目 录

1 服务方式发生变化 5
1.1 战略规划：智能客户服务的引领作用 5
1.1.1 传统服务战略规划的局限 5
1.1.2 智能客户服务的战略规划优势 5
1.2 能力建设，智能化提升服务效能 6
1.2.1 传统服务能力建设的瓶颈 6
1.2.2 智能客户服务的能力建设突破 6
1.3 多元化运营：满足多样客户需求 7
1.3.1 传统服务多元化运营的不足 7
1.3.2 智能客户服务的多元化运营优势 7
1.4 多模态交互：提升交互体验 9
1.4.1 传统服务多模态交互的欠缺 9
1.4.2 智能客户服务的多模态交互创新 9
1.5 结论 10
2 战略规划 11
2.1 创新赋能，推动运程银行新发展 11
选送单位：中国光大银行零售与财富管理部远程银行中心 11
2.2 远程客户经理制项目 21
选送单位：中信银行股份有限公司信用卡中心电话销售部 21
2.3 企业信息服务领导者 25
选送单位：北京鸿联九五信息产业有限公司 25
2.4 以创新助力客户商业成功 28
选送单位：华为智能客服中心 28
2.5 持续推进模式转型，主动应变谋求增长，深化数字化运营及交互模式升级 30
选送单位：招商银行信用卡中心多元营销中心 30
2.6 “新”星成就，卓越新篇章 33
选送单位：杭州银行股份有限公司客户服务中心 33
2.7 从体验管理向价值输出转型 37
选送单位：欧普照明股份有限公司 37
2.8 以 AI 为驱动，提供客户全生命周期服务旅程 46
选送单位：联想（北京）有限公司 46
3 能力建设 62
3.1 人民至上，驱动价值提升与服务创新 62
选送单位：广发信用卡远程经营服务中心 62
3.2 数智化驱动，构建卓越服务体验新范式 69
选送单位：中国人寿保险股份有限公司客户联络中心 69
3.3 以数字化转型为翼，高质量发展为舵 74
领航服务新纪元，绘就“十四五”服务新篇图 74
选送单位：中国东方航空股份有限公司客户服务管理部客户服务中心 74
3.4 光大智能知识辅助助手 83
选送单位：中国光大银行零售与财富管理部远程银行中心 83
3.5 做好数字金融大文章，构建智能服务新业态 90
选送单位：中国邮政储蓄银行信用卡中心客服管理部 90
3.6 探索服务价值，数字驱动创新，打造中国最佳客户服务联络中心 94
选送单位：中信银行财富管理部远程客户经营服务中心远程渠道运营处 94
3.7 AI-Copilot——数字化的意义是为了更好的赋能，而不是简单的替代 102
选送单位：招商银行信用卡中心客户服务中心 102
3.8 智能外呼助力远程经营客户 108
选送单位：南京银行客服与远程银行中心 108
3.9 重塑用户体验旅程，全场景智能洞察与需求闭环 113
选送单位：海尔客服 113
3.10 志高行运，创造价值 117
选送单位：紫光计算机科技有限公司全球技术支持中心 117
4 多元化运营 134
4.1 上汽大众汽车客户服务中心的多元化运营 134
选送单位：上汽大众客户服务中心 134
4.2 知短板深改革，建设智慧客户联络中心 140
选送单位：上海供水热线 140
4.3 以实为本 以智提质 为我客户提供有“温度”的服务 147
选送单位：中国银联客户服务中心 147
4.4 用心超越期望 服务创造价值 152
选送单位：中信银行股份有限公司信用卡中心客户服务部 152
4.5 客户之声洞察创新场景应用 154
选送单位：长沙银行远程银行部 154
4.6 坚持政治引领，提升用户满意度 163
选送单位：北京荣华伟线客户服务信息咨询有限公司 163
4.7 智能服务新征程，企业微信 1v1 与“人+数字化”的价值探索 169
选送单位：招商银行信用卡中心客户服务中心 169
4.8 “洞融通、强中台、高协同”，打造特色多元远程银行 176
选送单位：珠海华润银行个人金融部远程银行中心 176
4.9 游戏内外一体化服务场景 178
选送单位：盛趣游戏客户关系管理中心 178
5 多模态交互 184
5.1 聚焦服务本源，深耕数智化转型，推动金融服务工作提质增效 184
选送单位：上海浦东发展银行信用卡中心客服中心 184
5.2 光大银行数字员工小聚可视化应用 188
选送单位：中国光大银行零售与财富管理部远程银行中心 188
5.3 多模态 AI 数字员工重塑金融服务体验 196
选送单位：长沙银行远程银行部 196
5.4 金融科技时代下的智能化远程银行 202
选送单位：吉林银行远程银行中心 202
5.5 多模态交互渠道焕新、全流程体验管理，打造极致信用卡服务体验 205
选送单位：招商银行信用卡中心客户服务中心 205
5.6 志高行运，创造价值 211
选送单位：新华三技术有限公司全球客户响应中心 211
6 个人最佳实践案例选编 225
6.1 创新引领未来：计算机行业客户服务管理的突破与成 225
选送人：丁海港 225
紫光计算机科技有限公司-技术支持部-智能技术服务团队负责人 225
6.2 客户服务卓越之路：王晖在中国客户服务领域的领导力与创新 232
选送人：王晖 232
紫光计算机科技有限公司技术支持部负责人 232
6.3 卓越匠心，打造行业服务典范 236
选送人：王琴 236
中国人寿保险股份有限公司客户服务部总经理 236
6.4 提出智能触点前置，实现游戏内外一体化服务 239
选送人：王越 239
盛趣游戏副总裁 239
6.5 金融科技时代下的智能化远程银行 242
选送人：车路 242
吉林银行远程银行中心综合服务中心经理 242
6.6 客户至上：打造卓越的计算机售后中台服务体系 246
选送人：石佳可 246
紫光计算机科技有限公司-技术支持部-技术运营支撑团队负责人 246
6.7 时代的领航者：抓上得来终觉浅，绝知此事要躬行 249
选送人：龙凤伟 249
北京鸿联九五信息产业有限公司金融交付业务中心总经理助理 249
6.8 敢为人先 引领行业高质量发展 251
选送人：卢燕 251
中信银行信用卡中心 客户服务部 副总经理 251
6.9 深耕技术升级，推进模式转型 253
选送人：成露娟 253
招商银行信用卡中心多元营销中心数据分析及系统管理室策略规划岗 253
6.10 先行者风采，引领卓越服务新篇章 257
选送人：刘海鹰 257
北京鸿联九五信息产业有限公司副总裁 257
6.11 以人民为中心，践行金融为民初心使命 260
选送人：许子川 260
上海浦东发展银行信用卡中心 消费者权益保护部总经理兼客服中心总经理 260
6.12 守正创新 攻坚克难 264
选送人：孙凯 264
中信银行信用卡中心电话销售部副总经理 264
6.13 以用户为中心，持续创新 268
选送人：华达芳 268
海尔客服总经理 268

