



区域聚焦：亚太地区

# 会话式商务 — 重塑客户体验

# 执行摘要

当今世界，瞬息万变。新一代的客户体验（CX）创新将由那些能够超越交易目标，以客户为中心，并且将客户体验与业务结果相结合的品牌所引领。这种创新的客户体验会更好地传递客户价值，并建立值得信赖的客户偏好。

如今的数字原生客户追求更大价值，更加难忘和沉浸式的体验。他们在客户体验（CX）生态中的地位正在逐步提升，在与品牌的互动上拥有更大的控制权。

本期信息简报探讨了会话式商务和全渠道沟通平台在提供卓越的情境化客户体验方面日益重要的作用，同时还针对如何开始或加速迈向以客户为中心的企业弹性之旅给出了指导。

IDC预测：



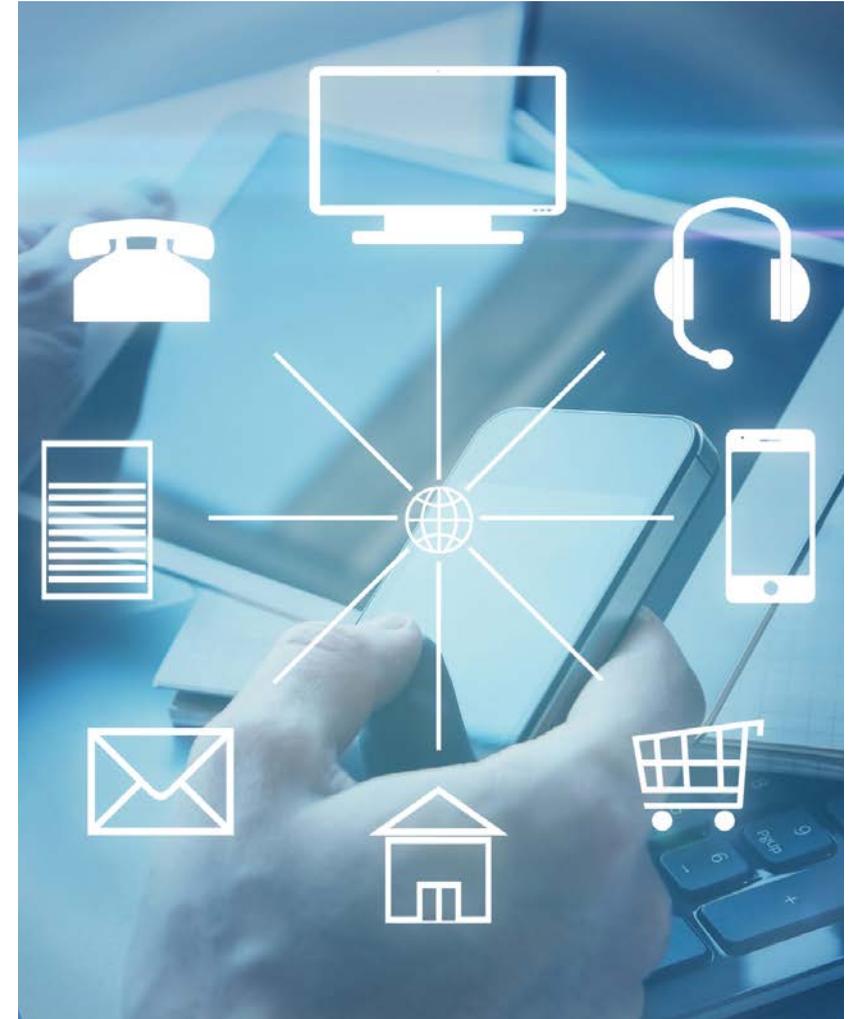
## 50%

到2024年，50%的\*A1000将采用客户数据平台，将其用于客户数据服务，实现适时客户交互，从而提高客户体验水平，让企业营收增加5%。



## 45%

到2025年，45%的\*A1000将使用人工智能/机器学习来改善沟通情景，带给客户全新体验，这将进一步提升品牌情感维度和增值潜力。



# 以客户为中心，应对颠覆性挑战

不断改变的  
环境法规



通货膨胀  
压力



供应链  
中断



网络安全  
威胁



社会需要协作型和  
透明的文化



人才技能差距及混合  
办公模式的现实需求



客户对沉浸式体验和  
更强控制的需求

不确定性的环境（例如全球经济不稳定、灵活办公模式的引入以及新的领导力方向）对企业的数字化转型之旅造成阻碍。

此外，在当今靠体验驱动的世界中，客户要求非凡的互动和个性化关注，这迫使品牌重新评估其客户体验策略。

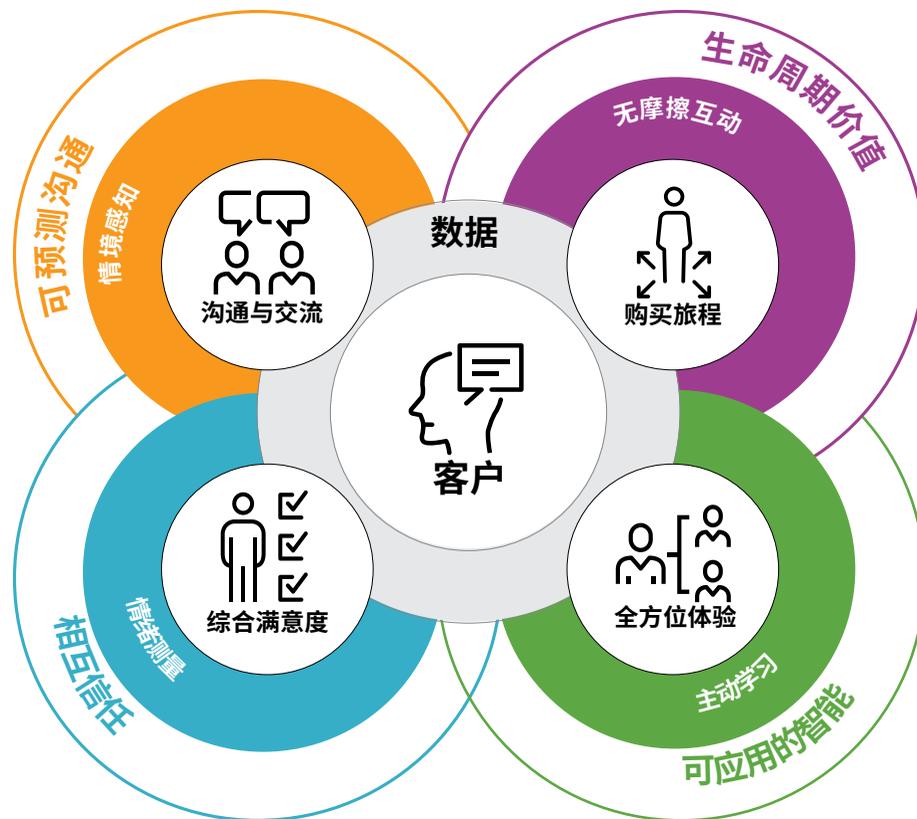
组织需要具有建立可操作的、以客户为中心的企业策略和投资于正确工具的能力，以发展业务并令客户保持满意。

