



这届年轻人 被 AI 客服“逼疯”



想找客服解决问题,聊了半天却发现对方是AI机器人……不少网友在社交媒体上吐槽,如今想找一个真人客服,“比登天还难”。

客服“鸡同鸭讲”“听不懂话”“浪费时间”是被吐槽较多的问题。“之前一键找客服,现在需要先听AI念800字小作文。”也有网友发问:AI到底是智能还是智障?被消费者诸多诟病,为何很多企业仍选择AI客服?

A 智能客服还是智障客服

“双11”售后潮来临,不少网友吐槽,在电商平台上遇到很多AI客服,“话也听不懂,回答也是答非所问,影响心情”。

“我问什么时候发货,它回答‘亲,这个问题难倒我了’。”“买的时候喊我小姐姐快下单,售后时候就用冰冷的AI敷衍我,一问三不知,莫得感情。”

还有网友称,某电商平台用AI客服冒充人工客服。“前几天有个1800元的优惠券总是领取失败,于是联系客服,页面上写的是人工客服还带有编号,但实际上还是AI,我问为何优惠券领取失败,它回答‘我们这次优惠力度真的很大’,根本听不懂人话!”

除了电商平台外,部分网站、打车软件,甚至快递行业的客服也广泛使用AI。

有网友称,给苹果客服打电话咨询,接通之后跟AI周旋了三分钟还被迫听了一首歌才接通人工,十分浪费时间。

还有网友吐槽极兔速递,“为了打官方的人工服务电话,和他们的弱智AI客服智斗了半天”。

还有网友称打车软件也是如此。“有次打车,就1公里的距离,等了司机10分钟还没到,就联系平台客服,打了十几个电话全是AI。”

还有网友称,社交平台客服也是“稀里糊涂”,“我问客服有没有群内抢红包提醒,AI回我‘消息免打扰应该如何设置’”。

此外,一些推销电话也变成了AI机器人,金融房产、物流通讯、消费旅游等行业尤其明显。有网友称“现在卖房的都是AI了,他们可以做到和真人声音毫无差别,但是当你问问题的时候就开始鸡同鸭讲,你问你的,它自顾自说它的”。

早在2019年,央视3·15就曾报道AI推销骚扰电话之泛滥,人工拨打电话一天只能打两三百个,机器人能打5000个,有公司甚至一年拨打了40多万个骚扰电话。

各行各业使用AI客服背后,是人工客服的缺失。用户遇到什么问题,想主动寻求客服帮助,无论通过在线平台还是打电话,AI客服依旧“挡”在前面。在沟通过程中,它们要么列出一连串回答,要么慢条斯理开启语音播报,如果想咨询的内容不在其中,便开始鸡同鸭讲,让不少消费者觉得沟通十分困难。

记者近期咨询了几家电商

平台客服发现,有部分粉丝量较多的店铺会使用AI客服。这其中,像“发货时间”“快递”“尺寸”“色差”等大众询问比较多的问题,大多都是AI客服通过触发关键词回答,但询问细节或者改变关键词时,则会出现不同反应,有的会立刻转为人工,而有的则会“答非所问”。

15日,记者在某运动品牌线上旗舰店,将一件摇粒绒外套链接发给客服,并询问“北京能

否穿这件过冬”“黑色是否掉色”“衣服是否会起球”“这款什么材质”等问题,对方均以AI客服作答,且回答得还较为精准。

但当询问“为什么看起来很薄”时,对方则从AI转成了人工来回答。询问其人工客服工作时间,对方表示“9:00—24:00都是人工客服”,但当询问为何人工客服工作时间内也用AI回复,对方则表示“不清楚”。

此外,记者还咨询了某羽绒服专卖店,询问其一款羽绒服外套上的“字母是否为英文”“有什么含义”时,对方AI客服却回答“这款是三重锁温更保暖,防水防污防油防风,炽热保暖抵御寒冷的不错选择”。

此外,一些社交平台想要联系上人工客服也是难上加难。

北京的木女士称,她在某社交平台上有问题想咨询客服,先是对话在线客服,发送问题后AI客服回复了14条内容,“有关于会员、账号异常、抽奖

等各种相关内容回答,但没一条能解决我的问题,在线人工客服完全联系不上”。

木女士后来又打客服电话,也是AI接听,同样的14条内容语音播报来回“套娃”,想转接人工,却被回复“当前坐席繁忙,可以在线上预约人工客服回访时间”。“我一看人工的预约回访都排到第二天下午了,最后只能放弃咨询。”木女士这来来回回浪费了一小时最后也没联系到人工客服。

在投诉平台上,AI客服和客服机器人等相关投诉有近10万条,其中大多数都在反映“人工客服不理人”“机器人冒充人工”“无法沟通,糊弄人”等问题。

有网友称自己拨打了市面上45家包括通信服务商、电商平台、物流公司等客服电话,统计的用时显示:转接到人工客服平均需要94秒,最漫长的一次等待长达380秒。



现在的快递客服电话没有人工了吗

全都是智障AI,真是服气,现在快递公司主打一个不接受投诉了吧

社交媒体截图

C AI客服未来会完全代替人工吗

《2023中国智能客服市场报告》显示,中国智能客服行业以智能客服软件为主导,约占市场份额的80%。2022年中国智能客服市场规模达到66.8亿元,预计到2027年,有望增长至181.3亿元。

随着技术的发展,AI应用于客服领域的市场规模不断扩大,和真人相比,AI客服成本如何?其优劣势又在哪里?

