等的。
- 11、人才培养：重视服务人才培养，设有健全且付诸实施的员工培训与发展计划。

社会认同

- 12、客户理性：客户普遍理性、好沟通，并不会过于为难个别服务人员。
- 13、工作成就感：通过自身的努力帮助到客户，使我感受到满满的成就感。
- 14、工作认可：家庭与社会对客户服务的认可，周围人了解客户服务工作的难处与价值。
- 15、工作选择：如果有重来一次的机会，我仍然会选择客户服务行业。

■ 本企业平均分 ■ 全行业平均分



客服人幸福指数调研

幸福度提升

围绕幸福度提升 / 管理体系 / 工作选择倾向 / 求职方式 / 开放性问题, 共6题

16、以您个人意见, 提升客服人幸福度的关键动作是: (多选题)

- 企业越发重视客户服务, 客服部门在企业的位置上升
- 企业给予客服人员正式编制、同工同酬
- 企业给予客服人员的薪酬或福利上升
- 企业给予客服人员更好的工作环境, 例如休息室、健身室
- 企业给予客服人员相对较少的工作压力 (减少产能考核)
- 企业给予客服人员更灵活的班制结构、排班/换班/调休自由度
- 企业给予客服人员更多的培训、学习机会
- 企业给予客服人员更多的团建活动、减压活动

如何提升幸福度

17、您认为企业在以下哪些方面, 仍有改善与提升的空间: (多选题)

- 运营管理体系方面 (组织设置、日常运营、现场管理、团队管理、突发事件处置等)
- 数据指标体系方面 (基础指标开发与计算、数据日/周/月报、基础数据分析等)
- 培训管理体系方面 (新员工入职培训、岗中培训等)
- 质检管理体系方面 (质检抽样规则、质检标准、质检及复议流程、差错监控及数据分析等)
- 生产力管理体系方面 (话务预测、排班管理、班务调度、考勤管理等)
- 客户投诉管理体系方面 (应诉流程、投诉处理技能、投诉分级、投诉定责、投诉数据分析等)
- 客户体验管理体系方面 (服务流程设计、服务话术、服务体验测量与监控等)
- 智能服务相关方面 (智能客服、智能导航、智能语音分析、智能知识库等)

管理体系调研

20、做为客服人, 您觉得最大的困扰是什么?

21、做为客服人, 您觉得最大的幸福是什么?

开放性问题

幸福度提升

18、您在选择当前工作时, 主要考虑的因素有? (多选题 - 最多选3项)

- 收入高、待遇好
- 工作或收入比较稳定
- 工作时间灵活自由
- 工作环境好
- 有多样的工作体验、不简单枯燥
- 积累经验, 职业发展前景好
- 更能发挥自己的专长和能力
- 社会认可度高
- 找不到其他工作, 无奈选择
- 有一份工作就好, 并没有特别考虑
- 离家近, 方便照顾家人

工作选择倾向

19、您通过什么途径获取就业工作信息? (多选题 - 最多选3项)

- 专门的求职网站或手机APP
- 媒体 (报纸、公众号等) 招聘广告
- 亲戚朋友介绍
- 私营劳务中介
- 招聘会
- 政府公共人力资源市场
- “桥头” 市场、劳务市场等

求职方式选择

目录



行业基本信息



幸福度驱动因素



幸福度关联因素



如何提升幸福度



中国客户服务节
China Customer Service Festival



才博(中国)客户管理机构
CAIBO (CHINA) CUSTOMER MANAGEMENT AGENCY

担当 | 坚守 | 奉献 | 感恩

客服人幸福指数调研方法-调研样本调整

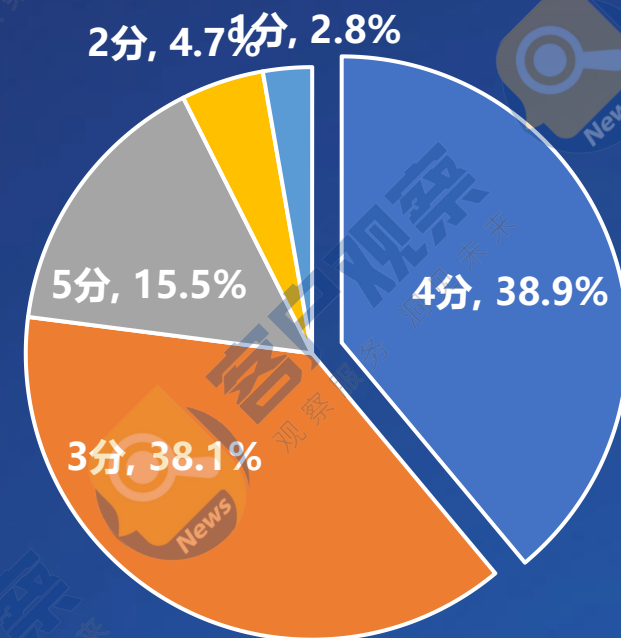
调研数据分值转换

5点评分法转换为百分制

非常赞同	→	100分
赞同	→	80分
一般	→	60分
不赞同	→	40分
非常不赞同	→	20分

行业总体分布:

目前这份工作
令您觉得幸福吗?



