

2023年（第七届）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

2020年

参调人数：23038人
企业数：119个
问卷数量：70题

+17.8%

2021年

参调人数：27134人
企业数：201个
问卷数量：69题

+34.3%

2022年

参调人数：36431人
企业数：225个
问卷数量：37题

+22.6%

2023年

参调人数：44672人
企业数：240个
问卷数量：35题

样本量
逐年提升

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，共14题
2. 围绕幸福度：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？
2. **职业发展前景**：当前从事的工作职业发展前景（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. **部门配合**：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、必要的服务网点与服务资源。
7. **服务流程**：我所在企业的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. **员工福利**：我所在企业非常重视员工工作体验，工作环境舒适，员工福利充实（工服/三薪/体检等）。
9. **气氛融洽**：我所在企业团队气氛和谐融洽，在团队中有我的良师益友，我能够获得归属感与安定感。
10. **员工薪酬**：我所在企业提供了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**：我所在企业非常重视服务人才培养，设有健全且付诸实施的员工培训与发展计划，我对于在企业能够获得的发展机遇感到满意。

社会认同

12. **客户理性**：我的客户普遍理性、好沟通，并不会过于为难个别服务人员。
13. **成就感**：在服务的过程中能够通过自身的努力帮助到客户，使我感受到满满的成就感。
14. **得到认可**：我能感受到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。

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

1. 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。

2. 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）



3. 您在选择当前工作时，主要考虑的因素有？（多选题）

- 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

4. 您通过什么途径获取就业工作信息？（多选题）

- 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

5. 做为客服人，您觉得最大的困扰是什么？[填空题]

6. 做为客服人，您觉得最大的幸福是什么？[填空题]

2023年1-2月

调研设计

调整问卷内容

新增分析内容

优化调研体验

2023年3-4月

数据收集

删除 [户口类型] [合同方式] 等低价值采集点

观察 [社会工龄] & [幸福度] 的关系
分析 [提升幸福指数建议] 与 [幸福指数] 的关联性

567s - 530s 问卷回收均长缩短半分钟

2023年5月

出具报告

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

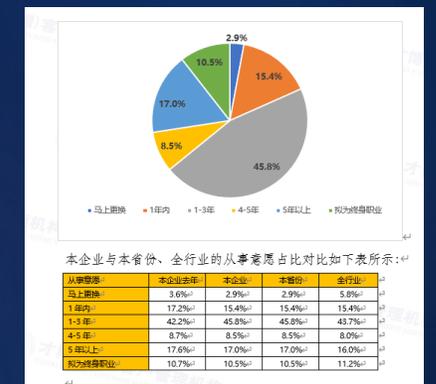
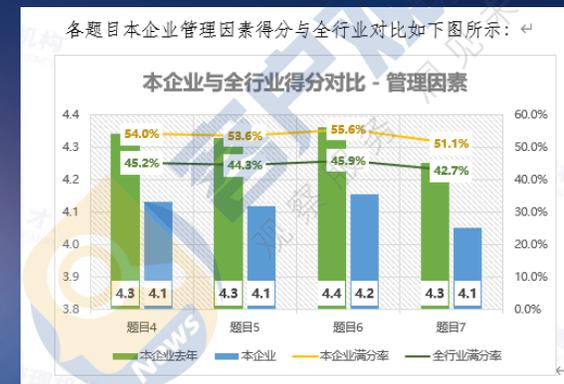
2年之间，员工选择工作的考虑因素和求职方式的变化对比等



测试项目四个大类本企业与本省份、全行业的评测得分如下表所示：

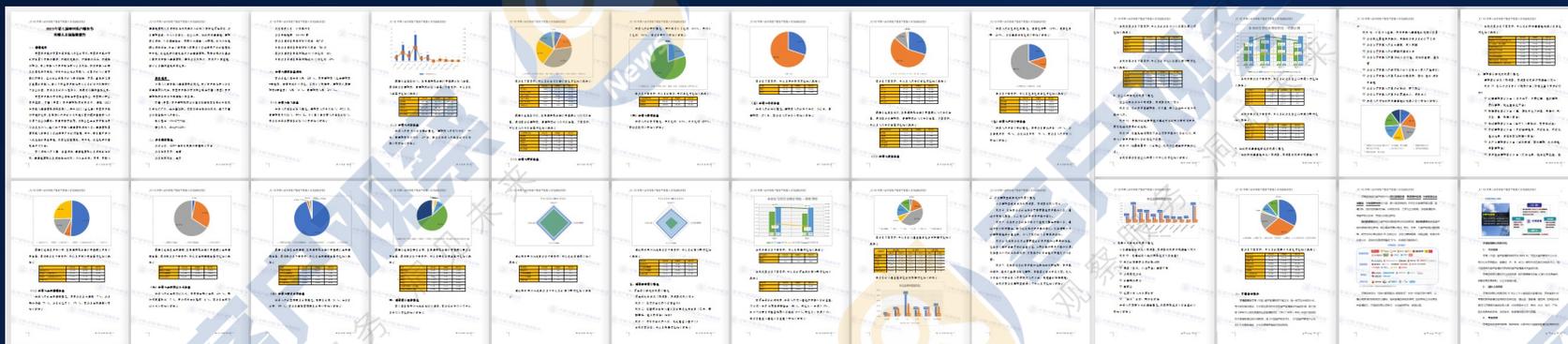
平均得分	本企业去年	本企业	本省份	全行业
综合评价	3.3	3.6		
企业管理因素	3.6	3.7		
个人工作体验	3.5	3.6		
社会认同	3.4	3.5		

专业版提供



专业版《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

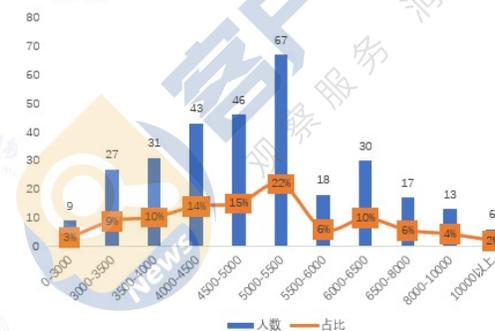
例如：本企业员工收入，处于省份中什么位置？

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？

(一) 参评人收入信息

参评人员填报的收入情况，管理岗人员平均收入：7895 元，非管理岗平均收入：5332 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	本企业去年	本企业	本省份	全行业
管理岗	¥13,526	¥13,526	¥13,526	¥13,115
职能岗	¥6,734	¥6,768	¥6,768	¥6,462
班组长	¥7,717	¥7,167	¥7,167	¥6,112
呼出坐席	¥6,269	¥6,269	¥6,269	¥5,918
呼入坐席	¥4,708	¥4,716	¥4,716	¥4,513

年度关键词

疫情反弹

三十而立

思考慎重

老兵犹在

客服人幸福指数上升

2023年客服人幸福指数：**73.4 (+1.5)**

2022年幸福指数：71.9

客服人长大了两岁

在44672个受访者中平均年龄**30.74**岁，年龄中位数**30.97**岁（+2.09）

2022年平均年龄28.82岁，年龄中位数28.88岁（+0.34）

2021年平均年龄28.19岁，年龄中位数28.54岁（+0.15）

2020年平均年龄27.53岁，年龄中位数28.39岁

认真且慎重

在44672个受访者中5412位选择在**20:00-次日6点前**完成调研

8455位客服人，花费**10分钟**以上慎重思考

2022年：受访者中5881位选择在**20:00-次日6点前**完成调研

仅38位客服人，花费**10分钟**以上慎重思考

老骥伏枥 志在千里

在44672个受访者中有**126位**60后，其中有**49位**老客服人从事着一线客服的工作

2022年：受访者中有**5位**60后，其中有**3位**老客服人从事一线客服工作

调研基本信息

Basic information



中国客户服务节
China Customer Service Festival



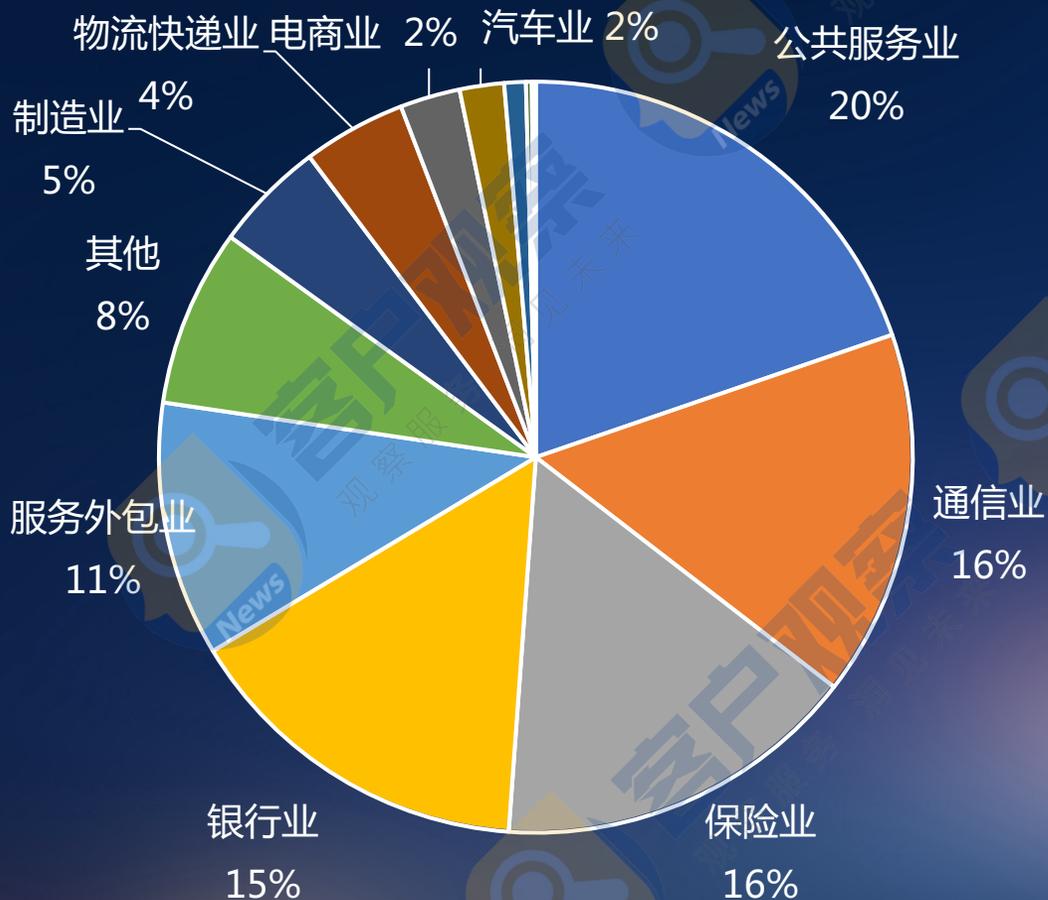
才博(中国)客户管理机构
CAIBO (CHINA) CUSTOMER MANAGEMENT AGENCY

