



第四届汽车行业客户体验高峰论坛

2021汽车行业客户服务体验指数研究报告

2021年10月



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



客户观察
用户创造价值



目录

01 调研背景



02 调研目的及方法

03 调研数据结果解读

- PART 1 调研整体情况
- PART 2 调研各维度情况

04 服务体验指数TOP品牌



关于汽车行业的几点变化

/01

汽车行业由危转机，复苏强劲

-1.9%

2020年汽车行业顶住了疫情冲击，销量2531万辆，同比下降1.9%，降幅比去年收窄了6.3个百分点

8.7%

2021年1-9月中国汽车销量1862.3万辆，同比增长8.7%，预计全年能保持正增长，那将是自18年来增速首次转正

1.9倍

2021年1-9月新能源汽车销量215.7万辆，同比增长1.9倍，新能源汽车呈现爆发式增长

汽车行业迈入高质量发展新阶段



- 国务院发布《新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）》，发展新能源汽车是从汽车大国迈向汽车强国的必由之路，是应对气候变化、推动绿色发展的战略举措。
- 工信部首次发布《中国汽车产业发展年报（2021）》，展现我国汽车产业发展全貌，向行业企业传达有关国家战略导向。

103

后疫情时代无接触服务需求提升 加速车企数字化转型升级

|| 途虎首推 ||
“无接触”养车服务
TUHU

电子化·少接触·更安心

线上购买 电子检测单
在线咨询购买，手机小程序
可直接查看检测结果

施工直播随时看
打开手机APP直接看施工直播，服务“无死角”

