

多数互联网公司的客服都是“异地外包” 权限只有“接电话”和“提交”

异地客服如何培训应对话术

女孩乘滴滴顺风车遇害事件,不仅让滴滴处在了舆论漩涡的中心,也使滴滴的客服系统受到了巨大质疑。记者调查发现,目前多数互联网公司将客服业务外包给异地的第三方公司,并不能及时有效地解决客户的真正问题。有关专家指出,“如果甲方公司没有把客服置于一个较为重要的位置,而只是作为一个应付外界服务需求的廉价工具,那这个事情就一定不会太妙。”

前不久,一名女孩在乘坐滴滴顺风车时不幸遇害,滴滴做出道歉和反省,在全国范围内下线整改。事件中,外界普遍质疑滴滴的客服系统,滴滴的客服人员在接到女孩朋友的求助热线时,7次机械化地回复,并未透露关于司机及车辆的更多信息;特别是,就在车主立案前一天,另一名乘客曾投诉该车主的不端行为,但客服并未进行调查处置,最终该车主再次下手并得逞,惨案发生。滴滴客服的处理效率及流程饱受诟病。

记者发现,滴滴与多数互联网公司客服一样,一般为设置异地客服、外包客服,有的公司甚至一家公司就承接数十家公司的客服工作;不过,这些客服权限不高、业务能力不强、与甲方公司沟通不及时等,多数情况下只能用话术应付用户,重要的事件再向甲方反映,很容易造成投诉响应慢、问题解决效率低、用户体验差等问题。

专家表示,异地客服、外包客服、话术培养其实都不是问题,但如果不重视客服体系,就算是自己的客服也会存在同样的问题。客服体系不仅仅是互联公司服务用户的“成本支出”,更应以用户为中心,让客服成为搜集、分析用户需求及痛点的最真实、最有效、最便捷的渠道。

昨天,记者看到,一些招聘网站已经将部分滴滴客服的招聘广告下架,例如在百度招聘页面搜索“滴滴客服”,显示没有符合条件的岗位,不过网页快照却显示,事件发生前还有数百条相关招聘信息。

发现 >> 部分招聘网站已下架滴滴客服招聘广告

记者日前在网络上搜索到多条滴滴招聘信息,结果发现,为滴滴招聘客服人员的公司分布在全国多个城市,包括长沙、合肥、成都、宿州等二三线城市,并无一线城市岗位。例如一家于温州的公司就正在招聘滴滴客服专员,招聘人员表示,该职位属于劳务派遣,与第三方公司签订合同,并非滴滴公司员工;他还表示,滴滴的客服基本都是外包给第三方专业的客服公司,其他诸多互联网公司的客服也一样,他这里可以介绍安排多家互联网公司的客服工作,工作内容比较接近,一般为接听用户电话、记录用户诉求。

据其透露,客服人员的起薪一般为3000元到5000元不等,这与工作的甲方公司有关,一些工作内容较为复杂的公司如带有销售性质的客服,其起薪会相对较高;一般只是接听电话、记录问题的客服,其起薪较低。他同时也表示,如果在公司工作时间久了,或者晋升了,也会涨薪。言谈中他表示,这份工作的流动性很大,几乎每天都有多名新员工入职,也有老员工离职。

同时,滴滴还有专门服务于司机的客服团队,其工作内容包括负责管理公司后台司机投诉和司机微信群、回答司机跑车中的问题以及处理当日低星、给新提车师傅注册培训等,这些客服团队也几乎都是外包团队。如位于成都的一家汽车售后服务公司,其业务不仅包括滴滴司机客服,还包括维修厂、汽车销售、汽车租赁等业务。

调查 >> 互联网公司客服多为“异地外包”

异地客服则更是业内普遍现象。据悉,目前互联网公司的客服很少有本地化的运作模式,大多是集中在一个人力成本相对低廉的城市。一名用户表示,“有好几次我在接听客服来电的时候,号码显示的区号我都不认识,这些客服号码还被用户标记为‘骚扰电话’,搞得我都不敢接。最后挂电话后上网搜索了这些号码,发现是某电商的客服电话,地址在江苏某城市,才成功接起。”

其中,一些公司的异地客服不仅是规模化运作,更有一些是零散分布,客服无需坐班即可在家用手机或电脑完成客服工作。在一些贴吧中,招聘电商“异地客服”的帖子不断被发布,有商家表示,只要有网络、有时间就可以来做客服,不论售前、售后客服,均可以异地工作,还可以兼职。其中,售前专员负责售前负责业务咨询,促成交易;售后专员负责订单管理、物流跟进、客户投诉处理等。

