2020年（第四届）中国客户服务节

客服人幸福指数调研报告

担当 | 坚守 | 奉献 | 感恩

中国客户服务节
China Customer Service Festival

才博(中国)客户管理机构
CAIBO (CHINA) CUSTOMER MANAGEMENT AGENCY

调研目的

认识客服人，尊重客服人

- 了解客服人幸福感程度
- 分析客服人幸福感提升的因素
- 提供客服人幸福感提升措施的依据
- 推动客户联络中心行业的持续健康发展

测评细则

通过客服人在职业工作过程中产生的对舒适、安全、职业尊严和个人成就等的满意程度，以及由此产生的心情愉悦感，具体包括安全感、舒适感、成就感和归宿感等方面。客服人幸福感调研就是对这种感觉的量化。包括客服人个体因素、企业整体因素、客服人与企业交互因素等方面。

本次测评根据十大幸福指数影响关键因素，共拆分出57个详细问题

五大纬度：非常赞同、赞同、一般、不赞同、非常不赞同

幸福级别：90分以上为非常幸福

85-90分（含90分）为幸福

80-85分（含85分）为一般

80分以下为抱怨

企业因素

- **文化制度：**“以人为本”、自我价值实现、企业文化建设程度
- **薪酬福利：**薪酬福利、发展空间、人才培养机会等
- **工作环境：**工作地点和条件、团队合作、信息和知识共享、与领导沟通程度
- **身心健康：**年度体检、职工之家建设及职工活动、人性化管理、关爱工程

个体因素

- **家庭环境：**家庭和睦、富裕、家人支持程度、家人对薪酬福利满意度
- **性格特征：**稳重、接受、自主、调整、自信、还是浮躁、反抗、犹豫、不安性、抑郁

企业与客服人交互因素

- **人际关系：**再公司人际关系、上级认可、团队氛围等
- **民主管理：**参与讨论公司重大事项、领导听取采纳意见和建议、管理层接受评议监督
- **社会环境：**法律和政策环境、对知识和人才尊重程度、就业压力、再就业机会
- **职业发展：**企业经营方针、职业技能提升、发展空间

调研样本分布

本次数据采集是通过客户观察官方发布、专属邀约的方式采集数据

参与调研单位364家，其中客户观察官方发布参与单位115多家、专属邀约249家，总问卷调查达31519份

覆盖汽车、证券、通信、零售、银行、政务热线等14个行业，其中BPO占12.0%最高

△ 行业样本分布

区域样本分布

华南占比20.2%最高，华东占19.1%，华北占15.8%，华中占13.4%，西南占11.2%，西北占10.5%，东北占9.8%

△ 区域样本分布

性别及年龄样本分布

性别：男生29.2%，女生70.9%

年龄：18-25岁占37%，26-30岁占34%，31-35岁占22%，36-40岁占6%，40岁以上2%

△ 性别样本分布

△ 年龄样本分布

岗位及学历样本分布

岗位：客服（呼入业务）占56.7%，客服（呼出业务）占20.7%，管理人员占12.6%，职能人员占10%

学历：大学专科占49%，大学本科占28%，高中/中专/技校占22%，硕士及以上占1%

△ 岗位样本分布

△ 学历样本分布

客服人幸福指数

客服人幸福指数综合得分为4.27分，幸福度：85.4%

文化制度 89.0

有好的平台，能实现个人价值
对企业文化比较认可

工作环境 88.4

张贴文化画册的良好办公环境
内网论坛设有员工园地

身心健康 86.6

可承受的工作强度和压力
员工关爱工程送温暖

薪酬福利 86.0

按时足额发放工资
收入与岗位付出相匹配

家庭环境 85.2

家人对薪酬满意度一般
家人对工作理解和支持

人际关系 89.0

领导鼓励、同事间融洽
有效沟通，互相帮助

职业发展 86.8

制定个人职业发展计划
加大培训教育投入力度

民主管理 86.0

采用系统、管理平台管理
采纳员工意见和建议

社会环境 83.6

就业压力大
对知识和人才的重视程度高

性格特征 78.0

自信心强，积极乐观的态度
工作强度大，心感压抑

行业幸福指数排行榜

政务热线、银行、公共服务的客服人更幸福

互联网、证券、制造业、物流快递、互联网金融、保险、通信、零售的客服人比较幸福；BPO、汽车行业幸福感偏低

互联网旅游幸福感最低，影响排名最明显的三项评分项分别是：家庭环境、社会环境、性格特征

地域幸福指数排行榜

中国东北地区的客服人更幸福

华东、华北、华中地区客服人比较幸福；西南、华南地区幸福感较低；
西北地区幸福感最低，影响排名最明显的三项评分项分别是：身心健康、薪酬福利、职业发展

收入水平排行榜

全行业客服人收入水平为4000-4999元

区域/收入	人均收入估算	3000以下	3000-4999	5000-7999	8000-9999	10000-14999	15000-19999	2万以上
华北	5653	16.8%	50.1%	23.2%	3.2%	3.8%	1.4%	1.3%
华东	5047	15.9%	54.0%	25.1%	2.8%	1.9%	0.3%	0.0%
华中	4753	16.3%	50.4%	26.5%	3.4%	2.1%	0.8%	0.5%
华南	5311	12.6%	46.1%	25.7%	8.2%	5.7%	1.1%	0.6%
东北	4085	27.7%	60.3%	9.2%	1.1%	0.8%	0.3%	0.5%
西北	3375	32.5%	61.0%	5.8%	0.5%	0.3%	0.0%	0.0%
西南	4467	17.8%	55.5%	21.5%	3.6%	1.2%	0.0%	0.4%