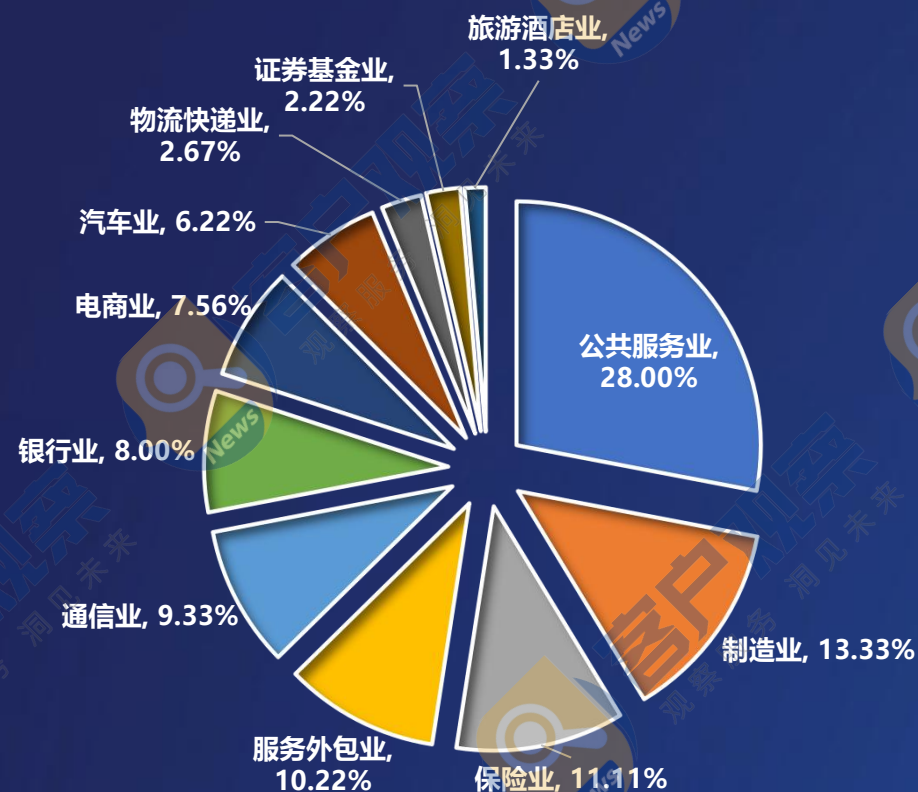
幸福度样本分布图

全行业综合幸福度得分：**71.9分**

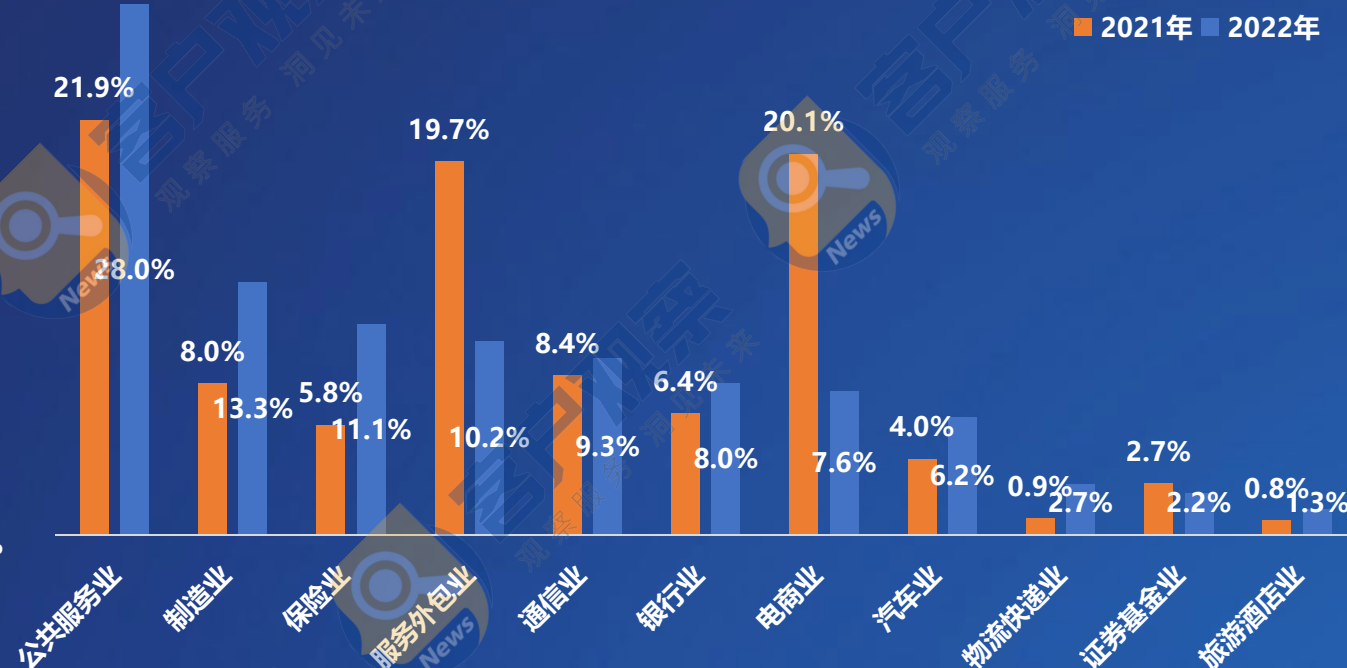
行业基本信息

行业分布

涵盖公共服务业、制造业、保险业、服务外包业等11个行业
公共服务业依然占比最高，服务外包业和电商业有所下降



行业样本分布图

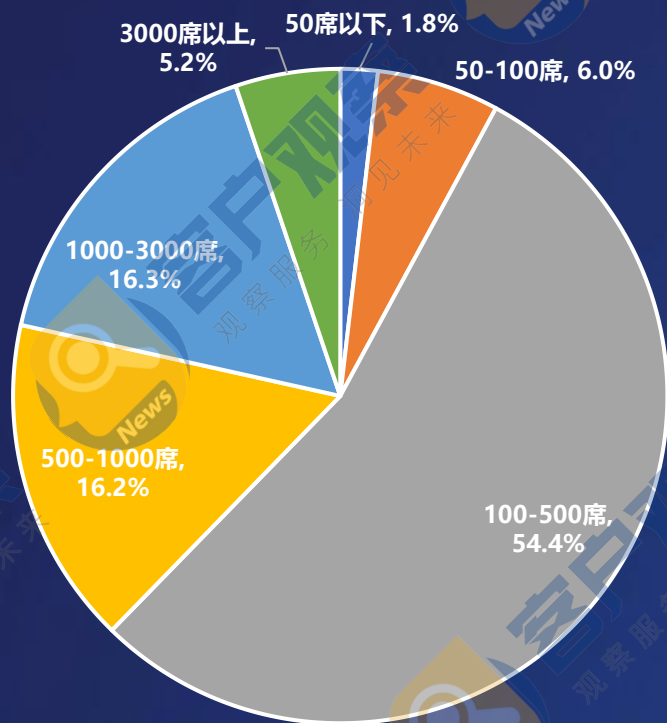


行业样本对比图

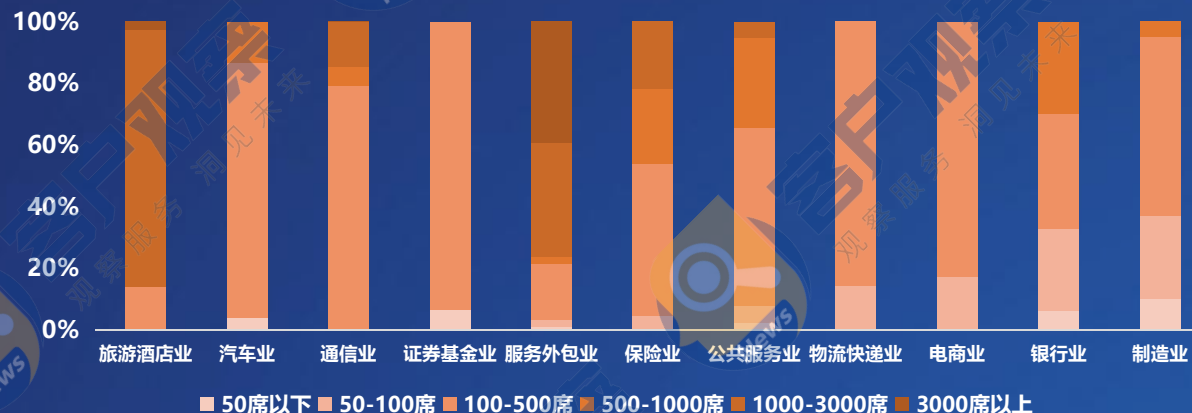
体量规模分布

3000席以上坐席规模主要出现在服务外包业

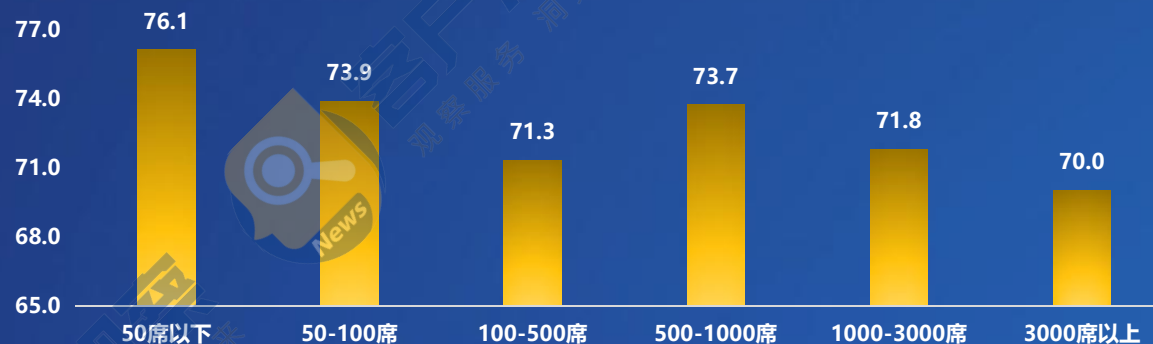
50席以下规模的客服人幸福度较高, 3000席以上规模的客服人幸福度最低



体量规模样本分布图



行业维度体量规模样本分布图

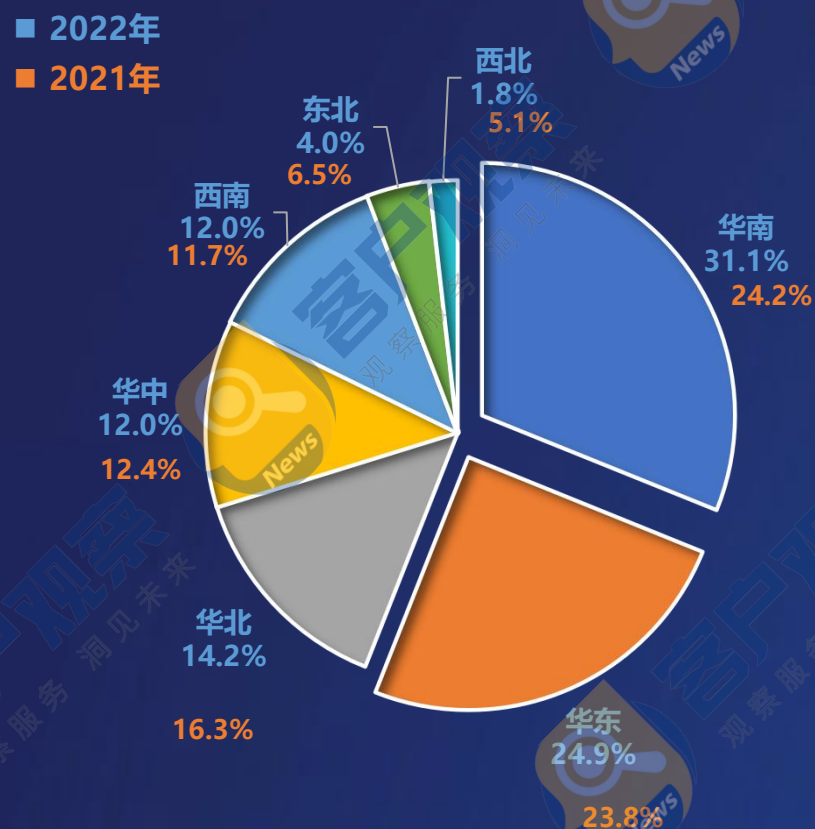


企业规模幸福度分布图

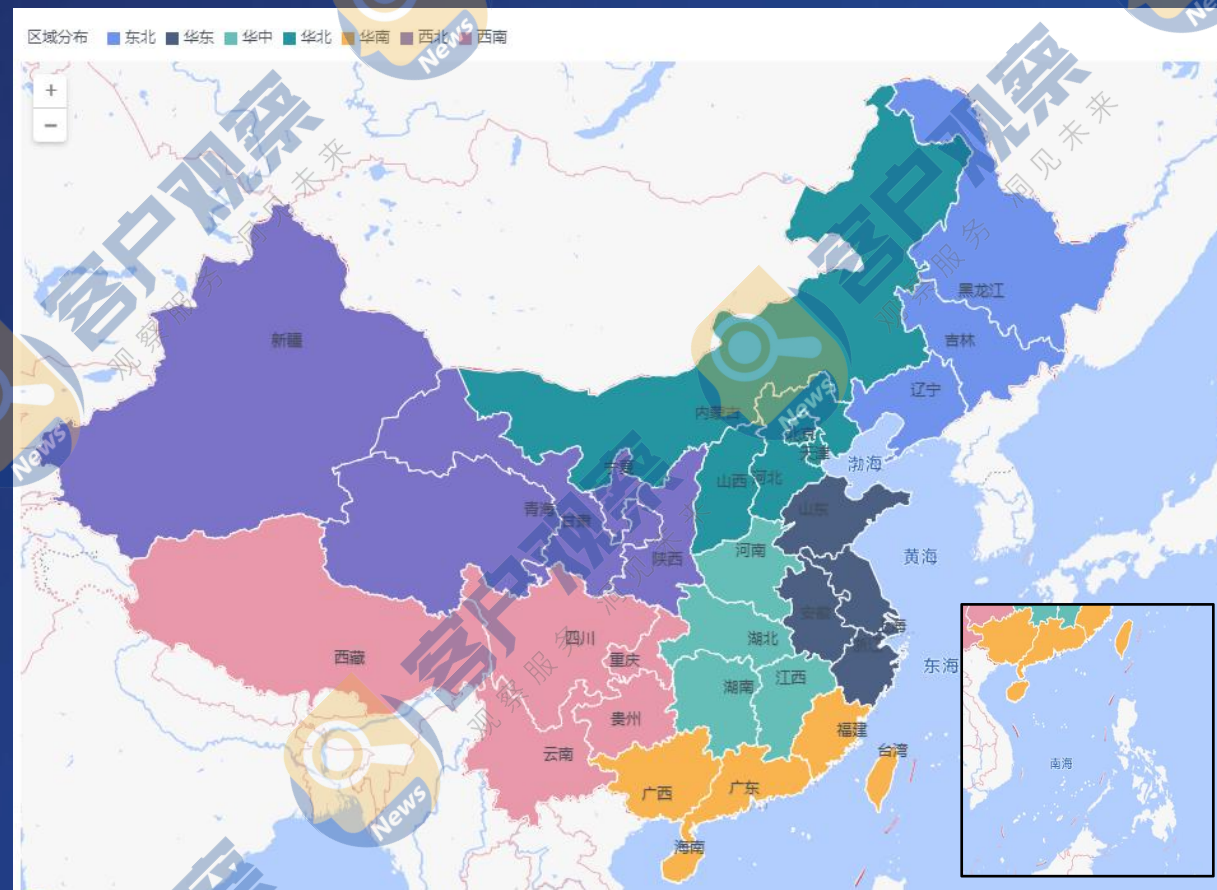
行业基本信息

区域分布

全国划分为华南、华东、华北、华中、西南、东北、西北七大区域



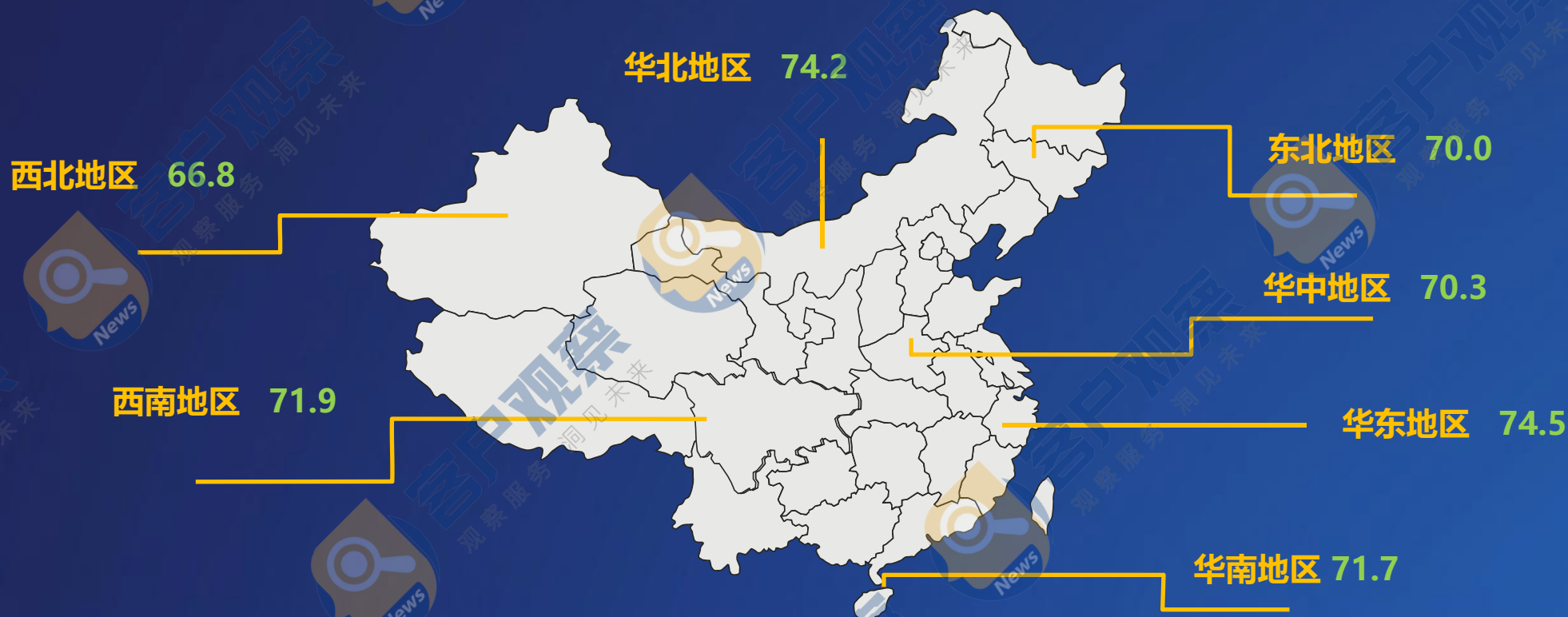
区域分布对比图



区域分布图

区域幸福度

华东、华北地区从业人员幸福度较高，西北地区幸福度较低



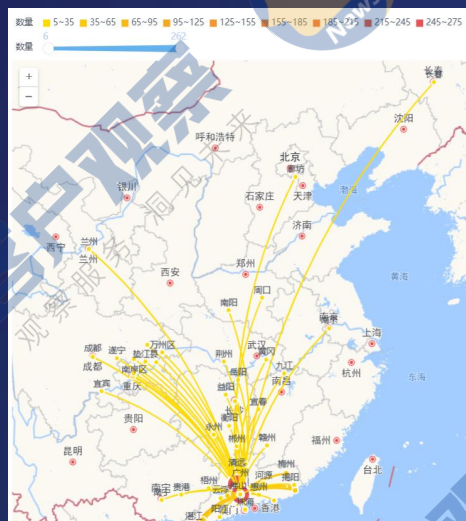
区域幸福度分布图

行业基本信息

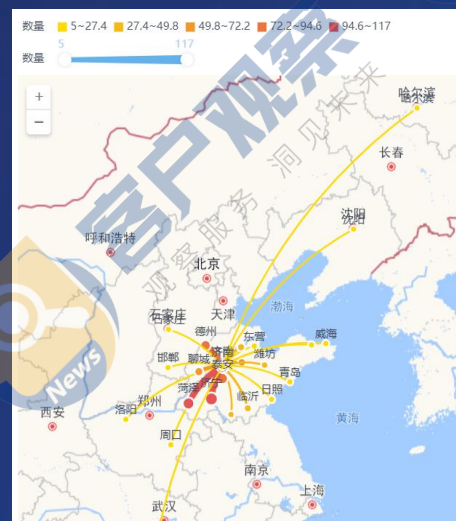