# 客户体验的未来—寻找“最佳平衡” 最大化客户体验与业务产出



IDC的“未来客户体验 (FoCX) 框架”为品牌设计并实施其客户体验和成功策略提供了强大的基础。对您的企业而言，让客户满意、保持客户参与度同营收一样重要。这种平衡的实现取决于以下四个未来客户体验框架的支柱。

## 未来客户体验的框架



建立以客户为中心的业务弹性要求品牌提高对客户情感和沟通情境的感知能力，能够提供灵活的全渠道一致性体验；并在整个客户旅程中提供对等的价值，将建立客户同理心作为业务产出的基础和结果。

### 创建情境感知型、对话式客户互动

企业在使用任何沟通渠道和客户触点时，全渠道客户沟通能力作为品牌声音一致性的保障是至关重要的。

### 通过持续的意向调查建立客户信任

客户体验以品牌与客户之间的相互信任为基础。双向对话式互动可持续了解客户感受并提供卓越客户体验。

### 提供无摩擦端到端旅程体验

通过客户旅程的整合，在不同旅程触点上实现品牌与客户的对等价值交换。如果客户感受到不对等，他们很快就会成为“前顾客”。

### 运用客户智能，获取具有同理心的结果

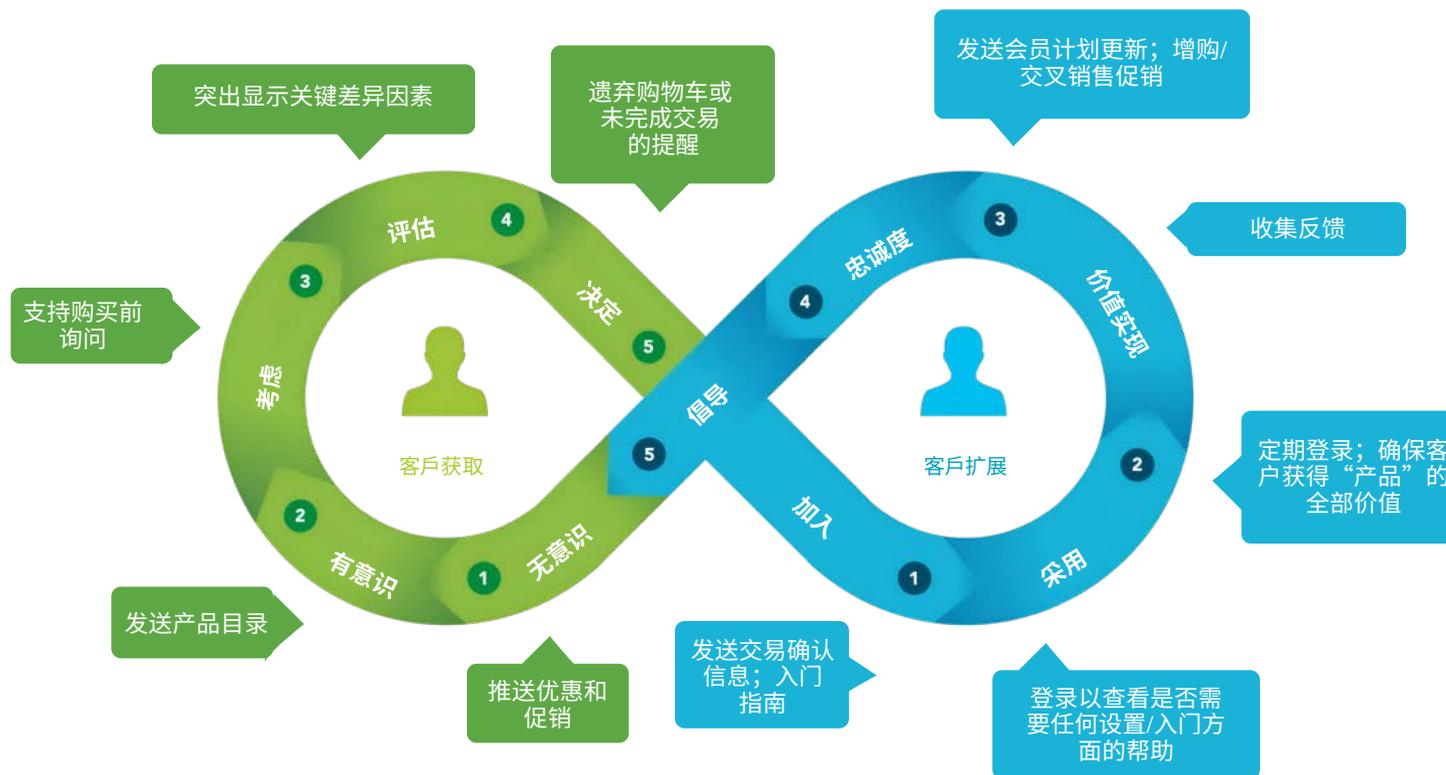
为了能够提供精准的个性化体验，品牌必须建立综合性的客户智能应用。企业或组织可以利用客户智能打造令人难忘的全方位客户体验，与客户产生共鸣，提高客户的长期忠诚度。

