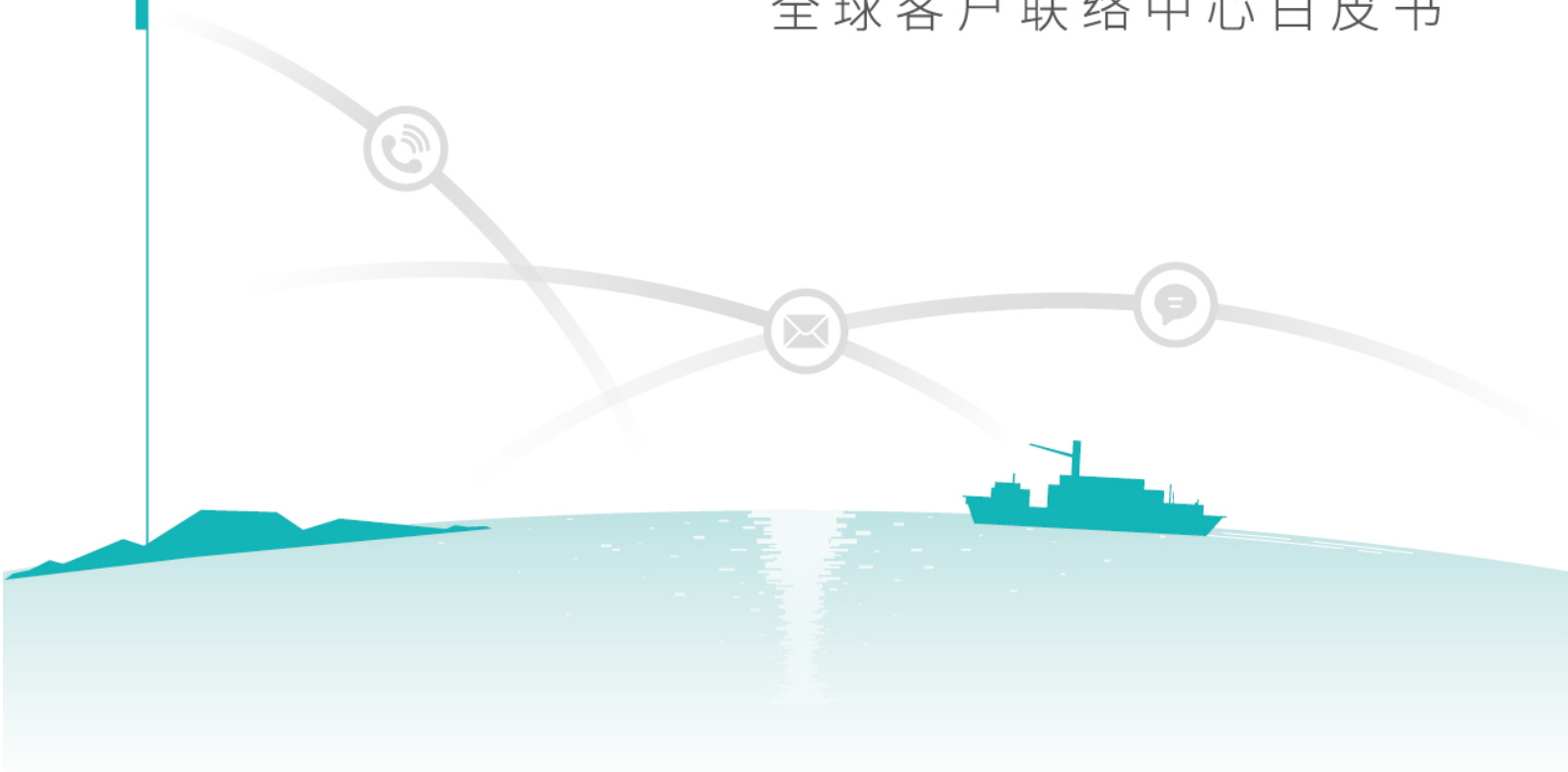
GLOBAL CONTACT CENTER

White Paper

大航海时代的客户联络中心

全球客户联络中心白皮书



中国信息协会客户联络中心分会 Meta WhatsApp 亚马逊云科技 Sobot 智齿科技

目录 CONTENT

大航海时代的客户联络中心..... I

做好客户联络，让企业更好地“走进去”..... III

PART 01　中资企业出海发展概览..... 1

1. 中国品牌出海迎来“黄金时代”..... 2

2. 多重利好催生出海繁荣..... 3

2.1 政策支持：营造健康的营商环境..... 3

2.2 资本加码：出海企业获投数量持续增长..... 4

2.3 能级提升：为“走出去”提供原动力..... 5

2.4 信任提升：新兴市场对中国品牌印象好..... 6

3. 中资企业出海全景分析..... 8

3.1 产业全景——出海领域形成“1+2”生态体系..... 8

3.2 中资企业出海现状..... 9

PART 02　全球化背景下的客户联络中心..... 11

1. 客户联络中心正面临的挑战..... 12

1.1 文化挑战：理解本地语言、文化并做适配..... 12

1.2 业务挑战：基于海外业务做适配..... 13

1.3 合规挑战：全球数据及隐私监管..... 14

2. 全球化下，客户联络中心应该具备的能力..... 15

2.1 多语言能力..... 15

2.2 全渠道联络..... 16

2.3 安全合规..... 17

PART 03　Sobot 智齿科技全球客户联络中心解决方案..... 19

1. 营销场景解决方案——用 WhatsApp 营销提升转化率..... 20

1.1 应用 WhatsApp 价值：全球流量蓝海，极具营销价值..... 21
1.2 选择 WhatsApp 版本：WhatsApp Business Platform，让大规模通讯成为可能..... 22
1.3 与 Sobot 智齿科技合作：国内首批 WhatsApp BSP..... 23
2. 服务场景解决方案——为海外消费者提供更优质的联络体验..... 23
2.1 全渠道统一接入：让全球消费者轻松找到咨询入口..... 24
2.2 智能化接待：分流接待，快速响应，提高效率..... 25
2.3 多语言支持：减少沟通壁垒，更懂消费者的诉求..... 26
2.4 多时区设置：提升多地区客服团队管理效率..... 27
3. 方案差异化优势..... 28
3.1 国际化总部+本地化团队：兼顾全球化和本地化..... 28
3.2 多语言支持：人工翻译+AI 翻译助手，让沟通更顺畅..... 29
3.3 安全合规，放心交付..... 30
PART 04 实践经验分享..... 31
案例 1. 某算力基础设施与服务提供商搭建全球售后服务中心..... 32
案例 2. 某移动支付金融科技公司建设服务营销平台..... 35
案例 3. 高端电器智能品牌 Tineco 添可 提升海外客户满意度..... 38
案例 4. 某智能手机头部品牌搭建智能化客服体系..... 41
免责声明..... VI
版权说明..... VI
关于 Sobot 智齿科技..... VII
创作团队..... VII

大航海时代的客户联络中心

吴岩松

中国信息协会客户联络中心分会 副会长兼秘书长

在过去的几十年间，中国经济取得了快速发展，并创造了很多发展奇迹，逐步实现了从产品经济到服务经济，再到体验经济的转型，“以人为本”、“客户第一”等这些喊了很多年的口号逐渐成为现实，甚至成为企业赖以生存和发展的基础。

客户联络中心，伴随着中国经济的快速发展与转型不断创变，一定程度上成为中国经济发展的一个小的“缩影”，同时，也为中国经济的发展提供了助力。

从单纯利用电话向用户提供简单咨询服务，到引入 IVR 在呼叫入口处进行分流，到应用 CTI 技术实现语音与数据同步，再到接入多渠道的全渠道交互中心……客户联络中心的功能越来越丰富，接入的渠道越来越多元，不仅改变了我们与品牌交互的方式，也不断驱动企业提升联络能力。

高速发展的背后，是一个不变的目标：以客户需求为导向，尽可能地为客户提供优质的联络体验。尤其是在服务经济、体验经济时代，客户联络中心作为企业与客户联系、沟通的“桥梁”，可以帮助企业切切实实地了解用户的实际需求，理解用户的期望，有利于企业及时调整策略，同时，在「营、销、服」一体化场景中，帮助企业为用户提供更高效、便捷的服务体验。

时间回到现在，在政策支持、技术驱动、疫情冲击、国内经济放缓等多重因素影响下，越来越多的企业选择“走出去”寻找新增长机会。

“新大航海时代”，已然到来。

在这段全新的征程中，面对不同的文化环境、商业环境与合规要求，出海企业开展海外业务时面临着前所未有的挑战：如何去触达海外消费者？如何克服渠道、语言、时区等重重障

碍，让海外消费者满意？如何通过精细化运营提升转化与复购？

这些问题关乎企业能否在海外市场生存下来，也对客户联络中心提出了“能力全球化”的要求，涉及的能力包括多渠道接入能力、多语言/多时区支持能力、安全合规能力等等，通过这些能力的融合，帮助企业解决海外业务拓展中遇到的种种问题，提升海外消费者的体验。

近两年，国内几家比较有影响力的客户联络厂商都在积极拓展客户联络中心的全球化能力，成为“出海新势力”，包括一些提供单一客户联络产品的厂商，也包括一些提供客户联络全系产品的厂商。

目前来看，Sobot 智齿科技的全球客户联络中心解决方案已经形成了差异化优势：与国内同类型企业相比，Sobot 智齿科技的产品与服务更贴近本土用户的习惯与需求；与国际同类型企业相比，Sobot 智齿科技则具备更强的服务力、更高的性价比。

全球化的客户联络中心时代已然到来，我们希望与业界同仁携手并肩，深入挖掘客户联络中心的价值，共同为客户联络中心的全球化可持续发展贡献力量。

做好客户联络

让企业更好地“走进去”

徐 懿
Sobot 智齿科技联合创始人兼CEO

近年来，在政策支持、技术支撑、资本加码等多重因素的驱动下，越来越多的企业选择“走出去”。

然而，“走出去”只是第一步，迈出这一步后，企业将会迎来更大的挑战，也就是如何通过“精耕细作”提升本地用户体验，包括如何更快更好地触达消费者，如何实现精细化管理与运营等等。

如果说基础设施构建、海外法规理解决定了企业能否“走得出去”，那么，通过精细化运营提升本地用户满意度则决定了企业能否真正“走得进去”、“立得住脚”。

“精耕”海外市场是很难的，企业面对的不仅仅是复杂多变的国际经济环境，还有层次多样、千差万别的文化环境，加之还存在语言、空间、时区等的差异，只有真正理解了当地的文化、语言、政策、环境等，融入当地行业上下游，才有可能做得到。

举个简单的例子，国内出海企业海外拓客时，往往会将获取的线索直接交给销售电销，效果普遍很差且常常被投诉，在破冰阶段如果换成邮件或 IM 沟通，效果就会好得多，这就是文化差异导致了思维差异，从而导致了行为差异。

而全球化的客户联络中心，就是解决这些问题的一把“关键钥匙”。

背后的原因在于，构建一套全球化的客户联络中心，既可以帮助出海企业主动触达、有效沟通不同国家与地区的消费者，抢占业务先机，同时也能帮助企业为海外消费者提供更高效、优质的服务体验。

在客户联络中心的全球化上，Sobot 智齿科技“入局”较早，早在 2020、2021 年，Sobot 智齿科技服务的部分大客户开始加快海外布局，这些客户在出海后也坚定地选择了智齿来解决全球客户联络问题。

在服务实践中，智齿沉淀了出海能力，对海外市场及企业出海过程中面临的痛点有了充分的理解与认知。也就是说，在我们还没有正式开启国际化战略之前，就已经初步具备了出海能力，并搭建了国际化的早期团队，这也让 Sobot 智齿科技具备了“先发制人”的优势。

最重要的是，在这个过程中我们发现，出海不是简单的“走出去”，而是要“走进去”，只有真正“走进去”才有可能取得长足发展。这个认知对 Sobot 智齿科技产生了深刻的影响，在出海战略制定、产品研发、场景选择等关键决策上，都致力于让这个认知得以落地。

我们在 2021 年底确定了国际化战略，与常规地输出标准化产品与服务的全球化战略不同，智齿的国际化战略会考虑不同国家和地区的差异性，输出更适配当地的产品与服务。

我们对数百家出海企业展开了调研，发现出海企业拓展海外业务时面临着营销、运营、服务三个场景痛点，并“对症下药”推出了“全球客户联络中心解决方案”。

而在产品的设计上，我们采用了“国际化+本地化”（Glocal：Global+Local）策略，在国际统一的前提下，通过灵活配置保障不同地区的体验。

接下来，Sobot 智齿科技将携手各合作伙伴加快布局海外市场，就如 Meta 亚太区商务即时通讯总经理 Deepesh Trivedi 所言，“我们在 2022 年接触到智齿团队，很高兴他们迅速成为了我们的合作伙伴，共同创造许多商业价值，并解锁众多成就，WhatsApp 期待在 2023 年持续深耕和智齿的合作，为中国出海企业打造更优质的商用渠道，并同时促进 SaaS 生态系统的成长，相信 Sobot 智齿科技能在过程中扮演关键性的角色。”