户口流向分布

选取样本规模最大的三座城市，分析户口向工作地流向分布

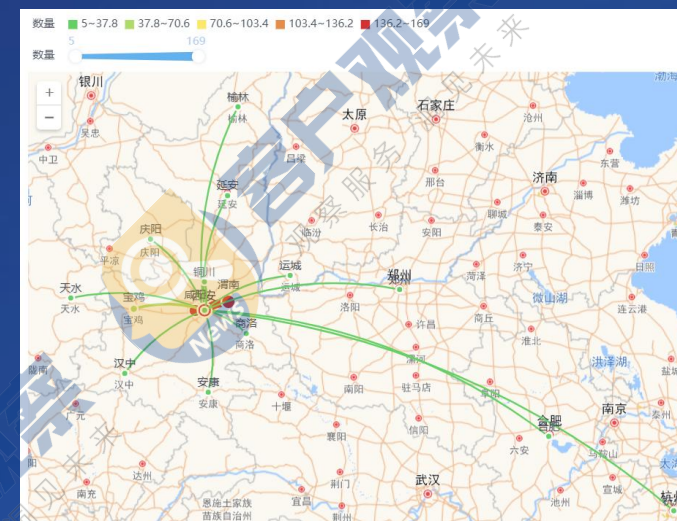
从样本规模看，广州>济南>西安；从外来人口从业比例看，西安>济南>广州



户口流向分布图 - 广州



户口流向分布图 - 济南



户口流向分布图 - 西安

外省/市人员总比例

49.98%

50.03%

53.64%

从户口地到工作地 流向排名

- 清远：8.9%
- 湛江：2.5%
- 佛山：2.1%

- 济宁：6.9%
- 菏泽：6.2%
- 泰安：5.4%

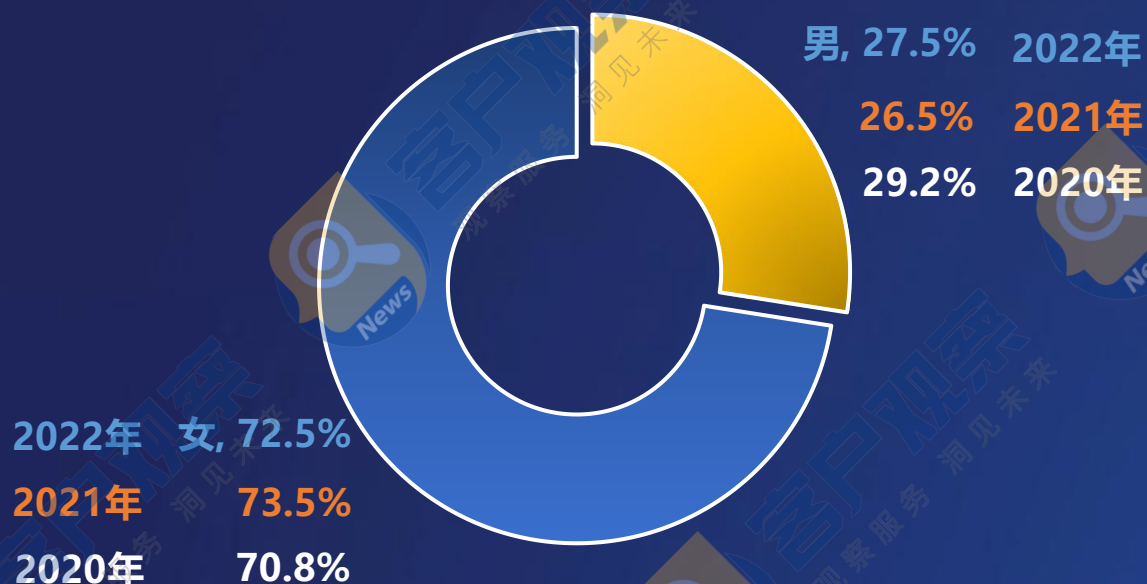
- 渭南：13.4%
- 咸阳：11.1%
- 宝鸡：4.4%

行业基本信息

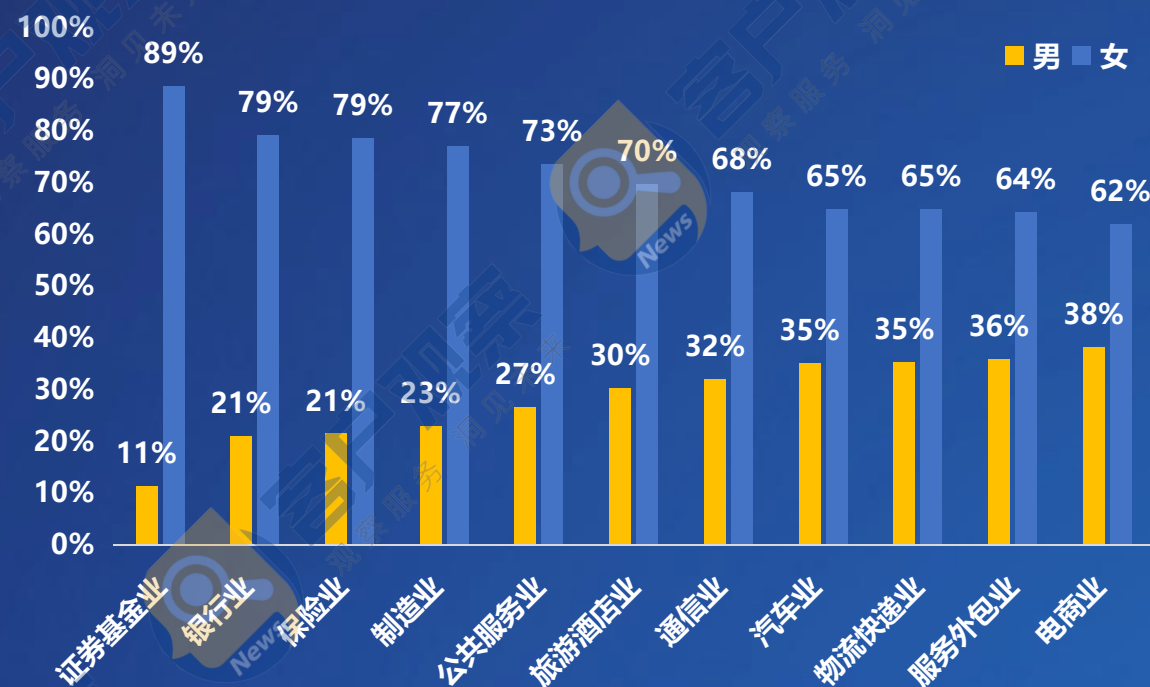
性别分布

性别比例依然失衡，女性从业者幸福度相对较高

地区维度：华南、华北，男性从业比例略高；西北，男性从业比例最低



性别样本分布图



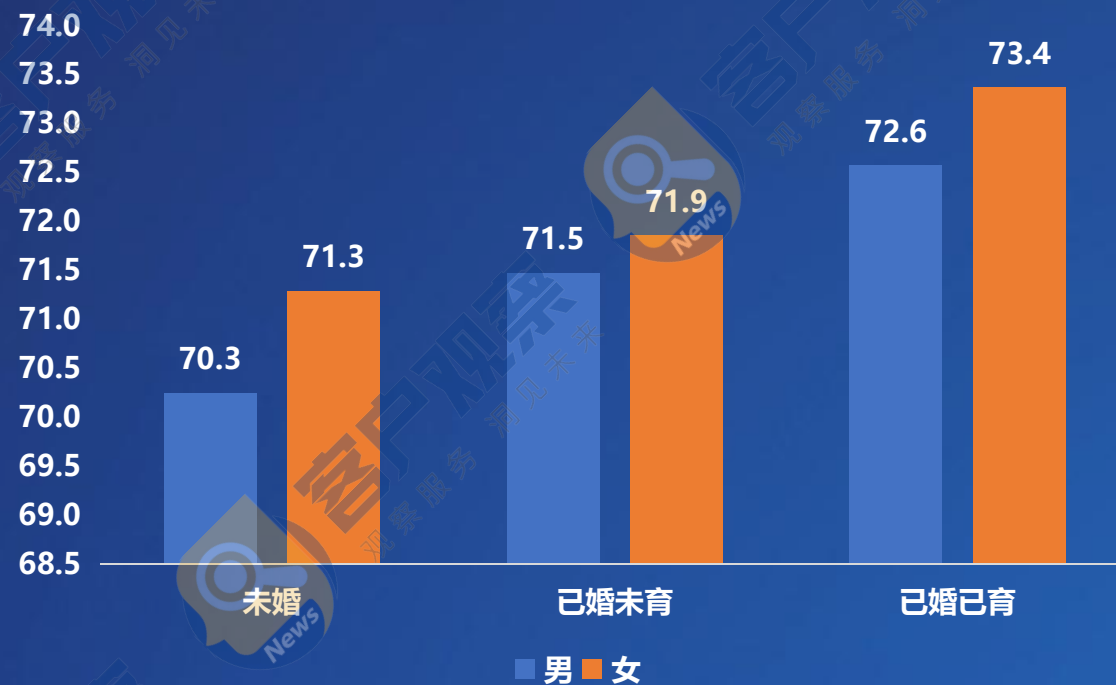
行业维度性别样本分布图

性别幸福度

女性从业者幸福度相对较高
已婚已育女性的客服人幸福度最高



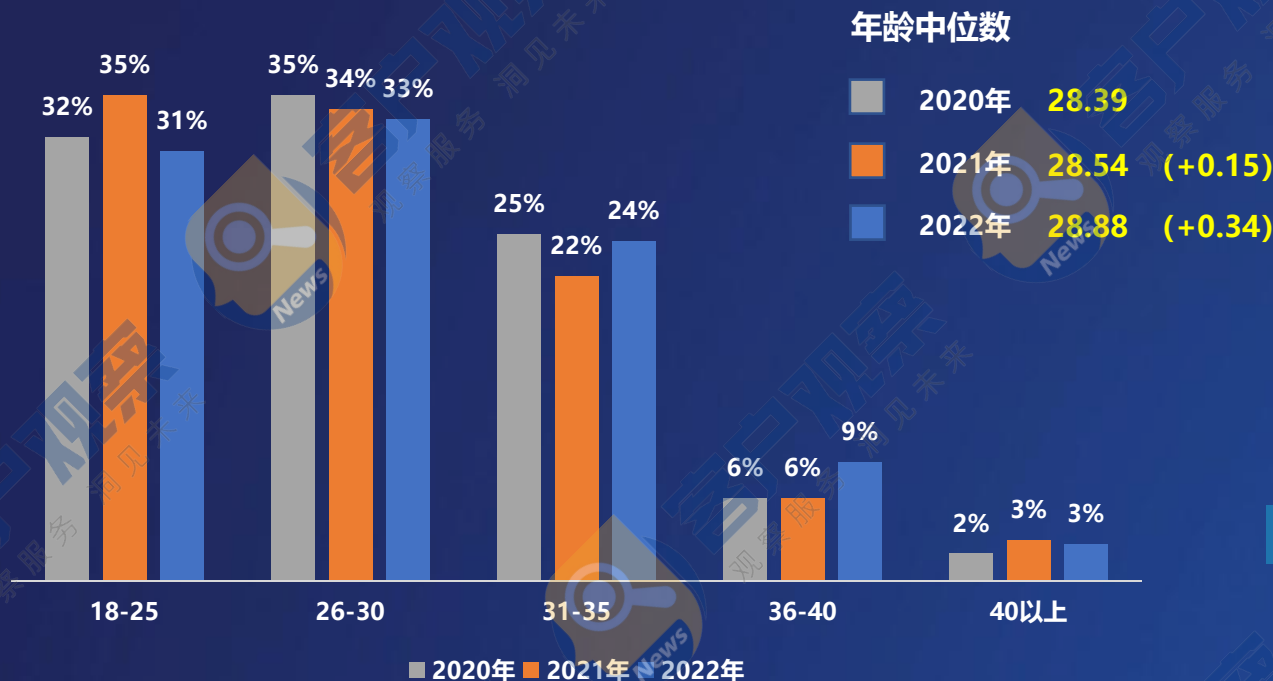
性别幸福度对比图



婚育幸福度分布图

年龄分布

2022年客服业平均年龄29岁，年龄的中位数28岁，近三年的年龄中位数呈递增趋势
 超过一半的从业人员年龄分布在30岁以下，客服人员未来的职业发展亟待考究
 年龄越大，幸福度越高，和从业人员的心理期望值有关，客服行业可成为终身职业