担当 坚守 奉献 感恩

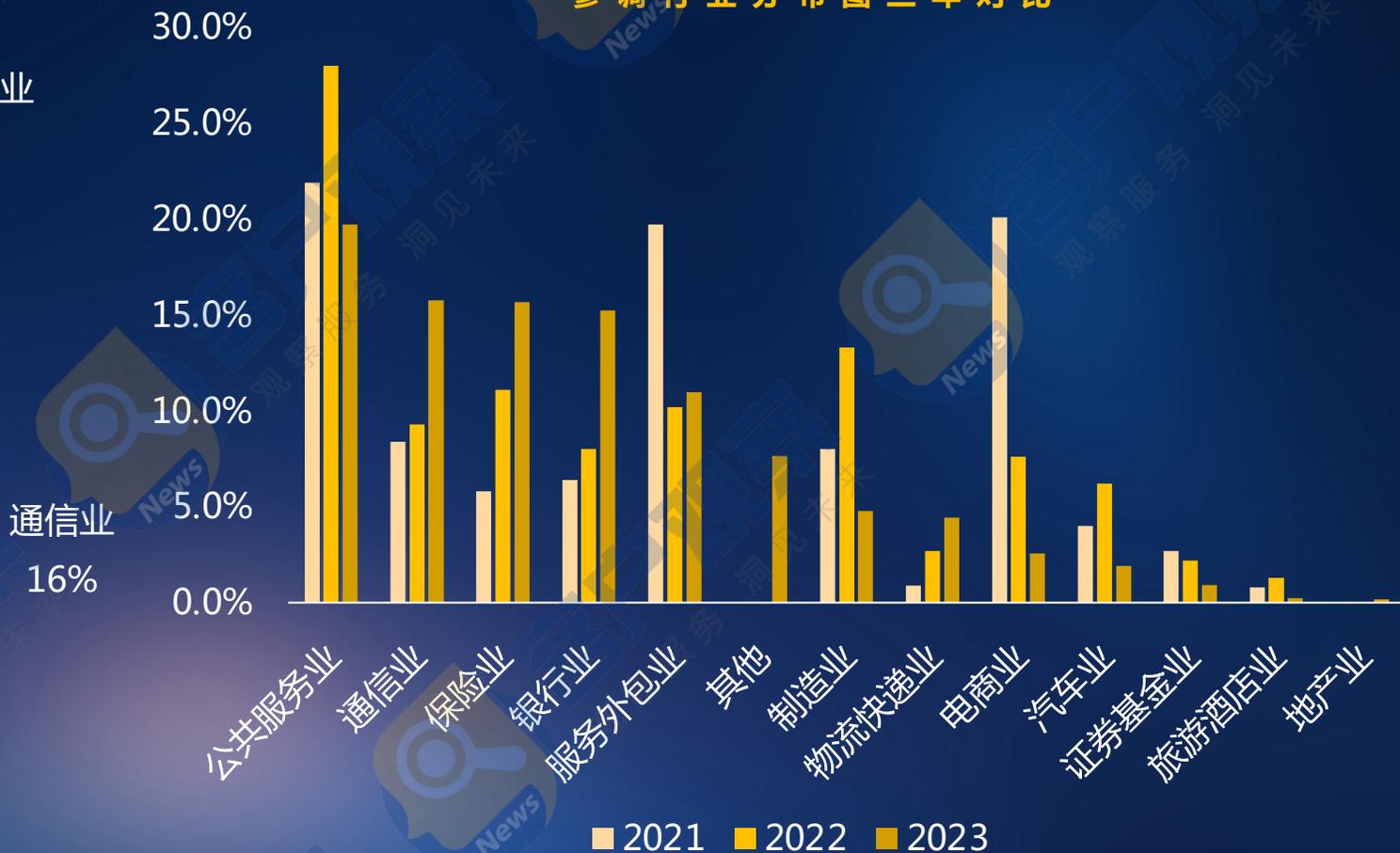
参调行业分布

- 公共服务业占比最高19%
- 保险业、银行业、通信业、物流快递业连续三年占比上升

参调行业分布图

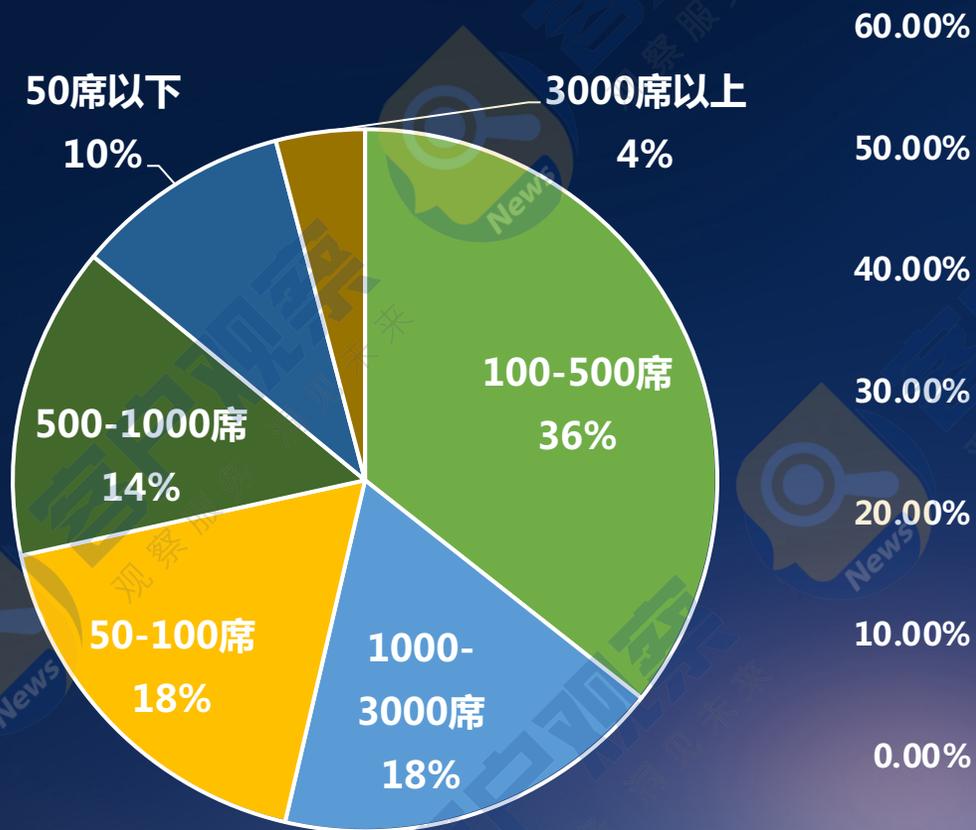


参调行业分布图三年对比

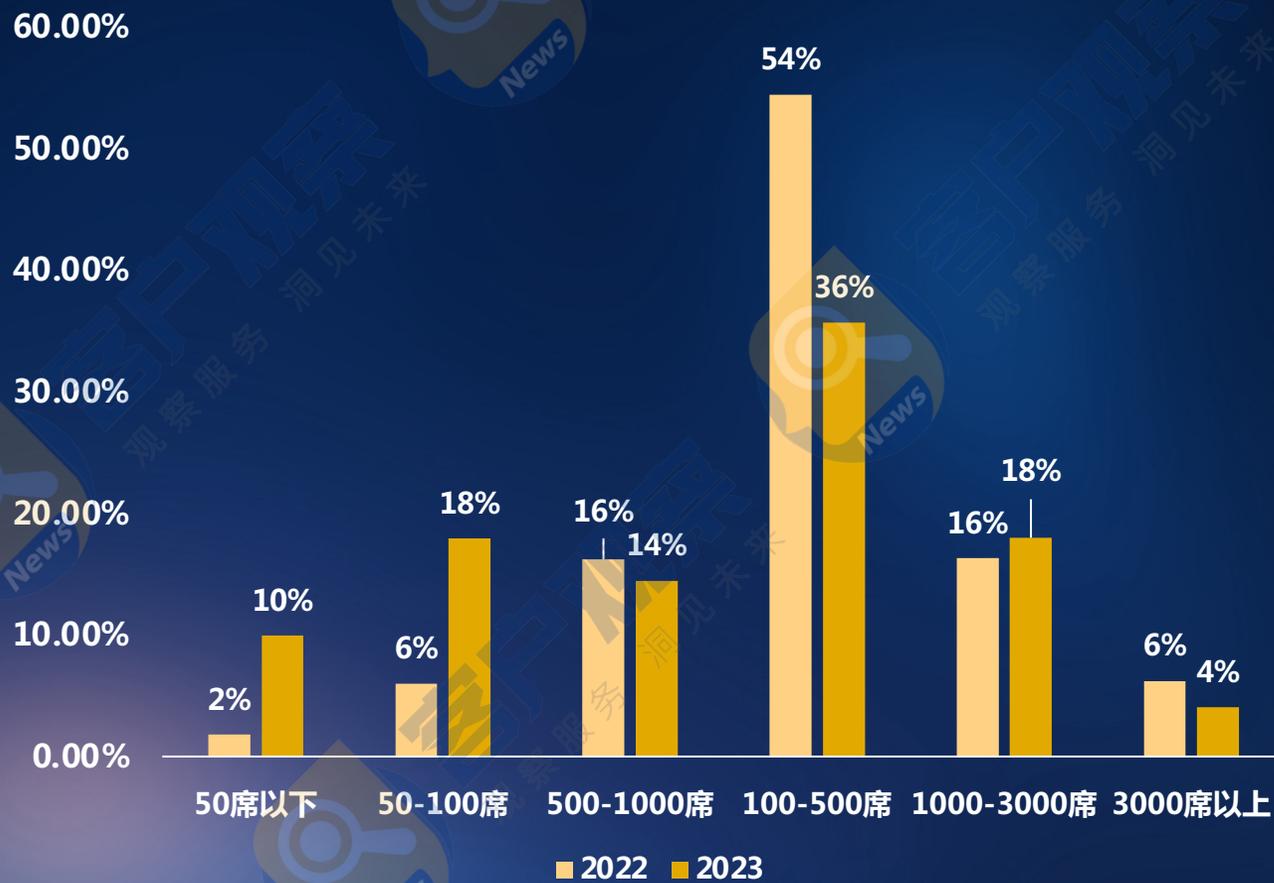


参调规模分布

- 本次参调单位规模较22年变化较大
- 100席及以下占比**增多20%**；100席 - 500席的占比**缩小19.8%**



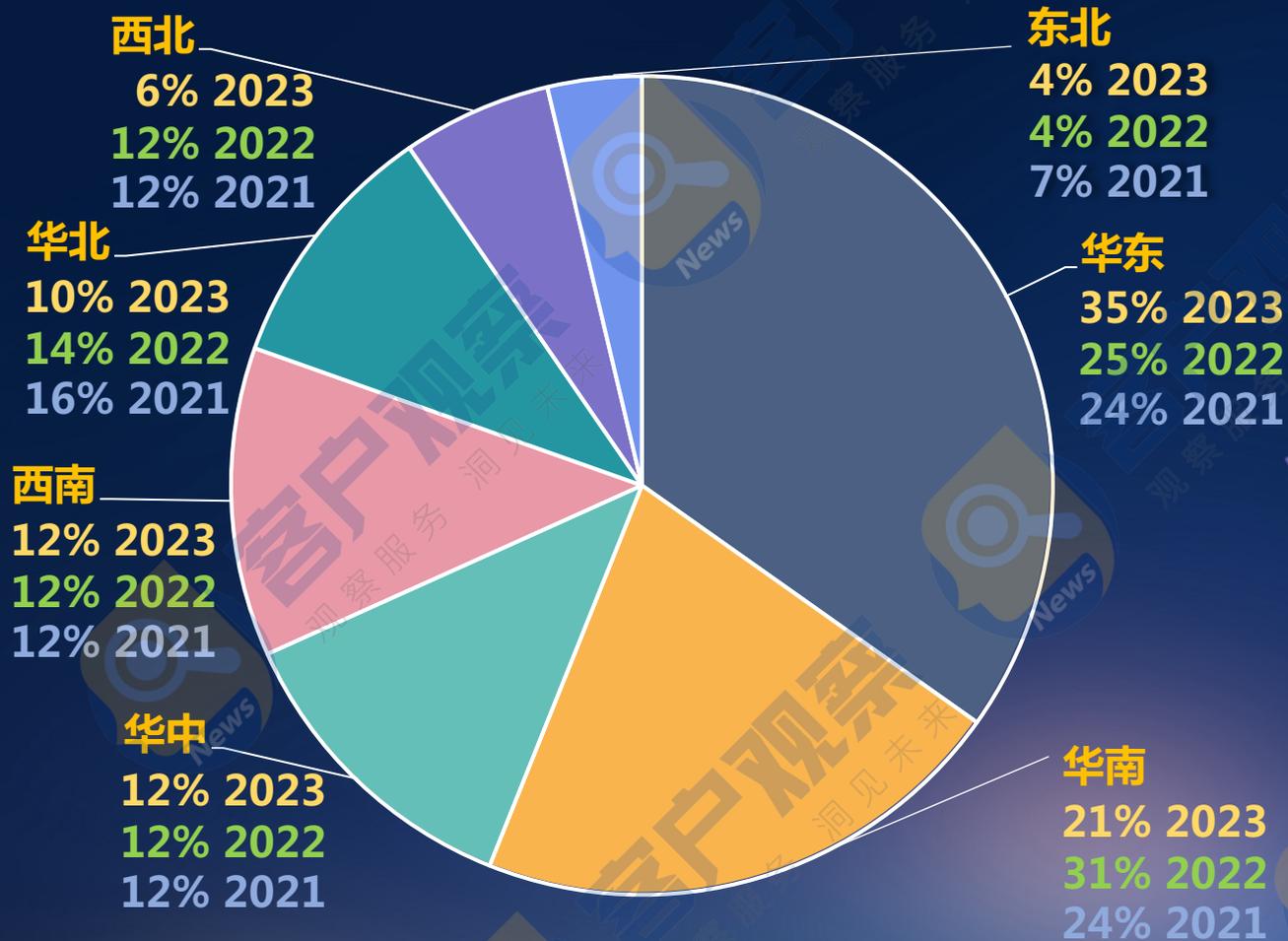
参调规模分布图



参调行业分布往年对比

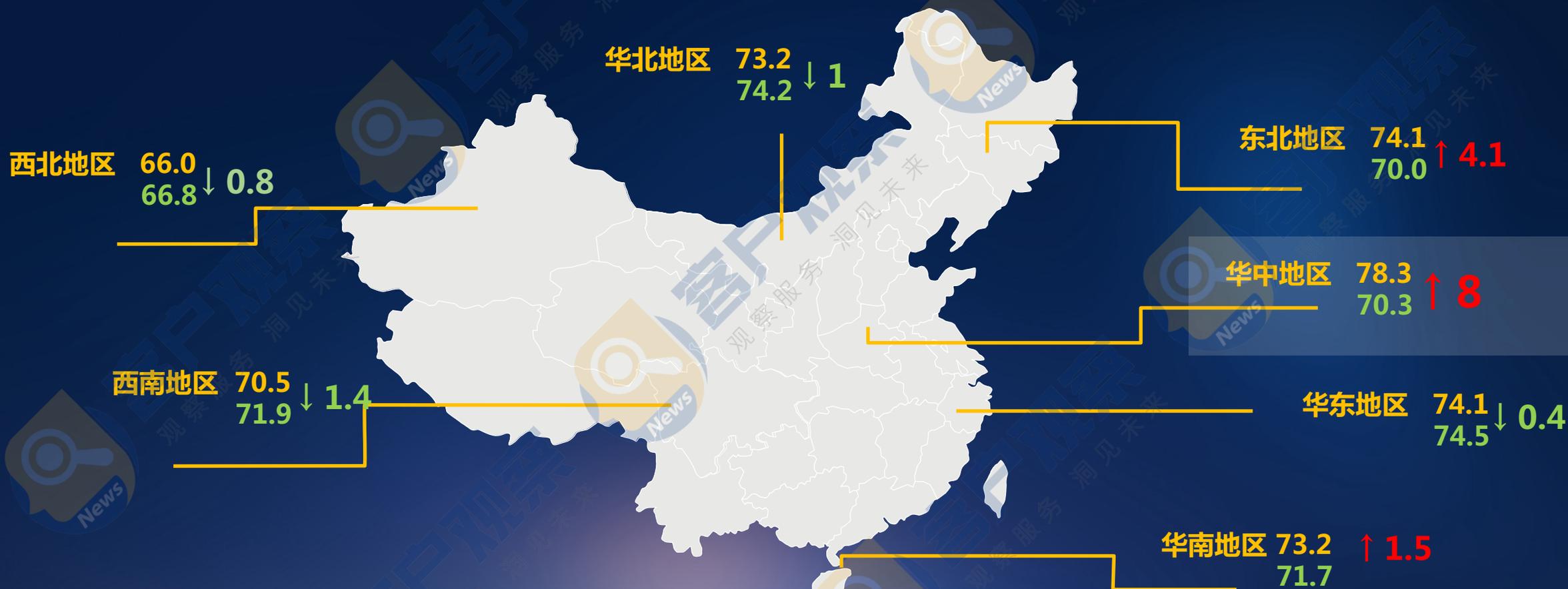
参调区域分布

- 全国划分为华南、华东、华北、华中、西南、东北、西北七大区域



参调区域分布图

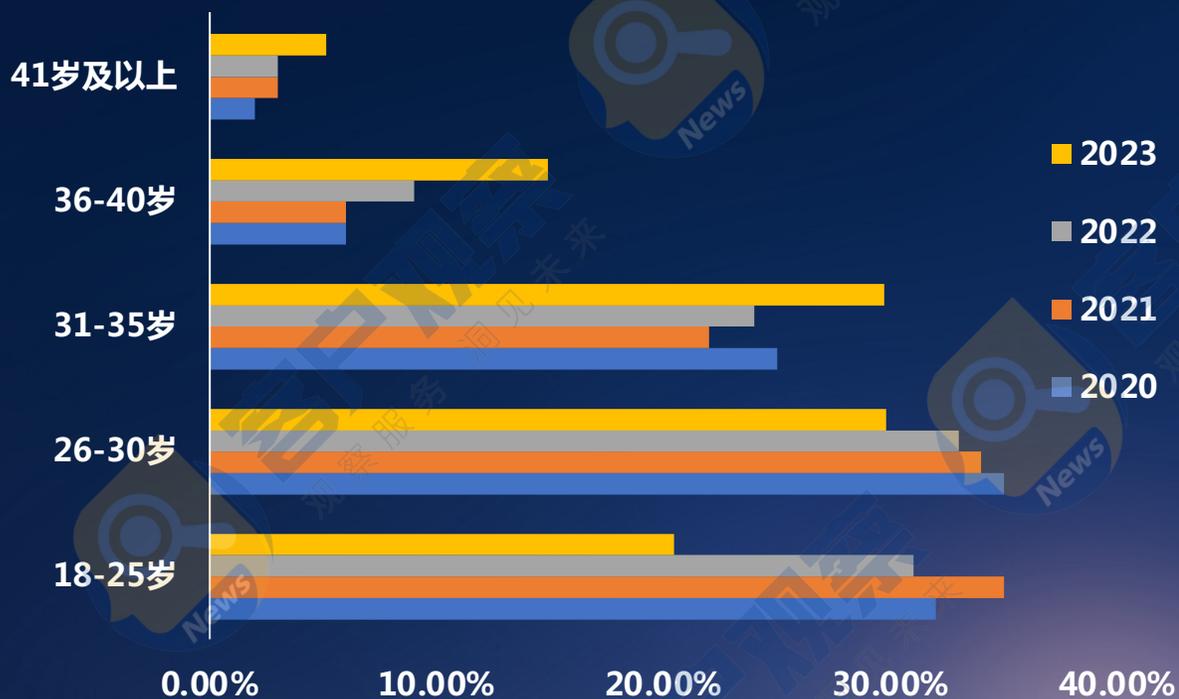
华中地区从业人员幸福度较高，西北地区幸福度较低。



区域幸福度分布图

参调个人信息分布

- 30岁以下客服人比例逐年在减少，行业规模增加，稳定性增加
- 客服人平均年龄和年龄中位数均比去年长了两岁左右



年龄分布往年对比图

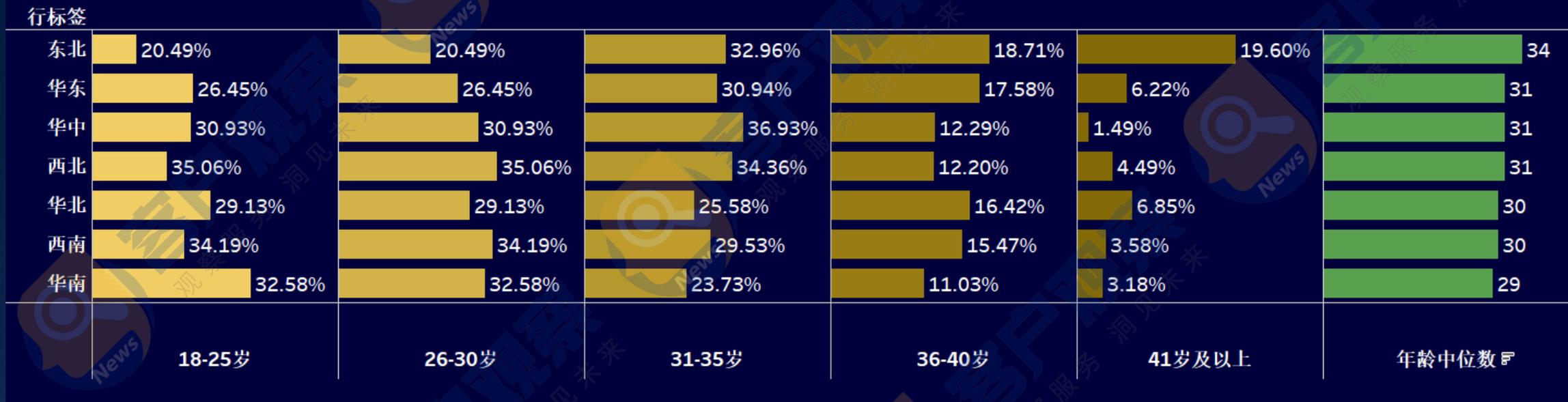


年龄幸福度排行榜

参调个人信息分布

- 华南区域30岁以下的年轻人相对较多，人员构成相对最为年轻化
- 东北36岁以上的老客人人相对较多，超过70%的员工分布在31岁以上
- 第七次全国人口普查公报显示：全国人口中位数为38.8岁