Sobot 智齿科技与 Meta 希望用更 Glocal 的解决方案，帮助更多的企业“走出去”、“走进去”，携手在海外市场站稳脚跟。

PART 01

中资企业出海发展概览

Chinese Enterprises Go-Global Overview

中国品牌出海源远流长，最早可以追溯到 2000 多年前，历经漫长的历史岁月涤荡，逐渐走向成熟。尤其是近些年来，在政策支持、资本加码、技术支撑等多重利好因素的驱动下，中国品牌出海如火如荼，已然形成“以出海业务为核心，以出海服务、出海服务平台为支撑”的“1+2”出海生态体系，步入“全面出海”的新时代。

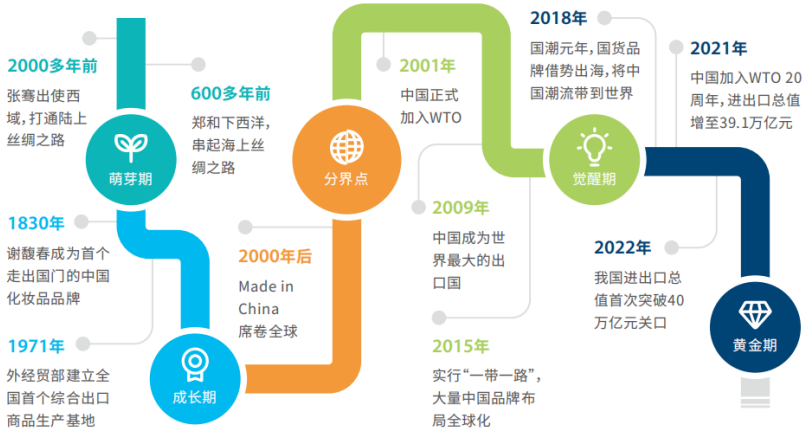
1 中国品牌出海迎来“黄金时代”

2000 多年前，张骞出使西域，打通陆上丝绸之路；600 年前，郑和下西洋，串起海上丝绸之路。上千年的丝路之旅，让古代中国的丝绸、陶瓷等传入西方、畅销海外。

2021 年，中国加入 WTO 20 周年之际，我国进出口总值从 2001 年的 4.22 万亿元增至 2021 年的 39.1 万亿元，年均增长达 12.2%。

2022 年，我国全年进出口总值首次突破 40 万亿元关口，达到 42.07 万亿元，比 2021 年增长 7.7%。至此，我国已经连续 6 年保持世界第一货物贸易国地位。

历经数千年的迭荡，中国品牌经历了从萌芽、成长、觉醒到发展成熟的过程，渐渐迎来了出海的“黄金时代”。



2 多重利好催生出海繁荣

2.1 政策支持：营造健康的营商环境

企业“走出去”的愿望十分强烈，但也存在一些制约因素让企业打“退堂鼓”，如资金供应和对外担保困难、政策障碍、物流通道障碍、税收压力等等，为了帮助企业扫清“走出去”障碍，政府在出海领域相继出台了一系列政策措施，不仅扫清了政策障碍，还在物流运输、税收、信贷等多个维度上提供了配套支持。

在物流运输方面，持续深化通关便利化改革，推进通关业务全流程网上办理，提升海空港集疏运水平，畅通外贸产业链供应链；在出口退运商品税收方面，对符合规定的跨境电商出口退运商品免征进口关税和进口环节增值税、消费税，出口时已征收的出口关税准予退还；在信贷方面，支持金融机构积极创新贸易金融产品，为海外仓储企业和项目提供定制化的信贷产品及出口信保等金融产品和服务，提升贸易融资服务水平。

在垂直赛道上，利好政策频出。2021 年 10 月，商务部、中央宣传部等 17 个部门联合印发《关于支持国家文化出口基地高质量发展若干措施的通知》，提出 23 条工作措施，推进国家文化出口基地提质扩容增效工作。2022 年 7 月，商务部等 27 个部门出台《关于推进对外文化贸易高质量发展的意见》，提出包括“大力发展数字文化贸易”、“加强国家文化出口基地建设”、“加强国际化品牌建设”等在内的 28 项具体任务举措，扩大优质文化产品和服务进出口。

在地方政策上，多地出台政策鼓励“走出去”：广东 8 个跨境电商综试区实施方案出炉；山东“搭建文化‘出海’全链条服务体系”；浙江提出《加快推进企业外经贸合规体系建设三年行动计划（2022-2024 年）》；新疆贯彻落实《关于进一步深化税收征管改革的意见》，为企业走稳走好“出海”之路提供税惠政策锦囊。

与此同时，**在国际经济贸易层面**，诸如“区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）”完成签订并迅速推进，国际市场贸易环境也日渐开放。

国内外的利好双向协同，既为中企出海提供便利、保驾护航，又营造了更健康、良性循环的国际贸易环境和发展生态。

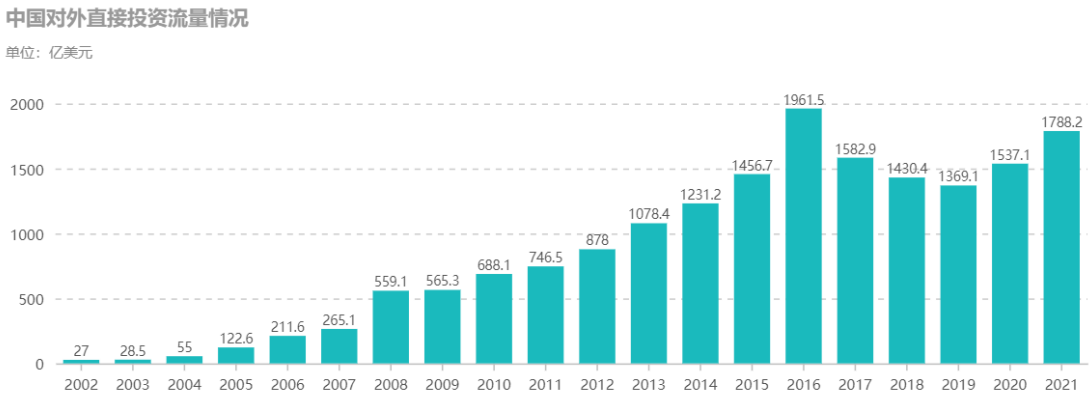
2.2 资本加码：出海企业获投数量持续增长

近年来，在世界变局加快演变、疫情冲击等多重考验下，中国依然是主要外资流入目的地，同时，对外投资仍迸发活力，为企业“出海”提供了资本支撑。

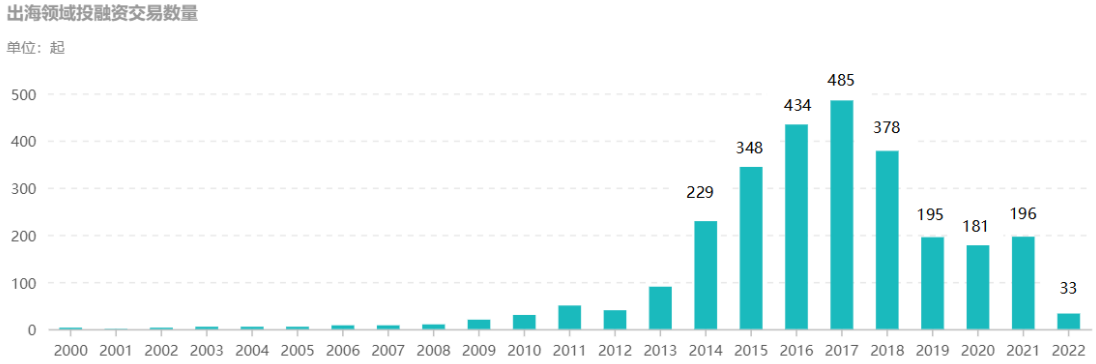
外资流入方面，联合国贸发会议（UNCTAD）《2022 世界投资报告》显示，2021 年全球跨境投资大幅增长 64%，其中，流入亚洲发展中国家的外国直接投资（FDI）增长 19%，创 6190 亿美元的历史新高，占当年全球外国投资流入的 40%，中国是主要外资流入目的地，其次是中国香港、新加坡、印度、阿联酋和印尼。

在对外投资方面，商务部、国家统计局和国家外汇管理局联合发布的《2021 年度中国对外直接投资统计公报》显示，2021 年，中国对外直接投资流量 1788.2 亿美元，比上年增长 16.3%，连续十年位列全球前三，对外投资大国地位稳固。

公报显示，2021 年末，中国对外直接投资存量 2.79 万亿美元，连续五年排名全球前三。2021 年中国双向投资规模基本相当。



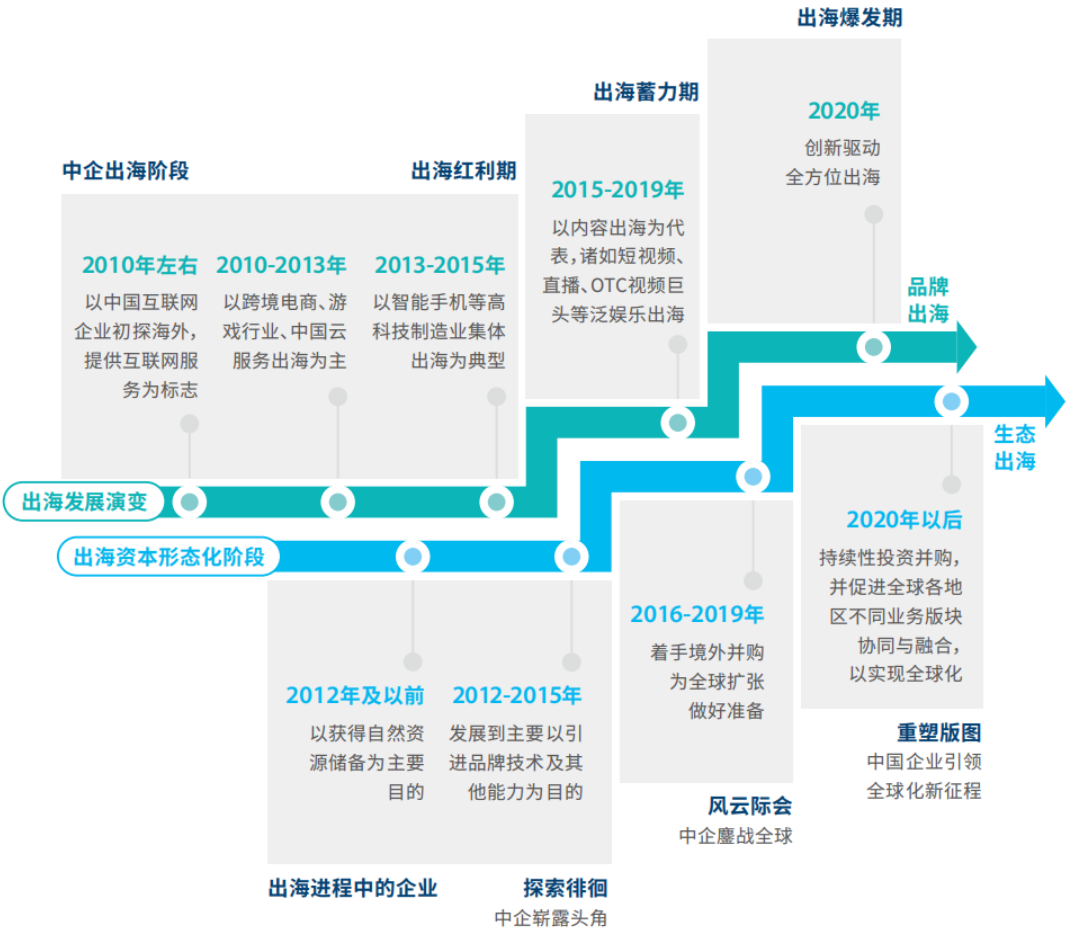
根据睿兽分析统计显示，自 2001 年中国加入 WTO 以来，出海领域投融资交易数量保持快速增长态势，2015-2018 年进入爆发期，随后伴随着疫情的爆发，投融资环境收紧并逐渐趋稳。而从行业分布来看，文娱、企服、电子商务位于出海领域热度 TOP3，获投数量最高。