年龄样本分布图



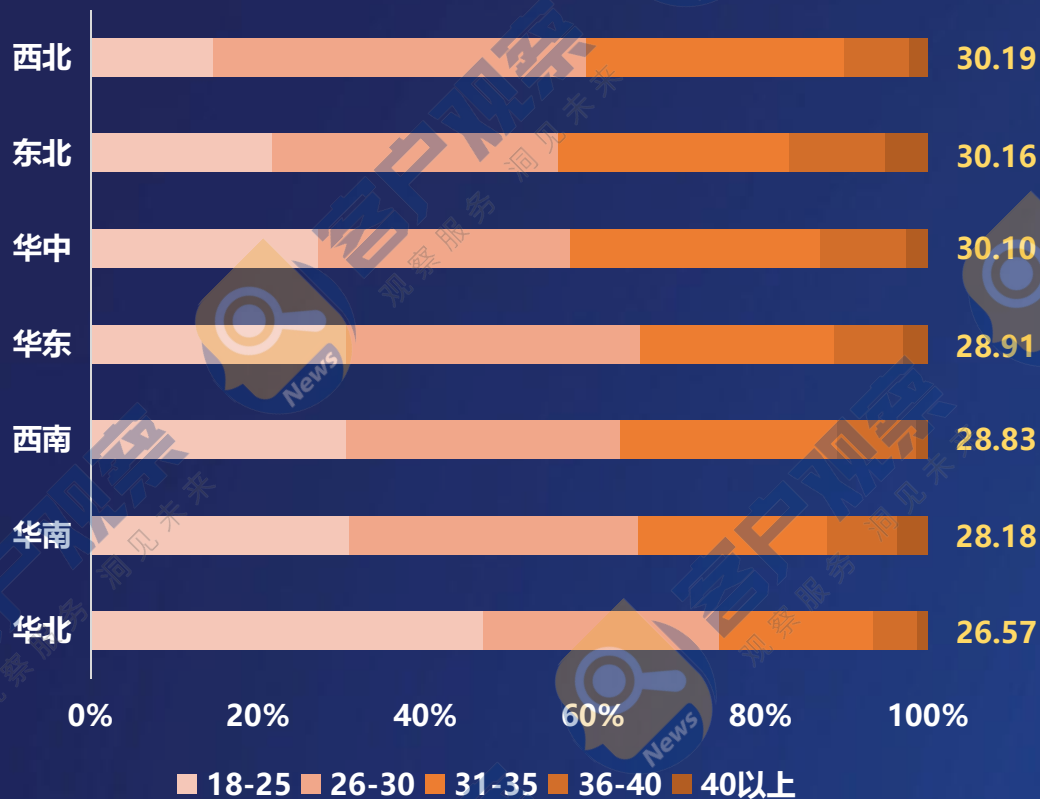
年龄幸福度排行榜

年龄分布

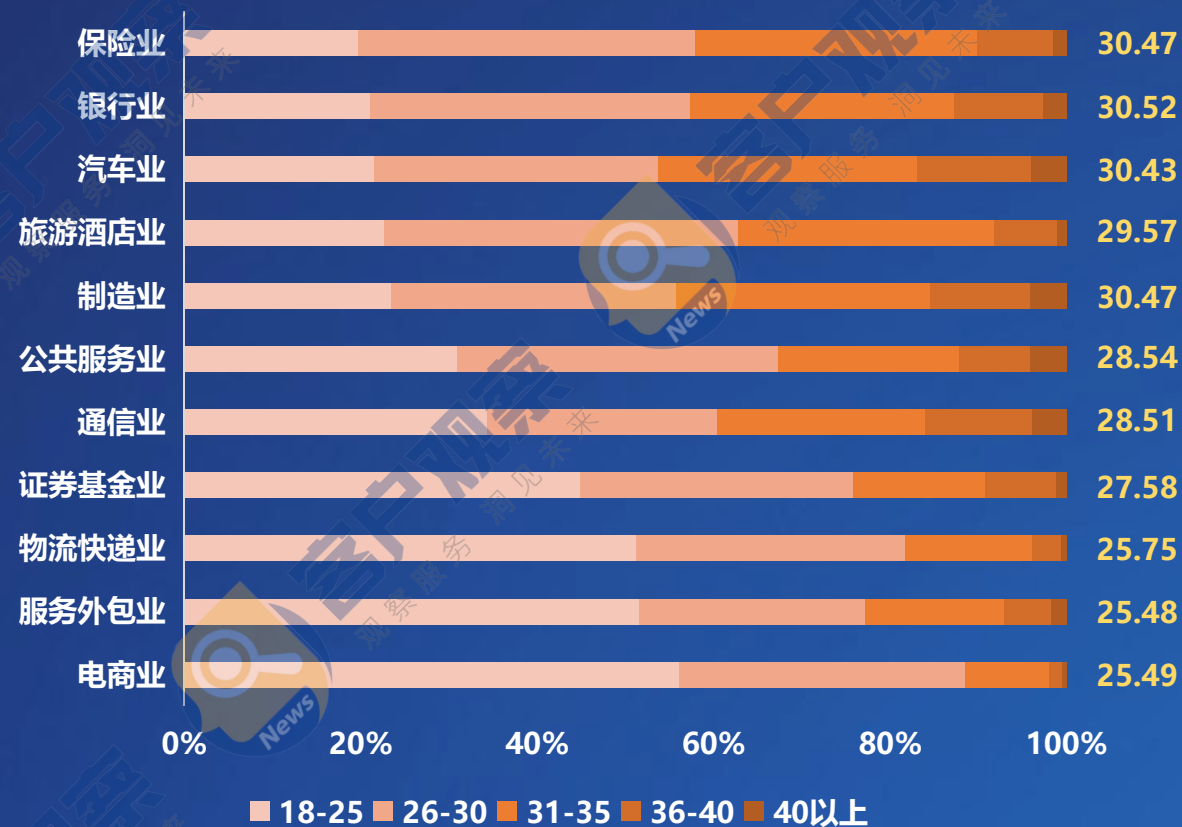
西北区域，25岁以下年轻人从业比例最低，年龄中位数最高

电商业、服务外包业、物流快递业，25岁以下年轻人从业比例最高

制造业，资深从业人员更多



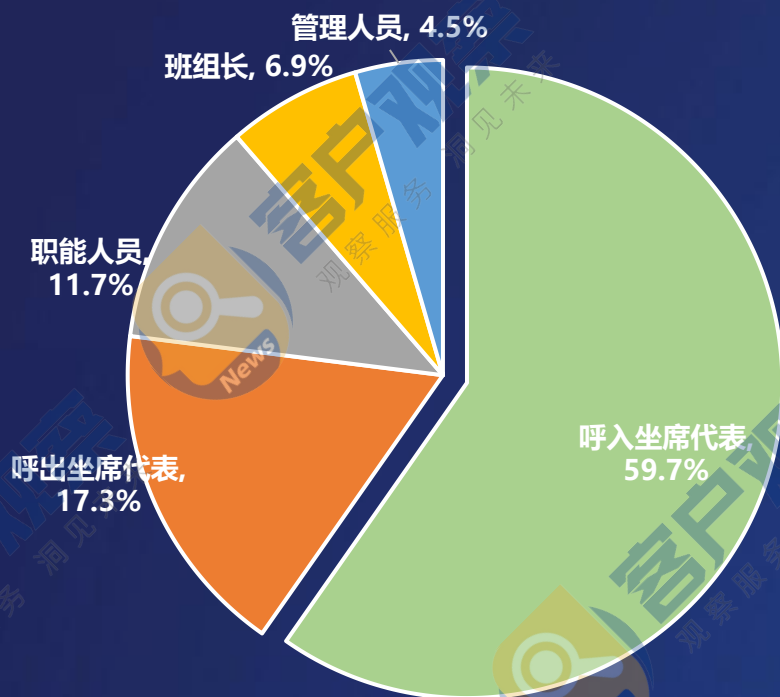
地区维度年龄样本分布图



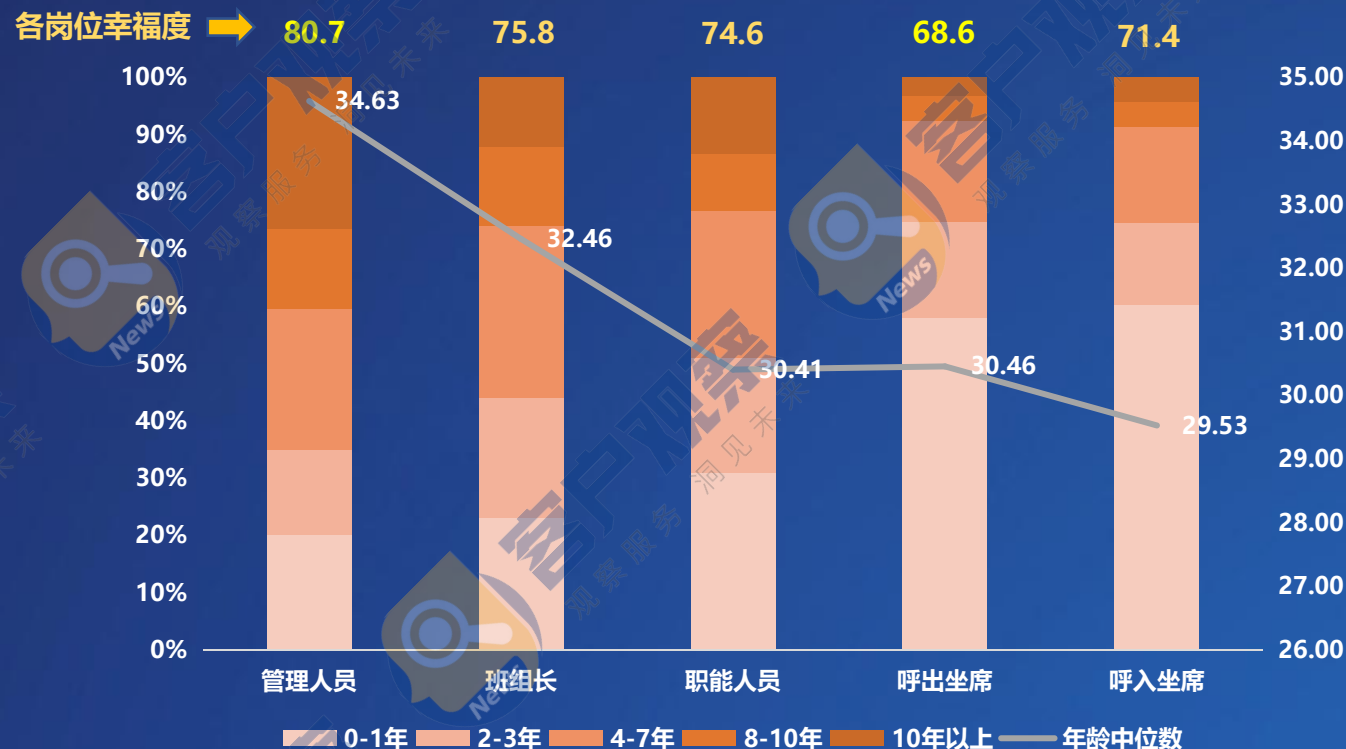
行业维度年龄样本分布图

岗位及职龄分布

呼出或呼入坐席岗位的职龄较短，管理岗位的职龄10年以上占比最多
管理人员、班组长、职能人员幸福度偏高，呼入和呼出坐席代表的幸福度偏低



岗位样本分布



岗位及职龄样本分布

岗位及职龄分布

西北区域1年以内的从业者占比最低，华北区域1年以内的从业者占比最高

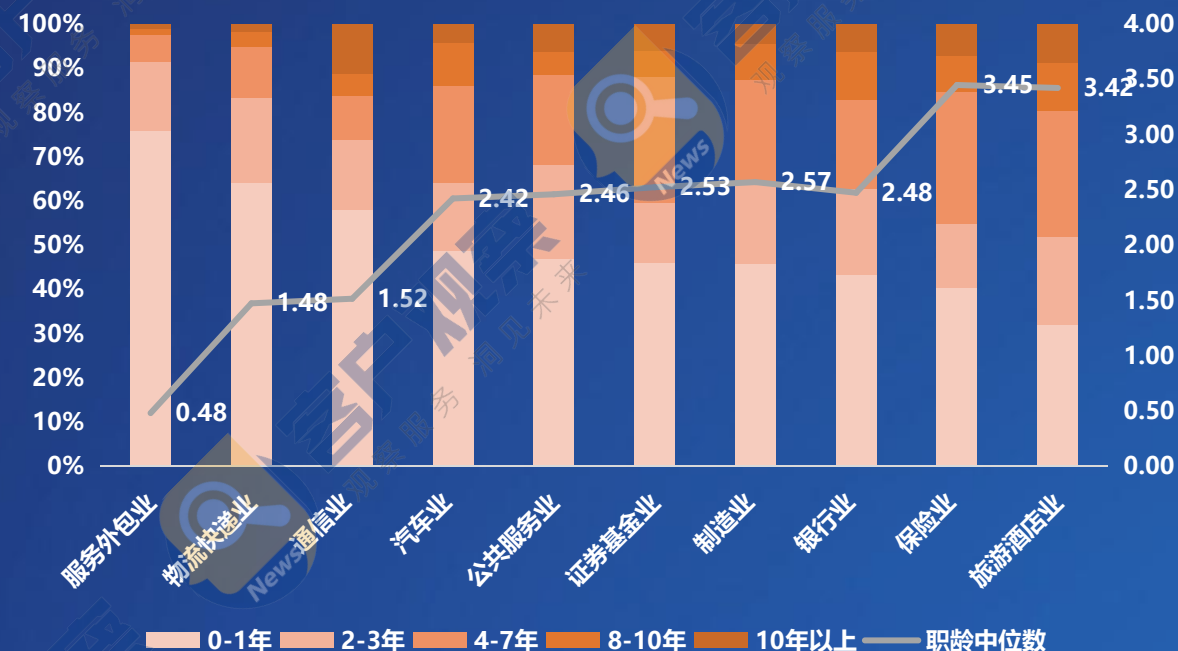
通信行业在11个行业中职龄10年以上的占比最高，占比11%

职龄最长：某通信企业分公司员工平均职龄15年

服务外包业职龄1年以内的占比最高，服务外包的人员流动性较高



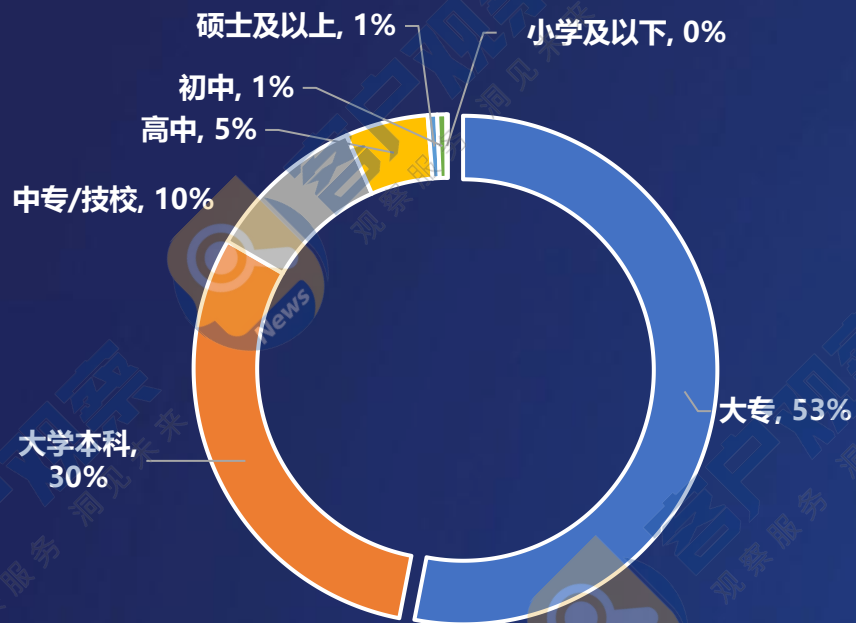
地区维度职龄样本分布



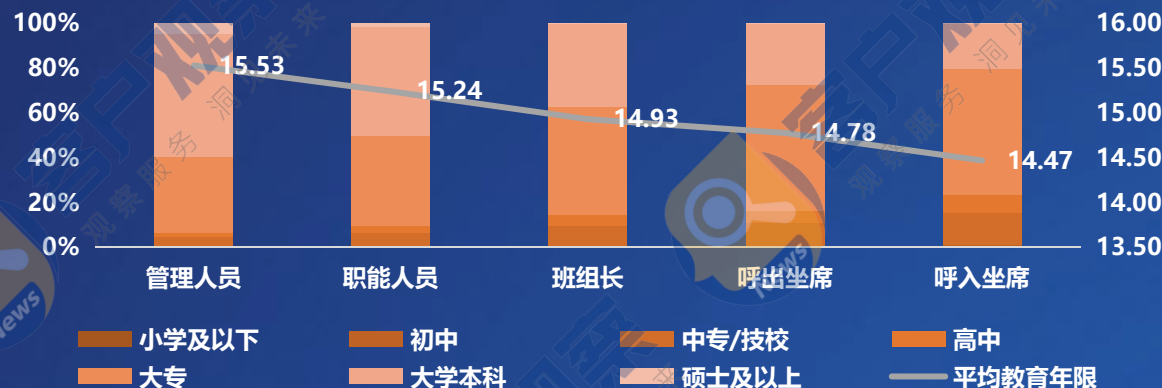
行业维度职龄样本分布

学历分布

从业人员学历基本上大专以上，整体素质较高
硕士以上的高学历人群只分布在管理人员和职能人员岗位，学历越高，职位相对越好
中等学历（中专、高中、大专）客服人相对幸福，其次是硕士及以上、大学本科



学历样本分布



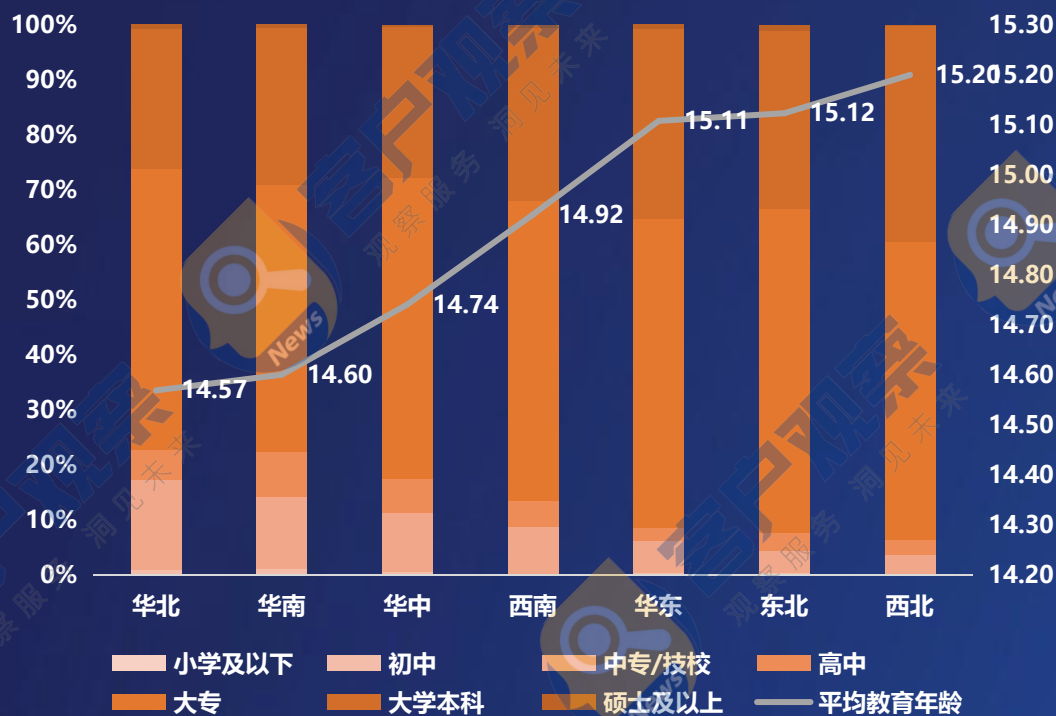
岗位维度学历样本分布



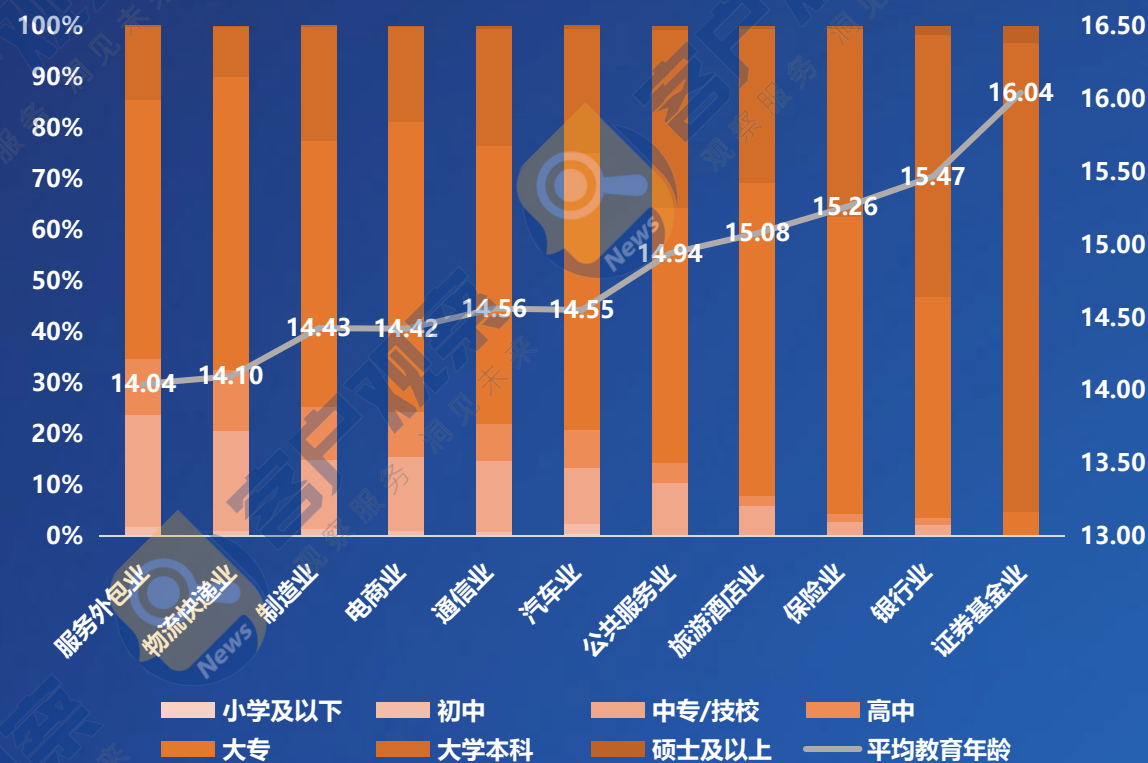
学历幸福度分布图

学历分布

华北从业人员学历偏低；西北、东北从业人员学历偏高
 物流快递、服务外包业学历偏低；证券基金、银行、保险业学历偏高
 本科率最高：某银行、某资产管理公司员工学历本科率100%