5、年龄&区域分布堆积柱状图

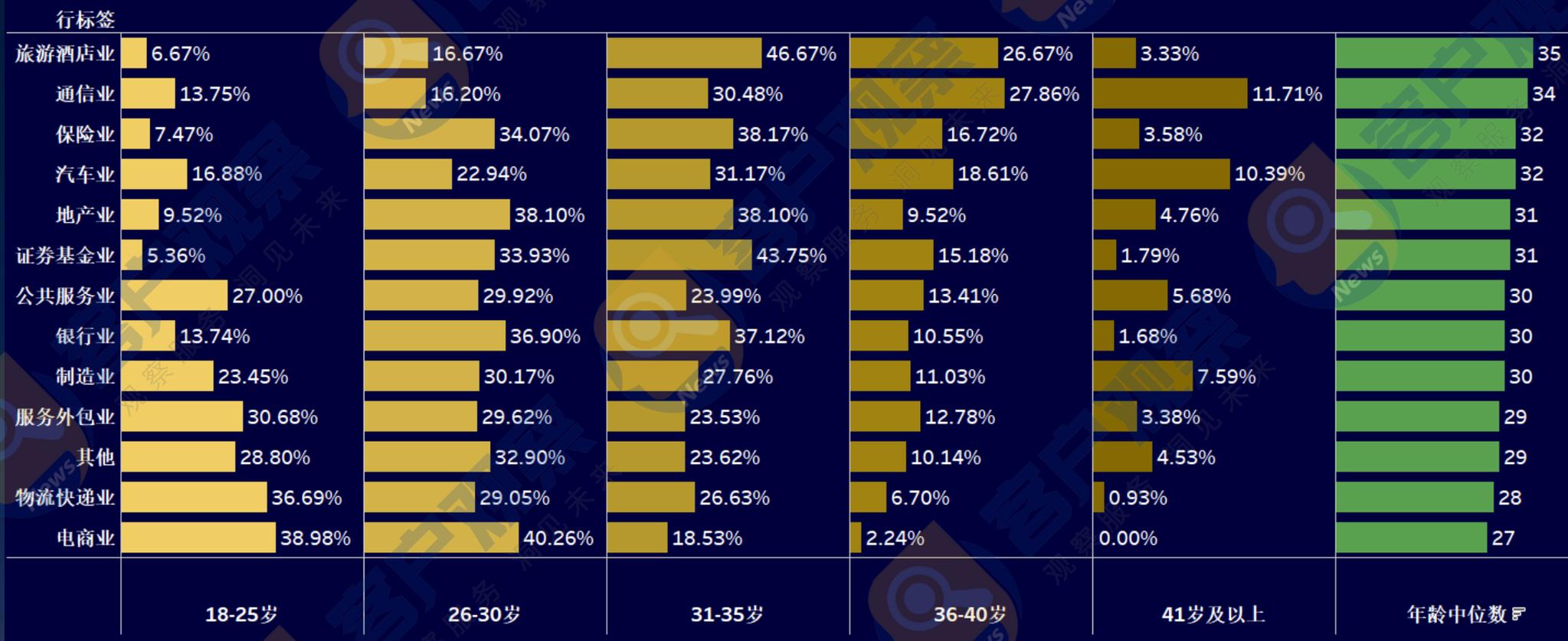


参调区域与年龄段分布图

参调个人信息分布

- 物流和电商业30岁以下的年轻人较多
- 通信业36岁以上的老客服人较多

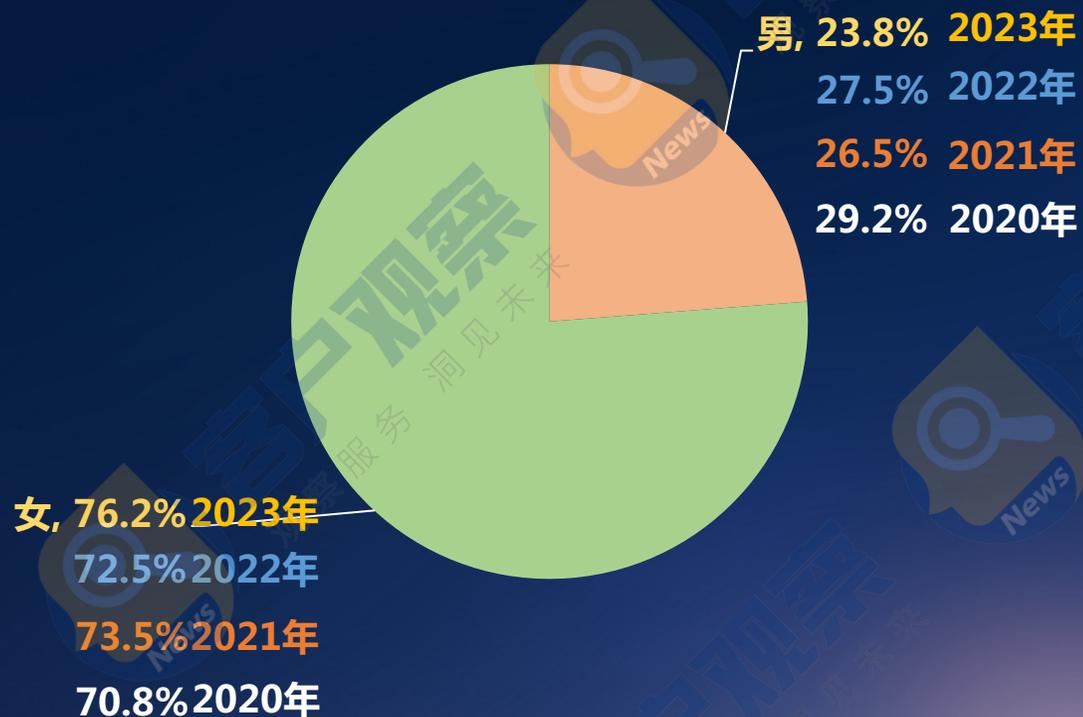
6、年龄&行业分布堆积柱状图



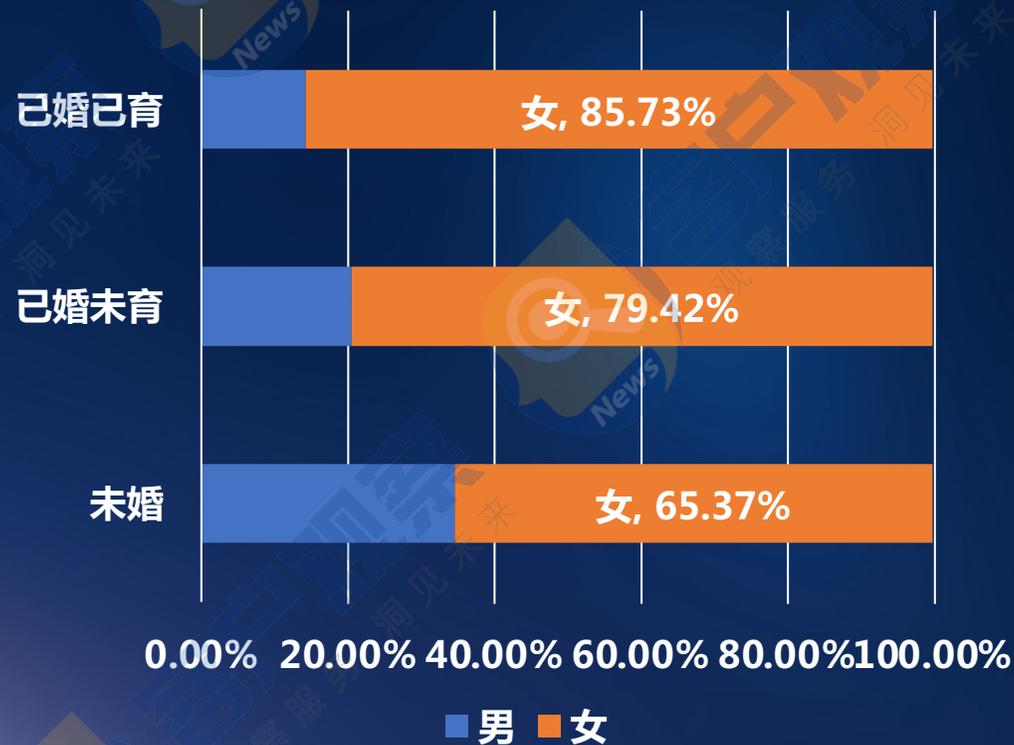
参调行业与年龄段分布图

参调个人信息分布

- 男女比例差距递增
- 婚育状态分布、学历分布较往年并没有太大的变化



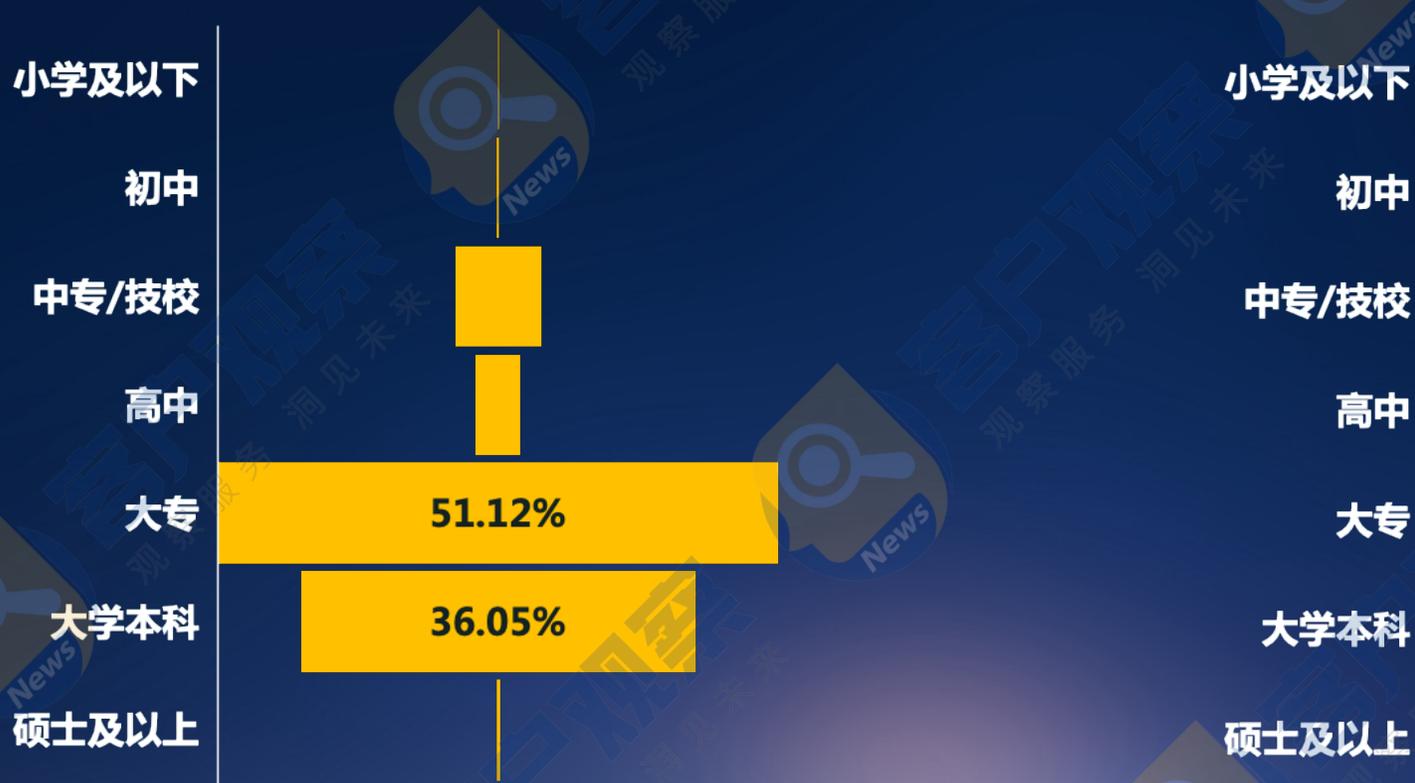
男女比例往年对比



婚育状态男女比例

参调个人信息分布

- 本次调研，超过80%参调样本为大专及以上学历
- 对比美团发布的美团骑手就业报告所披露的骑手学历分布，客服行业学历普遍较高



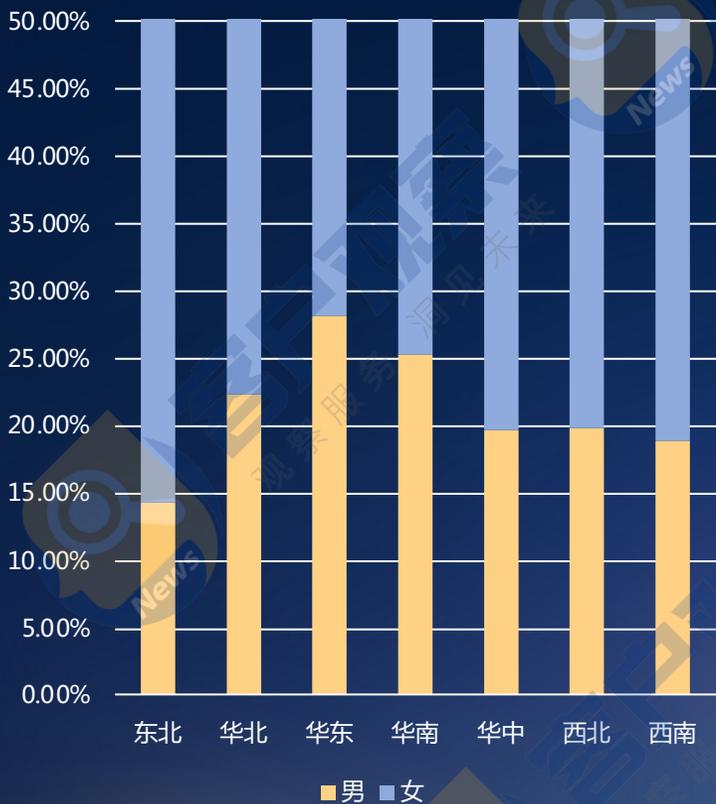
2023 客服行业学历分布

美团骑手就业报告披露

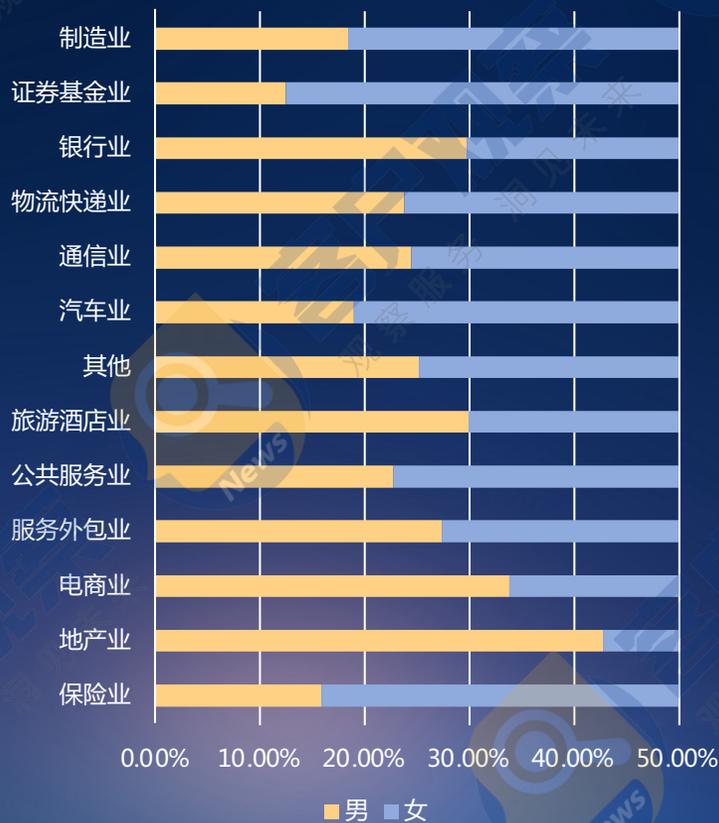
参调个人信息分布

- 华东、华南区域男性选择从业相对最多，东北区域相对最少
- 地产业男性选择从业相对最多，证券基金业相对最少
- 证券基金业相对本科学历以上高学历人群最多，酒店旅游业硕士以上高学历人群最多

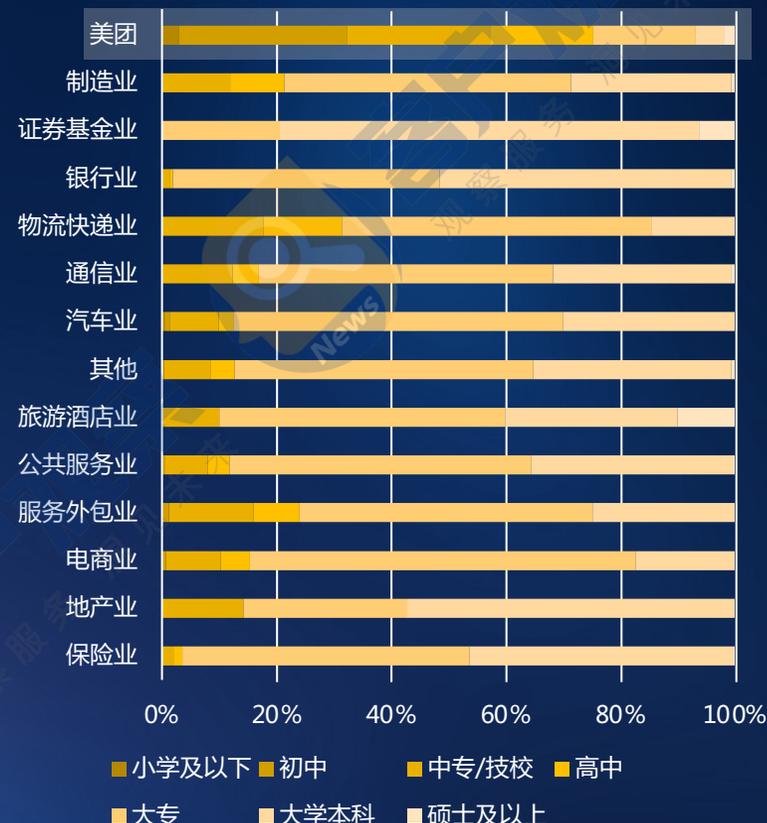
区域性别分布图



行业性别分布图

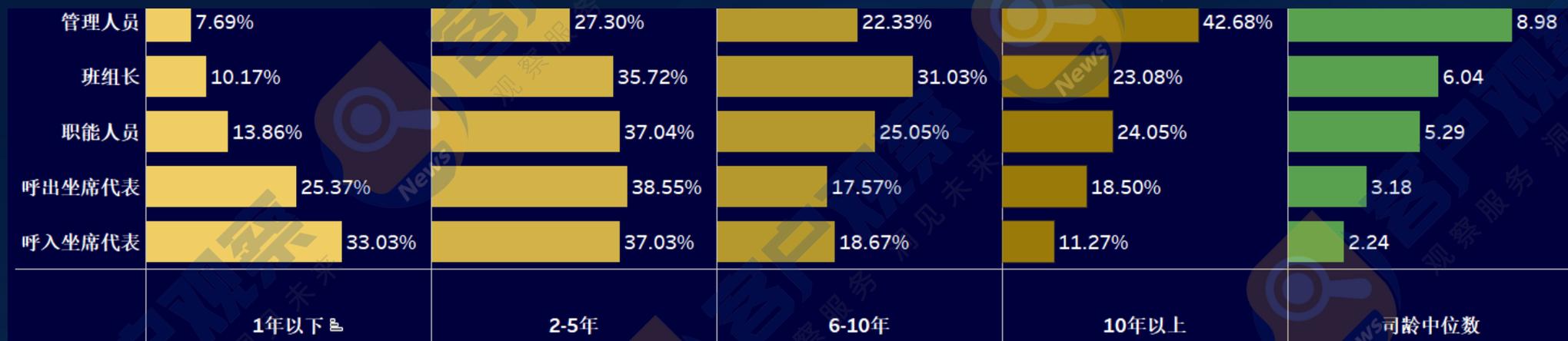


行业学历分布图