关注 >> 客服为何总说“已帮您进行加急”

不过,这种外包客服弊端也显而易见,他们处理权限小,处理周期长,不能及时有效地解决客户的真正问题。有曾在滴滴客服实习的网友表示,自己的权限只有“接电话”和“提交”,作为外包客服,没有处理权限和查看核心信息的权限,能做的只有记录投诉电话内容和向客户道歉。

一位共享单车的在线客服告诉记者,在公司的培训中,对投诉类呼叫给出了相应处理指南与话术,如果遇到有意向投诉的用户,最好通过自己的回复而避免用户投诉,具体做法就需要利用自己的沟通技巧、服务能力、强大的同理心等,要站在用户的角度上客观冷静地答疑解惑,比如对用户表示抱歉、安抚用户、详细询问事件发生经过等,语言用词要温柔、谦虚,通过自己的努力避免用户投诉。具体话术内容“已帮您进行加急,工作人员会尽快与您联系”“我很理解您的心情,还请您消消气呢!”“您放心,您的诉求我们已经反馈”。不过,也有如果用户一定要投诉的情况,在这种情况下就要准确记

录投诉内容,根据用户问题的紧急程度分类提交升级,同时安抚用户。

此前,一位滴滴客服表示,滴滴有专门的“重大投诉组”处理较为严重的事故,不过,作为客服的自己仅有“五块钱优惠券的权力”,客服没有更多权限,只能“上报处理”,“碰到刁钻一点的乘客、司机你根本联系不到他”。他还透露,若警方来找客服要司机的信息,公司规定需要警方提供的介绍信、立案通知书、两个警官的警号等内容,并传真发送,“就算是警察立案了,把三样东西凑齐传真过来了,黄花菜都凉了,而且处理此事的客服根本没精力一直关注这件事,忙着跟乘客司机扯皮去了。”

问题 >> 异地客服经常无法真正“加急”

有客服人员表示,自己曾多次遭遇用户反映,“多次投诉问题未见回复”,自己能做的也只有用话术回应“已帮您加急”。事实上,加急的权限也是有限制的,很多时候并未真正帮助用户加急。

一位滴滴用户表示,自己的手机曾经遗落在滴滴上,但滴滴客服人员并不作为,没有及时帮助追回手机。由于滴滴隐私保护系统,在乘客结束后就无法直接联系到司机,必须通过客服人员联系,在联系到司机后,滴滴方面并没有以平台身份尽力帮助用户,一直宣称的“加急”只是一种话术。“司机拒不承认捡到我的手机,下一名乘客表示的确在车后座上看到一部手机,但已交给司机。在多个证据指向司机拒不归还我的手机时,滴滴方面并未控制司机账号并帮助乘客追回手机,而是放任不管。我觉得滴滴的不作为放纵了司机的这种行为。”最终,在该用户找到媒体曝光后,滴滴方面才对此事加急处理,进一步调查此事,并管控司机账号,最终帮助该乘客要回了手机。

还有的物流异地客服,由于客服对事件不了解,只得将具体问题转到对应物流网点,失去了客服的价值。许多用户反映“人工客服永远不在线,输入快递单号就发来网点电话,电话不是打不通就是没人接,陷入死循环。”

不过,也有用户表示,自己也遇到过特别合格的客服,“我在某电商购物,任何商品有问题,客服都直接退款或赔偿解决;物流加急也很靠谱,比如一次我下了一单,其中有部分商品缺货,一般肯定要等两天一起发了,但我跟客服反映后,客服直接把有货的先发,其他的到货后再发,让我觉得很贴心。”

追访 >> “呼叫企业”：“一般不能直接找客户公司”

在采访中记者发现,一些

专业的客服公司将客服作为主要业务,服务于各类企业,形成了一种专门的“呼叫中心”企业,一家呼叫中心的服务对象甚至同时包括物流客服、共享单车客服、银行催收、保险解答、账单提醒等多种不同业务。例如合肥市一家通信公司,自称为“呼叫企业”,公司规模近千人。这家公司提供的职位包括共享单车远程客服、银行催收员、物流客服、美食城在线咨询解答专员、互联网保险在线咨询解答专员、电视台购物客服、账单提醒客服、电商在线客服、车险销售、教育课程咨询顾问等多达几十种职位。