地区维度学历样本分布



行业维度学历样本分布

行业基本信息

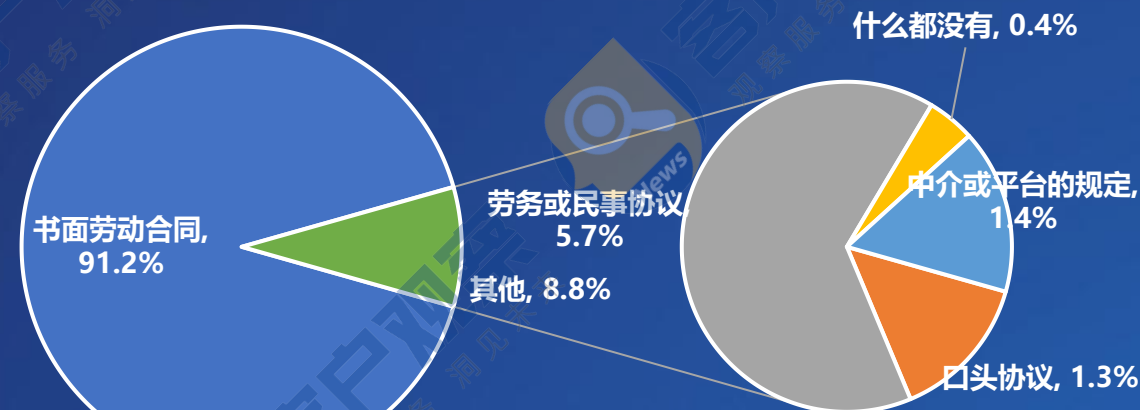
编制及合同分布

合同方面：签订基本规范

劳务派遣、外包、集团正式编制的合同方式基本以书面劳动合同为主



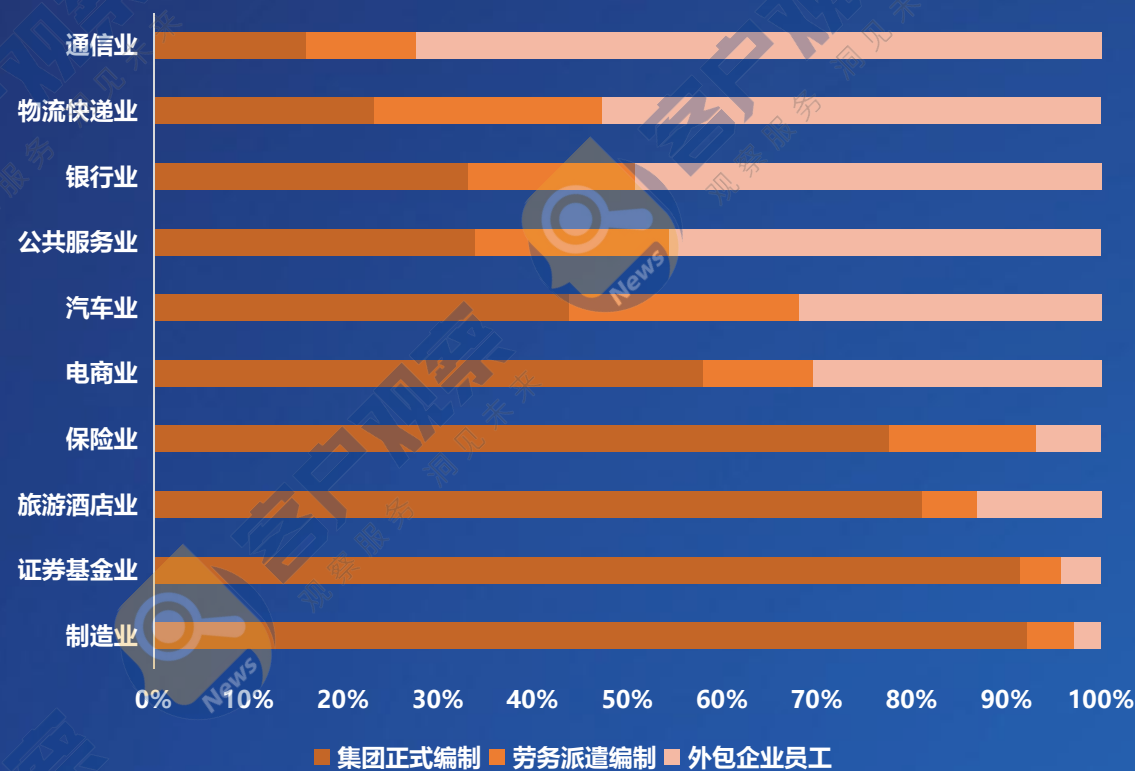
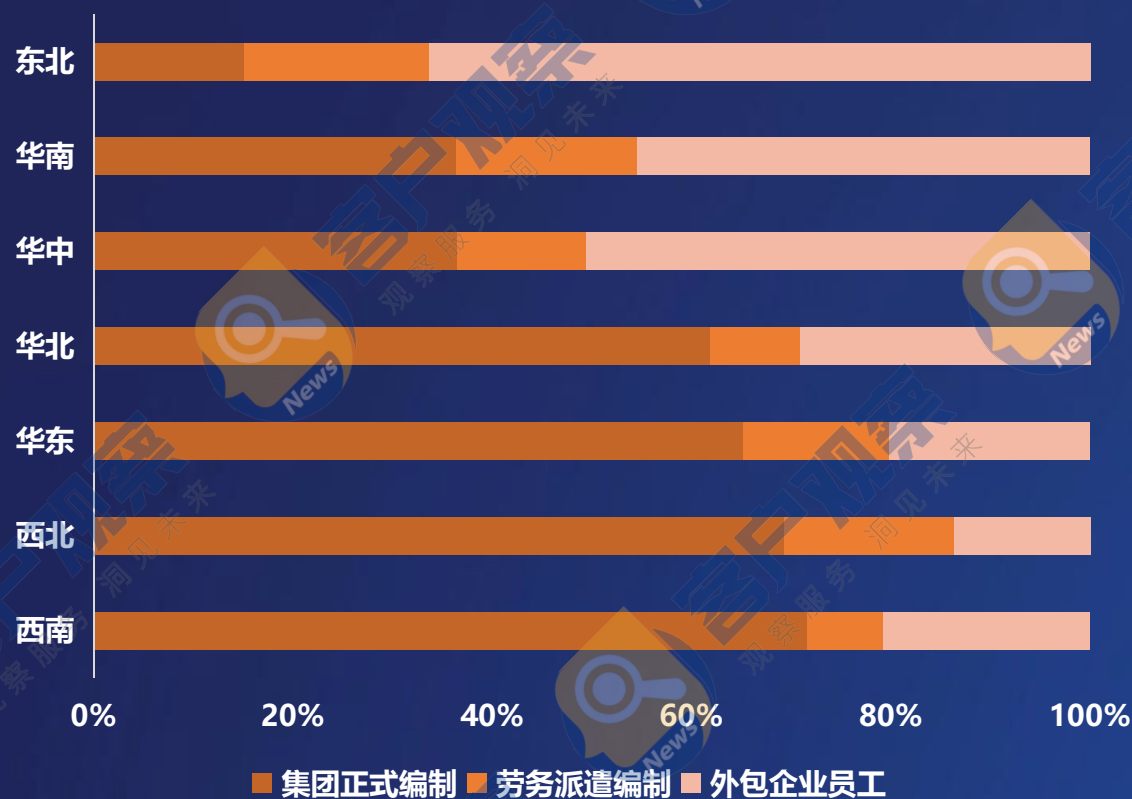
编制及合同方式分布