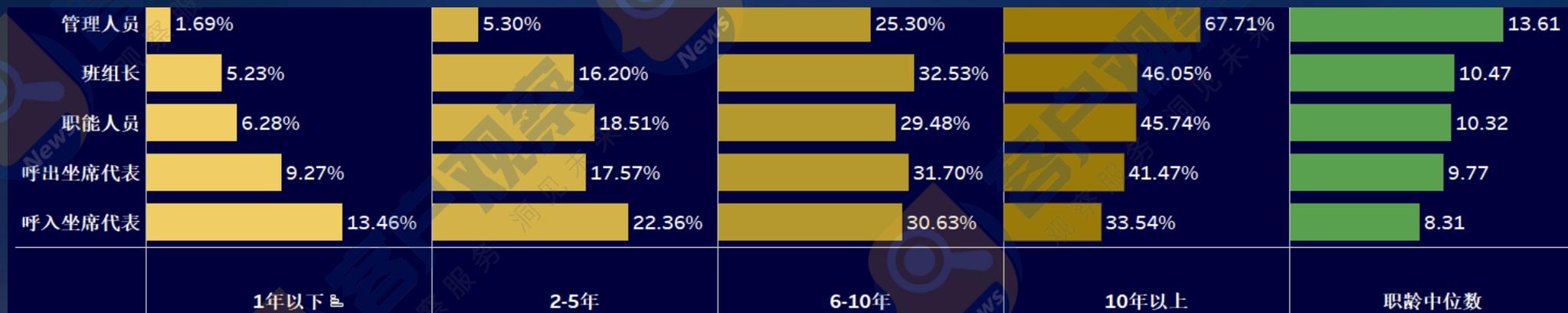


参调岗位信息分布

- 呼入坐席代表、呼出坐席代表岗位的职龄较短年龄相对较小
- 管理人员、职能人员和班组长岗位职龄较长年龄相对较长



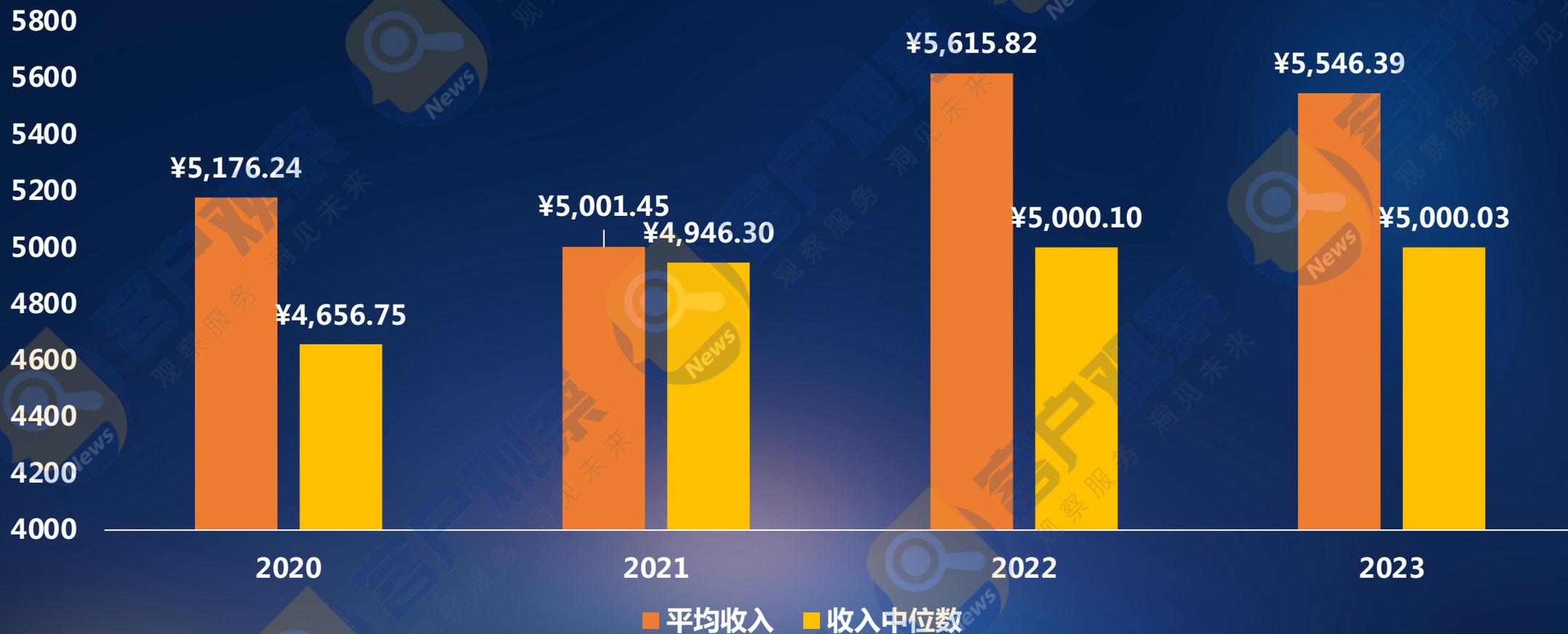
参调岗位与司龄分布图



参调岗位与职龄分布图

参调工作信息分布

- 2023年平均收入达到5546.39元，收入中位数为5000.03元
- 客服人薪资较2020年平均收入提高370.15元，收入中位数提高343.28元
- 2020 - 2023平均收入复合增长率为2.33%，收入中位数复合增长率为2.40%



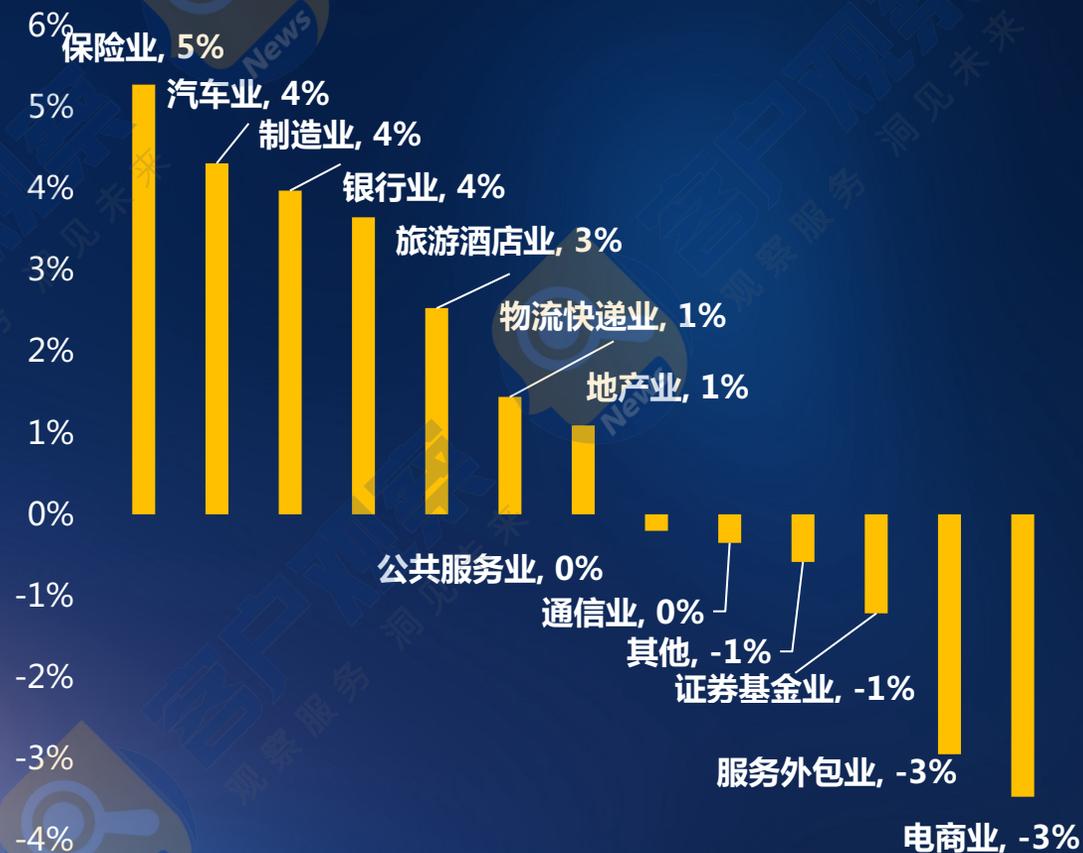
平均收入与收入中位数往年对比表

参调工作信息分布

- 银行业、地产业的员工薪资水平在行业分布中相对最高

	2020	2021	2022	2023
保险业	4905	4990	6247	5723
汽车业	5282	4804	7219	5995
制造业	5354	5077	5854	6017
银行业	7318	6724	7687	8148
旅游酒店业	6083	7569	5660	6557
物流快递业	6166	5173	6208	6436
地产业	7666	7300	7300	7919
公共服务业	4383	4354	5090	4356
通信业	5066	4878	4505	5013
其他	4807	4807	4807	4723
证券基金业	5855	6250	6291	5644
服务外包业	4954	4837	5209	4529
电商业	5801	4521	4628	5217