虽然职位类别较多,但这些职位的主要工作内容都是大同小异:接听客户查询、咨询、投诉等来电;受理客户问题,及时将相关需求用工单形式转发给支持部门处理;及时维护客户信息,确保客户资料准确等。对于不同的企业,略微增加一些相关要求,如针对银行催收的,要提醒引导客户及时、正确的缴还欠款,在业务合规开展的基础上确保一定的回款率,该职位要求较高,底薪6000元;物流客服无任何销售性质,只需接听客户下单、快件查询、业务咨询、个案投诉等,底薪3300元;共享单车客服需要通过在线/电话受理客户及用户关于单车使用相关业务的咨询并帮助用户解决当前的问题,底薪4500元。

据介绍,这些客服专员的应聘门槛很低,一般为性别不限、口齿清晰、熟练使用常用办公软件等;对于年龄、学历等条件,则可以适当放宽。

作为一家专业的客服公司,该公司也有严格的晋升机制和发展通道,如专业线晋升通道就包括:初级话务员、中级话务员、高级话务员和专家。据公司一名人事专员表示,在新员工应聘后,通过1到2周的带薪培训,即可正式上岗,“内容简单好学,我们会发一本手册教你怎么做,一般一两天就会了。”在被问及如果在工作中遇到一些解决不了的困难时怎么办时,对方表示,新员工可以求助高级话务员或者专家,将复杂的案例转给他们即可,这些有经验的话务员会帮助处理;同时表示,“一般不能直接找到客户公司的人”。

观点 客服标准流程应对本身并无错

事实上,异地客服、外包客服等策略并非滴滴专属,但客服的处理机制和流程却是一些公司客服体系需要完善的地方,如客服的权限较低、业务熟悉程度较差、对紧急事件的处理没有经验等。

互联网观察家葛甲告诉记者,客服应该是企业改善用户体验的部门,但目前却越来越成了公司的成本控制工具,外包客服和异地客服的情况非常

多,甚至一些国际化的公司还大量使用成本低廉的跨国界客服,如英语口语蹩脚的客服等。“游离于公司体系之外的外包和异地客服固然有一定的专业度,多会严格遵守外包客户公司本身的业务操作流程,但对甲方企业的情况未必有那么熟悉,一些轻重缓急的概念并不那么清晰。如果甲方公司没有把客服置于一个较为重要的位置,而只是作为一个应付外界服务需求的廉价工具,那这个事情就一定不会太妙。”

葛甲表示,就拿本次滴滴顺风车女乘客被害案件来说,客服按照标准操作流程应对,他们本身是没有错的,错在滴滴出行只是把客服当成付费帮他们平事情的一组外包商,并不对他们释放相应的权限,也不教育他们顺风车业务在何种情况下的致电是万分紧急的。滴滴是清楚这些事情的,但为了节省成本不去自己做客服,客服是不清楚这里面的关系,但却为了获得收入去做本该滴滴自己去做的事情,最终得出不好的结果也是必然。

建议 >> 紧急客服业务公司应自己做

他建议,“有可能导致紧急人身安全事故的服务业务,应该自己来做客服,随时保持警惕处理一切安全事故,这才是对用户生命安全尊重的表现。用节省大量成本的外包客服去敷衍了事,只能说是公司并没有把用户的安全放在心上,只是想虚于应付了事。监管部门也应对此类企业运营活动作出一些规范,以进一步保障用户的人身安全。”

“异地客服、外包客服、话术培养其实都不是问题,假如不重视客服体系,就算是自己的客服也会存在同样的问题。”中国财政科学研究院应用经济学博士后盘和林告诉记者,客服体系不仅仅是服务客服的“成本支出”,对于企业尤其是互联网企业,更是产品创新的重要路径,市场经济的商品和服务不同于计划经济,必须以客户需求为导向,客服体系无疑是搜集、分析客户需求及痛点的最真实、最有效、最便捷的渠道。因此,客服体系不是企业的成本“包袱”,而是企业的宝贵资产。只要公司管理层认识到客服的重要性,回应慢等都能解决,也不是什么问题,即便是异地客服、外包客服等都会通过双方契约来解决。国外一些客服体系非常优质的公司有不少就是外包的。客服外包更具专业化,毕竟客服具有劳动密集型特征,加大了互联网企业的管理层级。客服外包避免互联网公司将精力投入到人员招聘、培训等繁杂事务之中,而是更加集中精力来优化客户系统的制度等建设。

/ 北京青年报