2.3 能级提升：为“走出去”提供原动力

从企业层面分析，出海既是主动找增量，也是被动求生存。一方面，经过多年开拓，国内市场逐渐从增量转向存量，市场竞争愈发激烈、增长压力持续加大，与之相对的是海外市场对于中国供应链和生产能力需求的持续增长，走出去才能找到更多的增长机会。另一方面，经过多年探索，中国企业逐渐形成了相对完善的出海体系，在品质、技术、资本及配套等方面日臻成熟，企业能级提升，加速促进了中企品牌出海、生态出海发展新征程。

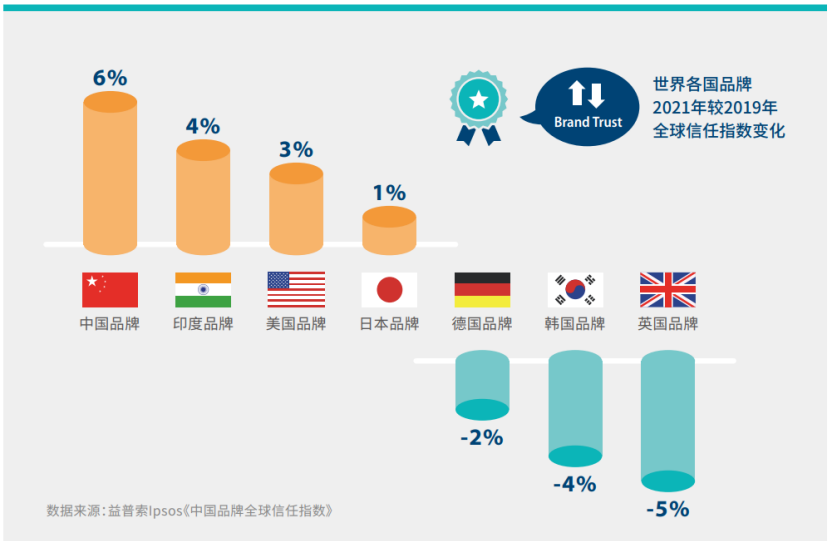
中企出海发展历程



2.4 信任提升：新兴市场对中国品牌印象好

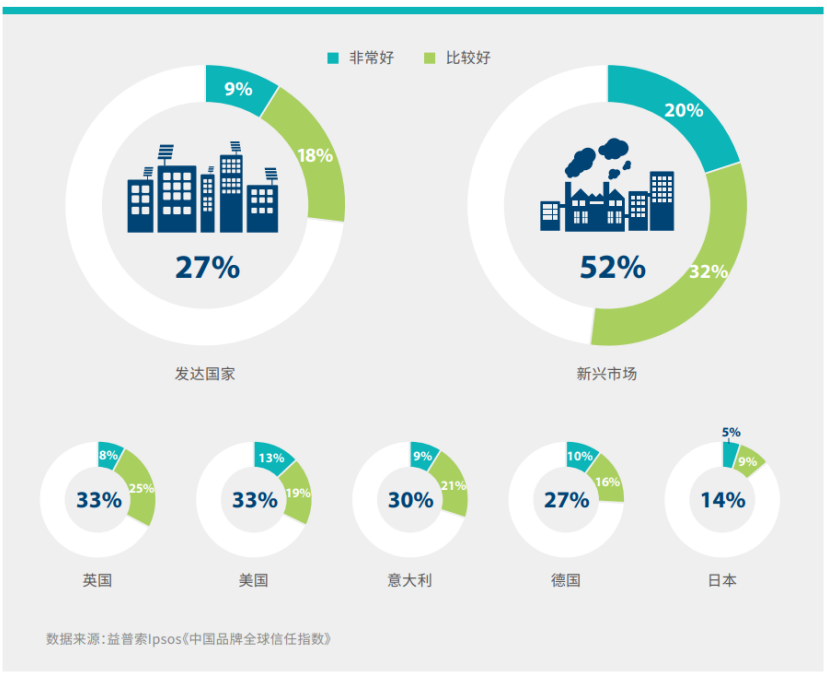
近年来，中国品牌受信任程度持续提升。根据益普索 Ipsos 发布的《2022 中国品牌全球信任指数》报告，中国品牌信任指数不断攀升且发展潜力巨大。

与 2019 年相比，2021 年消费者对中国、印度、美国、日本品牌的信任指数有所提升，尤其是对中国品牌的整体信任指数提升了 6 个百分点，是全球增量最高的国家。从信任的增长势头来看，中国品牌表现最佳、发展势头良好。



对于多数出海企业来说，出海时面临的第一个抉择就是选择成熟的发达市场还是发展中的新兴市场去“开荒”，根据益普索 Ipsos 调研数据，2021 年新兴市场对中国品牌整体印象达到非常好、比较好的比例占 52%，而发达国家则仅占 27%。从不同市场对中国品牌的印象来看，新兴市场或许是一个壁垒不高的选项。

海外消费者对中国企业的认知度、信任度及好感度的增强，为中国企业的出海之路创造了更为有利的市场环境。

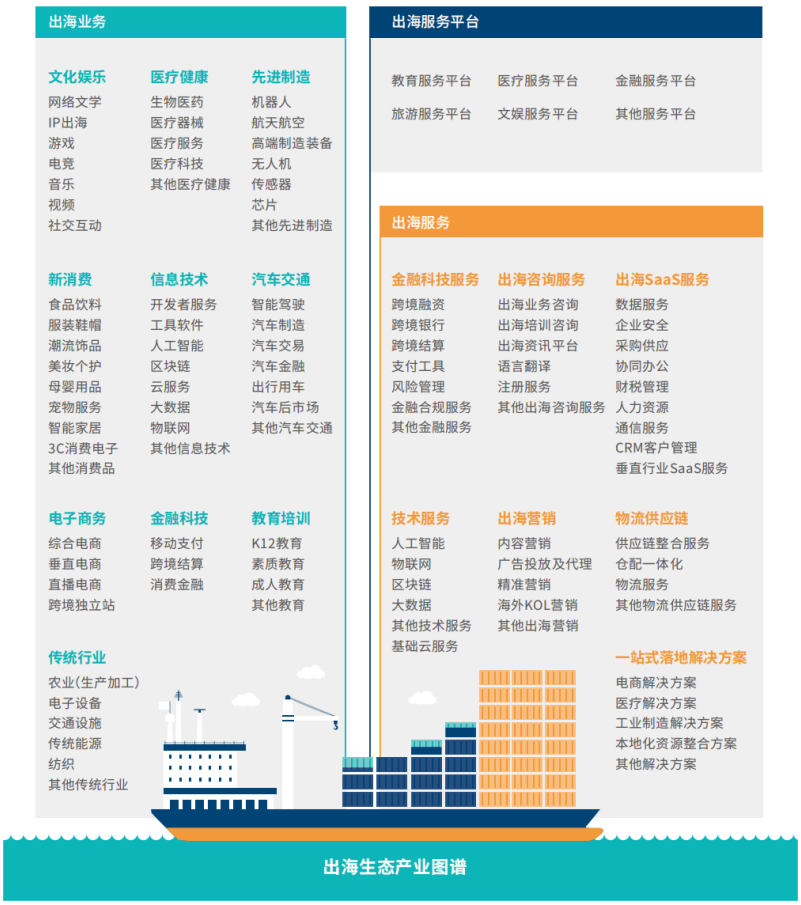


中资企业出海全景分析

3.1 产业全景——出海领域形成“1+2”生态体系

经过多年布局发展，目前中国出海领域已经形成了“以出海业务为核心，以出海服务、出海服务平台为支撑”的“1+2”生态体系，且从整体发展趋势看，正在经历从出海业务到出海服务、从 ToC 到 ToB 的转变。

“出海业务”指企业将自身的产品销往海外来获取收入，如游戏出海、视频出海、电商出海、消费电子出海等等。“出海服务”指企业为从事出海业务的公司提供服务与解决方案，如 SaaS 服务出海、技术服务出海等等。“出海服务平台”指企业搭建供应链、商务、法律等服务平台，通过平台促进出海业务和出海服务厂商对接，从中获取厂商的服务费。

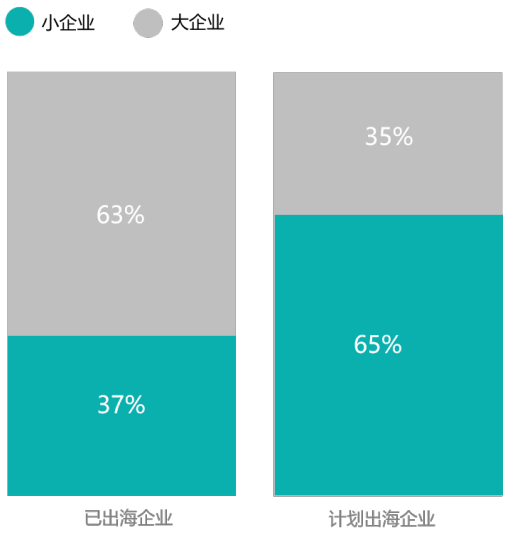


值得特别指出的是，近两年越来越多的 SaaS 厂商加入出海大军，这些厂商呈现了两种不同的发展路径，一部分厂商直接瞄准海外市场，服务于海外企业，如 AfterShip、牛信云、小满科技等等，这几家企业从创始人到产研团队都是中国人，但从成立的第一天就落地海外；另一部分厂商则立足国内，在国内市场有了一定的积淀后走向海外市场，如 Sobot 智齿科技、销售易、汇联易等国内垂类头部 SaaS 厂商。

3.2 中资企业出海现状

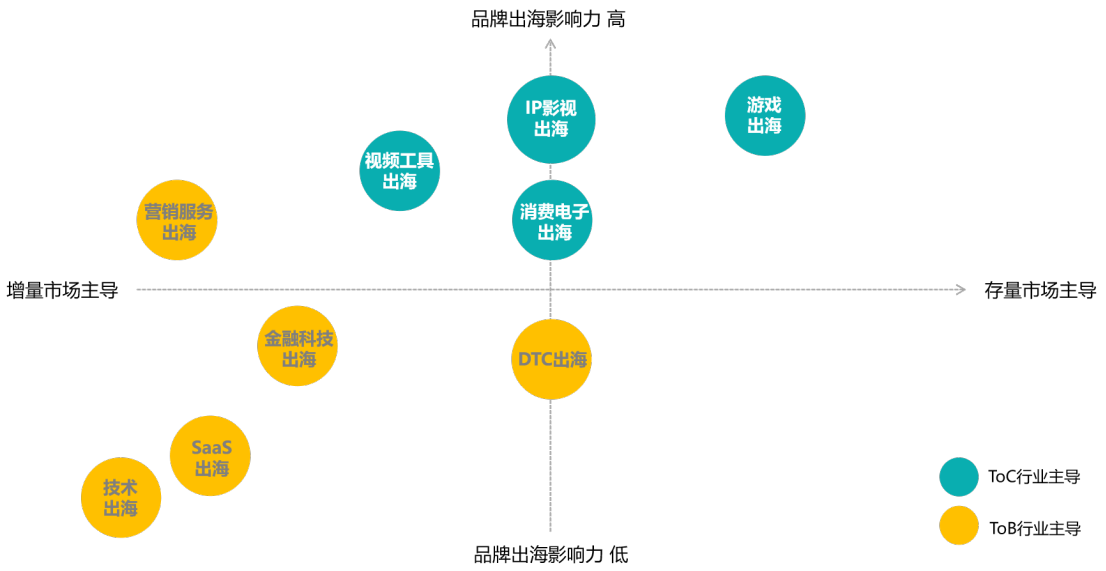
3.2.1 规模分布：中小企业的出海意愿越来越强

根据亚马逊云科技《中国企业上云出海趋势洞察》报告，在所有已经出海的企业中，大企业占 63%，中小企业占 37%；计划出海的企业中，大企业占 35%，中小企业占 65%，中小企业表现出更强烈的出海意愿。