Source: The CIO's Guide to Future Customers and Consumers

# 以会话式商务重新定义客户体验

会话式商务是一种在企业与其潜在客户之间**创建双向对话的艺术**。它可以**培养有意义的客户关系**，让品牌能够在**客户生命周期的每个阶段进行互动**。

下面给出几个例子：



## 品牌收益

- 智能个性化服务 (Smart personalized service)
- 客户满意度提升 (Customer satisfaction improvement)
- 客户参与度改善 (Customer engagement improvement)
- 销售量增加 (Sales volume increase)
- 购物车遗弃率降低 (Cart abandonment rate reduction)
- 客户流失率降低 (Customer churn rate reduction)



## 多样化的对话媒介:

- 聊天机器人
- 语音助手—亚马逊Alexa、谷歌助手、苹果Siri
- 通讯应用程序—WhatsApp、Viber、KakaoTalk、微信、Line和Zalo
- 社交媒体平台
- 在线聊天
- 短信
- 移动应用程序
- 电子邮箱
- 视频聊天



会话式商务利用通讯应用程序、聊天机器人和语音助手等各种媒介无缝赋能整个客户旅程，包括产品/服务探索、购买决策和交易，从而重塑客户体验。这使品牌能够通过精简客户旅程和个性化服务来提高客户满意度，促进无摩擦交易。

Source: The CIO's Guide to Future Customers and Consumers

# CPaaS：让会话式商务带成为现实

通信平台即服务（CPaaS）已成为会话式商务的基础构件，让企业能够提供当今客户所需的个性化全渠道体验。CPaaS令组织能够使用开发人员友好型API作为构件，将实时通信功能（包括语音、文本、视频、即时消息和社交媒体）嵌入到内外部应用程序中。



## 精简业务流程

- 具有将功能集成到移动应用程序和Web应用程序中的灵活性，用于内部业务流程和面向客户的体验。

## 拥抱创新

- 可定制平台赋予组织创造独特和创新体验的能力。

## 提升业务绩效

- 开发人员可以创建完全适合每个独特业务环境的自定义应用程序。

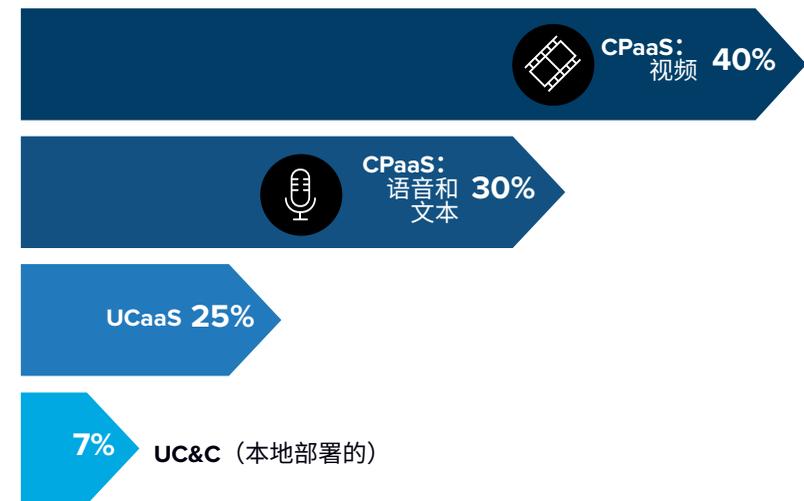
## CPaaS与UCaaS有何不同？

统一通信即服务（UCaaS）很大程度上是一个具有独立协作环境的应用程序，企业往往将其预构建于云服务平台之上。

CPaaS令组织可将协作功能嵌入到其企业应用程序中，帮助企业提供无缝、互动的全渠道体验。

## 5年复合年增长率（2021-2026）

尽管仍处于起步阶段，但预计在未来3到5年内，企业对CPaaS的投资将呈指数级增长。



Source: The CIO's Guide to Future Customers and Consumers

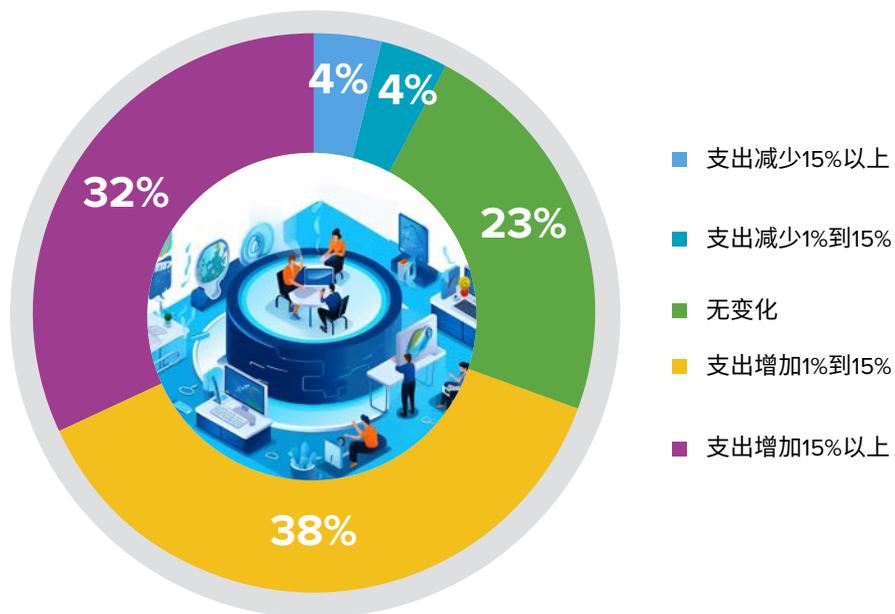
资料来源：IDC的全球UC&C和CPaaS跟踪

# 亚太地区公司优先采用基于SaaS的会话式商务解决方案以改善客户体验

IDC的2022年亚太地区通信与协作调查强调，亚太地区超过70%的组织正在寻求增加对于基于SaaS的协作平台的支出，旨在提供个性化交互，改善客户在整个生命周期内的体验。