钥匙消毒保安全
交车前，为您的车辆做消毒，
杜绝病毒传染

全程保持安全距离
如有必要当面沟通，我们都会
与您保持安全距离

途虎养车
养车 就选途虎

无接触养车

WELTMEISTER
智能汽车
头号实力派

威马手把手教您
线上购车及线上预约试驾

云看车、购车

哈 非 × 罗 永浩

不赚钱
交个朋友

难道老罗和哈非要说相声吗？
我去！这不是征服战斗民族的这款车吗？
听说它哥就是销量300万的悍车哈弗H6！
买货👉老罗，买车👉哈弗！

直播卖车



数字化经济时代已来临，汽车行业也由以产品为核心向以客户体验为中心转型，如何提升客户服务体验也变得愈发重要，值此背景，研究汽车行业客户服务体验更具意义。

本次调研就围绕此展开，从不同的维度评估各车企的线上客户服务能力，剖析各汽车品牌之间存在的差异，促进汽车行业客户服务水平的提升。



目录

■ 01 调研背景

■ 02 调研目的及方法



■ 03 调研数据结果解读

- PART 1 调研整体情况
- PART 2 调研各维度情况

■ 04 服务体验指数TOP品牌

调研目的



● 建立标准

建立行业客户服务体验标准
推动行业发展

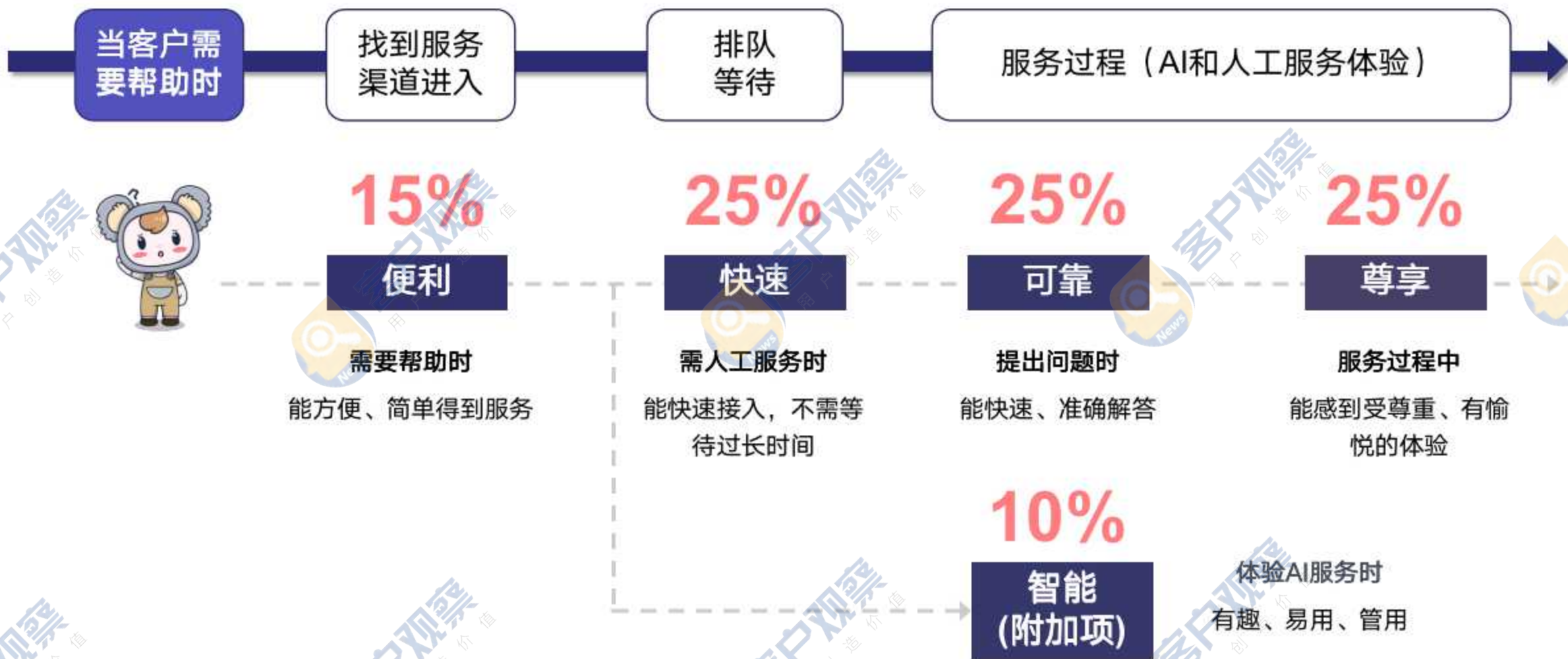
● 测评现状

测评行业整体现状，横向对比各家差异

● 交流平台

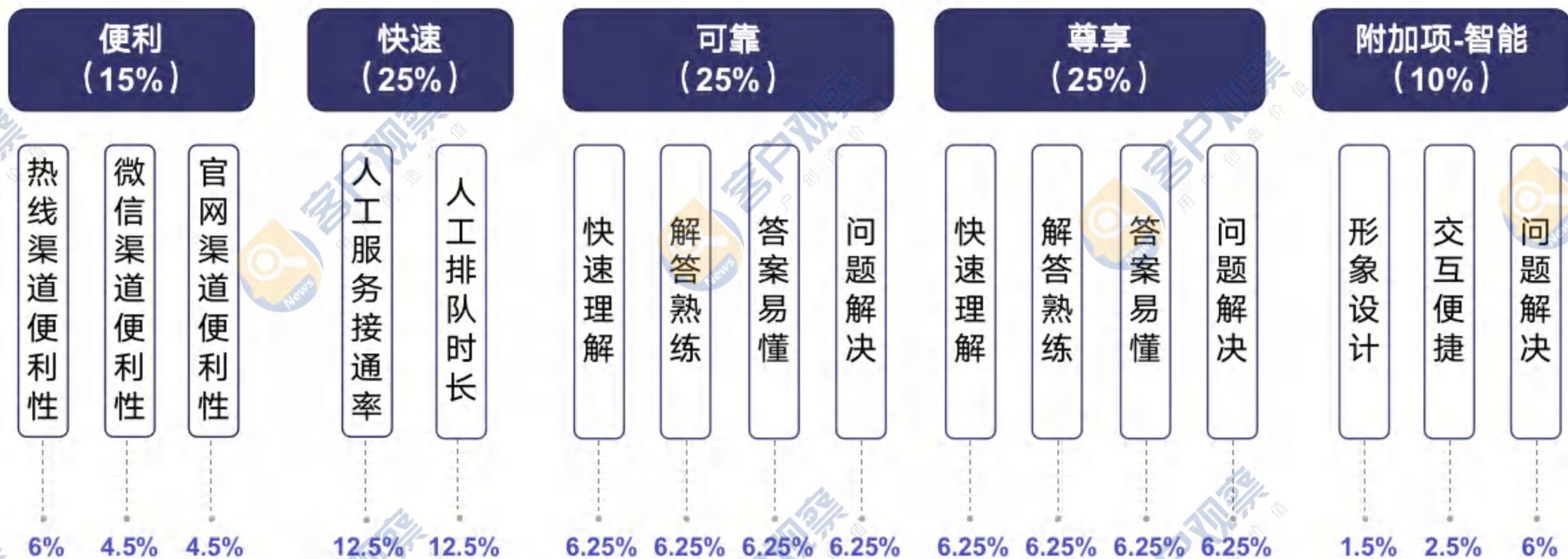