3.2.2 赛道布局：各赛道集中度不高，出海具备极大潜力

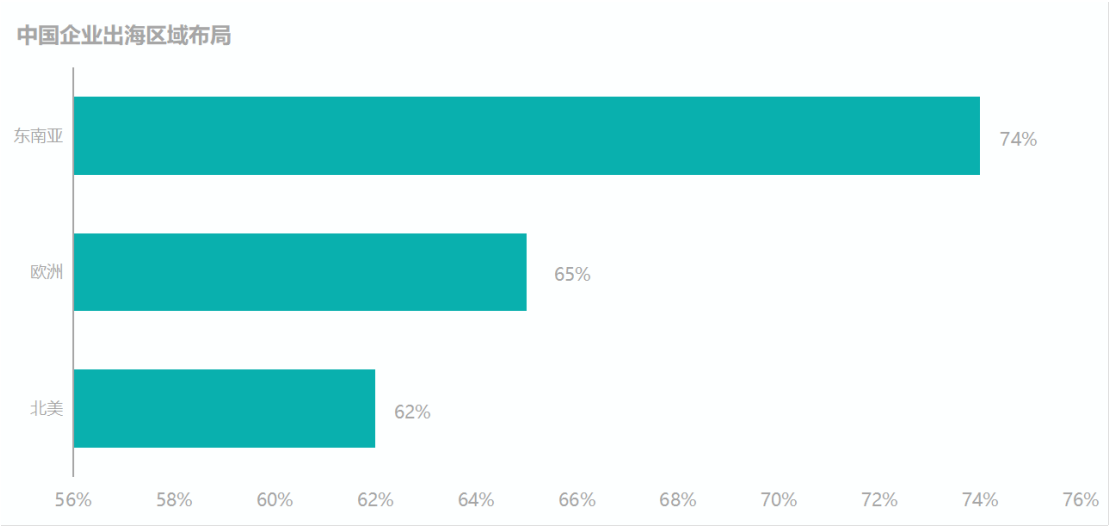
根据睿兽分析发布的《2022 中国企业出海生态发展报告》，海外核心市场整体处于高速增长阶段，加之出海市场各赛道集中度不高，使得出海具备极高的吸引力。目前，重点出海赛道主要包括游戏、视频、电商、消费电子、SaaS 服务及技术服务等。



3.2.3 区域布局：

企业出海三大阵地是东南亚、欧洲、北美

中国企业出海的三大阵地分别是东南亚、欧洲、北美市场，公开数据显示，74%的出海企业布局东南亚，65%布局欧洲，62%布局北美。



PART 02

全球化背景下的客户联络中心

Contact Center in the Context of Globalization

企业全球化过程会面临很多挑战，这些挑战主要源于区域间存在显著的差异，如政策法规、文化习俗、宗教信仰、营销习惯等差异。企业要想顺利出海，就一定要理解这些差异，并基于此采取灵活、有效的应对措施。

客户联络中心，在企业全球化征程中被推到了最前线。其背后的逻辑在于，作为企业与全球消费者的“交互桥梁”，客户联络中心会将这种差异以最直观的方式呈现给全球消费者，而消费者也会在这个过程中形成强烈的感知，关乎这个品牌是否理解他们以及是否值得信任，这些感知最终都会体现在转化数据上。

这对客户联络中心提出了较高的要求，企业或服务商需得充分理解全球不同国家和地区的差异，并在此基础上为联络中心构建“全球化能力”，使之具备为全球消费者提供优质联络体验的能力。

1 客户联络中心正面临的挑战

1.1 文化挑战：理解本地语言、文化并做适配

在中国市场久经检验的商业逻辑，在异国他乡却很有可能会遭遇“失灵”，这就是企业出海要面临的主要挑战——因不了解海外市场的语言、文化、习惯而形成的认知壁垒，可能会直接造成出海失败。

例如，在“伊斯兰世界”，禁止女性穿暴露的服装、禁止男性佩戴黄金饰物、禁止食用猪肉；荷兰人喜欢黄颜色的花，而法国人则认为黄颜色的花不吉利；日本人非常忌讳绿色，认为绿色是不祥之色，而爱尔兰人则非常喜欢绿色，不仅国旗中有绿色，他们的衣着、打扮都喜欢用绿色来做点缀……

出海企业通过客户联络中心触达不同国家和地区的用户时，就一定要充分了解当地的文化，包括宗教信仰、风俗习惯、历史文化、民族心理等等，在联络中心的交流界面视觉设计上、语言规范上应该避开禁忌与雷区，不然很容易招来投诉。

再如，穆斯林最大的电商节日是斋月、墨西哥最大的线上促销活动是 Hot Sale、美国的购物狂欢节是黑色星期五……不同的国家和地区的大促节点不同，在这些关键节点上，在客户联络中心的人员配备、接待流程、接待规范上，都应提前做好安排。

总而言之，语言、文化的差异是企业出海过程中必须面对的挑战，全球化的客户联络中心是帮助企业应对这些挑战的一个比较直接、可行的路径，通过系统语言支持、交流服务规范设计、界面视觉设计等方方面面的兼容适配，让出海企业平稳应对挑战。

当然，企业要想真正做好本地化，除了全球化的客户联络中心的助力外，更重要的是真正走进并融入当地市场，这就需要一个可靠的 BPO 合作伙伴，或根据业务发展需要搭建本地职场。

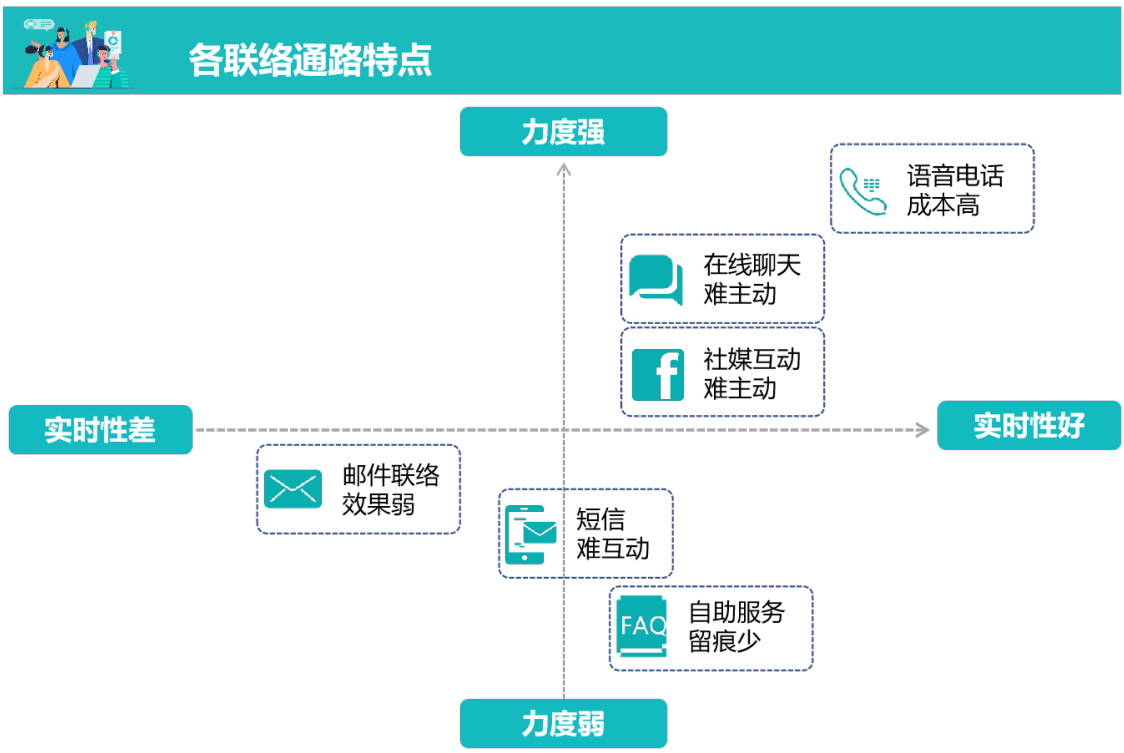
1.2 业务挑战：基于海外业务做适配

企业拓展海外业务的过程中，会遇到很多困难，有共性的，也有个性化的。其中，最基本也是最关键的问题，就是如何有效触达并影响海外消费者，包括采用什么方式触达、选择哪些渠道触达、通过何种触达策略来提升消费者满意度并提升复购等，而这正是客户联络中心所具备的能力价值与意义。

然而，国际市场环境复杂多变，且不同的国家与地区差异巨大，只有真正理解了这些差异，并在此基础上设计联络中心流程并做能力适配，才有可能真正帮助出海企业应对海外业务挑战。

例如，在欧美等国际市场，多数人倾向用非实时的邮件解决常规问题，用实时的电话解决复杂问题，用短信、EDM 邮件做营销触达，当然，新一代消费者也能接受用社媒、IM 等进行在线互动。

而在一些海外新兴市场，基础设施相对不完善、部署成本高等，在此情况下，与成本较高的语音电话、互动性较弱的短信等方式相比，用社媒、IM、自助服务等显然是更合适的选择。

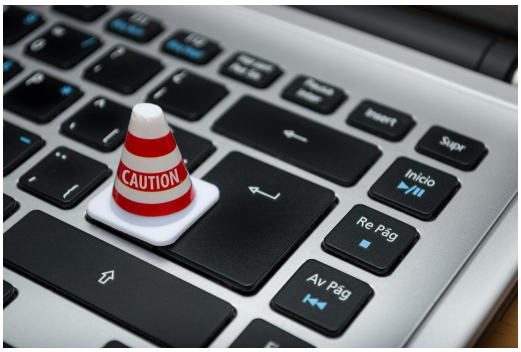


所有这些都应该体现在联络中心的流程蓝图中，并从业务流程适配角度入手，设计联络渠道、联络工具、团队与人才构成等。

1.3 合规挑战：全球数据及隐私监管

就在近日，美国政府要求中国公司字节跳动出售美国版抖音 TikTok 的股份，否则可能面临封禁。TikTok 发言人回应，强制出售并不会解决所谓的安全风险，因为所有权的变更不会对数据流或访问带来改变。此次事件虽尚未有结论，但全球数据及隐私监管的严苛情势“可见一斑”。

据联合国贸易发展组织（UNCTAD）统计，截至 2022 年 2 月，全球约 80%的国家（共 194 个国家）已完成数据安全和隐私立法，或已提出法律草案。



在合规全球化的浪潮中，出海企业不仅要构建合理、完善的数据安全和隐私合规管理体系，而且要及时跟踪海外监管动态的变化，加强对外规深入研判。

目前来看，跨境数据治理对出海企业的产业布局、产业链分配都已产生重大影响，出海企业在数据合规方面的挑战主要来自两个方面：

第一，企业如何合法合规地实现数据跨境，包括国内的数据出境、国外的数据入境、第三国的数据过境；

第二，企业如何针对不同国家特有的数据跨境法律制度资源，制定特有的业务规则和模式，真正实现业务出海。

客户联络中心，作为企业与用户联络的“桥梁”，必然会沉淀大量的用户隐私数据，包括但不限于身份信息、联络方式、录音文件等等，是全球数据及隐私监管的重点。

这就要求客户联络中心服务商充分了解全球不同国家和地区的数据和隐私监管法律法规，在此基础上对系统进行改造，如隐私访问授权、数据脱敏、权限控制等，保障安全合规。与此同时，可以考虑与第三方合作，邀请第三方实施监测、审查和验证措施。

全球化下，客户联络中心应该具备的能力

企业全球化过程中，面临着业务、文化、合规等挑战，这些挑战是客户联络中心必须要攻克的“关卡”，也是建设“全球化能力”的重点方向。

2.1 多语言能力

数据显示，40%的消费者不会购买使用非母语的品牌商品；另有 74%的消费者表示，如果能得到母语服务的售后，他们更愿意再次购买该品牌商品。

要想提供多语言的客户服务，难点很多：一方面，企业客户遍布不同的国家和地区，雇佣到精通各国语言的客户服务人员难度很高，而如果在每一个市场都雇佣本地化人才则要付出高昂的成本。

另一方面，不同的联络渠道对语言能力的要求也不同：例如，电话语音对语言能力要求最高，往往需要构建一支本地化的服务团队，成本较高，比较适合国际化企业；在线、邮件等非实时性的联络方式，对语言能力的要求相对低一

些，一般有翻译工具的加持即可，且成本相对低，更适合职场在国内的企业。

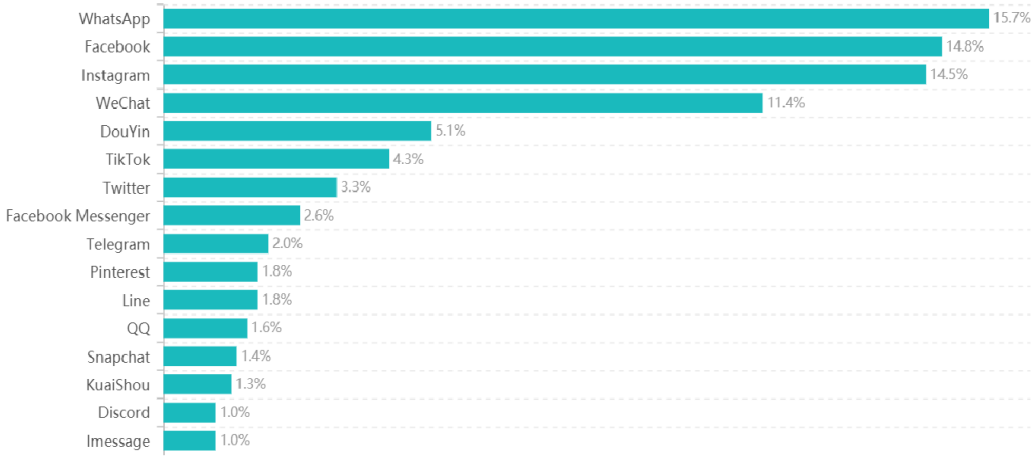
具体选择哪种多语言服务方式，需要根据企业的发展阶段、业务类型进行决策，整体来看，通过恰当的技术和精通本地化语言的人员的组合，是攻克这些障碍与困难的优质选择。