## 2023年亚太地区（不含日本）在基于云的通信平台上的预期企业支出

问：未来12个月，企业在CPaaS上的投资将有何变化？



## 将CPaaS和基于SaaS的平台用于会话式商务的益处：



### 轻松集成并能够嵌入到业务应用程序和流程中

CPaaS旨在无缝解决企业问题，而不是实施孤立的统一通信解决方案。



### 更低的成本和更轻松的管理

无需投入前期硬件或软件成本。由于计费与实际使用情况挂钩，在某些情况下无需签订合同、承诺或订阅读费，所以总体成本结构下降。



### 与现有系统的可集成性；引入全渠道能力

CPaaS支持集成现有的本地部署通信系统（如电话通讯或媒体服务器），并令组织可将实时通信的不同元素接入单个平台。



### 增强的安全性和数据完整性

利用基于云的基础设施增加一层安全性，以确保客户数据得到安全管理，免受潜在威胁。

# 针对特定行业的会话式商务应用

(2023-24年增加CPaaS投资的受访者百分比)



## 银行、金融服务与保险 (74%)

### “对话式人工智能”银行业务的无缝客户体验

部署对话式人工智能工具来实现简单的活动，例如检查账户余额、提出服务请求、在欺诈情况下屏蔽银行卡和实时交易通知。

### 使用“视频了解您的客户 (KYC)”和“客户身份核查”提高运营效率

视频KYC可以减少对实物文书工作的需求，同时最大限度地减少延迟，从而简化引入新客户的流程。

## 零售 (72%)

**通过个性化的客户体验维护客户忠诚度**  
提供个性化体验，从而在整个生命周期中加强客户关系，建立信任。

### 品牌能见度和延展

全渠道多触点互动可以更高效地吸引客户并提高品牌的能见度。

## 政府/医疗保健 (66%)

**通过智能预约提醒防止营收流失**  
患者“缺席”通常被视为医院的最大痛点之一，全渠道预约提醒可以帮助医院和医生减少患者“缺席”情况。

**利用个性化医疗保健提升医患体验**  
通过视频咨询、数字报告共享和自动通知提供更加个性化的体验。

## 移动应用程序开发 (65%)

**通过集成通信功能简化客户旅程**  
对话式人工智能工具令用户可无缝传递变量（例如其位置），从而帮助精简用户旅程。

**交付通知和延迟通知可提高操作简单性和效率**  
告知客户交货时间安排和延误情况可以提高效率，保持让客户满意。

Source: IDC's AP Communications and Collaboration Survey, 2022

# 品牌如何利用会话式商务力量的真实案例

以下是一些实际应用案例，说明营销、销售、现场服务、客户服务和技术运营如何利用丰富的通信应用程序来提供差异化的客户体验并加强协作，从而推动业务转型、降低成本并创造新的收入来源。



## 展示我

**保险评估师（在新加坡）**正在使用视频与保险公司进行实时交谈。例如，在机动车事故发生后，使用视频来说明驾驶员的状况和行为。

**房地产代理和建筑顾问（在澳大利亚）** 远程引导客户参观样板房，从而获得更多的互动和潜在客户。

**一线电讯代理商（在马来西亚）** 可以使用用户移动应用程序上的嵌入式视频功能查看客户端设备，帮助进行故障排除。



## 通知我

**市议会（在澳大利亚的政府）** 使用短信或应用程序通知向公民发送预约提醒，在内乱情况下向公民发出警报，或提醒公民有关垃圾收集时间表的变化。

**电子商务平台（在印度）** 将通信平台集成到客户服务流程中，提供有关装运和预期交货时间的实时更新。



## 支持我

**旅行预订比价网站、保险公司和其他客户服务公司（全球）** 使用CPaaS平台将视频、语音和消息嵌入到应用程序中，提供差异化的客户体验。



## 治愈我

**医院（在中国和亚太其他地区）** 正在使用远程诊断、虚拟医患就诊、预约提醒和重新排期，并提供繁忙诊室（如门诊部等）等待时间的最新信息。



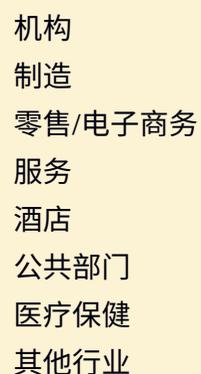
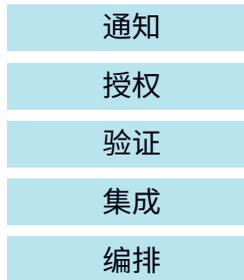
## 精简销售流程

**领先的银行（在菲律宾和印度尼西亚）** 正在使用视频、文件共享和消息等嵌入式协作解决方案，让客户和银行代表无需亲自到访银行就能够完成更复杂的流程（如按揭申请），使办理时间缩短近50%。

# 面向未来-下一代会话式商务的发展

到目前为止，我们看到的仅仅是会话式商务的开始，它将改变品牌与客户交互的方式。CPaaS的下一阶段已经到来——它不仅融合实际体验和数字体验来重塑客户体验，还帮助组织应对内部效率挑战。

CPaaS解决方案的不同供应商



工作流程优化、分析、客户数据平台

数字结构：市场、自动化、创新和共同创造



Source: IDC's AP Communications and Collaboration Survey, 2022

领先的技术提供商已经超越了基本的语音、文本和视频API，以打造可融入下一代技术的集成平台，例如增强现实/虚拟现实（AR/VR）、人工智能（AI）和机器学习（ML），从而提供特定垂直行业的会话式商务解决方案。