1 服务方式发生变化

本文围绕《信息技术服务 智能客户服务》国家标准的四个能力域，即战略规划、能力建设、多元化运营、多模态交互，深入剖析了智能客户服务所带来的服务方式变化。通过对比智能客户服务与以电话为主的传统服务，阐述了智能化运营的作用，旨在全面呈现智能客户服务对行业发展的重要意义。

随着信息技术的飞速发展，智能客户服务逐渐成为企业提升客户体验、优化运营效率的关键手段。《信息技术服务 智能客户服务》国家标准的出台，为规范和推动这一领域的发展提供了重要依据，在其设定的四个能力域框架下，我们能够清晰地看到智能客户服务如何改变了传统的服务方式，以及智能化运营所展现出的独特优势。

1.1 战略规划：智能客户服务的引领作用

1.1.1 传统服务战略规划的局限

在传统客户服务模式下，战略规划往往基于过往经验和相对固定的市场调研数据。例如，企业可能会根据过去一年的客户投诉热点来规划下一年的服务改进方向。然而，这种方式存在明显的滞后性，无法及时调整战略规划，导致客户满意度下降。

1.1.2智能客户服务的战略规划优势

智能化运营为战略规划提供了精准的数据支持和趋势预测能力。智能客户服务借助大数据分析、人工智能算法等先进技术，对海量客户数据进行分析，深入了解客户的行为习惯、需求偏好以及痛点所在。通过对客户的浏览行为、购买记录、咨询问题等多维度信息进行深度挖掘，企业可以精准预测客户需求的变化趋势，丰富产品矩阵、迭代活动运营以及营销方案，调整智能客服的人员配置和资源分配，使得营销转化率提升近55%；在流量减半下优质名单量同比提升27%；持续优化数字化运营策略，不断精算名单与团队的最优匹配，同类名单在分层经营下的效率提升18%；强化场景营销，使得在外呼频次下降53%，提升客户体验的同时稳定锁定复购交易额。（招商多元营销中心）

在战略规划层面，智能客户服务实现了从被动应对到主动引领的转变，为企业在市场竞争中赢得了先机。