行业/收入	人均收入估算	3000以下	3000-4999	5000-7999	8000-9999	10000-14999	15000-19999	2万以上
保险	5025	9.8%	63.0%	21.0%	3.1%	2.4%	0.6%	0.1%
公共服务	4428	19.4%	53.9%	20.5%	4.4%	1.5%	0.2%	0.1%
汽车	4810	3.4%	69.7%	16.6%	2.8%	6.9%	0.0%	0.7%
通信	5064	15.6%	45.4%	35.9%	1.6%	1.0%	0.0%	0.6%
物流快递	4136	31.6%	50.0%	10.1%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%
银行	7215	8.6%	33.7%	26.7%	11.4%	14.3%	3.6%	1.8%
制造业	5261	4.4%	52.2%	37.6%	3.0%	2.0%	0.5%	0.3%
政务热线	3686	40.6%	53.2%	5.6%	0.3%	0.1%	0.0%	0.1%
BPO	4727	21.9%	52.3%	17.6%	4.0%	2.7%	0.8%	0.8%
互联网旅游	6230	12.3%	44.0%	28.3%	6.2%	5.3%	2.2%	1.7%
互联网	5819	11.9%	40.5%	30.3%	9.6%	6.4%	0.7%	0.7%
零售	5798	5.2%	42.7%	39.1%	7.3%	4.8%	0.8%	0.0%
证券	10485	4.3%	15.7%	22.9%	22.9%	17.1%	7.1%	10.0%
互联网金融	5141	6.1%	52.5%	35.1%	5.1%	0.8%	0.5%	0.0%

年龄幸福指数排行榜

18-25岁的客服人更幸福

36-40岁、31-35岁客服人比较幸福；40岁以上相对幸福；

26-30岁幸福感最低，影响排名最明显的三项评分项分别是：家庭环境、社会环境、民主管理；

18-25岁	26-30岁	31-35岁	36-40岁	40岁以上
职场新人	奋斗人生	三十而立	淡定成年	四十不惑
86.4	85.0	85.4	85.6	85.2

性别幸福指数排行榜

男生客服人比女生客服人更幸福

通过员工幸福指数调研得出，从性别维度看男女生幸福指数差异不大，男性员工幸福感86分略高于女性员工85.2分，影响排名最明显的三项评分项分别是：薪酬福利、家庭环境、民主管理

85.2

86.0

婚育幸福指数排行榜

已婚已育的客服人更幸福

未婚的客服人比较幸福，
已婚未育的客服人幸福感最低，影响排名最明显的三项评分项分别是：身心健康、薪酬福利、文化制度

已婚已育

未婚

已婚未育

学历幸福指数排行榜

大学专科的客服人更幸福

大学本科客服人比较幸福，高中/中专/技校客服人相对幸福，
硕士及以上的客服人幸福感最低，影响排名最明显的三项评分项分别是：民主管理、人际关系、工作环境

高中/中专/技校	大学专科	大学本科	硕士及以上
85.0	85.6	85.4	82.8

司龄幸福指数排行榜

司龄6个月内的新客服人更幸福

司龄5-10年内的客服人比较幸福；司龄1-3年内、10年以上相对幸福

司龄6个月-1年内，3-5年内的客服人幸福感最低，影响排名最明显的三项评分项分别是：社会环境、家庭环境、民主管理

司龄6个月内

司龄5-10年内

司龄1-3年内

司龄10年以上

司龄6个月-1年内

司龄3-5年内

岗位幸福指数排行榜

客服管理人员更幸福

职能人员比较幸福，客服(呼出)相对幸福，
客服(呼入)幸福感最低，影响排名最明显的三项评分项分别是：薪酬福利、文化制度、职业发展

管理人员 87.8

职能人员 87.0

客服（呼出） 85.6

客服（呼入） 85.2

最让客服人幸福的因素（幸福指数89.0分以上）

家庭的支持

- 我的家庭氛围非常和睦
- 家人给予我精神上很多支持与鼓励

正向的心态

- 我认为我是自主能动性比较强，如果我当天工作尚未完成，我会自觉留下来加班
- 我认为我做事情沉着稳重，积极性较强
- 我认为我的自信心比较强，敢于接受困难与挑战
- 在团队中，我的积极性得到很大的发挥

最让客服人幸福的因素（幸福指数89.0分以上）

愉悦的氛围

- 公司有良好的办公环境（照明、通风、温度等），张贴企业文化宣传画册
- 我很看重公司和谐纯正的人际关系，和同事间关系相处得非常融洽
- 除了薪酬以外，我很看重公司好的工作环境。
- 我愿意和我的直属领导沟通在生活和工作中遇到的困难，在工作中能得到同事的配合与帮助
- 我的直属领导能适时给予我鼓励及协助，也满意我的直属领导及同事