# 寻找适合的伙伴，为数字原生带来无与伦比的客户体验

会话式商务已成为企业数字化转型的重要组成部分。品牌可以利用这些会话式商务平台满足数字原生代的期望，并以自己的方式提供他们想要的体验。

然而，并非所有解决方案都是相同的，组织在评估其技术解决方案提供商时应牢记以下几点：

## 如何开始您的会话式商务旅程？



**全渠道能力。** 选择一个能够根据客户偏好选择沟通渠道的联络平台，包括（使用语音、视频、社交媒体和短信解决方案），将有助于您为客户提供高质量的服务。



**以生态系统优先。** 与创建了由开发人员、托管服务提供商和系统集成商生态系统的平台提供商合作，对提供客户所需的集成和沉浸式体验至关重要。



**注重创新和快速发布周期。** 与经常发布新特性和新功能（特别是AR/VR、对话式AI和分析等领域）的解决方案提供商合作可以帮助您在竞争中保持领先地位。



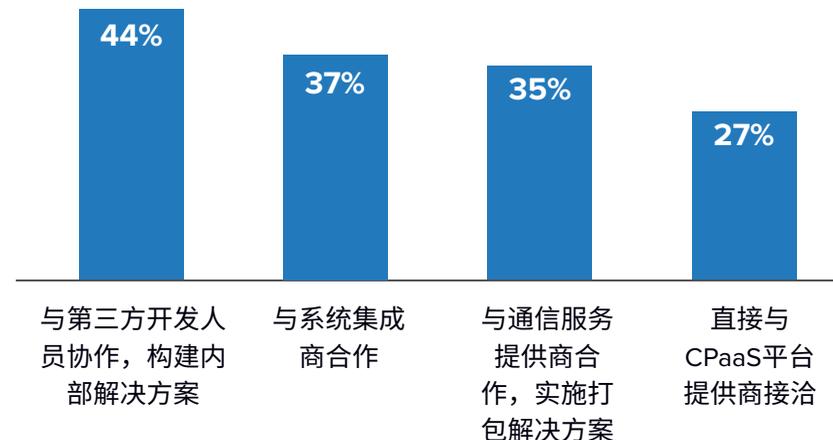
**集成能力。** 选择一个可以与您当前ICT系统（包括CRM、CDP和供应链系统）集成的平台，对于提供更好的客户体验以及确保符合组织安全和审计政策至关重要。



**速度和敏捷性。** 针对功能、参考资料和业绩记录对您的合作伙伴进行评估。考虑平台提供商支持新用例以推动业务增长的敏捷性和能力。



## 亚太地区企业的合作伙伴偏好



IDC的亚太通信与协作调查显示，27%的组织更愿意直接与CPaaS平台提供商合作。

# Infobip英富必的优势



## 全球覆盖和本地支持

- › 9,700多家电信公司合作伙伴
- › 与超过70亿人和物建立联系
- › 强大的企业客户群
- › 超过75家办事处遍布6大洲

本地支持让我们能够更快地做出反应并与客户进行日常交互，从而提供满足客户需求、符合当地要求，且已经验证的以全球最佳实践为基础的解决方案。



## 出色的客户体验

- › 技术专长
- › 解决方案咨询
- › 客户成功管理
- › 24/7全天候支持和网络监控

无论是协助集成、传授最佳实践还是解决方案咨询，我们均可帮助您立即启动，投入运行。



## 可扩展、快速和灵活的解决方案

- › 一流的交付率
- › 高速且可靠
- › 低延迟
- › 内部开发平台

我们的解决方案旨在以只有内部解决方案才能实现的速度、精确度和个性化水平适应不断变化的市场和通信趋势。



## 自有基础设施

- › 本地可用的服务
- › 符合当地法规
- › 全球40多个数据中心

我们的全球基础设施可轻松实现水平扩展，利用混合云模型，因而永远不会缺乏资源。我们内置的全球合规引擎会根据最新的国内法规和运营商要求不断更新。



# 在澳大利亚通过会话式商务提升客户体验

随着澳大利亚商业领域的竞争日益激烈，各组织都在寻找能让自己在竞争中脱颖而出的方法。为此，澳大利亚企业正在接受会话式商务，利用聊天机器人和人工智能来实现以下业务目标：

## 澳大利亚CPaaS投资的三大驱动因素



1. 增强客户体验



2. 降低整体成本结构



3. 改进并调整业务流程



据报道，65%的澳大利亚组织在组织内使用CPaaS解决方案，其中大多数将CPaaS解决方案用于企业运营。

然而，仍有79%的受访组织表示将会增加在通信平台上的支出，因为他们正在寻找将会话式商务应用到为客户提供个性化服务的相关解决方案。

## 澳大利亚组织可以利用CPaaS的关键垂直领域包括：



### 医疗保健

澳大利亚医疗保健系统优先考虑患者体验、远程诊断工具和虚拟就诊，从而增强患者对于护理的获取。针对专家预约进行持续提醒也可以改进患者互动，尤其是在人口分散的国家。



### 政府

市议会正在探索在本地开发的移动应用程序中嵌入视频和通讯功能，使公民能够报告基础设施损坏情况以及潜在的安全隐患。这些功能将帮助市议会获得直接反馈，并及时采取行动。



### 银行和保险

鉴于澳大利亚普通客户对数字化的需求，银行可以利用会话式商务来精简其按揭贷款和信贷流程，从而增强客户体验并确保监管合规。

# 在中国通过会话式商务大规模传递强化客户体验



中国是京东和阿里巴巴等一些全球电子商务巨头的所在地。这些公司一直在积极集成对话式人工智能，以增强客户互动并改善客户体验。

## 中国CPaaS投资的三大驱动因素

-  1. 创造新收入来源
-  2. 增强客户体验
-  3. 业务拓展—国内/国际



57%的中国组织表示，其目前在组织内使用CPaaS解决方案。

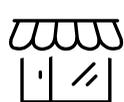
然而，由于组织致力于利用会话式商务创造新的客户体验并促进中国以外的地域业务扩张，超过**66%的中国组织计划在2023-24年增加通信平台支出。**

中国组织可以利用CPaaS的关键垂直领域包括：



### 银行和保险

中国的金融机构正在利用对话式人工智能来提供客户服务和支 持，包括将聊天机器人用于客户问询和自动财务建议。招商银行等一些银行在微信中提供聊天机器人来帮助客户处理各种银行服务，包括资金转账、账单支付和其他投资建议。



