

智能客服不智能 银行科技转化在路上

随着金融业竞争日益激烈,如何丰富客户体验成为银行业金融创新的不
断追求,而智能客服技术的应用,有助于银行赢取更多客户的青睐。北京商
报记者注意到,五大国有银行和12家股份制银行已全部上线智能客服,为用户
查询和办理业务等方面提供了一些便利,但同时也存在智能化程度不够的问
题。在业内人士看来,未来银行应以优化产品和服务为出发点,切实提高产品
体验和服务。

智能化程度欠缺

智能客服已成为商业银行的“标配产品”。北京商报记者注意到,目前五大国有银行和12家股份制银行均已全部上线智能客服,涵盖手机银行、网上银行、门户网站、微信公众号或者电话银行等渠道,向客户提供业务咨询、信息查询、业务办理等服务,以满足客户简单咨询或查询问题的需求。

借助智能客服,银行能够提供7×24小时不间断服务,具有低成本和高效率的优点。同时,通过语音识别提高答复效率,此前工商银行曾透露该行智能客服的识别率已达98%。

不过,在实际体验过程中,银行的智能客服还没有足够“智能”,在客户体验上仍有待加强。例如,一家股份制银行电话银行智能客服在输入卡号后,就可办理账户查询及转账、电话挂失及密码修改、开户行查询、个人贷款等业务,但是需要根据提

示一步一步进行。在微信公众号方面,需要输入精准的关键词,才能得到相关答案。例如,查询“理财转让”,另一家银行公众号虽然显示理财业务的介绍,但仍需输入相关序号来了解具体的内容。

从用户体验上,北京商报记者采访了部分用户,得到的反馈普遍倾向于,“都是程式化服务,流程繁琐”;“一不留神就要重新输入,没有直接和人工交流来得快捷”。麻袋研究院高级研究员苏筱芮还举例,在准确性角度方面,有一些业务类型有多种表述,但客服系统自身储备的表述具有一定的局限性。

降成本与提感受难平衡

事实上,近年来,受互联网金融冲击、净利润增速趋缓等因素的影响,银行业面临着较大的挑战。为改善服务质量,削减营业成本,各家银行纷纷布局人工智能应用领域,以赢取客户青睐。

零壹研究院院长于百程对北京商

报记者表示,传统客服本是人力密集型业务,而智能客服则可以解放人力、节约成本。苏筱芮指出,智能客服有利于提升效率,例如对一些智能客服输入精确或模糊关键词,很快就能匹配到答案,避免高峰期人工客服的排队,也能够克服非工作时间联系不上人工的烦恼。此外,将枯燥的工作留给机器,有助于减少银行的初级岗位,进一步优化银行人才结构。

不过,智能客服毕竟是新事物,在识别率和使用体验感方面仍有不足之处。于百程表示,目前智能客服投入商业应用的时间还不算长,识别率的提升和更智能化,机器大脑还需要更多的训练和优化,但相信智能化的提升会是突飞猛进的。从实际来讲,在一些相对标准化的业务中,智能客服更有优势,而在一些复杂和大额的业务中,还需要人力客服的介入,两者相辅相成。

跨界合作是重点

在银行智能化改革的大趋势下,如何应用金融科技在提高效率的同时提升客户体验,也是银行必须面对的难题。

分析人士指出,面对金融科技带来的剧烈变化,银行可以借鉴互联网公司智能化转型先进实践和优秀创新成果。

苏筱芮认为,银行应保持对金融科技领域的持续关注以提升用户体验。除

了自身转型,也可以加强跨界合作。对于自身具有一定实力的银行,在开展自身传统业务的同时,加强对金融科技领域的业务布局和人才储备,使科技手段更好地为金融赋能。而对于实力较为欠缺的中小银行,在金融科技领域尚不具备转型能力,或是大银行从成本角度考虑,可以寻求与金融科技领域第三方公司的合作,例如招商银行的智能语音助理,就是第三方金融科技捷通华声开发出的金融AI产品。

在于百程看来,金融的智能化是大势所趋,智能化可以改造现有业务,甚至重构一些业务模式,特别是针对小额分散的线上业务。在提升智能化的有效性上,银行应持更主动更开放的态度,采取自主研发与外部技术合作同步的态度,优势互补。

银行自身角度也需要创新渠道。苏筱芮建议,银行在上线新功能、新活动时,应当提前准备,对于可能遇到的共性问题及时在客服系统中做好预案。在准确性问题方面,银行可利用大数据分析、完善词库等方法以加强用户需求识别,还可以将常见问题、热点问题分门别类向用户进行展示。此外,银行还可以通过评分、满意度调查等方式,收集用户在使用智能客服中的意见反馈,针对共同问题开展相应调整。

北京商报记者 孟凡霞 吴限

建行 TOP+
智慧无所限 连接新精彩



中国建设银行
China Construction Bank

北京市分行

客户服务热线: 95533
网址: www.ccb.com

