

◆ 改进技术、优化流程、细化标准、加强监管——

# ◆ 智能客服:既要智能,又要友好

在网购退换货、手机换套餐、机票退改签、银行办业务等众多消费场景中,智能客服的身影随处可见。在线秒回为消费者带来一定便利的同时,答非所问或循环重复、转人工客服难等智能客服“不智能”的情形,颇受消费者诟病。

在服务行业朝着精细化、多元化方向发展的今天,人们对智能客服抱有更高的期待。面对眼下智能客服出现的种种问题,各方主体要形成合力,从用户需求出发,加快完善智能客服系统和相关技术,加强监管引导,提供更个性化、人性化的客服服务,让智能客服更智能。



(网络图)

## 智能客服不智能,人工客服难接通

北京市朝阳区市民王女士最近碰到一件烦心事,和机器人置上气了。“我问的问题智能客服根本听不懂,简直是‘对牛弹琴’!”王女士说。

原来,王女士在某电商平台购物,APP显示所购商品几天前已开始派送,但她始终未收到货。她无论是电话联系还是线上沟通,面对的都是智能客服。王女士说,无论用什么措辞表述问题,收到的回复永远是快件正在派送中,“想找个人工客服投诉都费劲!”

家住江苏省常州市的姚先生也有类似经历。姚先生介绍,他曾遇上一次航班延误,于是便在该航空公司APP上操作退票。但他联系客服,却只能联系上智能客服,致使退票过程比较艰难。

近年,随着人工智能技术的发展,智能客服在众多行业广泛应用。何为智能客服?业内人士指出,智能客服是一种能够使用文字、图片、视频等与用户交流的人工智能信息系统。它的底层运行逻辑是文本交互系统,简单来讲,就是把人们常见的问题加以汇编,提前备好“标准答案”,再通过捕捉用户提问的关键词进行派发。

现实中,智能客服的出现的确提供了诸多便利,但当智能客服的标准化应答无法解决遇到的具体问题时,更多用户便转向人工客服。然而,人工客服的接通率较低。有网友反映,即便通过排队接入人工客服,有时为了提交信息退出聊天窗口后,又需重新排队进入,而此时,人工客服已换人,之前提出的问题也需要重复表述。

日前,上海市消费者权益保护委员会透露,2022年全市共受理消费者投诉32万余件。其中,智能客服“不智能”成为消费者权益保护领域的热点问题之一。此前中国消费者协会对全国消协组织受理投诉情况进行了分析,同样显示智能客服“不智能”是近年我国消费者投诉热点之一,主要问题除了答非所问或循环重复、转人工客服接通困难等,对老年消费者不够友好也在列。

天津市的刘大妈年近六旬,一天发现自家WiFi断了,遂拨通了宽带运营商的客服电话。“俺家歪发(WiFi)不嫩(能)使了。”老家是山西的刘大妈普通话不太标准,电话那头的机器人显然没听明白,重复了刚才的问题选项。

“俺要找人讲话!”刘大妈说完,智能客服依然用甜美的声音重复着刚才的问题选项。刘大妈无奈地挂掉电话,找女儿孙女士帮忙报修。

孙女士回家后,按照智能客服的层级问题,最终顺利报修。“智能客服的优点很多,但有时对老年人不够友好。不少老人讲方言,有口音,如果客服无法识别,很容易答非所问。”孙女士说。

## “有限”的设定难应“无限”的问题

智能客服不智能,在于“有限”的技术设定难以有效应对“无限”的具体问题。

“现有的智能客服大多是建立在标准数据库之上的标准化回答。”北京师范大学新闻与传播学院教授喻国明表示,人的语言是多变的,关键词无法准确概括。仅靠关键词识别,机器是无法理解语义的。

喻国明还指出,人工智能技术现阶段仍存在较大的壁垒,很少有企业自主开发,大多会选择外包。科技公司很难针对不同企业设计不同系统,并与企业进行有效沟通和即时反馈。

专家表示,智能客服缺乏共情能力。情感计算是智能客服需攻破的一大难点,冰冷的机器人很难识别消费者个性化的提问方式和语句结构,更无法灵敏捕捉用户的情感变化,这些都会影响用户体验。