行业平均薪资往年对比表



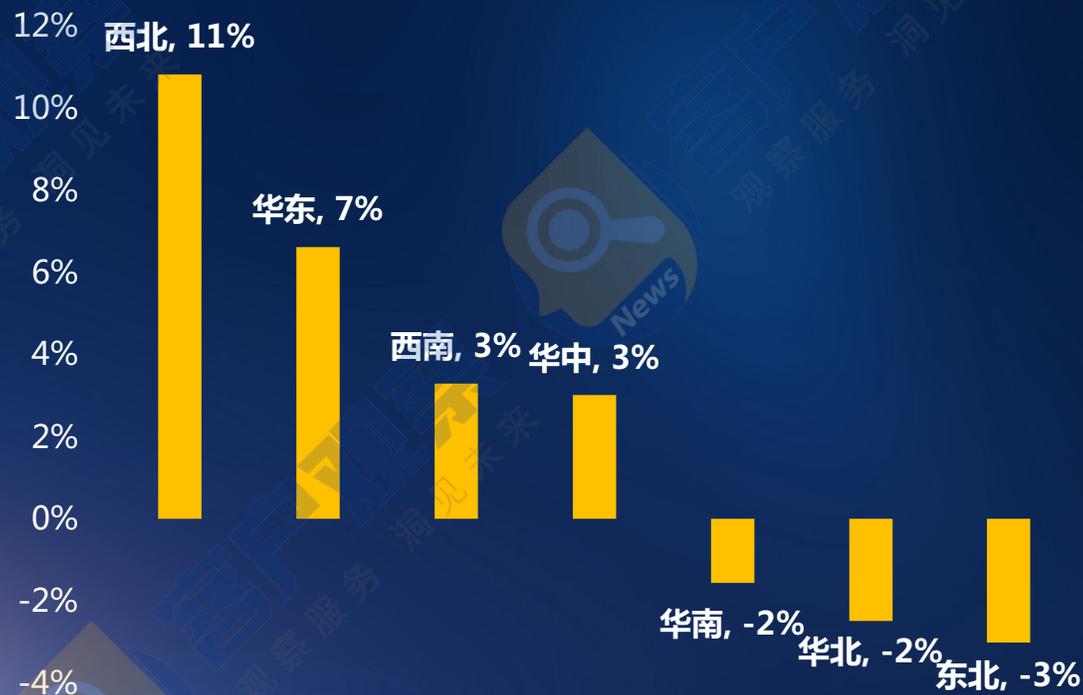
行业平均薪资复合增长率对比图

参调工作信息分布

- 华东区域平均薪资与高薪资人员占比均高于其他每个区域
- 东北区域平均薪资与高薪资人员占相对较低

	2020	2021	2022	2023
西北	3868	5118	5532	5262
华东	5129	4850	5769	6213
西南	4744	4150	5637	5228
华中	4740	4769	4658	5181
华南	5714	5018	5899	5451
华北	5438	5539	6138	5043
东北	4255	4240	6498	3882

区域平均薪资往年对比表



区域平均薪资复合增长率对比图

幸福指数洞察

Insight into Happiness Index

 中国客户服务节
China Customer Service Festival

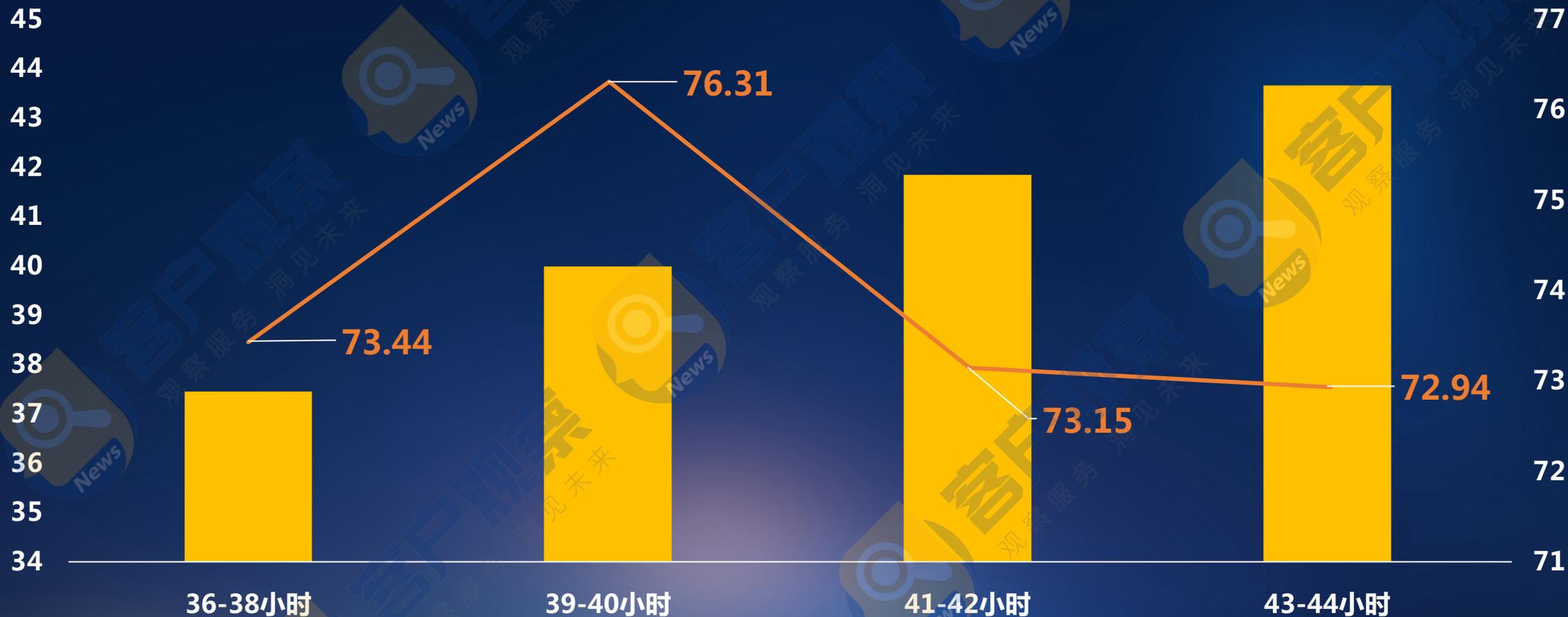
 才博(中国)客户管理机构
CAIBO (CHINA) CUSTOMER MANAGEMENT AGENCY