2.2 全渠道联络

全球不同国家和地区的主流通讯渠道有所不同，而消费者在这些主流通讯渠道上发起咨询的路径更短、更集中化，只有成功接入了这些渠道，才有可能最大限度地帮助企业触达并影响全球流量。

根据「We Are Social」及「Hootsuite」于 2022 年 1 月共同发布的《DIGITAL 2022: GLOBAL OVERVIEW REPORT》，在众多通讯平台中，WhatsApp、Facebook、Instagram 最受欢迎，其中约有 15.7%受访互联网用户选择 WhatsApp 为最喜爱社交平台，成为全球首位。

显然，这些渠道可以覆盖全球 90%以上的流量，在客户联络中心接入这些渠道，基本就意味着帮助企业连接了全球流量。当然，不同国家和地区使用的渠道不同，企业也可以根据目标市场去选择优先接入哪一个。



2.3 安全合规

企业开展海外业务时，应严格遵守当地市场法律法规要求，落实数据安全合规义务，在此前提下挖掘客户数据价值，这要求全球化的客户联络中心必须实现数据安全与隐私合规。

首先，需要进行风险识别，即根据自身的业务发展需求或计划，全面识别目标市场的数据和隐私要求，根据业务梳理数据和信息，通过测试开展风险评估，并最终形成整改建议；

其次，需要从组织架构、管理体系和制度、系统部署和人员能力等方面进行相应的建设，最终构建有效的合规体系，例如客户联络数据的本地化存储、数据泄露应急处理流程的制度建设等等。

PART 03

Sobot 智齿科技
全球客户联络中心解决方案

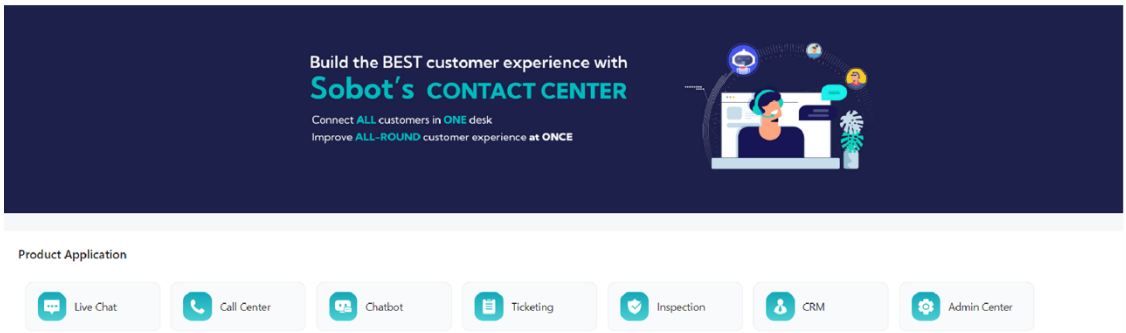
Sobot Global Contact Center Solution

SOLUTION

2020 年，疫情的爆发加速了中国企业出海进程，越来越多的企业选择“走出去”寻找新的机会。也就是在这一年，Sobot 智齿科技率先洞察了出海企业的海外客户联络新需求，并随着客户走了出去，成为国内首批“走出去”的客户联络平台服务商。

这一年，Sobot 智齿科技为 OPPO、三星等多个全球知名企业提供了客户联络中心服务，在具体的服务实践中，对全球化背景下的客户联络中心所面临的挑战、所需具备的能力有了更深入的理解，并沉淀了出海能力。

2021 年底，Sobot 智齿科技正式确认“国际化”战略，并推出“全球客户联络中心解决方案”，瞄准海外营销、服务两大核心场景，克服了多语言、多时区、渠道分散、安全合规等多重障碍，帮助企业解决海外营销拓客、消费者全生命周期服务等问题，最终助力企业更好地走出去、活下来、活得好。



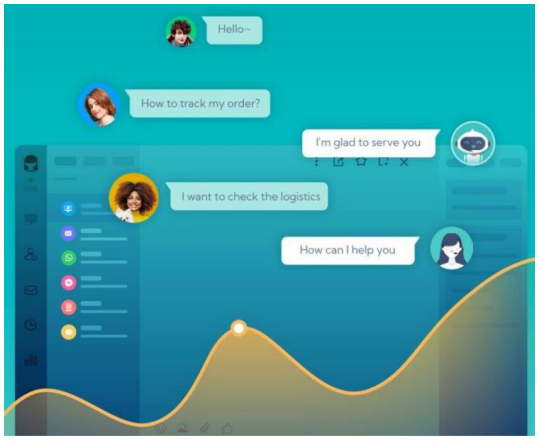
营销场景解决方案——用WhatsApp营销提升转化率

Sobot 智齿科技的营销场景方案涵盖 WhatsApp、短信、语音呼叫三种方式。其中：

通过云呼叫中心可以为出海企业提供本地固话及移动号码资源，可实现在任何地方呼叫和接听各国电话，并显示来电号码归属地，且不需要支付国际长途费；

通过短信可以向全球消费者主动发送营销信息，并附带短链接，为企业实现低成本引流；

通过 WhatsApp 可以面向全球 180 多个国家、20 亿月活用户发送多媒体信息，并在线双向互动，深挖全球社交软件的流量价值。



三种营销方式各有优势，组合使用效果更佳。单从转化数据看，WhatsApp 平台的转化效果更好，高端创新充电品牌 Anker 安克曾在 WhatsApp 平台上开展耳机特价优惠活动，活动周期为一周，最终实现打开率 63%、商品加购物车率 27%、转化率 6.65%的成绩。

1.1 应用 WhatsApp 价值：

全球流量蓝海，极具营销价值

WhatsApp 是 Meta 旗下一款消息应用程序，作为全球主要的即时通讯工具之一，优势明显，成为海外营销新阵地。

第一，流量大。截至 2022 年 1 月，WhatsApp 月活用户已达到 20 亿，涵盖范围涉及 180 多个国家和地区，大约有 27%的用户年龄在 26 至 35 岁之间，且在 60 多个国家中是最受欢迎的应用。除了欧美地区，WhatsApp 在拉美、中东以及东南亚等新兴市场也有着极高的渗透率，其中以印度为代表，用户大约有 4.59 亿。

第二，生态丰富。WhatsApp 提供多个产品版本，满足不同企业或消费者需要，使用 WhatsApp 可以收发照片、视频、文档与语音等多媒体消息，并且不断整合商品、商户、支付等功能，完善生态版图。

第三，交互性强。只要有对方的电话号码，无需加好友即可主动发送消息，对方可以直接在消息界面交流互动，交互性强。

1.2 选择 WhatsApp 版本：

WhatsApp Business Platform，让大规模通讯成为可能

Difference between WhatsApp、WhatsApp Business APP & WhatsApp Business Platform

功能/工具	WhatsApp	WhatsApp Business App	WhatsApp Business Platform
发送限制	× 禁止发送营销消息	× 仅限256个联系人	√ 无限制
客服接入	× 只允许1个客服接入	× 只允许1个客服接入	√ 多设备使用，无限制
聊天机器人	×	×	√ 支持聊天机器人
自动对话设置	×	×	√ 支持自动对话
可点击消息设置	×	×	√ 使用可点击按钮或快速回复发送消息
模板消息	×	×	√ 可推送模板消息
官方认证	×	×	√ 显示官方认证消息（绿色勾号）

Sobot 智齿科技

目前，WhatsApp 共有三个版本：WhatsApp 个人版应用、WhatsApp Business App（小商家版）以及 WhatsApp Business Platform（企业号 API）。

WhatsApp 个人版应用

简单的沟通工具，方便用户与好友一对一沟通。WhatsApp 官方对于发送营销消息的个人号检查和封锁处理极其严格，很容易遭到封号处理。

WhatsApp Business App

商业沟通平台，面向没有大量商业聊天需求的小型企业，有两大局限性：第一，不能多人同时登录，群发消息一次只能发送 256 人，且这些收件人必须已将您的号码添加到通讯簿才能接收消息。第二，不支持聊天机器人、自动对话等，无法实现通信自动化。

☆WhatsApp Business Platform

提供平台级接入的编程接口，面向有大规模营销触达需求的大中型企业，有四大特

点：第一，发送量限制随着业务发展而递增，最终可以做到群发消息无限制；第二，支持接入聊天机器人或自动化营销工具，可以帮助企业减轻任务量、提升工作效率；第三，企业平台 API 是官方提供的商业消息解决方案，最大限度降低了封号风险；第四，提供企业认证服务，更易帮助企业获得用户信任。

综合来看，对于有大规模外发需求的企业而言，WhatsApp Business Platform 是一个更安全的、有效的选择。

1.3 与 Sobot 智齿科技合作：国内首批 WhatsApp BSP

企业如果要使用 WhatsApp Business Platform，必须通过 WhatsApp BSP（Business Solution Provider，简称 BSP）来协助完成。2022 年 Sobot 智齿科技成为国内客户联络领域首批获得 WhatsApp Business 官方授权的商业解决方案服务商。

目前，Sobot 智齿科技客户联络平台已经完成了 WhatsApp Business 能力的集成，企业既可以使用 Sobot 智齿科技提供的单独封装的 WhatsApp Business Platform，也可以借助 Sobot 智齿科技客户联络平台的全渠道客服接待与营销外发的能力，以更自动化的方式联络用户，有效提升用户满意度。

2 服务场景解决方案——为海外消费者提供更优质的联络体验

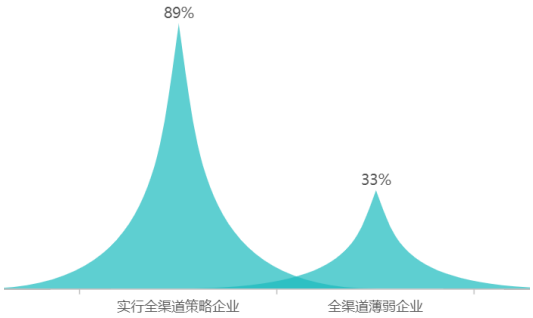
对于消费者而言，一次好的咨询体验大概会有几个特点：一，可以轻松找到咨询入口；二，客服快速响应，无需过多等待；三，沟通顺畅，客服能够理解诉求；四，问题被快速、有效解决。

Sobot 智齿科技服务场景解决方案，以“为全球消费者提供好的服务体验”为初衷，在全渠道统一接入、智能化接待、多语言支持、多时区接待、内外系统打通等几个维度上重点发力，技术能力、产品能力等取得多次重大突破，已经形成显著的差异化优势，可以帮助企业用相对更低的成本实现更高效的客户联络，用更优质的联络体验提升全球消费者的满意度。

2.1 全渠道统一接入：让全球消费者轻松找到咨询入口

数字化时代，消费者追求实时的联络体验，让全球不同国家和地区的消费者轻松找到咨询入口，并且提供多渠道无缝体验，是提升海外消费者满意度的基础。

根据调查，实行全渠道联络策略的企业客户留存率约 89%，而全渠道薄弱的公司客户留存率仅为 33%，且客户满意度相对前者降低 48%。

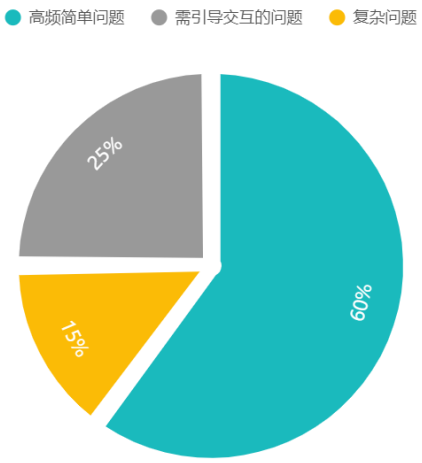


Sobot 智齿科技服务场景解决方案在客户接入环节，覆盖了多个全球流量最多、消费者最喜爱的主流通讯平台，不仅接入 APP、官网、邮件等，还接入了 WhatsApp、Instagram、Facebook、Line 等，实现了全渠道连通、一站式接待。