虽然遭到用户吐槽,但是智能客服却备受企业青睐。据悉,智能客服可以做到24小时在线,极大缩短了响应时间,提升营运效率。与此同时,还能减省人工成本。

深圳一家智能客服供应商的销售人员介绍,用于网购平台的文字智能客服,最基础的训练模型费用8000元左右,里面包含5万次调用,即可以进行5万次回答。根据店铺访问咨询量不同,使用时长也不同,但一般情况下能用3个多月,用完可以续购。“相较于人工客服5000元至8000元左右的月薪支出,这种低阶基础版智能客服成本明显更低。”

市面上的智能客服系统并非都不靠谱,定制率较高的产品使用起来既便捷又高效。据了解,有的企业是考虑压缩成本,使用定制率较低的产品,甚至价格低廉的通用型智能客服,有的企业则是智能知识库不够完善,致使智能客服与用户多元的语言类型匹配度低。

除此之外,业内人士指出,当前智能客服技术水平和应用千差万别,行业内缺少针对语义识别准确率、转接人工客服流程等技术和服务内容的统一标准。

中国消费者协会表示,智能客服是技术进步的产物,经营者在利用技术手段减少重复性劳动、提高服务普及度的同时,也应当注重与消费者有效沟通,切实解决消费者的问题。

令人担忧的是,近年售前“人工”、售后“智能”的情形也屡见不鲜,智能客服甚至成了某些商家的幌子,阻隔了消费者与自己之间的联系。在中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江看来,智能客服出现的这些问题,侵犯了消费者的合法权益。

## 智能与人工须有机结合

智能客服在解决类型化、重复率较高的问题上比较有效,但如何避免智能客服答非所问?

首先要改进技术。“智能客服涉及语音识别技术、自然语言处理技术等,主要包括信息抽取、文本生成、知识图谱、情感分析。”东南大学计算机学院教授周德宇认为,智能客服技术的改进应从两个方面出发,即确保回复更加准确以及更加人性化。

北京邮电大学计算机学院教授王敬宇建议,进一步提升产学研协同效能,提高人工智能产品性能,降低相关产品训练、应用成本,比如引入最新的语言大模型技术等,以提升消费者体验。

智能客服发挥了分流作用,但“一键转接”或“一触即达”的人工客服仍十分必要。“让消费者满意的客服才是成功的客服。”中国消费者协会原消费指导委员会主任王前虎说,智能客服对解决一些常规问题有很大作用,但企业也要根据自身情况,搭配足量的人工客服。人工客服有其不可替代性,要做到与智能客服有机结合。

陈音江认为,对于一些常规性咨询问题,可通过智能客服回复,而对于那些消费者投诉等急需解决的问题,尤其是涉及人身、财产安全的问题,应优先通过人工客服解决。结合自身业务范围和特点,企业应梳理出部分共性问题,提供智能应答服务,同时,让消费者根据实际情况,自主选择客服方式。

在制定智能客服技术与服务标准方面,北京航空航天大学法学院副教授赵精武建议,要立足于《互联网信息服务深度合成管理规定》等法律法规,将其中提及的“人工标准规则”“科技伦理审查”等内容融入智能客服行业标准之中。同时,立足于具体应用场景,结合应用行业领域的监管办法,细化智能客服的相关技术标准内容。

专家表示,监管部门要督促相关企业履行主体责任,优化客服服务流程,特别对于老年人等特殊群体,保障其便捷接入人工客服的权利。行业组织也要规范企业科学合理使用智能客服,比如规定智能客服的层级设置和接听时长,对超出层级设置或接听时长规定的给予处罚。

智能客服还能做更多的事情,智能客服系统应有一个“智慧大脑”,通过收集消费者反映的意见和建议,分门别类后反馈企业,帮助企业进一步改进产品和服务。中国消费者协会法律部副主任谢龙指出,“这是智能客服可以发挥的更重要的作用,不应被广大商家忽视。”

(据人民日报海外版)