提供交流平台，分享行业标杆经验

指标体系



指标体系（一、二级维度）

汽车行业客户服务体验指数



调研方法



73家车企

调研车企涵盖乘用车58家，商用车15家

8项业务场景

试乘试驾、车辆价格、贷款方案、优惠活动、常规保养、车辆保修、道路救援、车联网等服务常见场景

神秘客调研

通过电话和在线渠道，模拟客户服务需求进行神秘客调研

3650份调研数据

每家车企50个服务调研，涵盖热线、在线服务，各占50%比例



目录

■ 01 调研背景

■ 02 调研目的及方法

■ 03 调研数据结果解读



- PART 1 调研整体情况

- PART 2 调研各维度情况

■ 04 服务体验指数TOP品牌



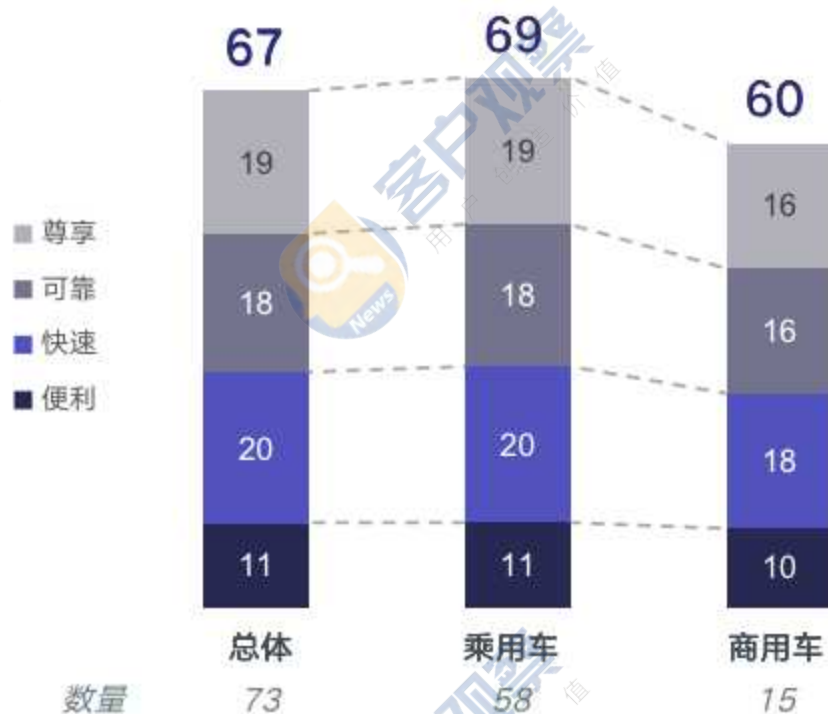
PART 1

服务体验指数调研整体情况

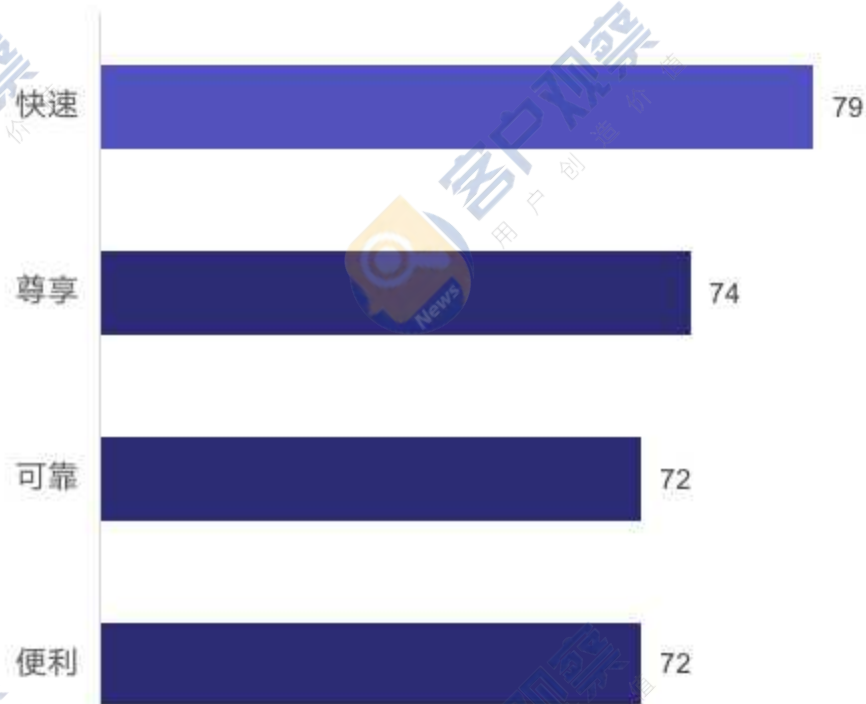
调研整体情况-行业整体情况

- 服务体验指数行业总体得分为67，乘用车69分，商用车60分，商用车四个体验维度均低于乘用车。
- 四个体验维度中，快速维度得分最高，可靠和便利得分较低。

服务体验指数总体得分



行业总体各维度得分

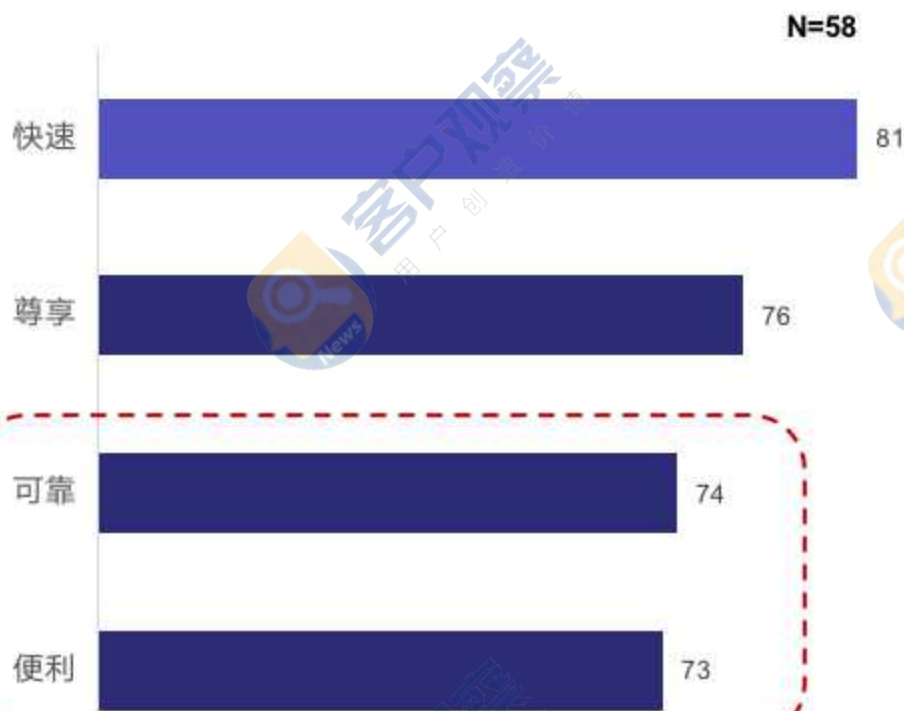


*满分为90分