劳务派遣制的合同方式分布

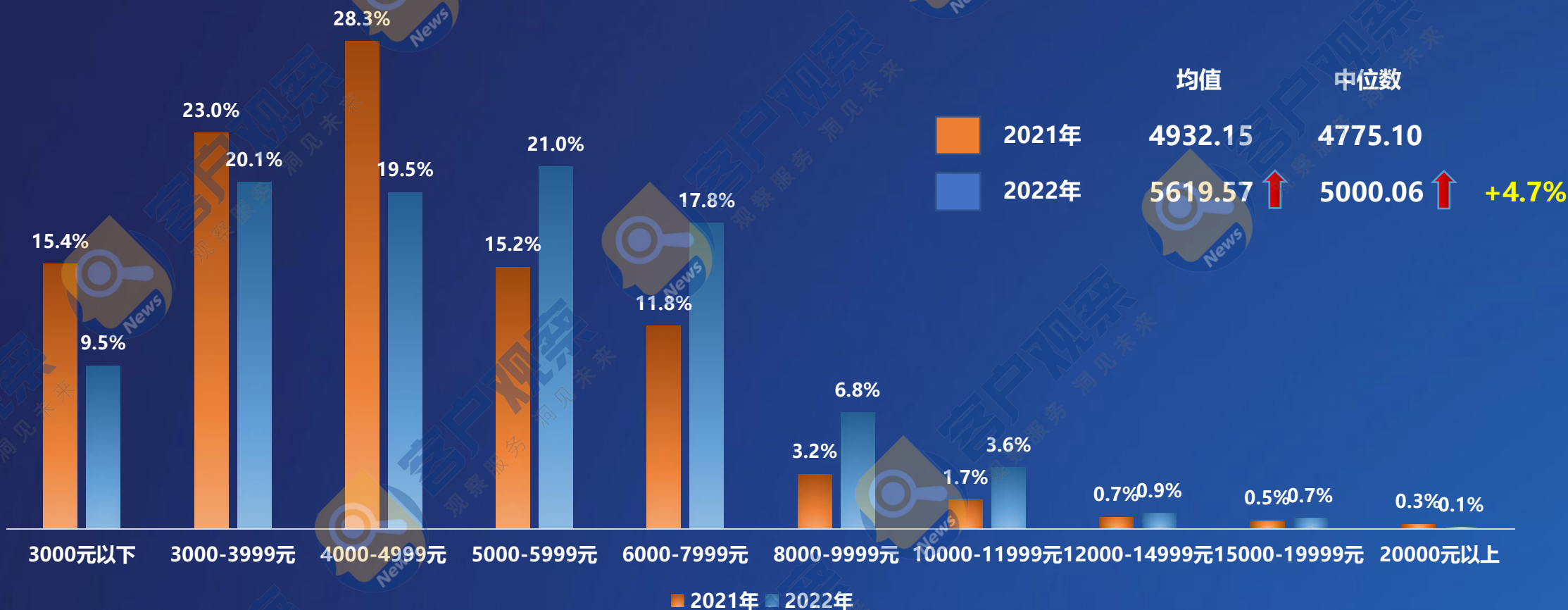
编制及合同分布

东北外包员工占比最高；西南、西北、华东集团正式编制占比较高
通信业外包企业员工占最高；制造业、证券基金业集团正式编占比较高



收入水平分布

估算全行业月平均收入5619.57元，中位数为5000.06元，比2021年提升4.7%
对比2021年，从业人员的收入水平整体有所提高

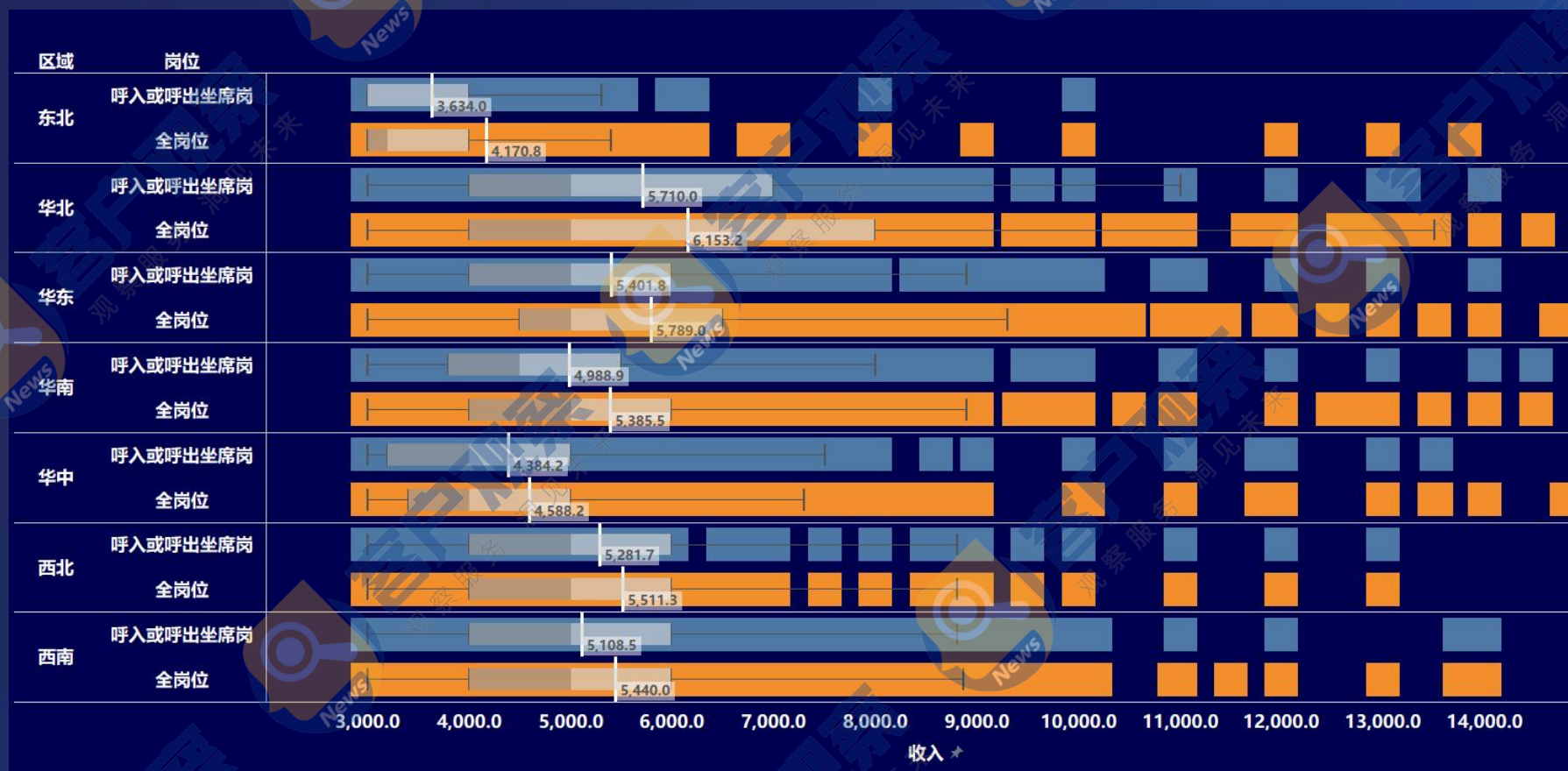


月平均收入分布

收入水平分布

华北地区从业人员收入水平最高

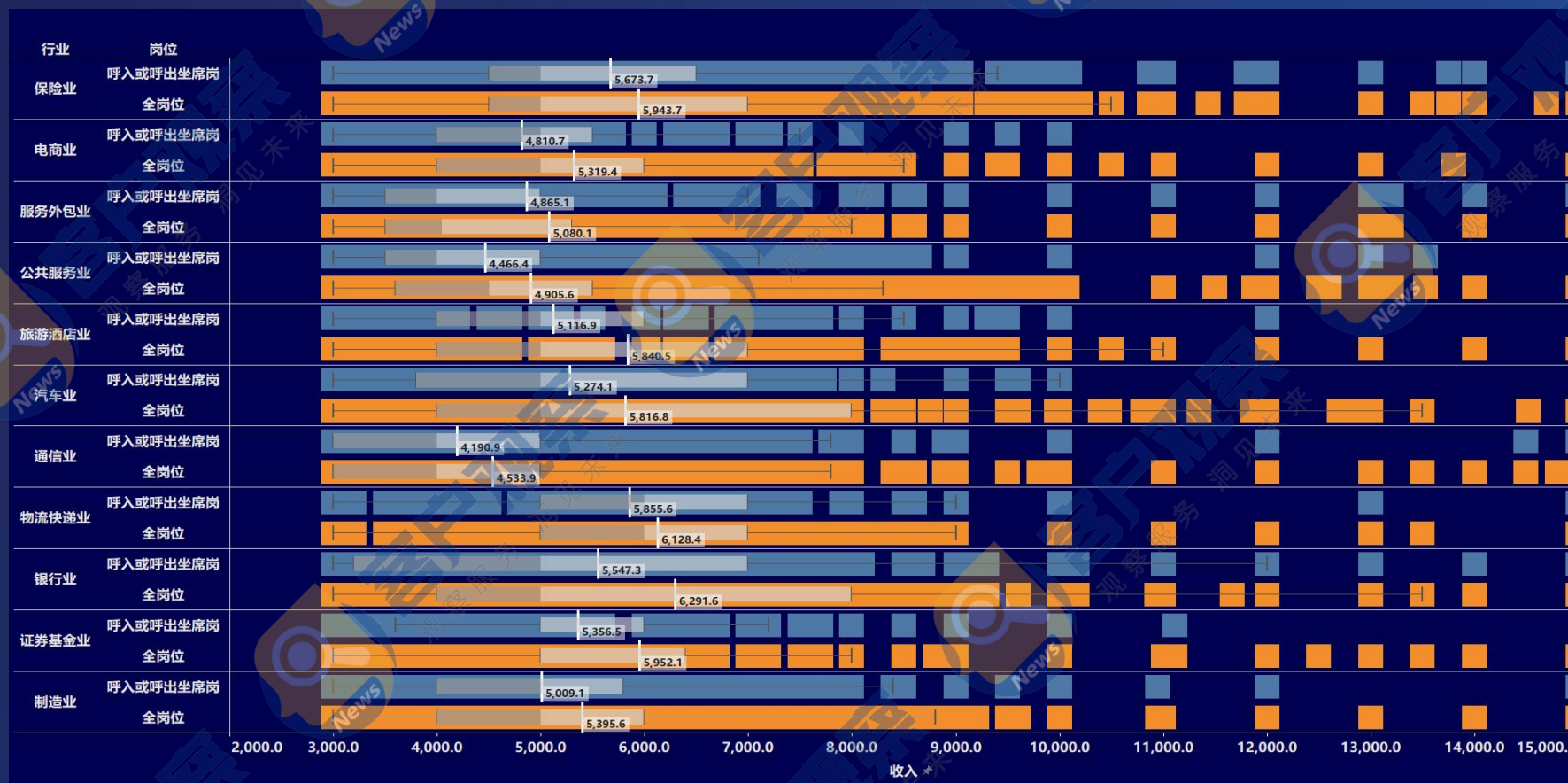
东北、华北地区呼入/呼出坐席与全岗位平均收入差距最大



地区维度月平均收入分布

收入水平分布

从全岗位看，收入水平前三名分别为**银行、物流快递、证券基金业**
从收入差距看，**银行业、旅游业**呼入/呼出坐席与全岗位平均收入差距最大



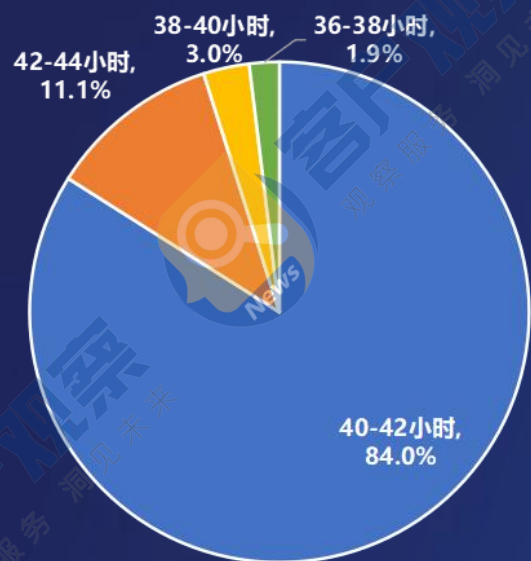
行业维度月平均收入分布

周均工时分布

客服行业周平均工时基本在40-42小时之间，符合正常工作时间

通信业、物流快递业、服务外包业周均工时相对较高

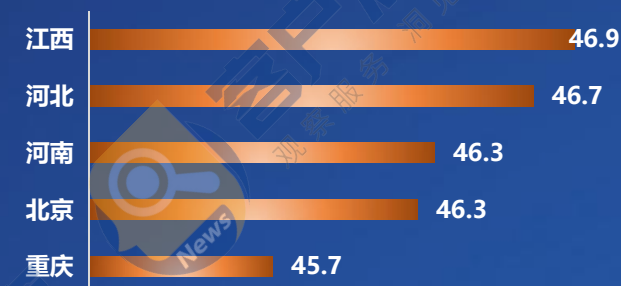
周均工时最长：某服务外包公司 70小时；周均工时最短：某汽车公司 37小时



周均工时分布



行业维度周均工时分布



省周均工时 TOP 5



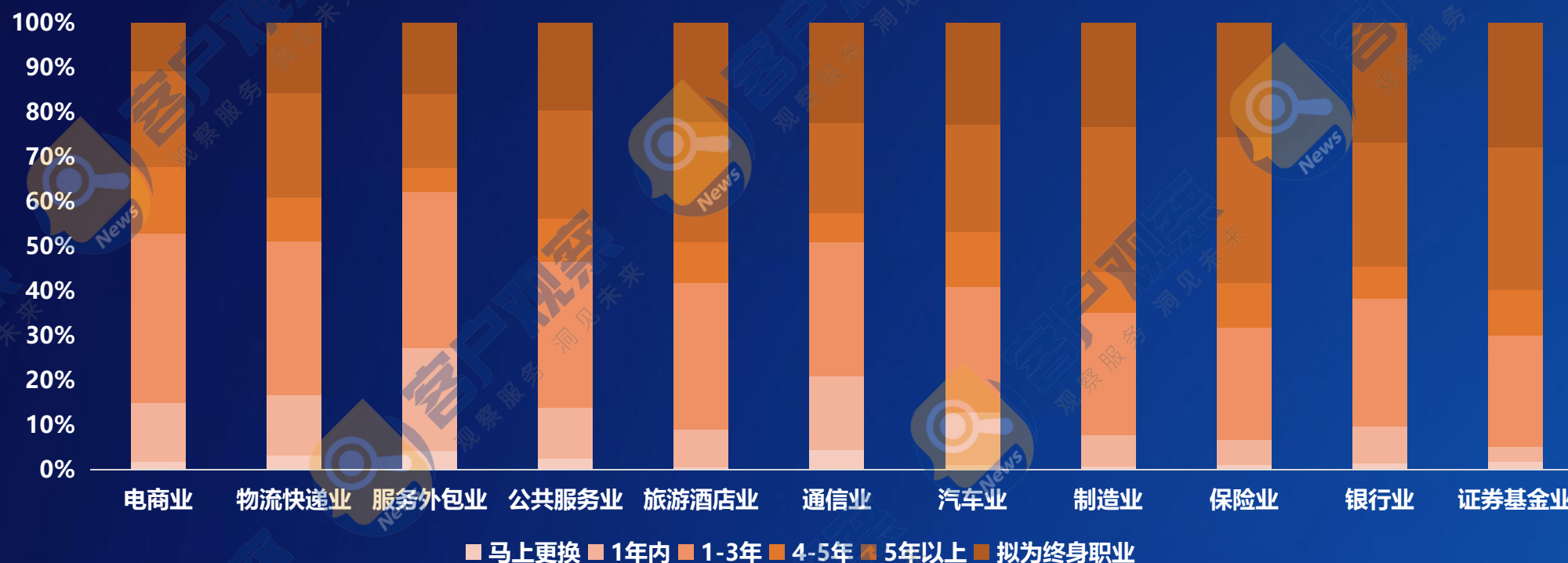
省周均工时 BOTTOM 5

对于目前的职业，您还愿意从事多久？

调查洞见

证券基金业、银行业、保险业拟为终身职业占比较高，这些行业的员工学历和收入水平相对较高，且周平均工时相对较低

电商业、物流快递、外包业拟为终身职业占比较低，这些行业的员工年龄25岁以下比例相对最高，职龄0-1年占比超过60%



职业发展预期分布图

目录



行业基本信息



幸福度驱动因素



幸福度关联因素



如何提升幸福度



中国客户服务节
China Customer Service Festival



才博(中国)客户管理机构
CAIBO (CHINA) CUSTOMER MANAGEMENT AGENCY

担当 | 坚守 | 奉献 | 感恩



客服人幸福指数调研

调研内容

- 1、客服人基本信息：年龄 / 学历 / 收入 / 岗位 / 地域 / 所处行业等
- 2、围绕综合评价 / 企业 / 个人 / 社会四大板块，共15题

综合评价

- 1、**幸福度**：目前这份工作令您觉得幸福吗？(1-5分 = 20-100分)
- 2、**职业发展前景**：您觉得当前所从事工作的职业发展前景（晋升、薪酬增长、能力提升等）如何？
- 3、**职业发展预期**：对于目前这份工作，您还愿意从事多久？

企业管理因素

- 4、**企业重视**：领导班子非常重视客户服务工作，通过多种有效措施，行之有效的提升客户服务体验。
- 5、**部门协同**：各个部门均能有效配合客服工作，通过多部门协同配合，最终达成良好客户服务体验。
- 6、**设施完备**：具备非常完备的客户服务必要硬件设施，包括但不限于简单易用的信息系统等。
- 7、**服务流程**：客户服务流程设计科学合理，客户服务痛点、阻点均能得到有效管理，客服体系压力平稳可控。

个人工作体验

- 8、**重视体验**：重视员工工作体验，工作环境舒适，员工福利充实（工服/三薪/体检等）
- 9、**气氛融洽**：团队气氛和谐融洽，在团队中有我的良师益友，我能够获得归属感与安定感。
- 10、**薪酬福利**：具有市场竞争力的薪酬标准，我认为我的付出与收益是对等的。
- 11、**人才培养**：重视服务人才培养，设有健全且付诸实施的员工培训与发展计划。

社会认同

- 12、**客户理性**：客户普遍理性、好沟通，并不会过于为难个别服务人员。
- 13、**工作成就感**：通过自身的努力帮助到客户，使我感受到满满的成就感。
- 14、**工作认可**：家庭与社会对客户服务的认可，周围人了解客户服务工作的难处与价值。
- 15、**工作选择**：如果有重来一次的机会，我仍然会选择客户服务行业。

■ 本企业平均分 ■ 全行业平均分



客服人幸福度指数达成

调查洞见

“领导重视客服工作”得分最高，“客户普遍理性好沟通”得分最低

企业重视：
领导重视客服工作 **80.3**

部门协同：
各部门均能有效配合 **79.7**

设施完善：
必要硬件设施完备 **80.1**

服务流程：
客户服务流程设计
科学合理 **77.0**

企业管理因素

个人工作体验

75.8 重视体验：
工作环境舒适，员工福利充实

80.4 气氛融洽：
团队气氛和谐融洽

70.5 薪酬福利：
付出和收益对等

74.0 人才培养：
能够获得发展机遇

! 64.0 客户理性：
客户普遍理性、好沟通

80.0 工作成就感：
帮助到客户，感受到成就感

73.6 工作认可：
家庭与社会对客户服务工作认可

65.1 工作选择：
仍然会选择客户服务行业

社会认同

客服人幸福度指数达成 - 女性VS男性

调查洞见

女性和男性在各维度评分差值不大，平均相差1.78分。男性客服人在“工作选择”“企业重视”“工作成就感”三个方面差值相对较大，分别比女性低3.1分、2.5分、2.4分

企业重视：
领导重视客服工作

80.8
78.3

部门协同：
各部门均能有效配合

80.2
77.9

设施完善：
必要硬件设施完备

80.4
78.9

服务流程：
客户服务流程设计
科学合理

77.5
75.5

企业管理因素

个人工作体验

76.2
74.4

重视体验：
工作环境舒适，员工福利充实

80.5
79.9

气氛融洽：
团队气氛和谐融洽

70.7
69.9

薪酬福利：
付出和收益对等

74.5
72.3

人才培养：
能够获得发展机遇

64.1
63.4

客户理性：
客户普遍理性、好沟通

80.5
78.1

工作成就感：
帮助到客户，感受到成就感

73.9
72.4

工作认可：
家庭与社会对客户服务工作认可

65.8
62.7

工作选择：
仍然会选择客户服务行业

社会认同

客服人幸福度指数达成

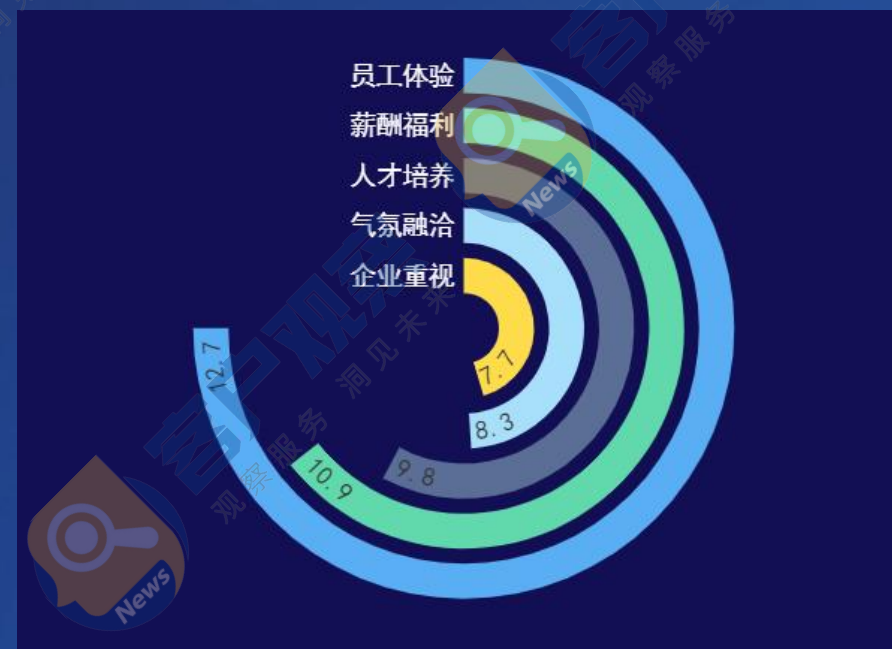
调查洞见 将不同维度中幸福度得分的最高项和最低项进行幸福指数对比，呈现幸福指数差距