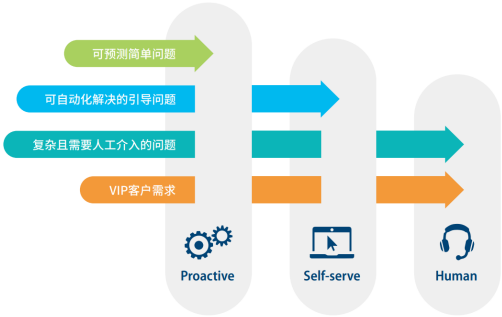
例如，某消费者通过 WhatsApp 在线咨询了产品退换货进度问题，交流过程中，为了快速说清，随即拨打了 800 电话继续交流，电话进线的同时，这个消费者的画像、标签及之前的联络记录都已自动同步，接待人员可以第一时间查看整个对话记录，轻松、无缝地进行交流并提供服务。

2.2 智能化接待：分流接待，快速响应，提高效率

消费者咨询的问题大概有三类：一，高频简单问题，这类问题主要发生在售后环节，如订单查询、催单等，占比约 60%，一般通过一问一答式交互即可解决；二，需引导交互的问题，这类问题本质上也比较简单，占比约 25%，但需要引导消费者进行某项操作，才能正式结束问题，如退换货、退款等；三，复杂问题，这类问题比较复杂，占比约 15%，需要人工客服介入才能灵活处理。



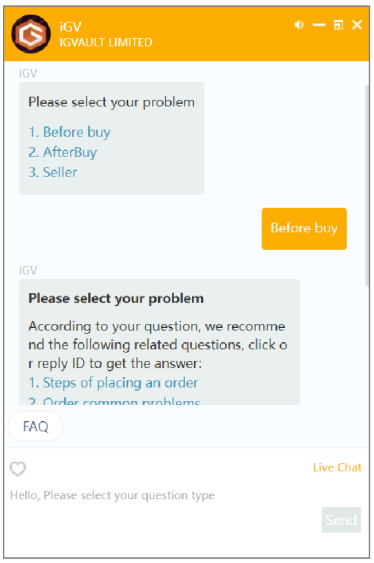
基于多年服务经验，Sobot 智齿科技遵循并沉淀了一套具备智齿特色的 PSH 法则，根据问题复杂度，将这三类问题拆解为 Proactive（前瞻性）-可预料问题，Self-serve(自助服务)-需引导问题，Human（人工干预）-需人工介入问题，通过从 P→S→H 逐层过滤高频低效问题，提升接待效率和客户满意度。



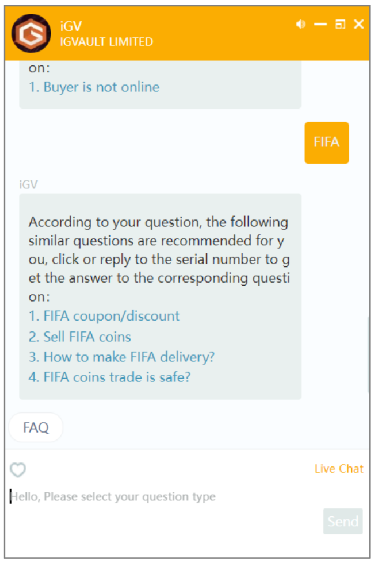
遇到 Proactive 和 Self-serve 问题，可以通过完善在线客服机器人知识库配置，以单轮或多轮交互的方式解答问题，并引导客户进行自助查询预处理，释放人工客服接待压力；遇到 Human 问题，则可以直接转到人工客服解答，提升问题解决率与消费者满意度。呼叫侧同理，通过 Sobot 智齿科技呼叫中心的 IVR 交互能力，播报解决方案或自动流转至对应技能组，实现高效解答与分流。

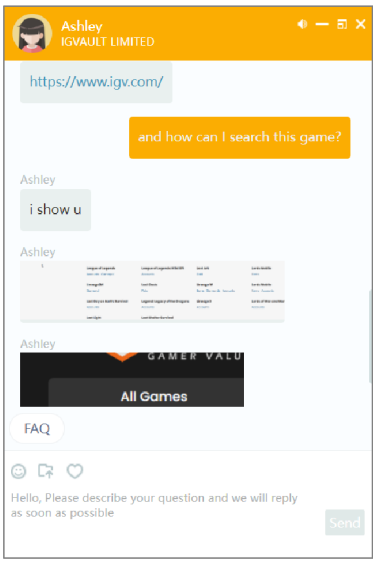
这很考验客服机器人的智能化水平，Sobot 智齿科技是较早进入智能客服领域的厂商，已经在 21 个行业构建知识图谱，沉淀了 2700 万+语料数据寒暄库，覆盖 21 个大行业、46 个小行业细分行业语料库的支撑，各行业问答准确率高达 98%。

例如，Sobot 智齿科技为游戏交易平台 iGVault 提供了智能接待服务，由机器人负责解决 Proactive 和 Self-serve 问题，主要通过机器人多轮交互引导客户提供足够的信息，并综合判断给出回复，人工客服解决 Human 问题，最终，机器人独立接待率超 80%、问题解决率超 90%、客户满意度提升 50%。



在线机器人接待页面





人工座席接待页面

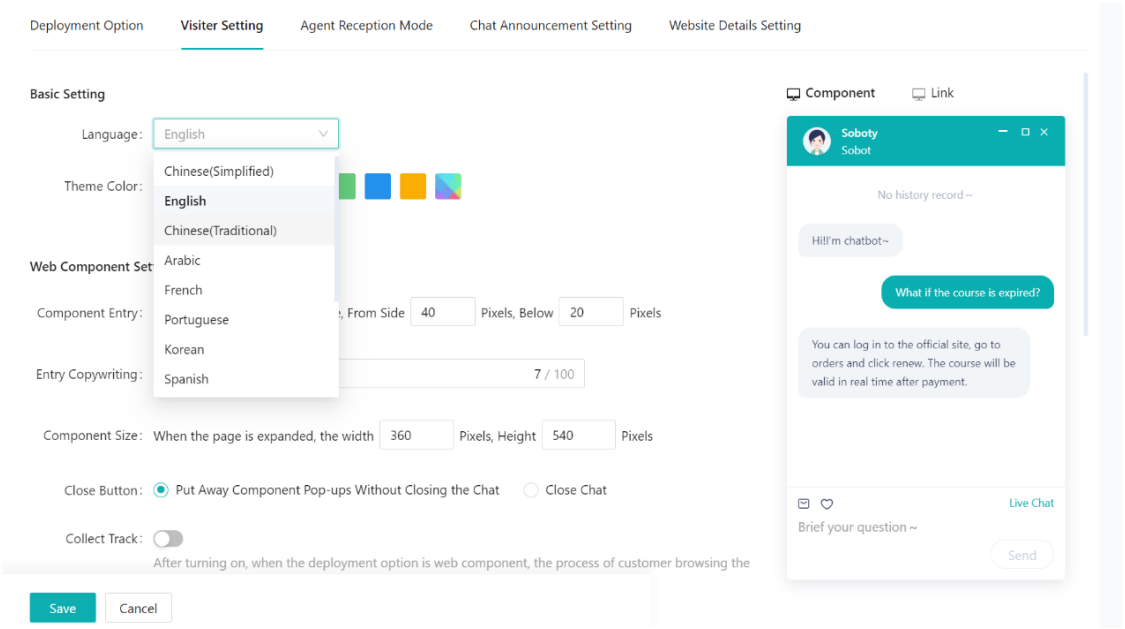
2.3 多语言支持：减少沟通壁垒，更懂消费者的诉求

全球已知的语言种类达 7000 多种，据统计，巴布亚新几内亚是全球语言最丰富的国家，早在 2015 年就已经出现了 839 种语言了。从世界各州来看，亚洲人口占全球人口的 60%，所拥有的语言种类也最多，有 2301 种“现行语言”，非洲有 2138 种，美洲则有 1064 种……

语言种类的丰富性让出海企业面临着巨大的语言挑战，为了帮助企业更好地解决语言问题，Sobot 智齿科技全球客户联络中心提供了独具特色的多语言支持服务：

一方面，面向消费者、客服与管理人员提供多种语言支持，其中，访客端界面可以支持近 20 种常用语言，企业可以面向不同目标市场自定义界面语言，用当地语言与当地消费者沟通；客服工作台可以支持多种语言，不同语种的客

服团队可以自由选择、设置语言，为全球不同国家和地区的消费者提供本地化语言服务；管理控制台可以支持中英文，管理者可根据需要切换语言，解决跨境团队管理、数据审核等难题。



另一方面，小语种十分繁杂，客户联络平台不可能完全覆盖，为了解决沟通问题，Sobot 智齿科技在线工作台配置了 AI 翻译助手，可以自动识别并翻译不同国家与地区的语言，客服人员与消费者即使使用的是不同的语言，也可以通过自动识别转译做到无障碍沟通。

2.4 多时区设置：提升多地区客服团队管理效率

Sobot 智齿科技智能客服全球化 SaaS 产品在接待时可设置多时区接入与管理，企业可根据目标客群所在时区自定义设置接待时间，数据回收阶段也可根据当地时间区间进行分析汇总。

例如，国内某品牌在“黑色星期五”时开展了大促活动，吸引大批消费者参与，活动期间咨询达到峰值。美国西五区与中国的时差大概在 12-13 小时，若按照中国时间进行人员配置和接待设置，客服团队要么因超负荷运转无法提供及时优质的接待，要么因无人接待造成客户流失。

通过智齿后台多时区设置，企业可以一键配置各个技能组接待时区，更好地做好接待安排，提升多地区客服团队管理效率。

三 方案差异化优势

3.1 国际化总部+本地化团队：兼顾全球化和本地化

在出海团队的搭建上，Sobot 智齿科技秉持总部国际化、海外各区域本地化的原则。在国内组建了出海事业部与国际化全链路团队，团队由产品、销售、交付与服务构成，专门负责海外的技术、产品、研发、交付。

值得特别指出的是，早在 2020、2021 年，Sobot 智齿科技帮助部分国内大客户解决海外客户联络问题时，就已经初步搭建了一支国际化早期团队，并在服务实践中沉淀了国际化组织能力。出海事业部的多数成员都是这支早期团队中的核心成员，不仅有充足的实践经验，且对国际规划有更深刻的理解与认知。

同时，考虑到不同国家和地区的差异性，Sobot 智齿科技在不同地区建立了本地化团队，并雇佣了一定比例的当地人才。目前新加坡分公司及本地化团队已成功组建，接下来将在欧洲、北美等地相继组建本地化团队。本地化团队扎根本地，更懂当地规则，也更懂客户的需

求，具备较强的本地化服务优势，可以为客户提供更高质量的服务体验。

3.2 多语言支持：人工翻译+AI 翻译助手，让沟通更顺畅

在多语言支持上，Sobot 智齿科技组合采用了**“人工翻译+AI 翻译助手”**，一方面，为了给母语为英语的全球消费者带来更好的体验，Sobot 智齿科技在英文系统的改造上完全采用了人工翻译，使得整个英文系统更贴近 Native Speaker。

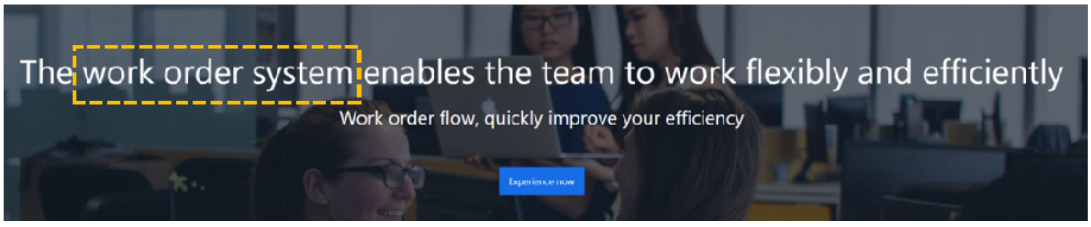
例如，工单是客户联络中心解决方案中不可或缺的产品，如果用机器翻译，显示结果是 work order，但这个翻译结果显然是不正宗的，甚至是 Native Speaker 无法理解的，正宗的翻译结果应该是 Ticketing 或 Ticket，这就是人工翻译与机器翻译的差别。