### 零售/电子商务

中国电商正在利用对话式人工智能的功能来处理客户问询、店铺引流，并为客户提供及时的促销活动。阿里巴巴和全球速卖通使用这些解决方案发送订单更新、配送成功/失败通知、定期提醒客户提供反馈，以及通过聊天机器人提供自助服务，帮助促成某些类别的退货。



### 科技

阿里巴巴和腾讯等中国科技巨头正在利用并扩展对话式人工智能和商业概念，以此确保其超级应用程序的成功。微信、支付宝等超级应用为客户提供网约车、游戏、支付、医疗等多种服务，并利用对话式人工智能在整个客户旅程中提供指导和支持。

# 在中国香港，使用对话式人工智能和CPaaS引领客户互动新时代



中国香港是亚太地区的主要金融中心，也是多个全球奢侈品牌的所在地。各种各样的社交媒体应用程序和高度活跃的用户意味着企业有很多机会利用会话式商务解决方案来吸引客户。

## 中国香港CPaaS投资的三大驱动因素

-  1. 提高员工生产力
-  2. 业务拓展—国内/国际
-  3. 创造新收入来源



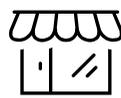
57%的中国香港组织表示，其目前在组织内使用CPaaS解决方案。

然而，由于组织致力于利用会话式商务创提供独特的、沉浸式客户体验，**63%的组织计划在2023-24年增加通信平台支出。**

## 中国香港组织可以利用CPaaS的关键垂直领域包括：

 **银行和保险**

中国香港的金融机构正在利用对话式人工智能来提供客户服务和支持，包括将聊天机器人和通讯应用程序用于客户查询和自动财务建议。他们可以使用集成视频功能为高净值个人客户服务并提供个人银行服务。

 **零售/时尚**

中国香港是世界上一些著名奢侈品牌的所在地。零售商正在利用对话式人工智能功能，让客户能够通过通讯应用程序浏览、购买产品并获得产品支持。

 **酒店/旅游**

中国香港的旅游公司已开始广泛使用聊天机器人和人工智能语音助手来提供旅行建议并协助个性化行程，酒店则使用这些平台来协助预订。

# 利用对话式人工智能在竞争极为激烈的印度市场中脱颖而出



印度是世界上增长最快的经济体之一。复杂且竞争极为激烈的商业环境迫使组织进行技术投资来获得竞争优势。随着印度手机和互联网普及率持续飙升，会话式商务已成为品牌数字战略的关键要素，用于与客户建立更牢固的联系，并提供增强的客户交互。

## 印度CPaaS投资的三大驱动因素

-  1. 企业数字化转型
-  2. 降低整体成本结构
-  3. 创造新收入来源



59%的印度组织表示，其目前在组织内使用CPaaS解决方案。

然而，由于其旨在利用会话式商务提供独特的客户体验，**63%的组织计划在2023-24年增加通信平台支出。**

## 印度组织可以利用CPaaS的一些关键垂直领域包括：



### 零售

零售商正在使用会话式商务来提供个性化购物体验、实现客户服务自动化，并通过WhatsApp、Messenger和短信等各种通讯渠道来推动销售。Flipkart、Myntra和Tata Cliq等零售商正在使用聊天机器人和其他对话工具来为客户提供产品推荐、订单跟踪和客户支持。



### 银行和保险

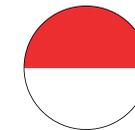
银行和其他金融机构正在使用对话式人工智能来增强客户体验，并提供除强制性视频KYC服务之外的基本服务。HDFC、Kotak Mahindra、SBI和YES BANK等保险公司和银行正在使用对话式人工智能来精简保单签发、索赔处理和续保流程。



### 医疗保健

受到收入水平提高、健康意识增强以及对优质医疗服务需求不断增长等因素的推动，印度的医疗保健行业是印度规模最大、增长最快的行业之一。印度的主要私立连锁医院广泛使用对话式平台和CPaaS解决方案，以增强患者体验、提高参与度及优化医疗保健的提供。

# 印度尼西亚品牌利用CPaaS与数字原生代建立联系



印度尼西亚经济在2022年显示出复苏迹象，并且通过深入发展电子商务和数字化，预计将在2023-24年从疫情引发的低迷中反弹。

## 印度尼西亚CPaaS投资的三大驱动因素

- 1. 企业数字化转型
- 2. 业务扩张和创造新收入来源
- 3. 提高员工生产力



57%的印度尼西亚组织表示，其目前在组织内使用CPaaS解决方案。

然而，由于会话式商务已成为企业在数字经济中竞争的重要工具，超过 **67%** 的印度尼西亚企业计划在 **2023-24 年增加通信平台支出**。

## 印度尼西亚组织可以利用CPaaS的一些关键垂直领域包括：

### 银行和保险

印度尼西亚领先的银行和金融机构正在使用聊天机器人和虚拟助手支持客户进行银行交易、账户故障排除及提供个性化财务建议。

### 零售/电子商务

零售/电子商务是印度尼西亚最大的商业领域之一，在线零售商正在利用对话式人工智能的功能来处理客户问询、为店铺吸引更多客流量及推送优惠。

### 移动应用程序开发

按需应用程序具有便利性、经济性和高可用性的特点，在印度尼西亚被广泛用于食品/货物配送和拼车等。其中一些应用程序集成了对话式人工智能以精简客户旅程。例如，聊天机器人接受食品订单并处理客户问询。



# 马来西亚品牌挖掘会话式商务

马来西亚的社交媒体使用率很高，品牌因而使用对话式人工智能与客户互动。随着银行、零售和电信等各个行业已经采用对话式人工智能这项技术，对话式人工智能已成为其实现首要业务目标的关键。

