

热点事件：与 AI 客服的困难交流

一、热点概述

“世界上最遥远的距离，不是快递走了 10 天还没到，而是打了十几通电话，却接不通一个人工客服。”这并非夸张的修辞，而是大多数人在生活中都有遇到过的情况。相信生活在数字时代的多数消费者都曾有过这样糟心的经历和体验。不论是线上的购物平台还是热线电话，选择“客服”频道，第一时间应答你的永远都是 AI 客服。情绪稳定、发音标准、语调轻快，让你轻松脑补和颜悦色、露出八颗牙齿的标准微笑。不过，如此微笑太过“假面”，因为回答总是答非所问、“鸡同鸭讲”，你口干舌燥说半天，它依旧不慌不忙询问你：“我没有听清，您可以再说一遍吗？”日前，一篇题为《AI 客服快把人逼疯了！》的媒体报道被广泛传播，引发不小的共鸣和讨论。

二、答题素材

1. 事实（举例）论证：

(1) 拨打银行电话或者移动电话时，总是出现发音标准、语调轻快的 AI 客服。她总是按照固定的工作程序，给予顾客提示，引导顾客按下相对应的数字键。按下之后，紧接着就有各个小类的业务出现，相对应也有各自的按键……如此持续下去，通常消费者的耐心早已消磨殆尽，并且消费者的业务诉求也没有完成。

(2) 消费者要找人工客服？不好意思，这比让 AI 客服听懂“人话”难度还要高。消费者连续多次要求“人工客服”“转人工”，遭遇的要么是 AI 式完全标准化的应答，要不就是显示“您前面还有 xx 人在排队”。于是乎，在社交和一些知识共享平台上，关于快速找到人工客服的帖子竟然也成为热度帖。而所谓的“用魔法打败魔法”，也不过是消费者强忍不悦耐心等待，或者“一惊一乍”式关键词触发特别响应。

2. 道理论证：

“服务至上，顾客至上”是当今社会公认的、普遍的消费理念。消费者购买商品服务理念和服务宗旨在当今商业环境中具有极其重要的作用。随着市场竞争的日益激烈，企业要想脱颖而出，必须以优质的服务赢得客户的信任和满意。

3. 影响分析：

- (1) 磨灭消费者的耐心与情绪……
- (2) 展现不专业售后能力，影响买卖关系……
- (3) 长效稳定的零售机制就此中断……

4. 原因分析：

- (1) 企业对售后及服务的不重视纵容了此类现象……
- (2) 目前技术发展有限，滞后性明显……

(3) 人工客服的短缺, AI 客服替代人工的必然性……

5. 对策建议:

(1) 企业和商家提升自身服务意识……

(2) 消费者自身提升维权意识……

(3) 技术部门要不断更新研发……

三、出题方向

(一) 你怎么看?

1. 相信生活在数字时代的多数消费者都曾有过这样糟心的经历和体验。不论是线上的购物平台还是热线电话, 选择“客服”频道, 第一时间应答你的永远都是 AI 客服。回答总是答非所问、“鸡同鸭讲”, 你口干舌燥说半天, 它依旧不慌不忙询问你: “我没有听清, 您可以再说一遍吗? 对此, 你怎么看?”

◎**审题判断——你怎么看? (热点现象类)——答题结构【点题/破题—原因分析—过渡—对策—总结结尾】**

◎**解题思路**

第一步——点题/破题:

随着网购规模的逐步扩大, 网购零售额的快速增长, 买家和卖家间海量增长的交互和对话需求也不断攀升。AI 客服的大量使用以及对人工客服的替代是大势所趋。AI 客服的使用, 不仅让企业降低经营成本, 而且在响应的速度, 尤其是在一些程序性的问题上, 确实比人工客服有显著优势。但是, AI 客服同时也存在着致命的缺陷, 但是商家和企业依然对 AI 客服的使用乐此不疲, 消费者却对 AI 客服嗤之以鼻, 双方始终无法达成一致。其背后的原因也值得深思:

第二步——原因分析:

其一, **企业和商家对成本的把控**。人力客服的聘用相对于 AI 来说较为高昂, 且人力方面还要兼顾情绪、时间、身体等多方因素。AI 相较而言, 无疑简单很多……

其二, 如一些法律专业人士所言, 企业大量使用人工客服造成的沟通不畅, 也**无法被纳入侵害消费者合法权益的框架**, 法律对消费者的保护欠缺以及消费者没有对自身合法权益进行维护纵容了商家的此些行为……

其三, AI 客服的存在无法真正解决问题, 不仅如此, **AI 客服被一些企业和商家当作处理问题的“挡箭牌”**, 以“响应”代替“解决”, 假装在努力解决。也正是这种“努力”, 让消费者感受到企业和商家的傲慢与无礼, 感受到对自己智商和尊严的侮辱……

第三步——过渡:

这些背后的原因令人深省! 商家和企业理应从此刻开始改变当前现状, 为消费者提供更好的服务:

第四步——对策:

第一，企业应当平衡好人工客服与 AI 客服的使用，设计更便捷顺滑的**客服切换通道**，满足不同的消费者对客服需求的选择；电商平台经营方也需进一步完善相关的投诉、举报和处理机制，加强对 AI 客服的管控……

第二，作为技术使用者的**企业和商家**要葆有对市场和消费者的敬畏，少一些糊弄，**多一些真诚**。提高自身售后意识和全程服务理念。避免将售后完全交给 AI 而不管不顾。企业应重思重塑与用户的关系，提高自身服务意识，切实解决消费者难题……

第三，**消费者提升自身保护意识和维权意识**。当商家和企业的服务出现敷衍时，应及时向商家或平台做出反馈信息。倒逼企业重思重塑与用户的关系与相关的意识，推动客服解决难题……

第四，**平台也要做出相关制度的完善和监督的跟进**。对客服的使用要进行具体化和量化的规定，有规可依才能更好地规范商家的行为；除此之外，对使用 AI 客服的商家进行规范性考察，针对其解决问题的结果到逼源头不断改善……

第五步——总结结尾：

人们当然不反对 AI 客服，反对的是“只有 AI 客服”。当智能客服不“智能”成为普遍现象，消费者对 AI 客服吐槽不断、难抑愤怒，技术方是时候开始做出改变了！只有当 AI 客服变得没有那么有 AI 的感觉时，消费者和商家的选择才能真正达成一致。