另一方面，为了更广泛地满足不同语种消费者的沟通需求，Sobot 智齿科技选择与亚马逊云科技合作，**AWS 即时翻译服务**采用深度学习模型，可提供比基于规则的传统统计式翻译算法更准确、更自然的翻译，让翻译结果更精准、更贴近 Native Speaker。

关于工单的人工翻译结果

Sobot Ticketing System Empowers Teams with Streamlined Workflows

关于工单的机器翻译结果



3.3 安全合规，放心交付

为了给出海企业提供更安全的服务，Sobot 智齿科技出海团队对各国家安全合规要求进行深入研究，基于各国合规要求对系统进行改造，如隐私访问授权、数据存储、数据脱敏、权限控制等，保障安全合规。目前，Sobot 智齿科技已经获取多项国际通用的信息安全、云安全、系统安全等资质认证。

与此同时，为了保障跨国网络的稳定安全，Sobot 智齿科技在**中国、欧洲、美国、新加坡**等地布局了数据中心，每个区域都有对应的加速节点，为出海企业提供了更稳定、合规的客户联络服务，做到放心交付。

PART 04

实践经验分享

Best Practices

案例 1

某算力基础设施与服务提供商搭建全球售后服务中心

搭建全球化优质售后服务中心，助力算力基础设施服务商实现高效服务

某算力基础设施与服务提供商，原为华为 x86 服务器业务，2021 年从华为剥离出来独立运营。目前，该公司已在全球设立了 11 个研究中心和 7 个地区部、5 大供应中心，服务于全球 130 个国家和地区客户，包括全球 211 家财富 500 强企业。

1. 原客户联络中心缺乏“全球化”能力掣肘全球化进程

近年来，随着数字经济的加速推进，亚非拉等地区高新产业需求逐渐增加，作为国内算力设施引领者，该公司踏上“全球化”新征程，面向全球用户提供算力服务。

在出海的过程中，该公司逐渐发现，原先的客户联络中心缺乏“全球化”的能力，制约了企业的全球化进程，具体表现如下：

第一，用户来自于不同的国家和地区，使用的语言各异，原客户联络中心的语言能力无法很好地与全球用户做有效沟通，影响了客户的信任度、满意度；

第二，不同国家和地区的数据安全标准与数据隐私保护的政策法案各不相同，原客户联络中心需要较长的周期去做安全合规部署，成本高昂；

第三，跨境沟通容易发生通话卡顿等现象，严重影响了海外消费者的满意度。

2. 搭建全球化优质售后服务中心提升海外用户的满意度

基于上述问题，该公司迫切需要开启全球化的客户联络部署，经过多次调研、评估，最终选择和 Sobot 智齿科技开展合作，希望通过 Sobot 智齿科技的全球客户联络解决方案，在安全合规的前提下，为全球用户提供更高效、优质的服务。

部署海外服务器，保障数据安全

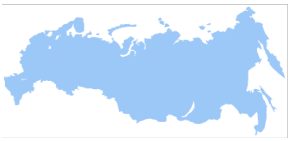
该公司在海外已搭建了多个数据中心，如俄罗斯、匈牙利、墨西哥等，目前已覆盖全球大部分业务区域，初步形成了完善的数据存储及传输链条。为了保障数据存储合规，Sobot 智

齿科技将呼叫中心产品及数据对接到当地服务器，各个区域数据依照当地政策法规开展录入、存储，避免跨境数据传输带来的延迟和安全隐患，让客户联络业务合规开展。

Sobot 智齿科技

全球一体化呼叫中心

私有云部署 | 多语言支持 | 海外线路支撑 | 一体化用户画像 | 精细化管理分析



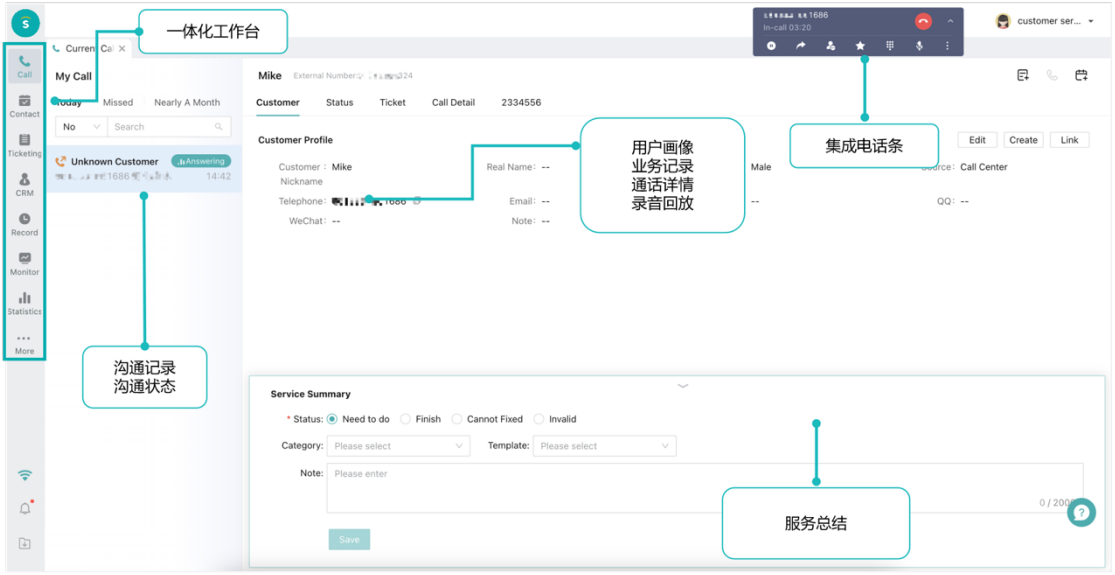
欧洲 俄罗斯 10+座席

GDPR 匈牙利 20+座席

美洲 墨西哥 10+座席

数据高效传输，对接用户画像

该公司的用户遍布全球各个区域，客户联络中心对于客户身份、画像信息的识别能力，直接决定着售后团队的服务效率。基于此，Sobot智齿科技呼叫中心对接客户资料接口，业务系统推送新增的客户资料，设置定时自动上传同步，在用户来电时，座席第一时间即可查看客户基础信息。



智能分流，精细化接待流程

为了全方位提升用户满意度，Sobot 智齿科技设计了精细化接待策略，在该公司服务器所在地区，分别接入当地呼叫坐席进行接待，客户拨通后即播放当地官方语言，提示客户输入 VIP ID 信息，后台由此判断进线客户是 VIP 用户还是普通用户，随即进入 VIP IVR 接待或普通 IVR 接待，实现业务高效分流，通过精细化接待提升用户的满意度。

多语言界面+海外优质线路运营

为了服务好不同语种的客户，Sobot 智齿科技呼叫中心部署了多语言设置能力，可一键切换呼叫工作台外显语种，帮助海外服务团队理解全球不同区域用户的语言并提供服务。同时，Sobot 智齿科技根据该公司业务需求，接入多条海外优质线路，保障呼入、外呼接通率和通话音质清晰，助力业务快速上线运转。

3. 全球化能力提升
用户满意度提升 40%

在全球化部署方面，通过私有云部署，该公司在美洲、欧洲等地设立 40+售后工程师服务坐席，为各大洲地区用户提供精细化服务，搭建了体系化全球呼叫联络中心，在全球范围内树立起了优质品牌的形象。

在业务稳定性方面，除了海外专属云服务器部署之外，Sobot 智齿科技还为该公司提供了优质海外线路，保障呼叫业务有序合规开展，该公司整体呼叫业务稳定性提升 100%。

在售后满意度方面，在智能化呼叫能力的支撑下，呼叫联络服务效率提升 50%，用户满意度提升 40%。

案例 2

某移动支付金融科技公司建设服务营销平台

建设服务营销一体化平台，优化客户体验

某移动支付金融科技公司，专注于非洲、拉美和中东市场，基于移动端的一站式生活平台，为用户提供支付、交通、本地生活与其他金融服务。过去 3 年，该公司由初创快速发展扩张成为“独角兽”，已经成为非洲和中东地区最大的金融科技公司之一。

1. 业务快速扩张倒逼客户联络中心升级

近年来，该公司在非洲、亚太及南美的业务进入了快速扩张阶段，客服团队也从一开始的几十人猛增至近千人，随着业务增长与团队扩张，该公司原有的客户联络中心逐渐暴露出一些问题：

第一，渠道分散。语音、微信、APP、海外社媒、IM、邮件……用户来源分散，尤其是随着全球化业务的开展，原客户联络中心尚未接入海外社媒、IM 等渠道，导致客服人员需要在不同平台切换，服务效率较低；

第二，营销服务割裂化。既包括营销、服务在不同渠道中的割裂，也包括营销、服务两个环节之间的割裂，这种割裂导致客户在多渠道进行咨询或反馈问题后，需要在不同渠道重复地回复客户相同的问题，甚至有可能得到不同的回复，降低了客服团队的工作效率，也降低了客户的体验。

2. 搭建服务营销一体化平台 强化服务营销的协同效应

基于上述问题，该公司希望快速解决渠道分散、服务营销模式割裂的问题，经过系统评估，最终选择与 Sobot 智齿科技合作，目前，双方已携手搭建了服务营销一体化平台。

Sobot

三大核心诉求>

1. 全渠道统一接待
2. 实时数据高效管理
3. 海外社媒营销外发

Sobot 智齿科技解决方案>

人工在线客服

邮件客服

呼叫中心

WhatsApp Business Platform

统一管理全渠道触点，重塑服务价值

Sobot 智齿科技全球客户联络中心接入了电话、App、官网、邮件、Facebook Messenger、Instagram、WhatsApp 等多个渠道，实现全渠道客户触点的统一接待，覆盖售前、售中、售后服务场景。同时，依托智能客服协同，有效提升客服效率，持续优化服务体验。

专属部署，应对多国合规与云环境挑战

该公司采用了本土化运营战略，在多个国家和地区都设立了职场，同时，该公司业务涉及大量金融数据，数据合规监管十分严格，需应对不同国家和地区的安全与隐私保护法律法规要求。基于此，Sobot 智齿科技为该公司提供了多国专属部署方案，适配阿里云、腾讯云、华为云、亚马逊云科技以及本地 IDC 等复杂环境，保障了安全、稳定运维。

开展 WhatsApp 营销，抢占海外私域蓝海

为了强化该公司的全球化营销能力，Sobot 智齿科技为该公司提供了 WhatsApp 营销解决方案，依托 WhatsApp BSP 的独特优势，帮助该公司实现了在 WhatsApp 渠道的官方绿标认证、营销信息批量外发等能力，取得了较好的成绩。以业务招募为例，原先注册人数只有 70 个，采用 WhatsApp 营销后注册人数飙升至 427 个。

3. 服务+营销场景双升级 提升客户全生命周期价值

在服务场景上，实现了电话、App、官网、邮件、Facebook Messenger、Instagram、WhatsApp 等多个渠道的融合接入，全渠道客户触点统一接待，加之智能客服的协同作业，使得客户服务的效率提升 45%，整体人力成本降低 20%，问题解决时效缩短 45%，客户的满意度提升 94%。

在营销场景上，通过 WhatsApp 营销在 5 个月的时间内，触达了 1000 万用户，为独立站导入了约 99 万新注册用户，其中，付费会员达 15000 位，月成交额达七百多万。

案例二

高端电器智能品牌 Tineco添可 提升海外客户满意度

满意度从63%到98%，Sobot智齿科技助力高端电器品牌添可提升海外客户购物体验

高端智能电器品牌 Tineco 添可是一家专注智能科技的创新公司，品牌成立三四年间，产品畅销 108 个国家和地区，服务全球近 5000 万家庭，主打的洗地机、吸尘器等在国内外市场市占率均领先。2022 年上半年，Tineco 添可海外业务收入同比增长 15.9%，占总营收 27.7%。

1. 原客服系统问题凸显，服务效率亟待提升

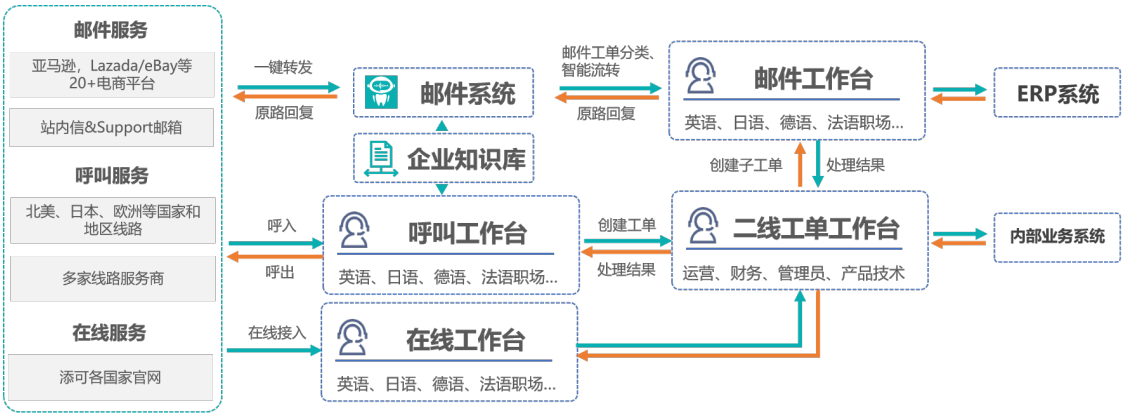
Tineco 添可成功出海的背后，有两个逻辑：一是坚持科技创新和技术转化，用一个又一个的好产品敲开撬海外市场的大门；二是持续提升服务质量，通过为海外消费者提供高质量的服务，建立品牌与消费者间的信任。