担当 坚守 奉献 感恩

马云说的不对 996不是福报

工时与幸福度指数的相关系数仅 -7.4%

- 相对来说每周工作39-40小时的幸福指数最高



工时与幸福度关系图

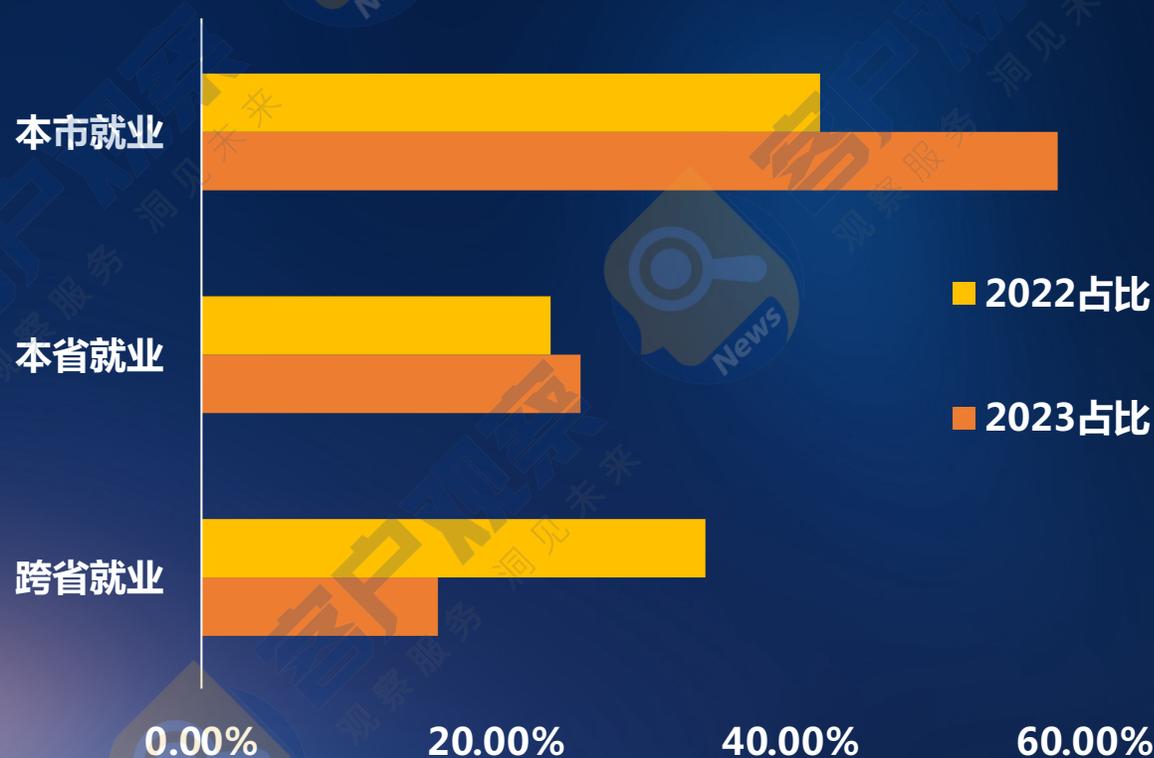
先安居 再乐业

本市就业员工最能**感到幸福**

- 本市就业员工占比最高且幸福指数相对最高，其次是跨省就业
- 本省就业员工幸福感相对较低（-1.72）
- 对比2022线数据，跨省就业人数占比显著减少



户籍关系与幸福度关系图



户籍就业类型对比图

已婚未育男性客服人员**感到焦虑**

幸福指数与婚育情况**正相关**
男性客服人在**已婚未育时期幸福指数较低**

幸福指数洞察

- 已婚已育的幸福指数较高，较去年有所上升 (+0.2)
- 相对的未婚幸福指数较低，差距 (-1.2)
- 女性在婚育后幸福指数上升



婚育状态幸福度



婚育状态幸福度男女分布

工作12年以后 确认**长期职业**

人员稳定性与幸福指数**成正比**

- 择业稳定性与幸福指数成正比
- 马上更换职业的与终身职业的幸福指数平均差值为 (+38.3)
- 幸福指数低于60时，则会产生在1年内重新择业的想法



幸福指数与择业关系图

客服人职业生涯三个倦怠高峰期

在工作后的**第1年、第2年、第4年**，客服人遇到职业倦怠期

- 幸福指数低于60，则容易产生重新择业的想法
- 第1年、第2年、第4年，幸福指数低于60人数占比大于45%



社会工龄与参调低幸福度指数统计图

“劳务派遣编制” 幸福度大幅提升

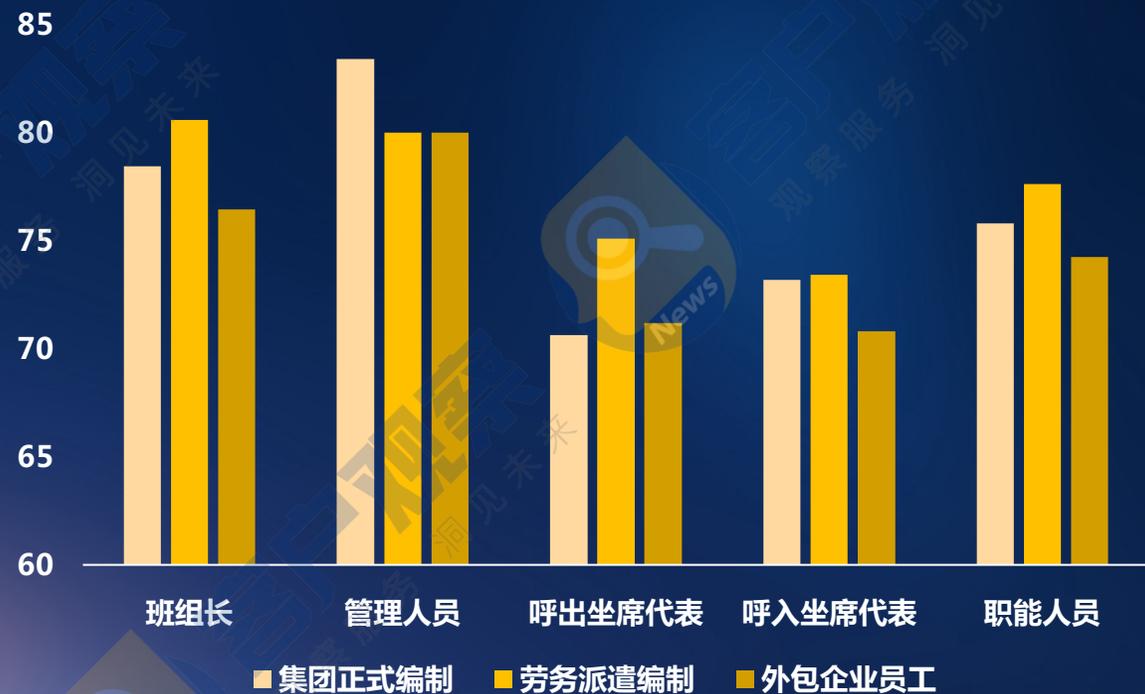
外包与正编客服的幸福感差距正在缩小

幸福指数洞察

- 劳务派遣整体幸福指数较高
- 集团正编的管理人员感到最幸福
- 外包呼出坐席幸福指数反超正编



合同类型幸福指数分布图

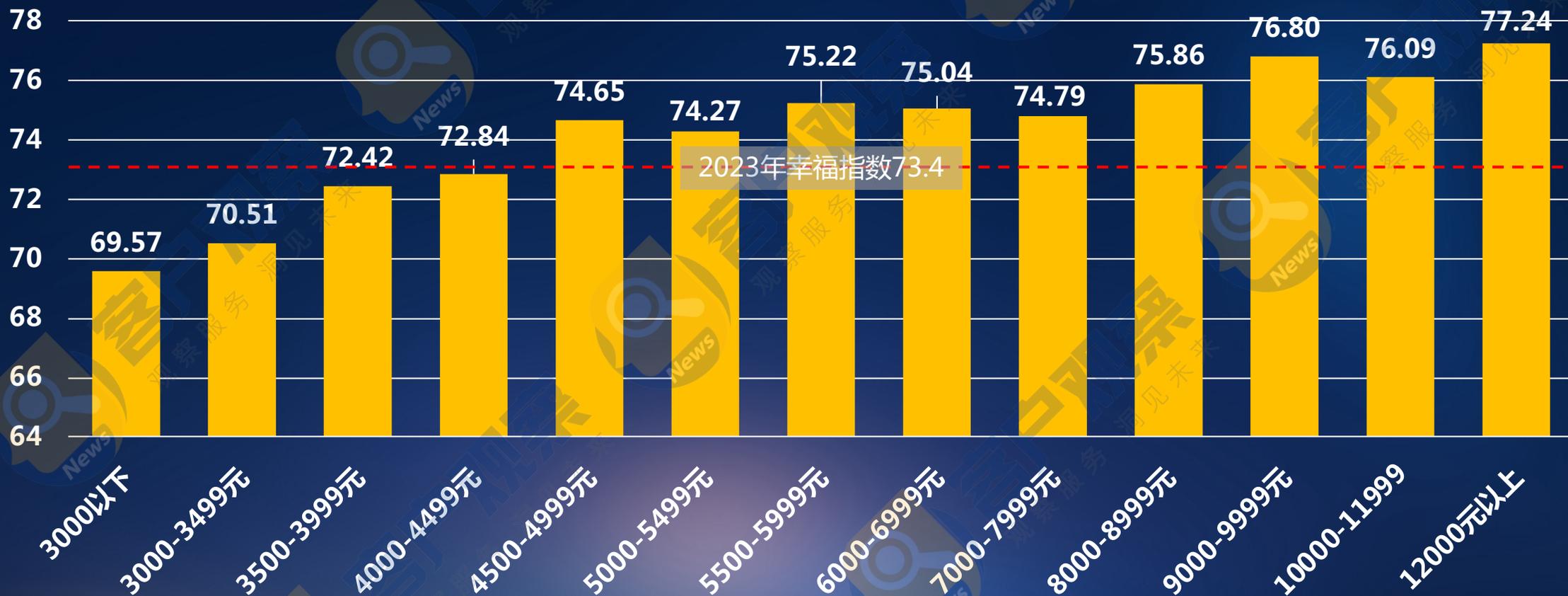


合同类型与岗位分布图

知足 长乐

总的来说收入和幸福指数**成正比**
但当月均收入达到**4500以上**，幸福指数就高于整体幸福指数均值

- 当月均收入低于3000元时的平均幸福指数处于整体幸福指数的极低值：69.57
- 当月均收入高于12000元时的平均幸福指数处于整体幸福指数的最高值：77.24
- 随着收入增加，幸福指数随之一同增长，当月均收入高于4500元后，超过平均幸福指数



薪资与幸福指数分布图

驱动幸福指数

Impact on happiness index



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

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，共14题
2. 围绕幸福度：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？
2. **职业发展前景**：当前从事的工作职业发展前景（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. **部门配合**：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、必要的服务网点与服务资源。
7. **服务流程**：我所在企业的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. **员工福利**：我所在企业非常重视员工工作体验，工作环境舒适，员工福利充实（工服/三薪/体检等）。
9. **气氛融洽**：我所在企业团队气氛和谐融洽，在团队中有我的良师益友，我能够获得归属感与安定感。
10. **员工薪酬**：我所在企业提供了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**：我所在企业非常重视服务人才培养，设有健全且付诸实施的员工培训与发展计划，我对于在企业能够获得的发展机遇感到满意。

社会认同

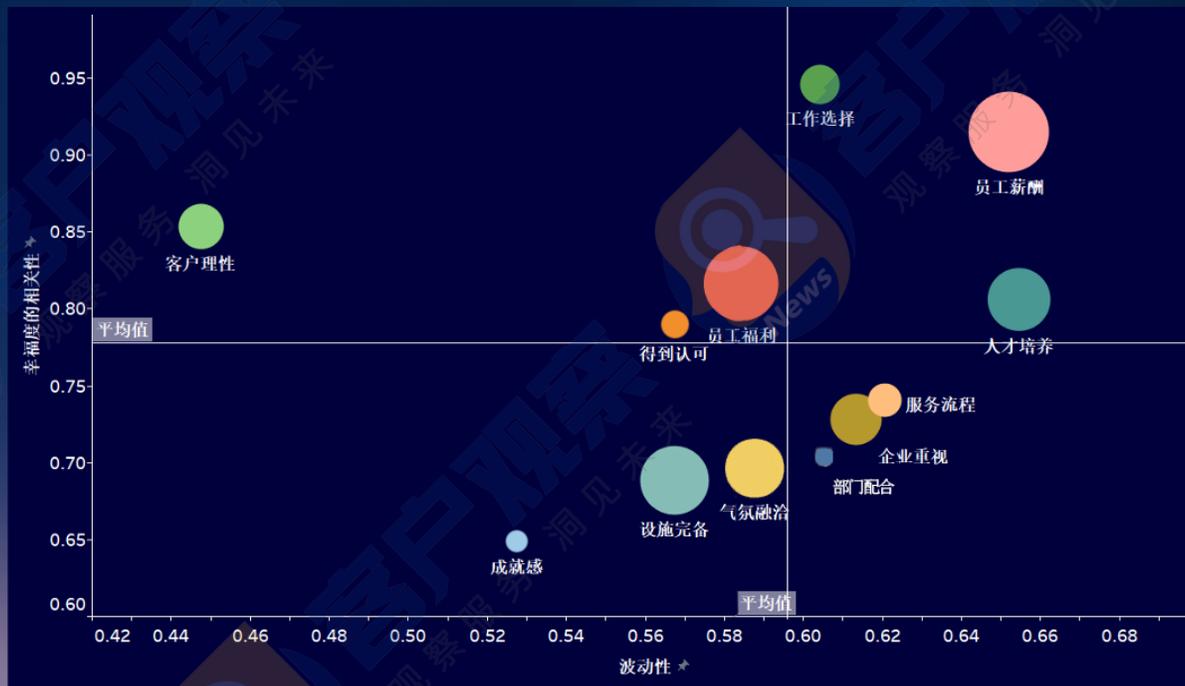
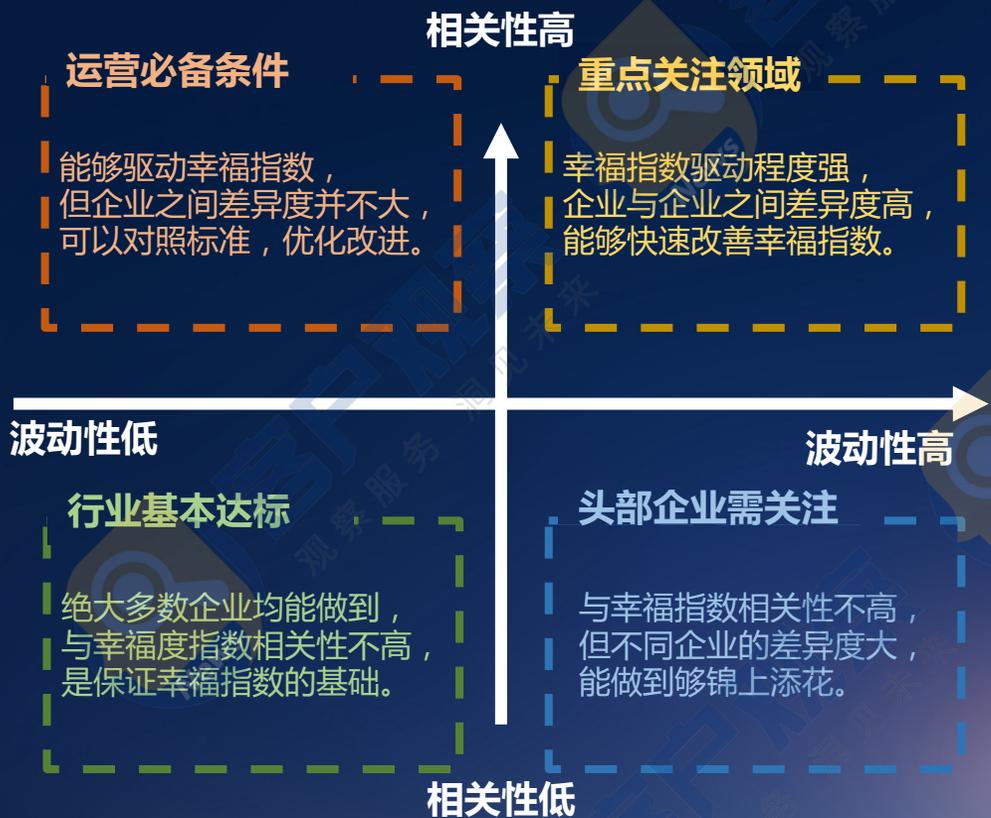
12. **客户理性**：我的客户普遍理性、好沟通，并不会过于为难个别服务人员。
13. **成就感**：在服务的过程中能够通过自身的努力帮助到客户，使我感受到满满的成就感。
14. **得到认可**：我能感受到家庭与社会对客户服务的认可，周围人了解客户服务工作的难处与价值。
15. **工作选择**：如果有重来一次的机会，我仍然会选择客户服务行业。



幸福指数驱动因素对比图

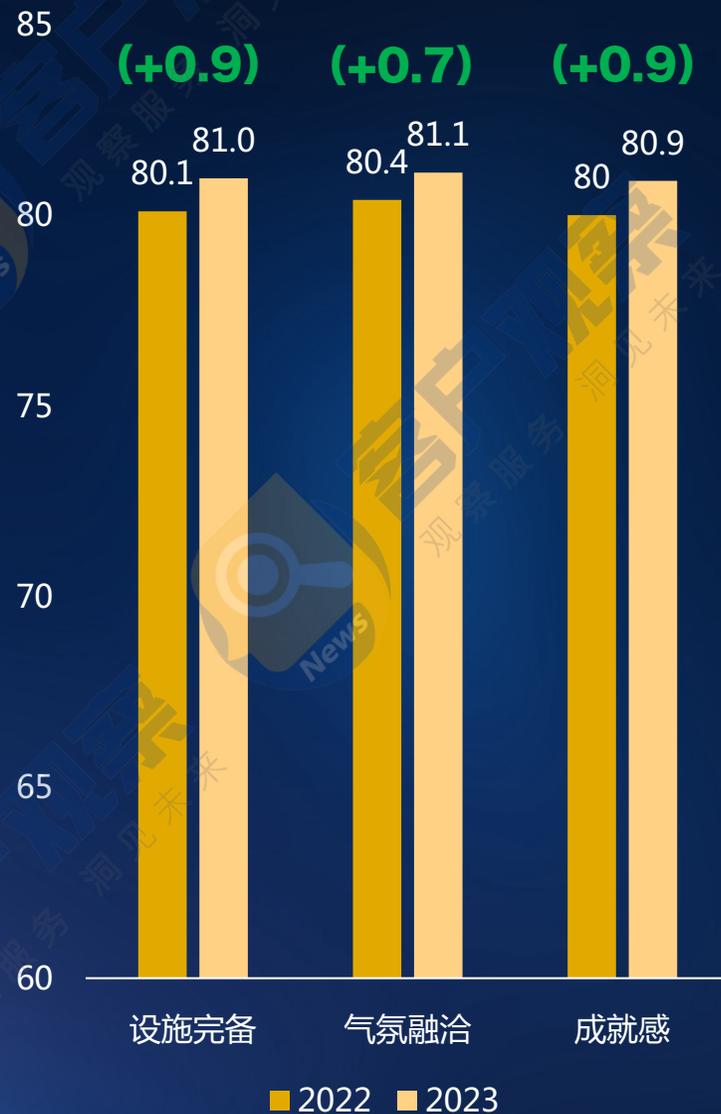
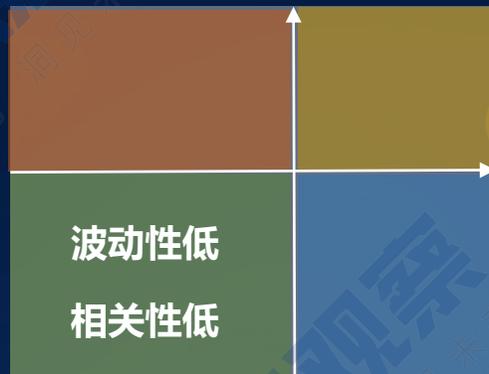
驱动幸福指数

客服人幸福度与员工薪酬、工作选择、服务流程的分布关系，均为正相关关系
企业薪酬越有市场竞争力，工作反馈越正向，企业越重视人才培养企业客服人幸福度越高



行业基本达标

绝大多数企业均能做到，
与幸福度指数相关性不高，
是保证幸福指数的基础。



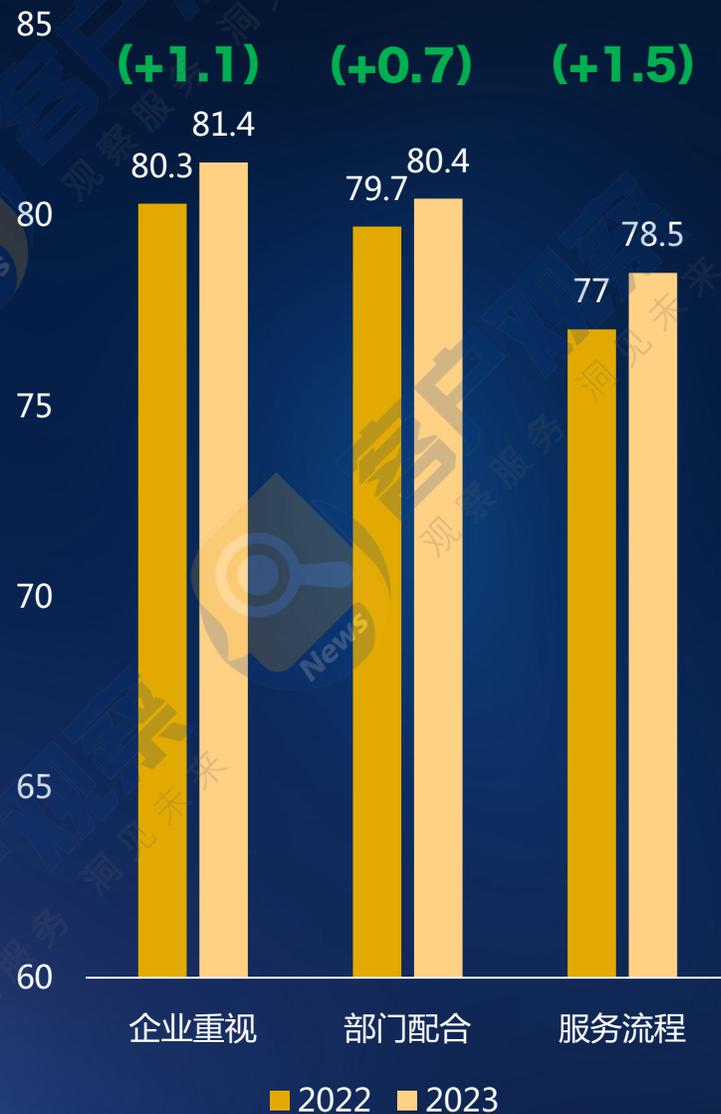
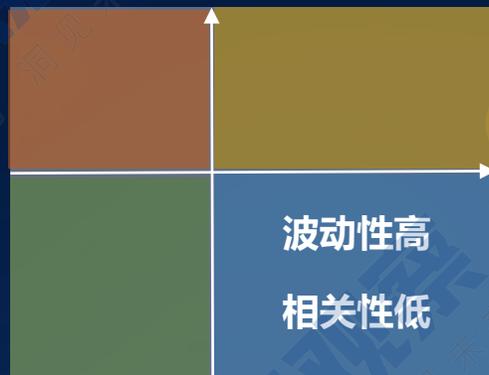
工作成就感：在服务的过程中能够通过自身的努力帮助到客户，使我感受到满满的成就感。