## 马来西亚CPaaS投资的三大驱动因素

-  1. 支持混合工作环境
-  2. 企业数字化转型
-  3. 增强客户体验



56%的马来西亚组织表示，其目前在组织内使用CPaaS解决方案。

然而，由于组织旨在利用会话式商务创提供独特的、沉浸式客户体验，73%的组织计划在2023-24年增加通信平台支出。

马来西亚组织可以利用CPaaS的一些关键垂直领域包括：

### 银行和保险

马来西亚领先的金融机构正在利用对话式人工智能概念，让客户通过Messenger进行银行交易。客户可以通过聊天机器人和通讯应用程序检查账户余额、转账并支付账单。

### 电信和媒体

马来西亚电信提供商（例如Maxis）正在利用对话式人工智能来提供更加个性化的客户体验。他们使用人工智能驱动的聊天机器人，允许客户管理账户，检查数据使用情况，并获得计费、信号覆盖或促销方面的支持。

### 出行/旅游

亚洲航空等旅游行业企业正在使用聊天机器人，不仅可以解决客户的疑问并提供支持，还可以通过Messenger和其他通讯应用程序为客户提供航班预订、取消和其他查询服务。

# 在菲律宾，客户体验和业务扩张推动着对话式人工智能投资



菲律宾人是全球最活跃的社交媒体用户之一，平均每天花在社交媒体上的时间是四个多小时。菲律宾人喜欢社交媒体上积极点赞、评论和互动。这使他们有别于其他民族，从而为品牌提供了与客户建立联系的强大工具。因此，处于快速增长的数字经济中的菲律宾企业越来越多地使用会话式商务解决方案，其所考虑的业务目标如下：

## 菲律宾CPaaS投资的三大驱动因素



1. 增强客户体验



2. 业务拓展—国内/国际



3. 改进并调整业务流程



菲律宾64%的组织表示，其目前在组织内使用CPaaS解决方案，但主要用于双重身份验证或单向通知等运营目的。

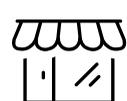
然而，由于组织的目标是利用会话式商务提供独特的客户体验，超过**63%**的组织计划在**2023-24**年增加通信平台支出。

菲律宾组织可以利用CPaaS的一些关键垂直领域包括：



### 银行和保险

印度尼西亚领先的银行和金融机构正在使用聊天机器人和虚拟助手来支持客户进行银行交易、账户故障排除及提供个性化财务建议。



### 零售/电子商务

Lazada、Shopee和Zalora等主要零售电商公司正在利用聊天机器人和通讯应用程序提供推荐，并推送个性化优惠，旨在提供无缝的购物体验。零售商有机会将这些通信渠道整合到客户品牌旅程中，以进一步提高客户的终身价值。



### 移动应用程序开发

在菲律宾，Grab、Foodpanda和 Angkas等按需应用程序广泛用于拼车以及食品和送货服务。这些应用程序利用会话式商务为客户提供无缝的订购和交付体验。提供商有机会将这些解决方案更深入地集成到运营流程中，以进一步提高运营效率。

# 数字化转型和未来企业弹性计划推动着新加坡的通信投资



新加坡经济一直走在稳定增长的道路，为了跟上步伐，企业正在优先考虑数字化转型。因此，推动新加坡通信投资的三大业务目标是：

## 新加坡CPaaS投资的三大驱动因素



1. 企业数字化转型



2. 增强客户体验



3. 创造新收入来源



50%的新加坡组织表示，其目前在组织内使用CPaaS解决方案。

然而，73%的组织计划在2023-24年增加通信平台支出，因为组织的目标是利用会话式商务提供独特的客户体验，尤其是在拥有超过540万活跃社交媒体用户的新加坡市场——这是全球社交媒体采用率最高的市场之一。

新加坡组织可以利用CPaaS的一些关键垂直领域包括：



### 医疗保健

新加坡的医疗保健系统注重患者体验，CPaaS可以支持远程诊断、虚拟预约和预约提醒等活动。随着数字化在日常生活中变得更加普遍，新加坡的患者期望个性化体验，CPaaS则可以帮助医疗保健提供商满足并超越该等期望。



### 智慧城市

新加坡智慧城市对话平台致力于让公民获知天气通知、个人罚款和文化活动等事件。政府还在探索如何与现有的智慧城市平台集成，以便在发生安全威胁或内乱时向人们发出通知。



### 银行和保险

为了增强客户体验，同时确保监管合规，新加坡银行正在利用会话式商务来精简按揭和信贷流程。然而，其他组织正在将这些平台用于运营目的，例如双重身份验证，但尚未利用会话式商务的潜力来增强客户体验。

# 精通技术的韩国人需要更多创新型沉浸式体验



韩国是一个技术先进、网络发达的国家。移动网络覆盖到每个人，每个家庭都接入互联网。韩国人以热爱社交媒体和游戏而闻名，他们期望企业提供更加沉浸式的创新客户体验。

## 推动韩国组织通信投资的三大业务目标

-  1. 企业数字化转型
-  2. 创造新收入来源
-  3. 增强客户体验



63%的韩国组织表示，其目前在组织内使用CPaaS解决方案。

然而，由于组织旨在利用社交商务解决方案提供个性化无缝客户体验，**75%的组织计划在2023-24年增加通信平台支出。**

韩国组织正在积极探索可将该等解决方案用于的一些关键垂直领域包括：

### 电信和媒体

韩国的电信、媒体和游戏服务提供商利用会话式商务与客户实时互动，包括针对特殊活动发送个性化邀请以及使用聊天机器人提供支持。例如，在SK Telecom运营的一家社交商务商店，用户可以在购物的同时实时获取其他用户的反馈。KakaoTalk还创建了一个巨大的社交生态系统，让品牌能够集成并利用其平台。

### 零售/时尚

韩国时尚和美容领域的零售商越来越多地在网站上整合社交媒体和对话平台，支持与顾客进行双向对话，为客户提供时尚和化妆建议，并试行一些AR/VR解决方案，让个人能够试用并购买不同的造型产品。

### 汽车

韩国拥有一些全球最大的汽车品牌，这些汽车品牌利用会话式商务来吸引国内外客户。起亚汽车有一个移动应用程序，令客户可与服务代表互动、预订试驾和服务并接收个性化通知。汽车制造商也在尝试搭建“自己设计汽车”平台，以与销售团队实时协作。