从 2020 年开始，为了给海外消费者带来更优质的服务，Tineco 添可做了很多努力与尝试。彼时，Tineco 添可在用的客服系统，在服务过程中逐渐暴露出了一些问题：

第一，没有打通服务系统与内部系统，系统间信息割裂导致服务效率不高；第二，工单流程断裂，“邮件+工单”无法闭环，客户跨系统操作效率较低；第三，数据分散，追踪管理难度高，反哺前端能力弱。

2. 营造客服系统 打破渠道、系统、一二线客服三道壁垒

为了提升服务力，Tineco 添可与 Sobot 智齿科技达成合作，在以电商平台业务为主、自建站为辅的背景现状下，设计了「在线客服+呼叫中心+邮件客服+工单」解决方案，营建全流程打通、多部门协同、监控管理完善的客服系统。通过这套解决方案，Sobot 智齿科技帮助 Tineco 添可打破了三道“壁垒”：



打破「渠道」壁垒：
统一客服工作台，对接全渠道

Sobot 智齿科技为 Tineco 添可提供了「在线客服+呼叫中心+邮件客服」一体化联络系统。通过在线服务接待来自各国家官网的用户，呼叫服务接待拨打各国家和地区官方咨询热线的用户，而邮件服务则集中处理来自亚马逊、Lazada、eBay 等 20 多家电商平台的需求。且邮件、语音、在线均在统一的客服工作台上承载解决。

打破「一二线客服」壁垒：
多部门协同，提升业务处理效率

为了帮助 Tineco 添可提升问题处理效率，智齿在现有「在线+呼叫+邮件」全渠道并行的框架中，打通工单系统，实现了「在线+工单」、「呼叫+工单」、「邮件+工单」闭环。

打破「系统」壁垒：
对接业务系统，提升服务综合效率

Sobot 智齿科技客服系统与 Tineco 添可 ERP、WMS 等系统实现对接，并将原客服系统历史数据迁移过来。一方面，客服工作台侧边栏集成用户画像，客服人员做服务接待时，可基于完整的用户画像提供预知式、千人千面的个性化服务，提升海外用户的购物体验与满意度。

另一方面，工单系统深度对接业务系统与跨境 ERP 系统，创建工单时可实现信息的自动带入、填充，客服人员只需输入关键信息，系统即可自动输出多个关联信息，提升了工单创建效率。

3. 一体化客户联络持续赋能 用户满意度提升至 98%

截至目前，Tineco 添可已经实现了全渠道对接，并在现有「在线+呼叫+邮件」全渠道并行的框架中，打通了工单系统，对接了业务系统，打破了渠道、内部协作、系统三重壁垒，客户服务效率有效提升 **60%**，满意度从 63%提升至 **98%**

案例

某智能手机头部品牌搭建智能化客服体系

为线上商城搭建智能客服体系，提升服务效率和质量

某智能手机头部品牌的自营商城是国内综合电商平台的行业领先者，其产品涵盖潮流数码、人工智能生态产品等，截至目前，该品牌自营商城业务已覆盖全球 40 多个国家和地区，累计用户近 4 亿。

1. 传统客服体系弊端明显 客户体验和满意度下降

为了做好客户服务，该头部品牌自营商城早期采用了本地化部署，搭建了相对完善的客户服务系统。但随着规模及服务范围持续扩大，原客服系统功能升级迭代慢、系统运营不稳定、故障频发等弊端越来越明显，难以满足客户日益增长的服务需求，导致客户体验和满意度严重下降，具体如下：

一是功能单一，无法满足业务需求。第一，原客服系统功能较为单一，且无法基于市场需求进行快速迭代；第二，在私域运营重要性日趋上涨的情况下，原客服系统因渠道打通能力的缺乏，导致品牌无法从私域流量池中进行有效转化；第三，工单流转过程繁复，导致服务效率较低；第四，缺少数据深度分析功能，致使品牌管理层无法通过分析结果对后续业务流程、产品策略等进行有效改善。

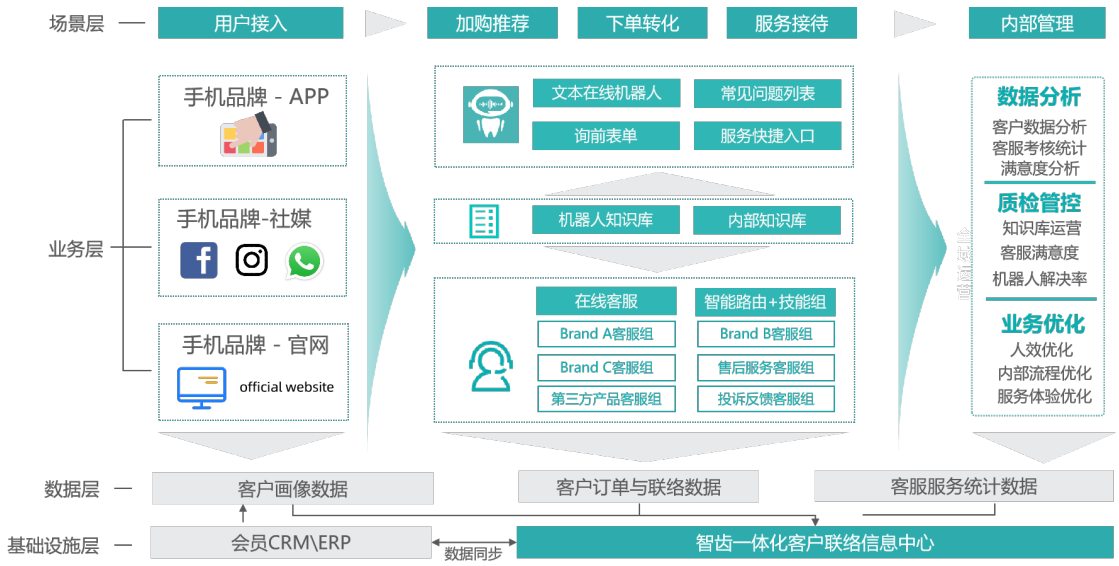
二是服务体系落后，客户体验不佳。第一，原客服系统采用的是全人工服务模式，常规情况下可以较好地满足客户需求，但如果遇到大促节点，则无法有效应对短时间内急剧增加的客户咨询，导致客户需求无法第一时间得到满足，影响客户体验；第二，该头部品牌自营商城的产品种类丰富，而原客服系统缺少完善的产品培训和知识库迭代体系，导致客服人员无法解决客户问题的情况时有发生，客户满意度也随之降低。

三是系统割裂，客户数据价值难以体现。该头部品牌数据化程度较成熟，具备相对完善的 CRM、CDP 等数据系统，数据被封存在各系统中。而原客服系统难以将数据进行有效打通，

形成了严重的数据壁垒，无法真正发挥客户的数据价值。

2. 构建新型智能化客服体系，保障服务质量

基于上述问题，该手机头部品牌对更一体化、智能化的客户服务系统有着巨大需求，经过多方调研与验证，最终选择和 Sobot 智齿科技开展合作。Sobot 智齿科技是国内领先的一体化客户联络解决方案提供商，依托扎实的 AI 及大数据技术，构建形成十余条产品线，为企业提供基于「客户联络」场景的一体化解决方案，包括公域+私域、营销+服务、软件+BPO 的三维一体化。成立至今，Sobot 智齿科技已服务数千家优秀企业，涉及教育、零售、医疗、保险等在内的 21 个行业。



功能快速迭代，有效满足业务需求

第一，智齿采用 SaaS 部署的方式帮助品牌搭建新型客户服务体系，有效提升客服系统的快速迭代能力，以此来满足不断变化的业务需求；第二，针对私域运营需求，智齿为该品牌线上商城提供了全渠道接入功能，帮助品牌集成各线上社交渠道，并进行统一的客户服务及运营，有效提升私域流量转化率；第三，智齿提供了智能化工单功能，高效的工单流转体系大幅提升了服务效率，有效解决了原工单系统效率低的问题；第四，基于智齿提供的数据分析功能，可以对客户消费数据、客户满意度等数据进行深度分析，为管理者做决策提供数据支撑。

服务体系智能化，全面提升客户满意度

第一，智齿提供了拥有强大 AI 能力的智能客服机器人，7*24 小时全时段满足客户咨询需求，减轻了坐席人员的工作压力，并大幅提升了客户的满意度；第二，提供知识库冷启动服务，通过 AI 技术帮助品牌建立成熟的知识库迭代体系，品牌可根据业务情况及时更新知识库并对运营人员进行快速培训，提高问题解决率和客户满意度。

系统互通，深度挖掘数据价值

针对系统割裂而导致的数据价值难以释放的问题，智齿为品牌提供了智能化客服平台，全面打通了会员系统、CRM 系统、ERP 系统等在内的业务系统，并通过智能辅助赋能客服人员，客服人员可以通过用户画像为客户提供个性化服务，有效提升客户运营转化率。

此外，针对该品牌未来全球化拓展的战略布局，智齿基于该品牌线上商城云平台搭建了可以应对不同海外市场需求的独立化智能客服体系，通过整合呼叫中心并对接 Facebook、Twitter、WhatsApp 等全球化社交渠道及直营商城，有效提升海外用户体验，推动该品牌线上商城国际化进程。

3. 系统智能化升级，客户满意度提升

在服务接待方面，通过部署智齿智能化客服系统，该品牌线上商城拥有了 7x24 小时的智能接待能力，机器人独立接待率可达 85%，减轻了坐席人员的接待压力，极大地提升了服务效率与质量。

在问题解决方面，自智能化客服系统上线以来，该品牌凭借智齿提供的客服机器人以及知识库冷启动服务，使得高频问题有效解决率提升至 92%。

在客户体验方面，通过采购智齿的智能化客服产品，搭建了可满足品牌自身业务动态需求及全球化市场需求的智能化客服体系，客户满意度提升至 93%。

免责声明

由于数据来源、技术方法、研究能力等可能存在局限，研究团队力求但不保证所提供数据信息、模型的完全准确性，分析所得结论仅供参考，Sobot 智齿科技不对报告中信息和结论的准确性、完整性和适用性做保证。任何机构或个人援引或基于本报告中数据和结论所采取的任何行动，其所造成的法律后果均与 Sobot 智齿科技无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

版权说明

本报告由 Sobot 智齿科技客户联络中心研究院编制，报告中文字、图片、表格等受中国知识产权法等法律保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归 Sobot 智齿科技客户联络中心研究院所有。报告中所引用的第三方数据版权归原作者或机构所有，Sobot 智齿科技客户联络中心研究院不承担任何责任或义务，仅供用户参考。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定，最终解释权归 Sobot 智齿科技客户联络中心研究院所有。

关于 Sobot 智齿科技

Sobot 智齿科技，一体化客户联络中心解决方案提供商。

为全球企业提供基于「客户联络」场景的解决方案，包括 WhatsApp 企业平台、邮件客服、人工在线客服、在线客服机器人、呼叫中心、工单等，全球安全合规经验与合作案例丰富，助力企业销售额与满意度双升。

目前，Sobot 智齿科技助力 OPPO、添可、Opay、小派科技、DFS 等多家企业海外客户联络取得成功，行业覆盖品牌出海、跨境电商、互联网出海、游戏等。

创作团队

出 品 人 徐 懿

主 编 刘 毅

执行主编 田苗苗

副 主 编 苏 苏 段鑫龙

吴昱雯 方 奇

设 计 任竹鋆

邮 箱 tianmm@sobot.com

合作咨询 4008-690-981

官 网 www.sobot.com

国际官网 www.sobot.com/en

扫码领取白皮书电子版
深入交流全球客户联络

Sobot 智齿科技
微信公众号

Sobot 智齿科技
微信小程序

Sobot 智齿科技

让全球企业享受「一体化客户联络中心」带来的改变