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。

气氛融洽：我所在企业团队气氛和谐融洽，在团队中有我的良师益友，我能够获得归属感与安定感。

头部企业需关注

与幸福指数相关性不高，
但不同企业的差异度大，
能做到够锦上添花。



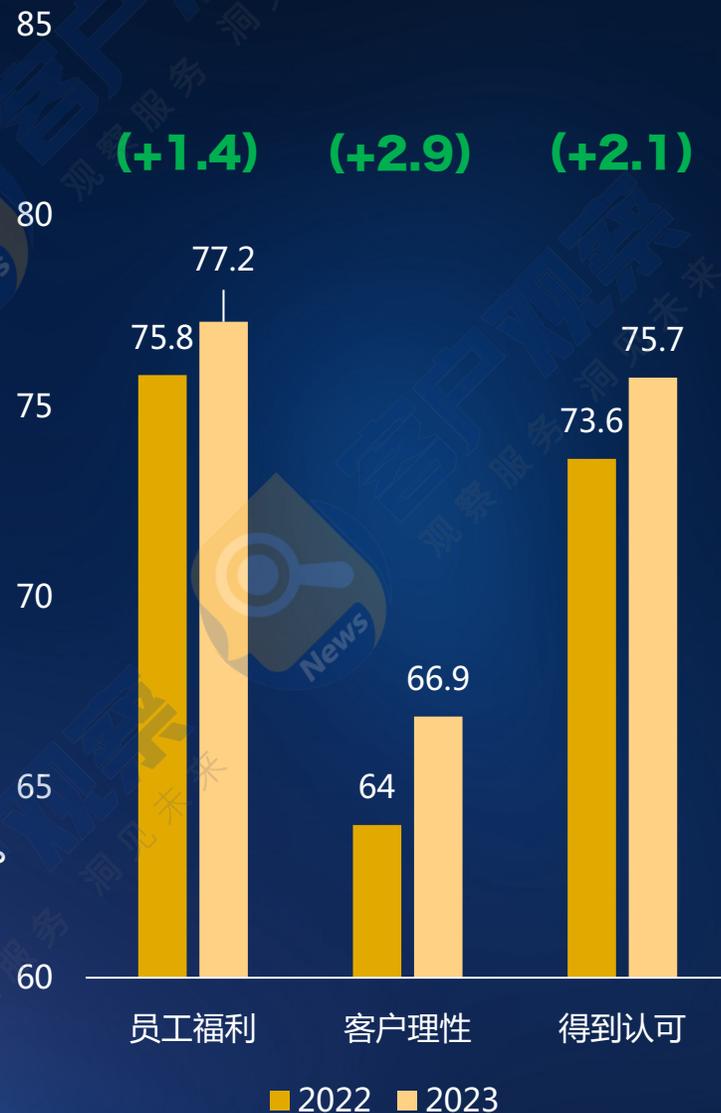
部门配合：各个部门均能有效配合客服工作，通过多部门协同配合，最终达成良好客户服务体验。

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、必要的服务网点与服务资源。

服务流程：我所在企业的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。

运营必备条件

能够驱动幸福指数，
但企业之间差异度并不大，
可以对照标准，优化改进。



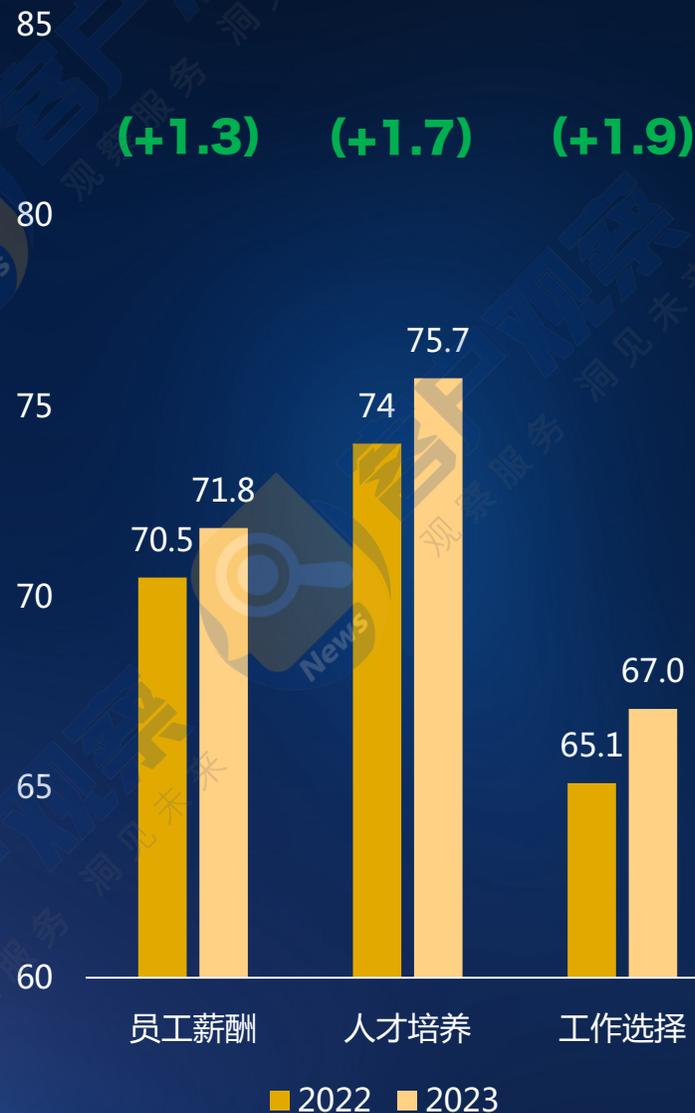
员工福利：我所在企业非常重视员工工作体验，工作环境舒适，员工福利充实（工服/三薪/体检等）。

客户理性：我的客户普遍理性、好沟通，并不会过于为难个别服务人员。

得到认可：我能感受到家庭与社会对客户服务工作的认可，周围人了解客户服务工作的难处与价值。

重点关注领域

幸福指数驱动程度强，
企业与企业之间差异度高，
能够快速改善幸福指数。



人才培养：我所在企业非常重视服务人才培养，设有健全且付诸实施的员工培训与发展计划，我对于在企业能够获得的发展机遇感到满意。

员工薪酬：我所在企业提供了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。

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。

幸福指数达成

行业维度：地产业79.0分 VS 汽车业72.3分

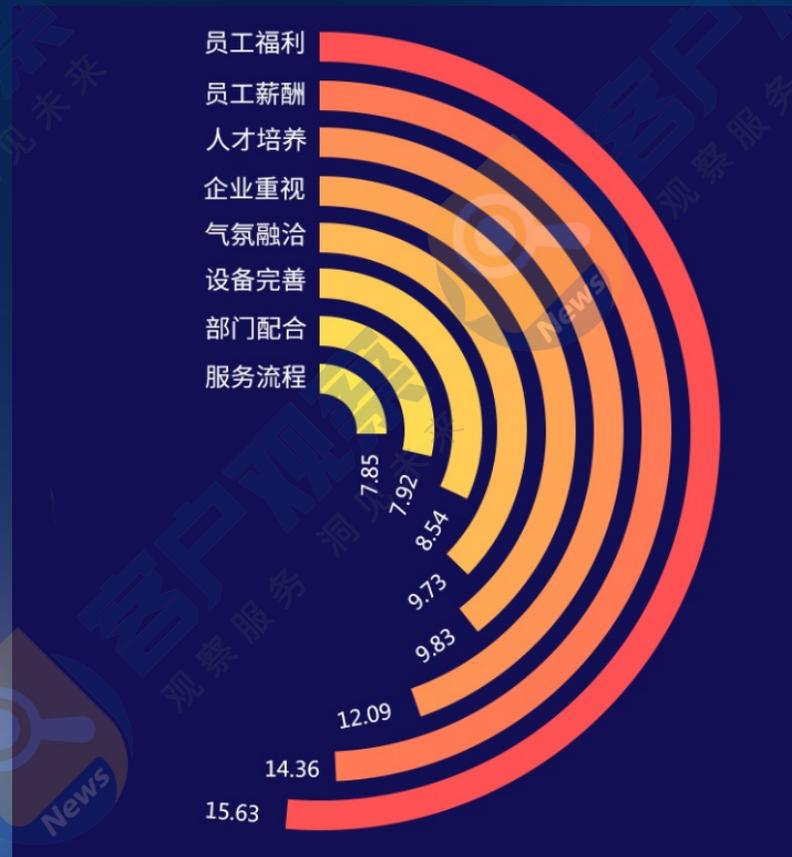
在**服务流程**、**员工福利**方面得分差值最大

其次是**部门配合**、**气氛融洽**和**设备完善**

区域维度：华中78.3分 VS 西北66.0分

在**员工福利**、**员工薪酬**、**人才培养**方面得分差值最大

其次是**企业重视**、**气氛融洽**、**设备完善**、**部门配合**和**服务流程**



如何提升幸福指数

improve happiness index



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

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

1. 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。

2. 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）



3. 您在选择当前工作时，主要考虑的因素有？（多选题）

- 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

4. 您通过什么途径获取就业工作信息？（多选题）

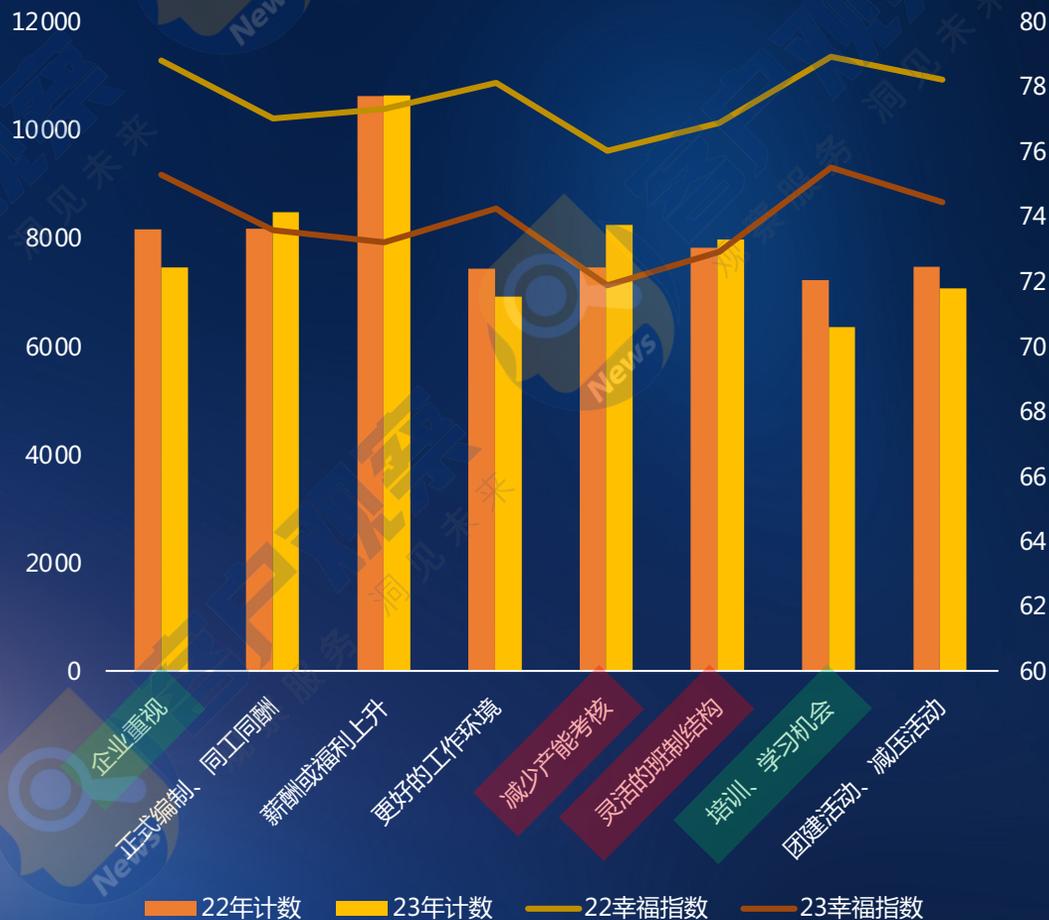
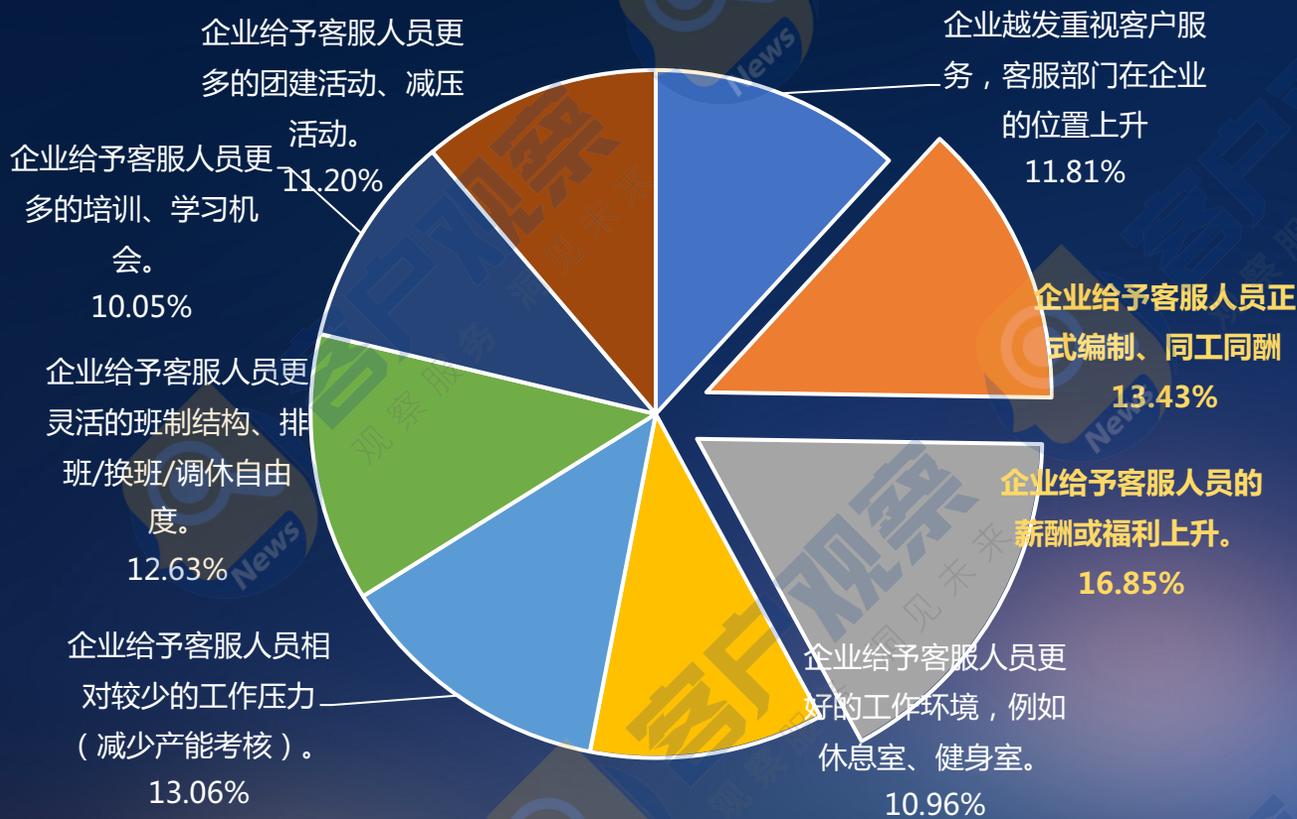
- 专门的求职网站或手机APP
- 媒体（报纸、公众号等）招聘广告
- 亲戚朋友介绍
- 私营劳务中介
- 招聘会
- 政府公共人力资源市场
- “桥头”市场、劳务市场等