# 在中国台湾，企业数字化转型和客户体验驱动企业做出投资

中国台湾互联网（90%）和智能手机（125%）的高普及率让人们能够广泛使用社交媒体，大约90%的人平均每天活跃使用一个或多个平台超过四小时。随着中国台湾追赶亚太地区的其他国家和地区，该地区企业正在寻求利用社交媒体商务来实现以下业务目标：

## 中国台湾CPaaS投资的三大驱动因素

- 1. 企业数字化转型 
- 2. 增强客户体验 
- 3. 业务拓展一国内/国际 



66%的中国台湾组织表示，其目前在组织内使用CPaaS解决方案。

然而，由于组织旨在利用会话式商务提供独特的、沉浸式客户体验，在中国台湾元宇宙和沉浸式AR/VR技术领军企业的带领下，**63%的组织计划在2023-24年增加通信平台支出。**

中国台湾组织可以利用CPaaS的一些关键垂直领域包括：



### 科技

中国台湾对于全球半导体市场以及消费电子与技术企业至关重要。HTC和华硕正在积极探索会话式商务用例，将其用于与客户建立联系和互动。除了一线支持、产品发布和通知用例之外，HTC正在探索在其平台上集成AR/VR，从而更好地与客户互动，并通过VIVE推向市场。



### 政府

公共机构采用对话式人工智能功能，利用集成的社交渠道以个性化的方式与公民联系，为其提供新冠肺炎疫情更新和通知，还可根据客户位置提供检测中心信息，并附带其承载能力。



### 银行和保险

鉴于中国台湾普通客户对数字化的需求，中国信托银行、中国台湾银行和星展银行等领先银行正在利用对话式人工智能来提供客户服务和财务建议。银行还支持客户在自己所选择的平台上与银行联系，包括LINE、Facebook和Instagram，从而精简按揭贷款和信贷流程，提升客户体验，同时确保监管合规。

# 通过会话式商务吸引泰国客户



由于泰国消费者见多识广、高度联通，因而泰国的营销和广告业竞争非常激烈。随着泰国广告商不断为传统媒体制造新颖刺激的概念，品牌正在寻求新的工具，以期在市场上脱颖而出。会话式商务为企业提供了一个充满希望的机会：以个性化的方式与客户互动，同时实现以下三大业务目标：

## 泰国CPaaS投资的三大驱动因素

- 1. 企业数字化转型 
- 2. 改进并调动业务流程 
- 3. 业务拓展—国内/国际 



61%的泰国组织表示，其目前在组织内使用CPaaS解决方案。

然而，由于组织旨在利用会话式商务提供独特的、沉浸式客户体验，79%的组织计划在2023-24年增加通信平台支出。

泰国组织可以利用CPaaS的一些关键垂直领域包括：



### 银行和保险

泰国一些最大的银行（例如Kbank）已在其网站和移动应用程序上部署人工智能驱动的聊天机器人，从而帮助客户满足其对银行的业务需求。金融机构可以将对话式人工智能功能延伸到其他通讯和社交媒体平台，以提供全渠道体验。



### 电子商务

电子商务是泰国增长最快的商业领域之一。在线零售商正在利用对话式人工智能功能来处理客户问询、处理订单、跟踪交货以及处理退款和退货，以为客户提供无缝购物体验。



### 出行/旅游

泰国的豪华酒店，如安纳塔拉和悦榕庄，使用虚拟助手来推荐个性化活动和餐饮、提供按需客房服务并提供定制行程，从而提供卓越的客户体验。



# 通过社交媒体平台和通讯应用程序影响越南客户

越南智能手机的高普及率推动了社交媒体平台的普及，除了Facebook和Instagram之外，越南公民还积极使用Zalo和 Viber等平台。这些社交媒体平台除了用于与亲朋好友联系之外，还成为帮助品牌影响越南消费者购买决策的强大渠道。因此，会话式商务为越南企业提供了一个充满希望的机会：以个性化的方式与客户互动并实现以下业务目标：

## 越南CPaaS投资的三大驱动因素



1. 企业数字化转型



2. 增强客户体验



3. 提高员工生产力



越南组织可以利用CPaaS的一些关键垂直领域包括：



### 电子商务

电子商务是越南增长最快的商业领域之一。Shopee和Lazada等在线零售商正在使用对话式人工智能/聊天机器人来实时处理客户问询，并让客户保持了解订单更新情况。这些电子商务巨头有着巨大的机会来集成更广泛的会话式商务功能，从而提供超个性化的推荐及进一步增强客户体验。



### 银行和保险

Vietcombank和Techcombank等越南银行已经使用聊天机器人来处理客户问询，并提供余额查询和冻结银行卡等服务。通过将语音、视频和通讯功能集成到业务流程中，可以帮助银行满足审计和监管要求，同时简化按揭贷款和其他贷款等复杂产品的客户旅程。



### 电信

VNPT和Viettel等电信提供商使用会话式商务平台提供账户通知，并向客户提供超个性化的促销和折扣。电信公司可以将这些解决方案的功能与其操作系统集成，从而更深入地了解客户，提高客户的报价接受率，同时减少客户流失。

## IDC Custom Solutions

本出版物由IDC Custom Solutions制作。作为信息技术、电信和消费技术市场中情报、咨询服务和活动的全球领先提供商，IDC Custom Solutions团队帮助客户在全球市场上进行规划、营销、销售，并取得成功。我们提供可行的市场分析和有影响力的营销内容，且带来可衡量的结果。



### IDC亚太地区

83 Clemenceau Avenue, #17-01 UE Square, West Wing, Singapore 239920  
电话：65.6226.0330

 @idc

 @idc

[idc.com](https://www.idc.com)

© 2023 IDC Research, Inc. IDC材料已获得外部使用许可，并且赞助方或被许可方使用或发布IDC研究内容，并不代表IDC认可其产品或策略。

[隐私政策](#) | [CCPA](#)