行业维度：制造业 77.6分 VS 通信业 68.2分
在员工体验 - 工作环境和员工福利方面得分差值最大
其次是薪酬福利、人才培养、企业重视、客户理性



制造业 VS 通信业
幸福指数差距分布图

区域维度：华东 74.5分 VS 西北 66.8分
在员工体验 - 工作环境和员工福利方面得分差值最大
其次是薪酬福利、人才培养、气氛融洽、企业重视



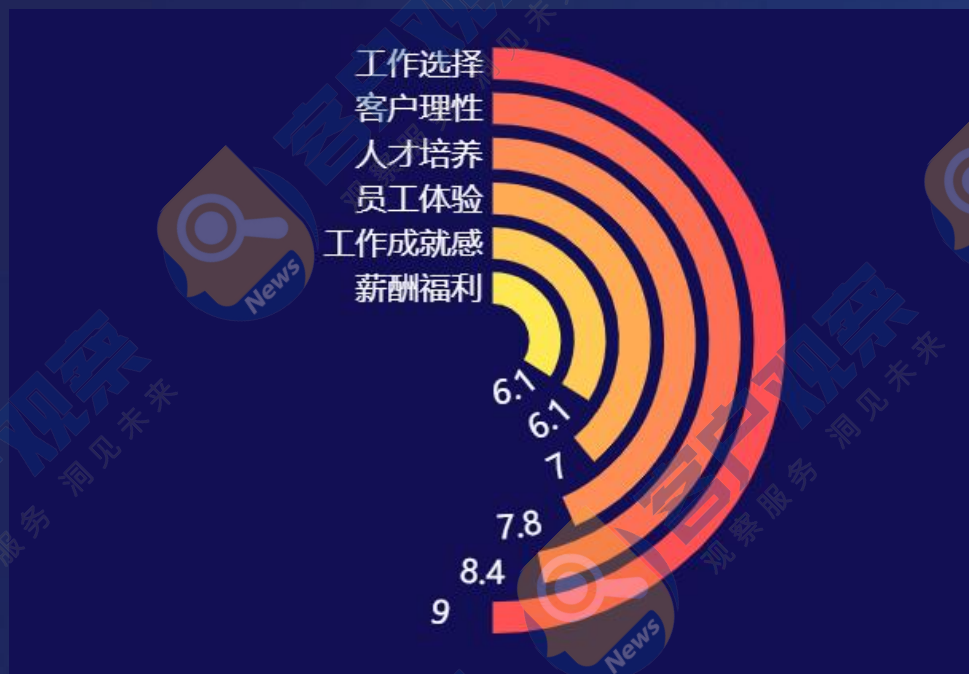
华东 VS 西北
幸福指数差距分布图

客服人幸福度指数达成

调查洞见 将不同维度中幸福度得分的最高项和最低项进行幸福度指数对比，呈现幸福指数差距

岗位维度：管理人员 80.7分 VS 呼入坐席 71.4分
在工作选择 - 仍然会选择客户服务行业方面得分差值最大
其次是客户理性、人才培养、员工体验、工作成就感等

规模维度：50席以下 76.1分 VS 3000席以上 70.0分
在员工体验 - 工作环境和员工福利方面得分差值最大
其次是企业重视、氛围融洽、工作成就感、人才培养



管理人员 VS 呼入坐席
幸福指数差距分布图



50席以下 VS 3000席以上
幸福指数差距分布图

目录



行业基本信息



幸福度驱动因素



幸福度关联因素



如何提升幸福度



中国客户服务节
China Customer Service Festival



才博(中国)客户管理机构
CAIBO (CHINA) CUSTOMER MANAGEMENT AGENCY

担当 | 坚守 | 奉献 | 感恩

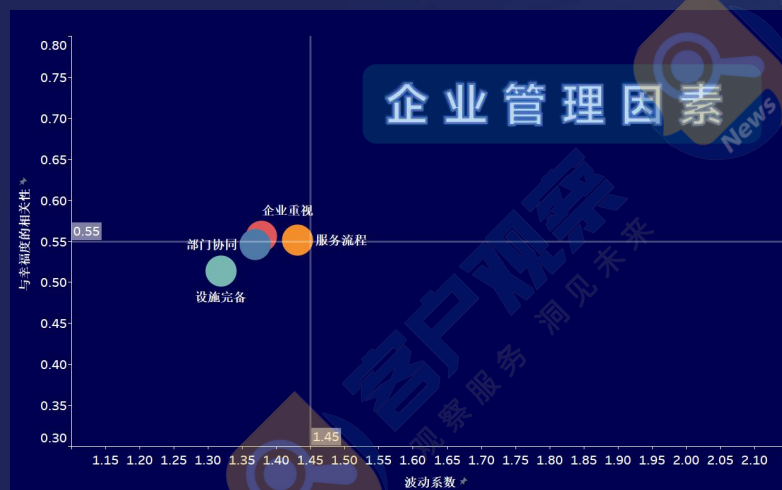
到底哪些问题，直接影响客服人幸福度评分呢？



幸福度驱动因素模型

幸福度驱动因素

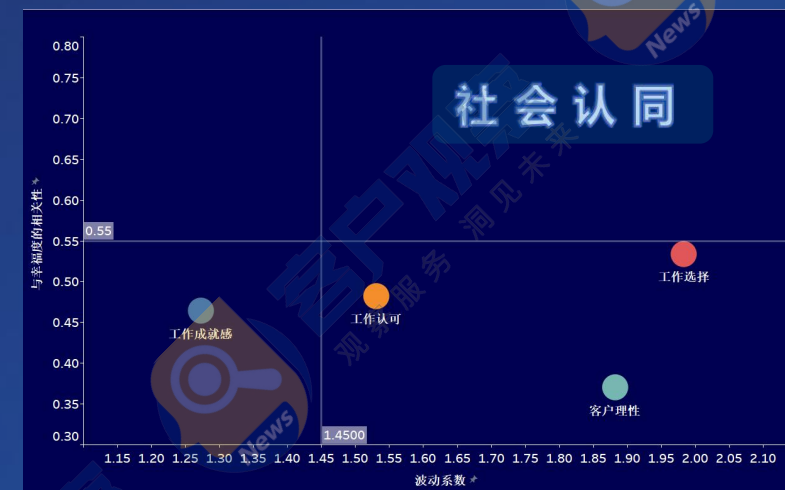
三大调研板块驱动力分布：



企业管理因素驱动力分布图



个人工作体验因素驱动力分布图



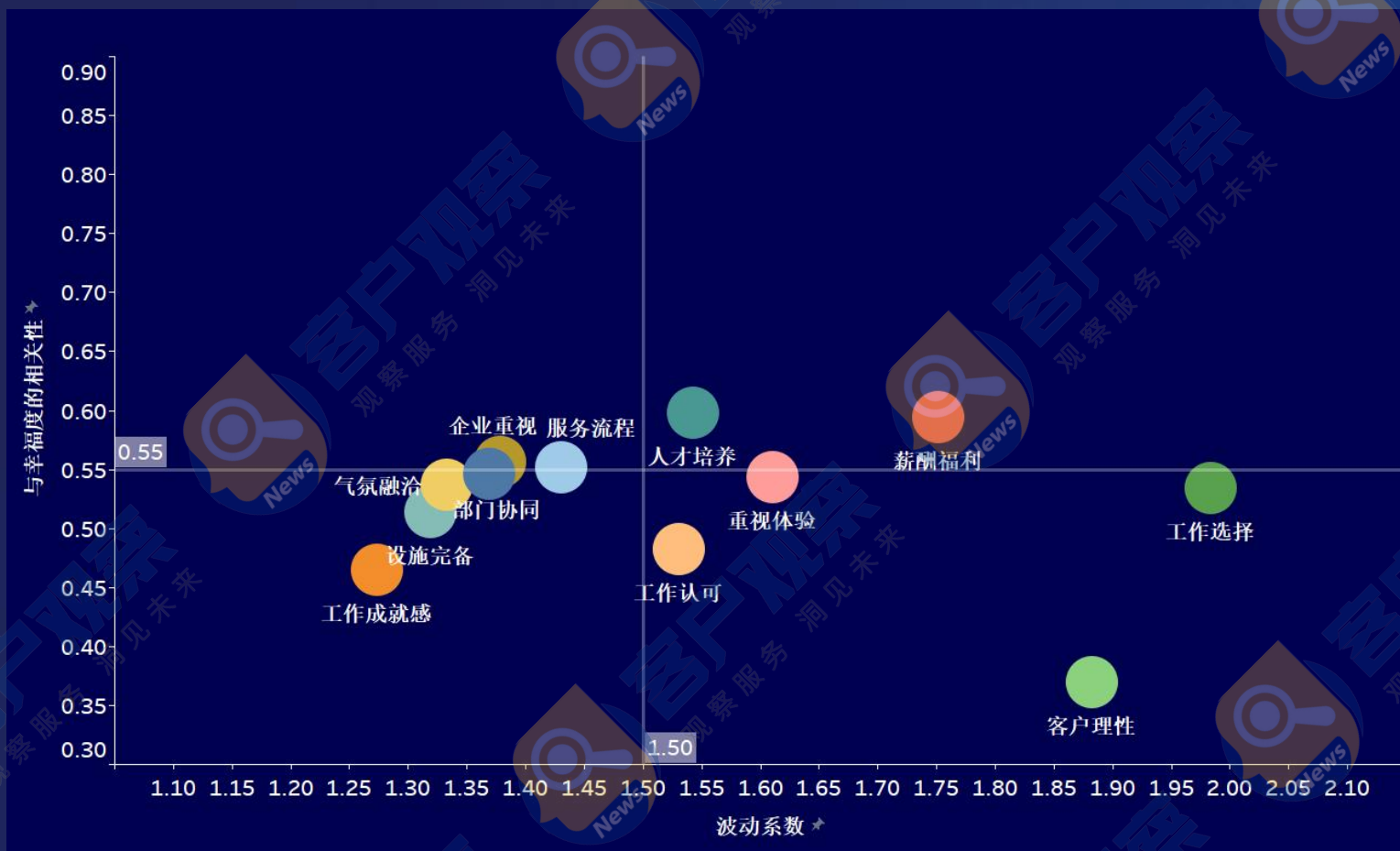
社会认同因素驱动力分布图

调研洞见

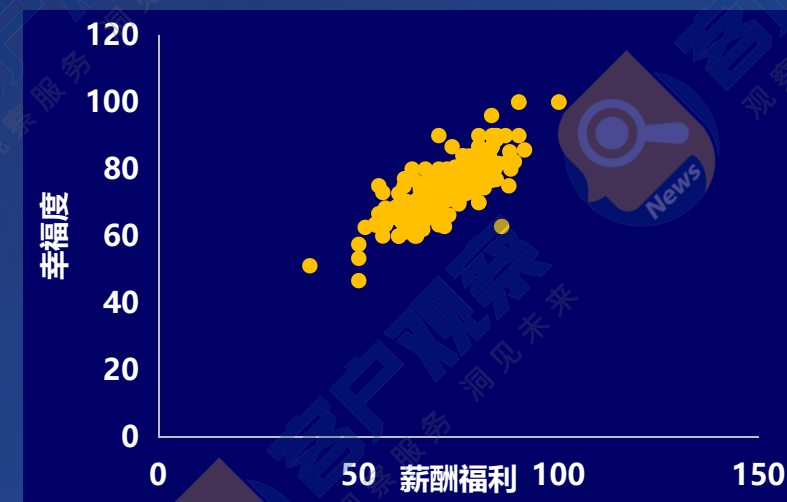
- ◆ 企业管理因素：高层重视、客户服务流程科学合理很重要，能够帮助员工降低工作费力度
- ◆ 个人工作体验：客服人关注的三点：一是较为理想的薪酬福利；二是自身成长的机会；三是希望得到充分的重视和认可
- ◆ 社会认同：家庭与社会对客户服务的认可，影响客服人幸福度最多。

幸福度驱动因素

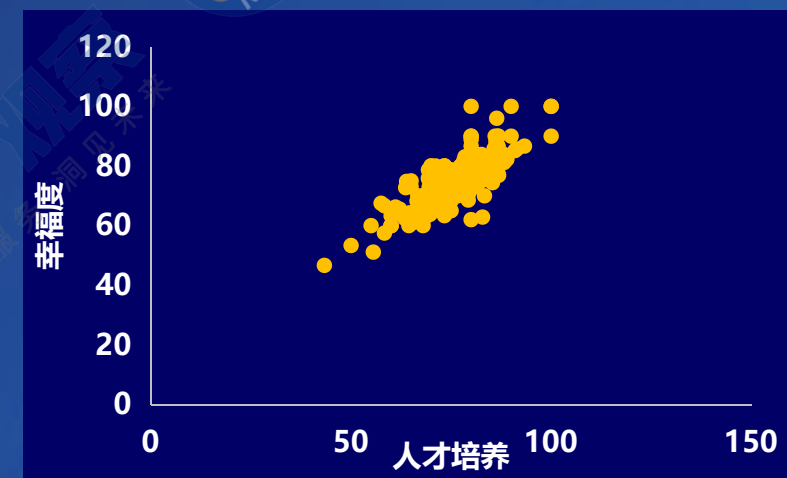
十二个调研主题，对于**客服人幸福度**的驱动力分布：



客服人幸福度驱动因素分布图



客服人幸福度与薪酬福利散点图



客服人幸福度与人才培养散点图

目录



行业基本信息



幸福度驱动因素



幸福度关联因素



如何提升幸福度



中国客户服务节
China Customer Service Festival



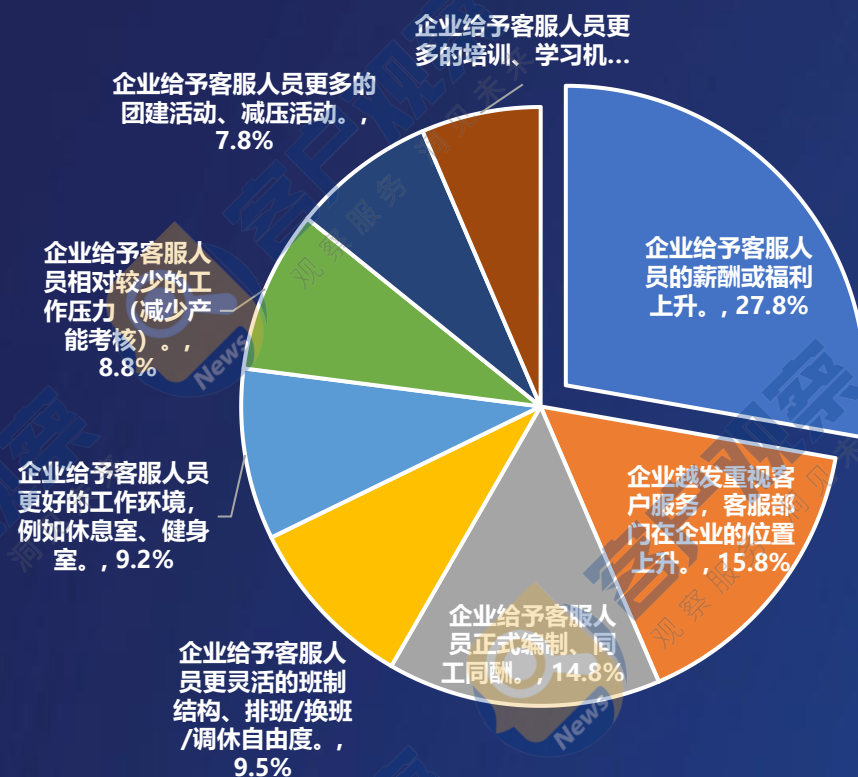
才博(中国)客户管理机构
CAIBO (CHINA) CUSTOMER MANAGEMENT AGENCY