公允的制度

- 公司能够按时足额发放薪酬和绩效奖金
- 我认为在公司努力工作、做到有担当、坚守、奉献、感恩、且忠诚，是最基本的晋升条件
- 我很清楚公司的管理制度和办事流程，个人与部门的工作职责和任务
- 我对公司内干部廉洁自律的程度很满意。

影响幸福因素

最让客服人担忧的因素（幸福指数85.2分以下）

负面的情绪

- 工作强度增加时，我会感到抑郁。
- 遇到问题要做抉择时，我会犹豫不定。
- 我认为我个性有点浮躁。
- 遇到困难与挑战时，我会有抗拒心理。

薪酬绩效不完善

- 家人对我目前工作的薪酬福利表示不满意
- 我认为个人收入和福利待遇，与岗位责任及工作付出相比，是不匹配的
- 我很清楚自己一年来的各种收入及福利保障情况，且近两年未得到增长
- 我认为公司现行的考核机制能够没有准确地反映客服人的工作态度与工作业绩，
- 公司在薪酬福利方面没有给予绩效表现优秀的客服人有效的激励

影响幸福因素

最让客服人担忧的因素（幸福指数85.2分以下）

社会经济压力大

- 我认为目前社会的就业压力大
- 我的家庭经济压力较大，需要供养儿女、长辈，房贷、车贷等压力
- 我认为目前社会提供的再就业机会少

职业发展局限

- 我认为目前公司在留住人才和用好人才方面，没有完善的培养制度
- 公司给客服人个人情况没有制定一套清晰的职业发展计划，没有相应出台客服人晋升及奖励制度的制度政策
- 目前的工作岗位不符合我的专业与特长，我很明确自己的工作职责与发展方向，
- 觉得个人在公司没有才华发展的空间。

员工关怀显效低

- 公司内网论坛没设客服人园地，没有职工之家设施供客服人休闲娱乐，没定期举办各类文体活动。
- 公司每年没有程序规范的职工（代表）大会，职工代表未能参与讨论公司重大事项，且提案未得到认真答复和有效处理
- 我从目前工作中未体会到成就感

最幸福客服人

- ✓ 行业：政务热线、银行、公共服务的客服人更幸福
- ✓ 地域：中国东北地区的客服人更幸福
- ✓ 年龄：18-25岁的客服人更幸福
- ✓ 性别：男生客服人比女生客服人更幸福
- ✓ 婚育：已婚已育的客服人更幸福
- ✓ 学历：大学专科的客服人更幸福
- ✓ 司龄：司龄6个月内的新客服人更幸福
- ✓ 岗位：客服管理人员更幸福

提升幸福感建议及措施

◆全员参与，提高中心价值，推动行业发展，提高客服人社会地位

客服人幸福感的营造除了个人因素，包含了社会对其认可度，家庭支持，就业竞争力等，因此需以提升行业的定位为立足点，通过全行业中心努力不断探索、创新、赋能企业，提升中心在企业的价值与地位，让企业重视中心，给予更大的资源，让社会正确认知和认可中心人才，促进中心的全面发展，让员工在中心平台得以发展。

提升幸福感建议及措施

◆ 构建完善的人员职业发展体系

客户服务中心应根据自身战略发展规划，平台资源，为员工制定一套全面、可行的职业发展体系，明确发展通道、晋升标准、流程、考核等，与员工共同制定发展目标，通过培训提升做好定期持续的辅导帮助，帮助员工不断提升，实现目标。

提升幸福感建议及措施

◆ 营造人性化管理文化

客户服务中心应将员工当成人才资源及内部员工的角色定位，建立与员工沟通的长效机制，辅导员工绩效提升、职业发展，收集员工的建议与意见，注重各项管理制度执行员工的参与度，与员工切身利益相关的内容需建立申诉渠道。

提升幸福感建议及措施

◆ 改善员工当下福利绩效

基于物价、所处地域平均工作参考、市场薪酬情况等结合，定期进行薪酬市场竞争力分析，合理调整薪资结构，确保岗位薪酬竞争力水平，保障员工生活，且基于员工的需求不断完善各项正向激励举措，如工作环境、五险一金、年假、团队活动、劳动竞赛等。

提升幸福感建议及措施

◆ 提高客服人责任心与荣誉感

到位宣贯企业文化，强化员工服务意识，在可控范围内给与员工独立解决客户问题所需的权限，通过授权员工参与部分管理或决策，信任员工独立解决客户问题、引导员工重视客户体验不断培养员工主任翁意识与行为，逐步形成员工认可执行的价值准则。

随着社会的发展，人们物质和文化生活得到相对满足，企业仅靠用简单行政手段和经济手段来调动客服人的积极性，已远远不够。企业更需要从影响客服人幸福感关键因素去进行深入的分析，针对性的给予希望和激励，将会达到事半功倍的效果。

报告获取渠道

✓ 客户观察官网

http://www.ccinchina.com

✓ 客户观察公众号

✓ 报告内容咨询