5. 做为客服人，您觉得最大的困扰是什么？[填空题]

6. 做为客服人，您觉得最大的幸福是什么？[填空题]

您认为提升幸福度的关键动作是什么？

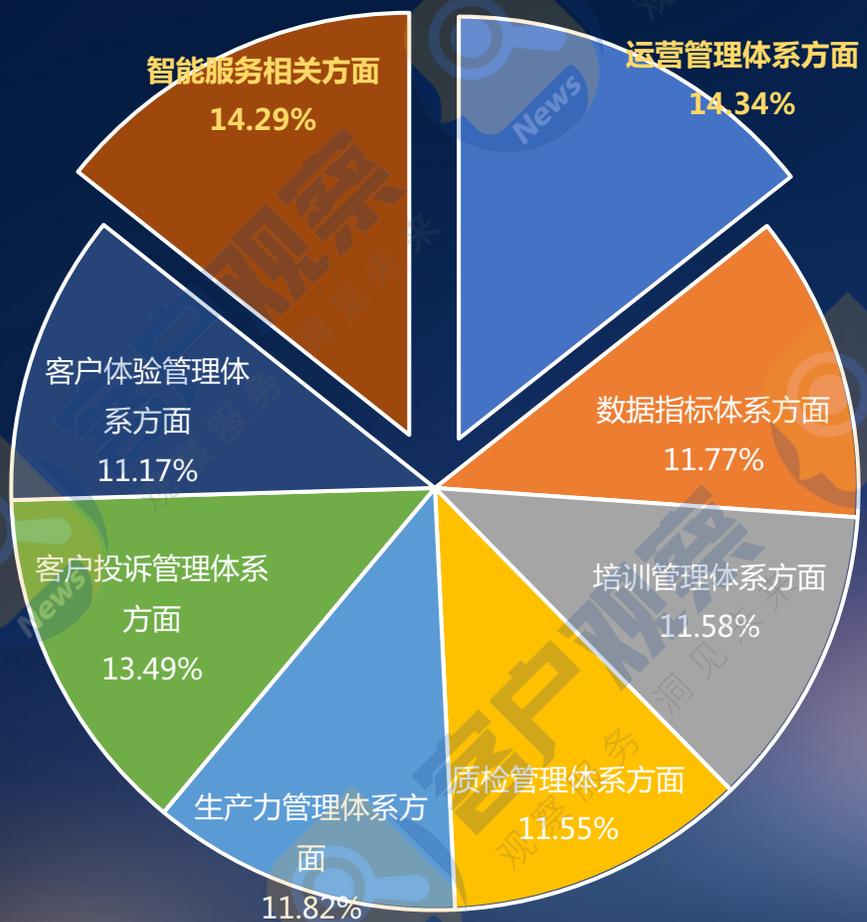
认为企业给予客服人员的薪酬或福利上升、正式编制同工同酬能够提升幸福度占比最高。



如何提升幸福指数

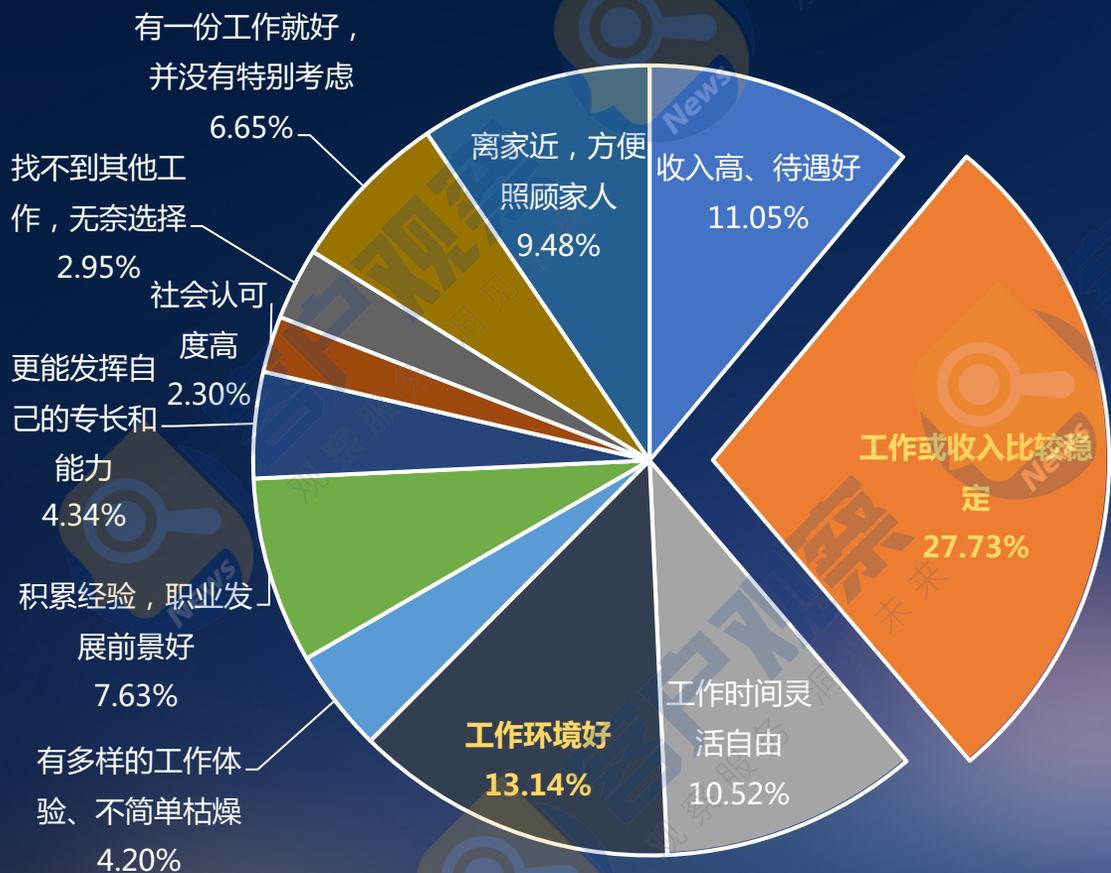
您认为企业哪些方面仍有改善与提升的空间？

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。



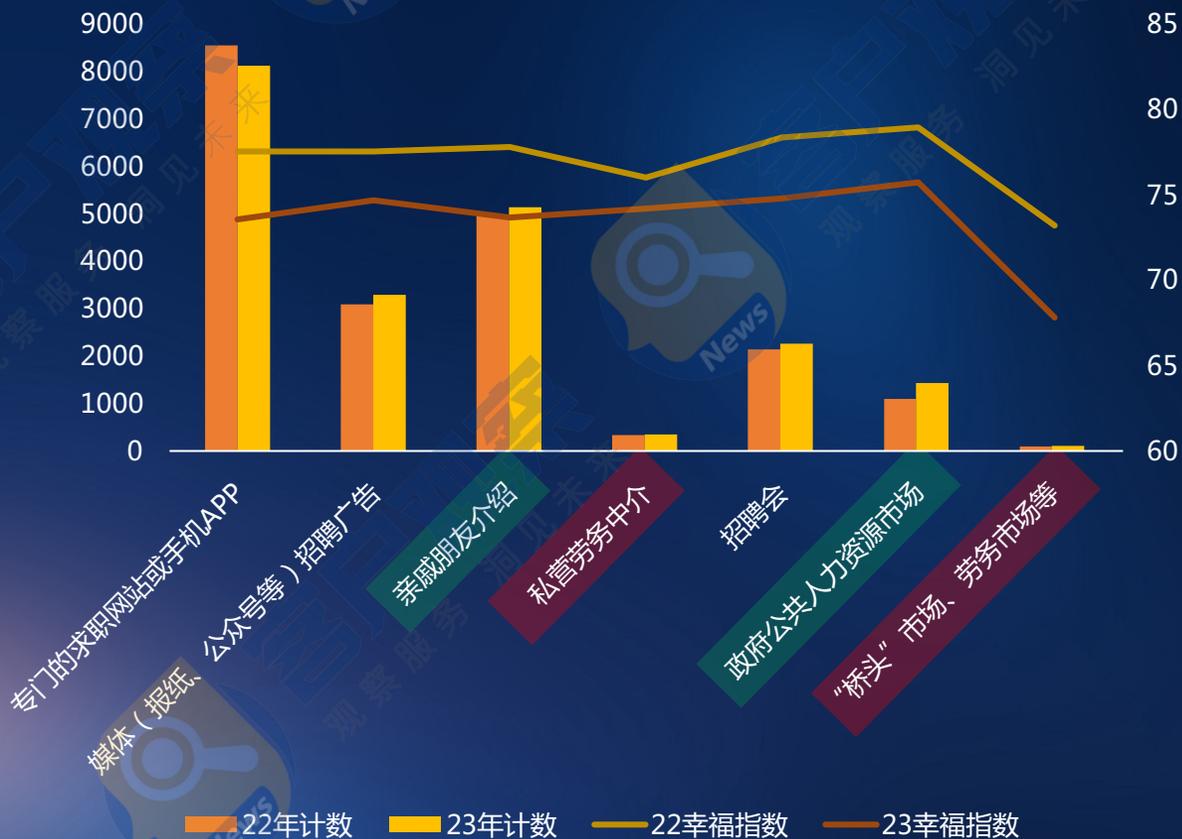
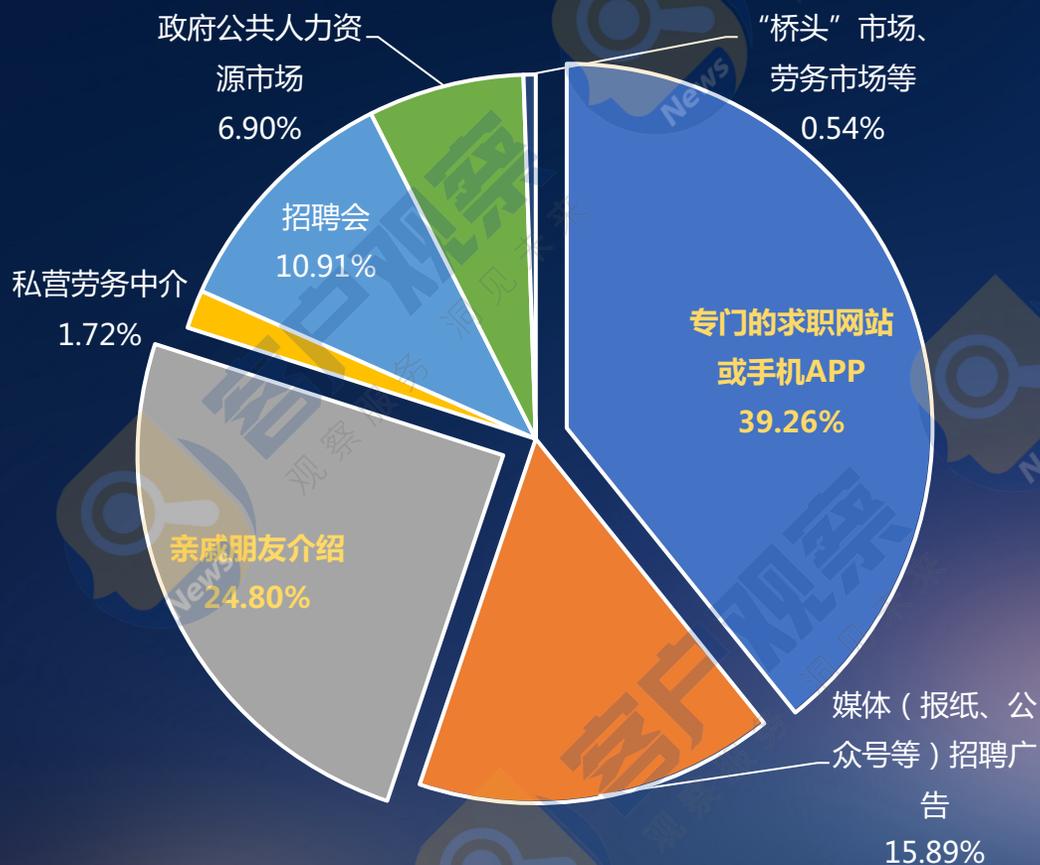
您选择现在的工作时考虑的因素是什么？

客服行业这份工作或收入比较稳定，其次是工作环境好。



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。



如何提升幸福指数

做为客服人，您觉得最大的幸福是什么？



2022年



2023年

2023 (第三届) 中国服务品牌年度盛典定于12月举办



图：2022第二届中国服务品牌年度盛典

- 最终评选出“中国服务品牌500强”榜单
- 同时在“中国服务品牌500强”榜单中征集《客服行业基准指数 - 重点采样企业》

《2023客户联络中心行业发展白皮书》 创新实践案例征集

时代变革·创新服务—《2023 客户联络中心 行业发展白皮书》创新实践案例征集

这是一个快速变化的时代：经济社会迅速发展，科学技术日新月异，信息更新速度一日千里。

这是一个客户服务不断进化的时代：产品经济时代驱动产品质量提升；服务经济时代促进高价值服务迅猛发展；体验经济时代从生活与情境出发，塑造感官体验及思维认同，改变消费行为，为商品找到新的生存价值与空间。

这是一个信息技术不断变革的时代：客户联络中心从人工热线电话，到交互式自动应答，再到大数据智能全媒体服务，和已经到来的GPT人工智能……

一切都在变化，时代告诉我们，客户联络中心正在通过数字化、智能化、信息化实现人与人、人与机器、机器与机器之间的智能的、便捷的、友好的智慧场景交互，将客服人员、用户、业务流程连接，实现多维互动，通过数字化沉淀、智能化应用、多元化服务，使用户获得更加有温度的、快速的、人性化服务。

2023年，由中国信息协会指导，中国信息协会客户联络中心分会主办，客户观察联合才博(中国)客户管理机构发行的《2023 客户联络中心行业发展白皮书》拉开帷幕，现面向全行业征集创新实践优秀案例，我们将总结新时代发展中

数智化转型

创新运营

科学管理

智能客服

在疫情之后，

我们行业迎来了发展变革阶段的一年，

我们深刻地认识到，想要做好服务并不容易。

弘扬服务精神

传递微笑服务



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