担当 | 坚守 | 奉献 | 感恩

如何提升幸福度

您认为提升幸福度的关键动作是什么？

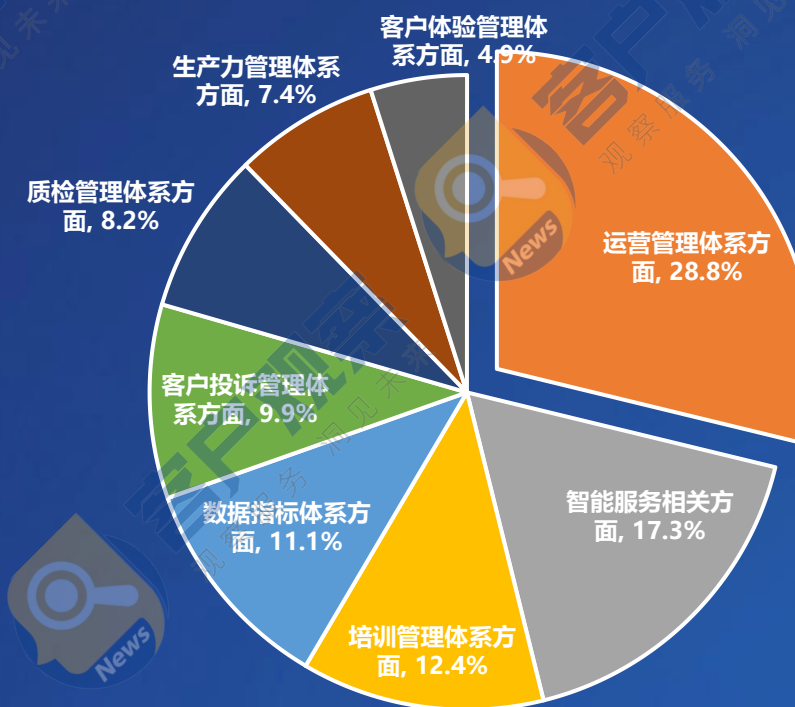
认为企业给予客服人员的薪酬或福利上升
能够提升幸福度占比最高。



提升幸福度关键动作分布图

您认为企业哪些方面仍有改善与提升的空间？

认为运营管理体系方面和智能服务方面仍有提升的占比较高。

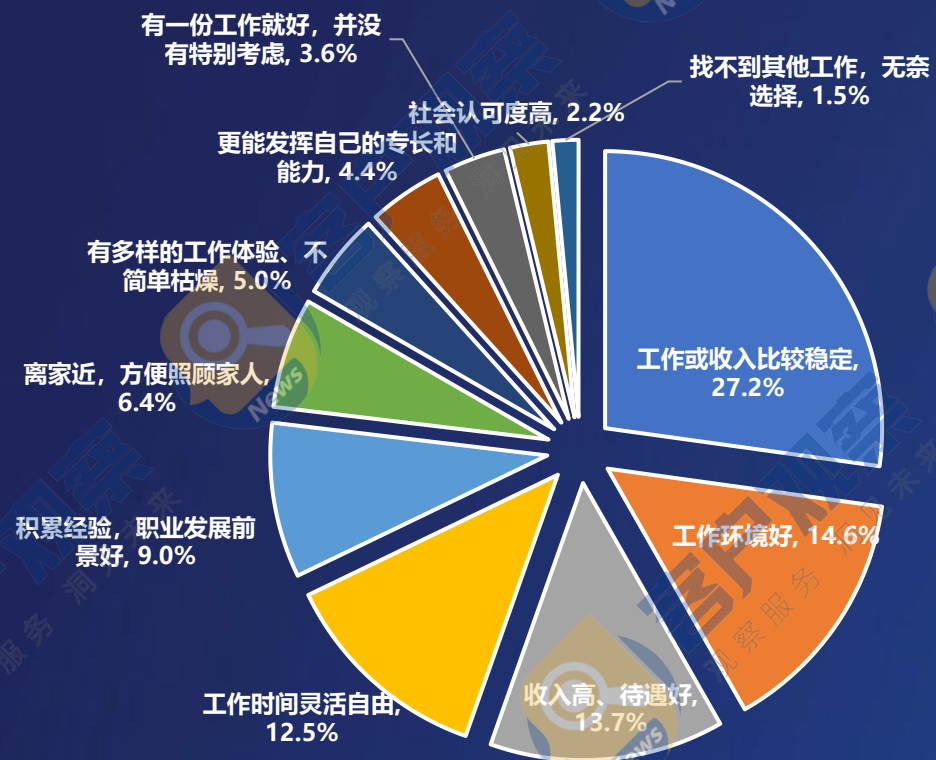


企业运营管理体系改善分布图

如何提升幸福度 - 工作倾向选择

您选择现在的工作时考虑的因素是什么？

客服行业这份工作相对稳定，且收入稳定

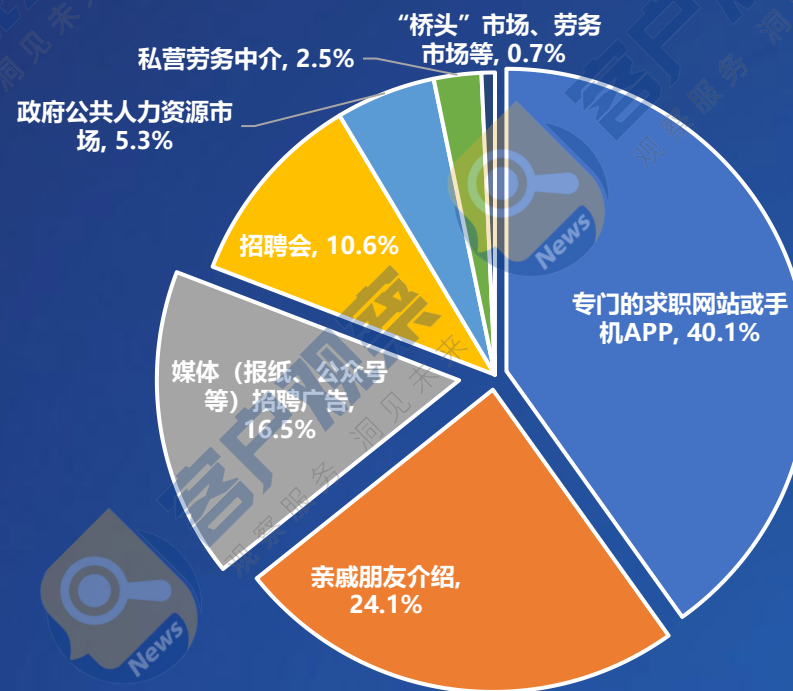


工作倾向选择分布图

您获取就业工作信息的途径是什么？

大部分人员是通过专门的求职网站或者手机APP

获取工作信息，其次是亲戚朋友介绍。



求职方式选择分布图

做为客服人，您觉得最大的幸福是什么？



调研洞见：

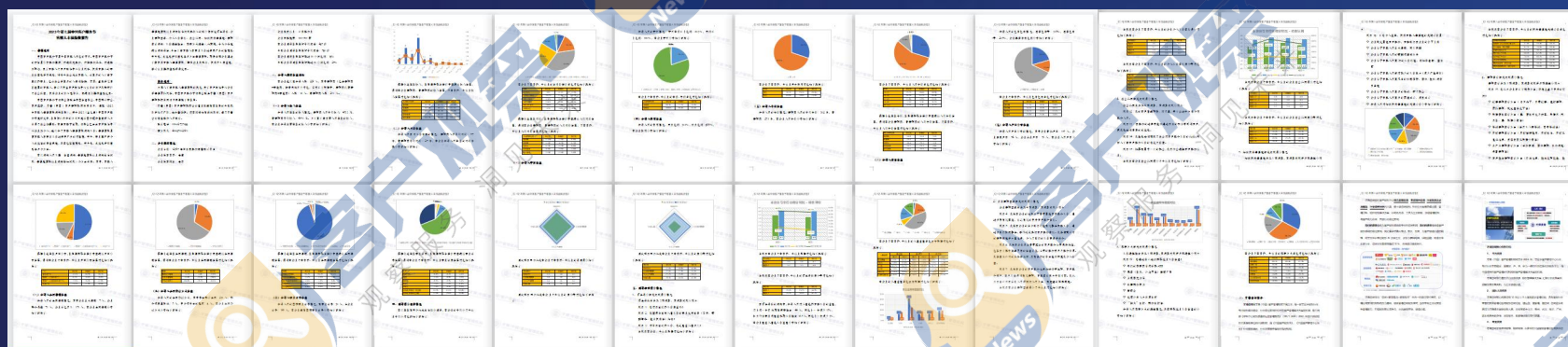
在大多数客服人的幸福主要来源是：

稳定、为人民服务、为客户解决问题、得到客户的认可等。

客服人幸福指数调研产出

参评企业《企业员工幸福度调研报告》

内容充实——全文 7000 余字，51 张图表，充分解读企业员工信息反馈



提供本省份、本行业对标——充分了解关键信息所处行业情况

例如：本企业员工收入，处于省份中什么位置？
本企业员工平均司龄，在行业中是什么位置？
本企业装修水平、班务体验，在行业中是什么位置？

参评人员填报的收入情况，管理岗人员平均收入：4533 元，非管理岗平均收入：4170 元。为了更了解坐席人员填报的收入，本企业参评坐席填报的收入分布图如下图所示：



根据上述填报收入，报告编委取各档位中值进行收入估算，得到本企业管理岗、非管理岗的收入估算，与本省份、全行业收入估算对比如下表所示：

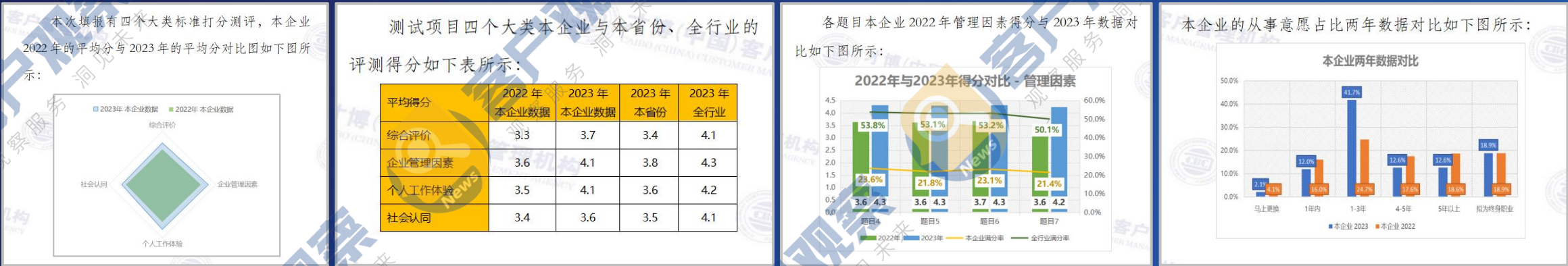
人均收入估算	本企业	本省份	全行业
管理岗	¥5,300	¥5,133	¥8,869
职能岗	¥4,488	¥4,532	¥5,961
班组长	¥4,469	¥4,708	¥6,006
呼出坐席	¥3,724	¥5,652	¥5,234
呼入坐席	¥4,185	¥4,438	¥4,462

客服人幸福指数调研产出

参评企业《企业员工幸福度调研报告》

提供企业多年数据变化分析、多部门数据对标分析 —— 如果企业连续2年参加“员工幸福度调研”将展示2年之间员工对各管理体系需求程度的对比变化，用于员工体验持续跟踪监控

- 例如：2年之间，员工幸福度指数的变化和不同维度的分析
- 2年之间，企业在工作环境、文化氛围、数据指标体系等方面是否有进步
- 2年之间，员工在“是否愿意将客服作为终生职业”的倾向占比是否发生变化
- 2年之间，员工选择工作的考虑因素和求职方式的变化对比等



✓ 客户观察官网

<http://www.ccinchina.com>



✓ 客户观察公众号



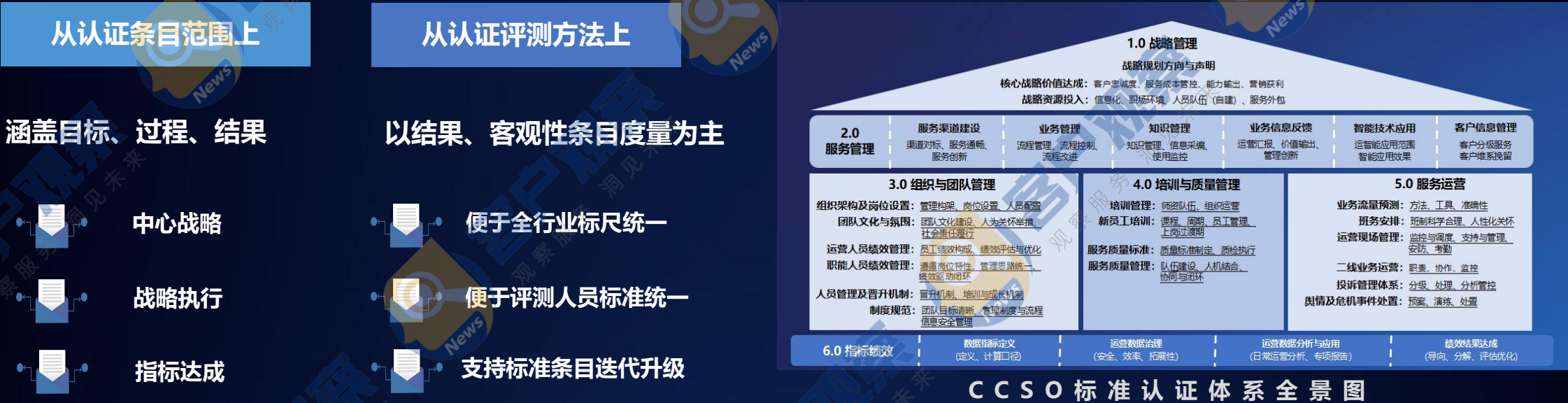
CCSO 标准简介

- ◆ 《呼叫中心服务质量和运营管理规范》（YD/T2823-2015）是由工业和信息化部通信发展司、电信管理局提出研究立项，由中国通信企业协会增值服务专业委员会和中国信息通信研究院负责标准研究，基础电信运营企业、增值电信企业、金融机构和咨询机构等单位的业内专家共同参与标准起草、制定的客户联络中心领域第一个由国家部委颁发的行业标准。
- ◆ CCSO标准已于2015年4月30日由工业和信息化部正式颁布，2015年7月1日正式执行，基于推广应用情况，于2021年重新修订、完善并广泛推广。



CCSO认证体系设计思路

◆ **核心思路**：归纳总结客户联络中心行业先进的**建设经验、管理方法、运营标准**，以事实结果、指标数据为主，测量客户联络中心服务质量及运营管理体系，在**企业战略、用户体验、成本效益**等方面的达成情况，客观真实的评估、反馈客户联络中心管理亮点，全方位调研、洞察客户联络中心管理不足，**推动客户联络中心健康发展**。



CCSO标准认证价值

◆ CCSO标准体系是立足于客户联络中心产业发展趋势，将各行各业优秀方法、经验沉淀，设计成可落地执行的方法体系，为客户联络中心卓越服务及智能技术应用提供评估测试、诊断分析、规划指引，是赋能企业实现服务优化、管理提升、技术升级，数智化转型的标准规范与指导文件。

CCSO标准认证具有以下优势：

影响力优势

- ✓ 部颁行业标准
- ✓ 双协会认证
- ✓ 规模影响力

定位优势

- ✓ 真正的标准化建设思路
- ✓ 统一的、跨行业的服务管理体系评价标准
- ✓ 清晰、规范、可执行、可衡量

内容优势

- ✓ 与时俱进，适应互联网新时代
- ✓ 各行业专家、学者共同修订
- ✓ 融入众多新技术、新方法

行业数据优势

- ✓ 全面对标产业数据与管理水平（测评、对标、差距分析、战略规划）
- ✓ 获取行业信息，参与业内同行交流

CCSO标准官网：
<http://www.cn-ccso.com/website/home>



The screenshot shows the CCSO Standard Official Website. The header includes the CCSO logo and navigation links. The main content area features a large banner for the 'CCSO Standard Call Center Service Quality and Operation Management Specification' with a 'Online Promotion' button. Below the banner, there are sections for 'Standard Index' and 'Standard Training'. A sidebar on the right contains a 'News' section with a list of recent articles. At the bottom, there is a 'Enterprise Certification Application' section with a QR code and a 'CCSO Standard Official Website' label.

弘扬服务精神 传递微笑服务

祝全体客服人2022年幸福安康！

祝第六届中国客户服务节圆满成功！



中国客户服务节
China Customer Service Festival



才博(中国)客户管理机构
CAIBO (CHINA) CUSTOMER MANAGEMENT AGENCY

担当 | 坚守 | 奉献 | 感恩