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,对企业来说,智能客服的推广,更多时候是为了减少成本。互联网交易具有海量、瞬间交易等特点,有时确实需要投入大量的客服力量,适当推广智能客服,服务效率可大大

提升。但不少智能客服程序烦琐、答非所问,很难满足消费者的实际需求,所以关键是要同时保留人工客服,让消费者可以自主选择哪种客服方式。

中国互联网协会法工委副秘书长胡钢也认为,智能客服能做到7×24小时随时工作,大幅地降低人工成本,对经营者来说是有利的,但对消费者来说,可能就会存在售后服务质量不达标的情况。

此外,《2023中国智能客服市场报告》也提到,现阶段智能客服问题解决程度有限,受认可度略低于人工客服,距离真正智能尚存在较大差距,回答千篇一律、循环重复操作是主要痛点。

那么对于消费者反映部分平台人工客服“失联”的问题,经营方是否涉嫌侵犯消费者权益?

陈音江认为,企业不能只考虑自己的成本和效率,而不顾消费者的时间。消费者找客服的时候,一般都是遇到问题,要解决问题。但有的企业把精力都放到抢占市场上,根本没有客服人员,用智能客服当“挡箭牌”,完全形同虚设,起不到任何作用。“虽然很难界定具体会给消费者造成多少损失,但起码会带来不好的消费体验。对经营者来说,减轻自己的经营成本有时就是增加了消费者的沟通成本。”

至于未来智能客服发展是

否有可能完全代替人工,胡钢认为,AI客服未来很难做到完全替代人工。“客服不仅要给用户提供相关商品和服务的知识、情报、途径等,很重要一点是要解决纠纷,不同问题要区别对待,相对比较复杂。客服需要安抚、平复消费者或者客户的情绪,AI很难做到。”

陈音江也认为,AI客服不太可能代替人工。他建议有关企业尽量采用“人工+智能”客服系统,对于一些常规性咨询问题,可以通过智能回复,而对于一些消费者投诉等急需解决的问题,尤其是涉及消费者人身、财产安全的问题,则应优先通过人工客服渠道解决。

据中新社

运营商灯下黑,如此欺诈岂能忍

11月20日,“河南联通被曝强迫用户更换光猫”一事登上热搜,引发全网围观。对此,周口联通发布声明称,已关注到相关报道,省、市公司高度重视并成立工作专班进行调查。

据一位联通工程师向河南电视台都市频道节目爆料,河南周口联通为了强迫用户更换光猫,会先在后台停掉用户的宽带账号,随后上门工程师会谎称“光猫损坏”要求用户更换设备。

一来一去,一次更换服务需要花费299元。更换完成后,周口联通再从后台恢复用户网

络服务。等于联通“人为”断网,逼迫用户不得不更换光猫,花上299元冤枉钱重新联网。

为了赚取服务费,不惜欺骗用户,运营商为了自己的销售业绩,根本不把消费者利益放在眼里。这种变相的强制更换,甚至是以牺牲消费者利益换取自身的销售业绩。

对于运营商而言,用户数是拓展更多增值业务的入口。用户网络升级是以存量业务为基础,带动增量业务的重要手段。

近年来,随着家庭宽带的普及,用户数扩展业务遭遇瓶颈,几大运营商拼杀激烈。而

存量网络升级,则成了自有业务扩展的关键。

在此背景下,后者在增收上被寄予“厚望”。根据运营商披露的财报数据,通信服务收入之外的“其他”,主要是包括光猫、手机等在内的各类终端销售收入。

断网更换光猫简单粗暴,随随便便就能为运营商带来终端销售收入的增长。此风不可长,有关部门必须彻查到底。

首先,“在后台停掉用户宽带账号”的行为,究竟是个人还是组织行为,毕竟这种违规操作无论是员工擅自进行,还是

自上而下地默许,层层审批不过是形式主义。

其次,除了被曝光的联通,这是个例还是行业潜规则,其他运营商是否也存在类似操作,也必须一查到底。

对于更换光猫等网络设备,因为存在技术壁垒,用户不懂,但不能任人宰割。长期以来仅凭运营商一家之言说换就换,消费者被蒙在鼓里,权益如何得到充分保障?

电信运营行业的过度营销现象历来饱受诟病,遭遇消费者投诉也是家常便饭。各种套餐猫腻、捆绑搭售、假升级真充

值,违规操作屡禁不止,甚至变本加厉。

作为三大运营商之一的联通尚且如此,合理想象逐级向下,可能隐藏的猫腻更多。消费者要吃的“苦头”,可能比被迫更换光猫有过之而无不及。

现代生活离不了网络,不代表消费者就要被运营商绑架。后者问题层出不穷,前者束手无策,恰恰说明电信乱象亟待监管强化。不放过任何一个周口,让消费者不花冤枉钱,不能总是雷声大雨点小。

据《北京商报》