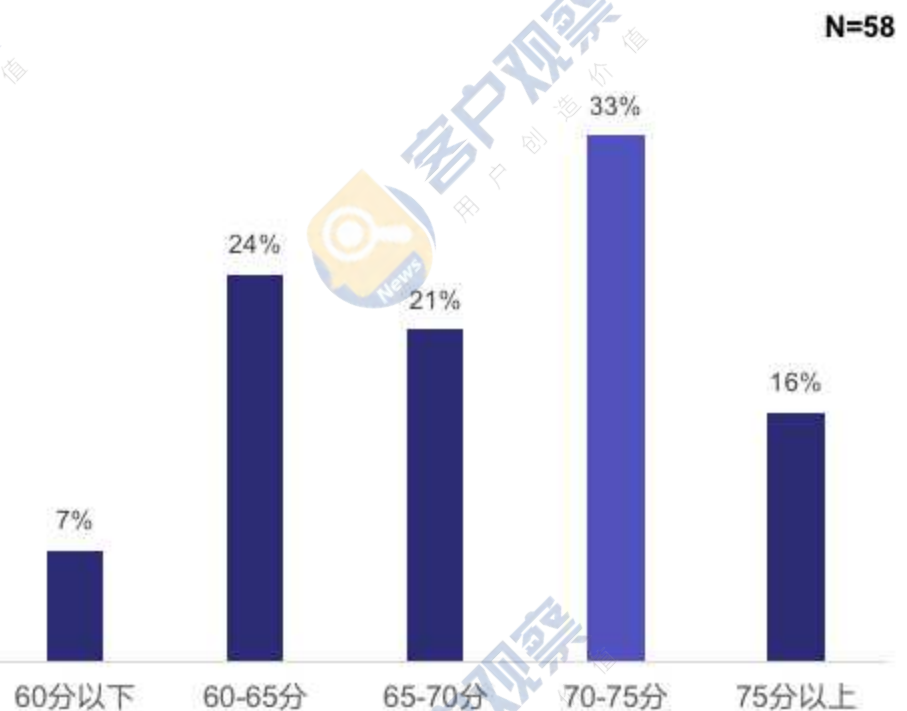
调研整体情况-乘用车整体情况

- 乘用车各维度得分中，快速得分最高，可靠和便利得分较低，各品牌得分在70-75分区间最多，有少部分品牌未达到60分。

乘用车各维度得分



乘用车得分区间分布

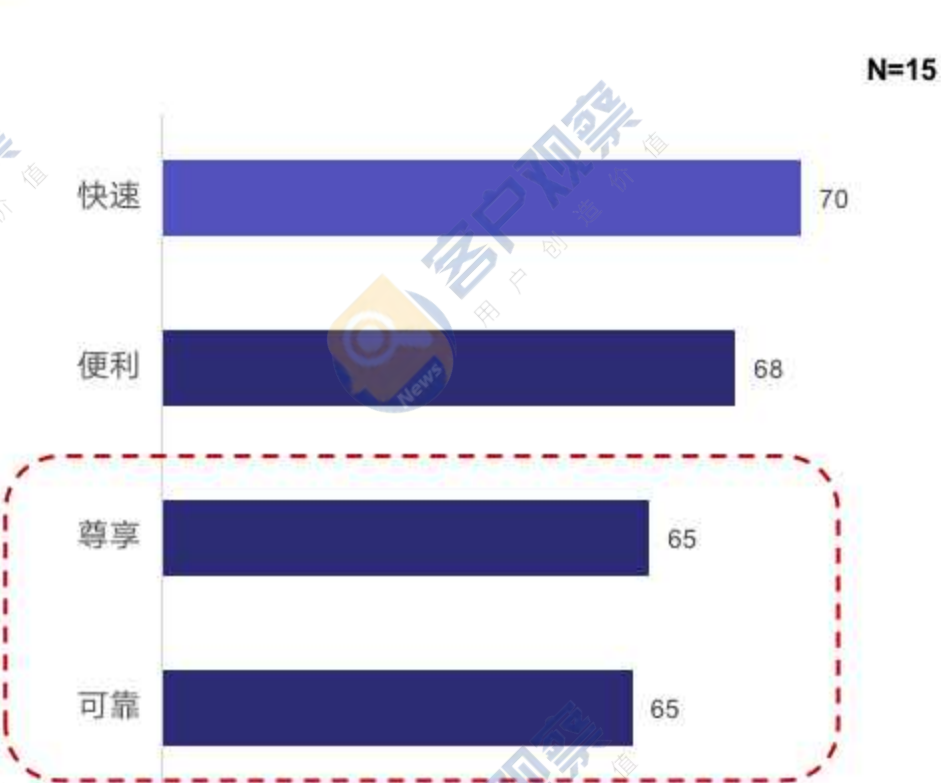


*满分为90分

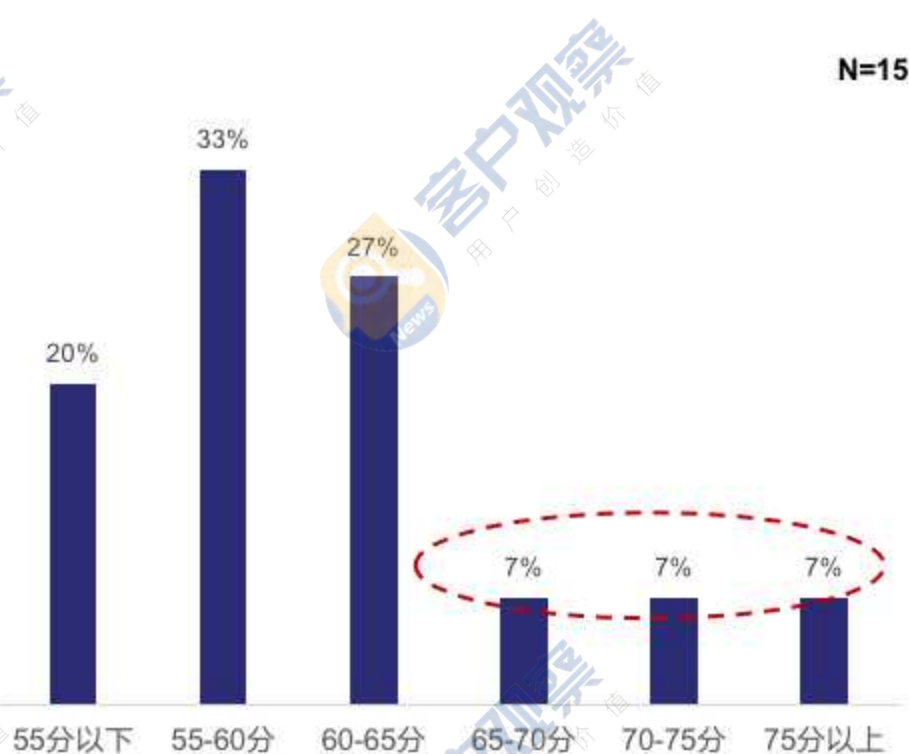
调研整体情况-商用车整体情况

- 商用车各维度得分中，快速得分最高，尊享和可靠得分较低，只有少量品牌得分在65分以上。

商用车各维度得分



商用车得分区间分布



*满分为90分



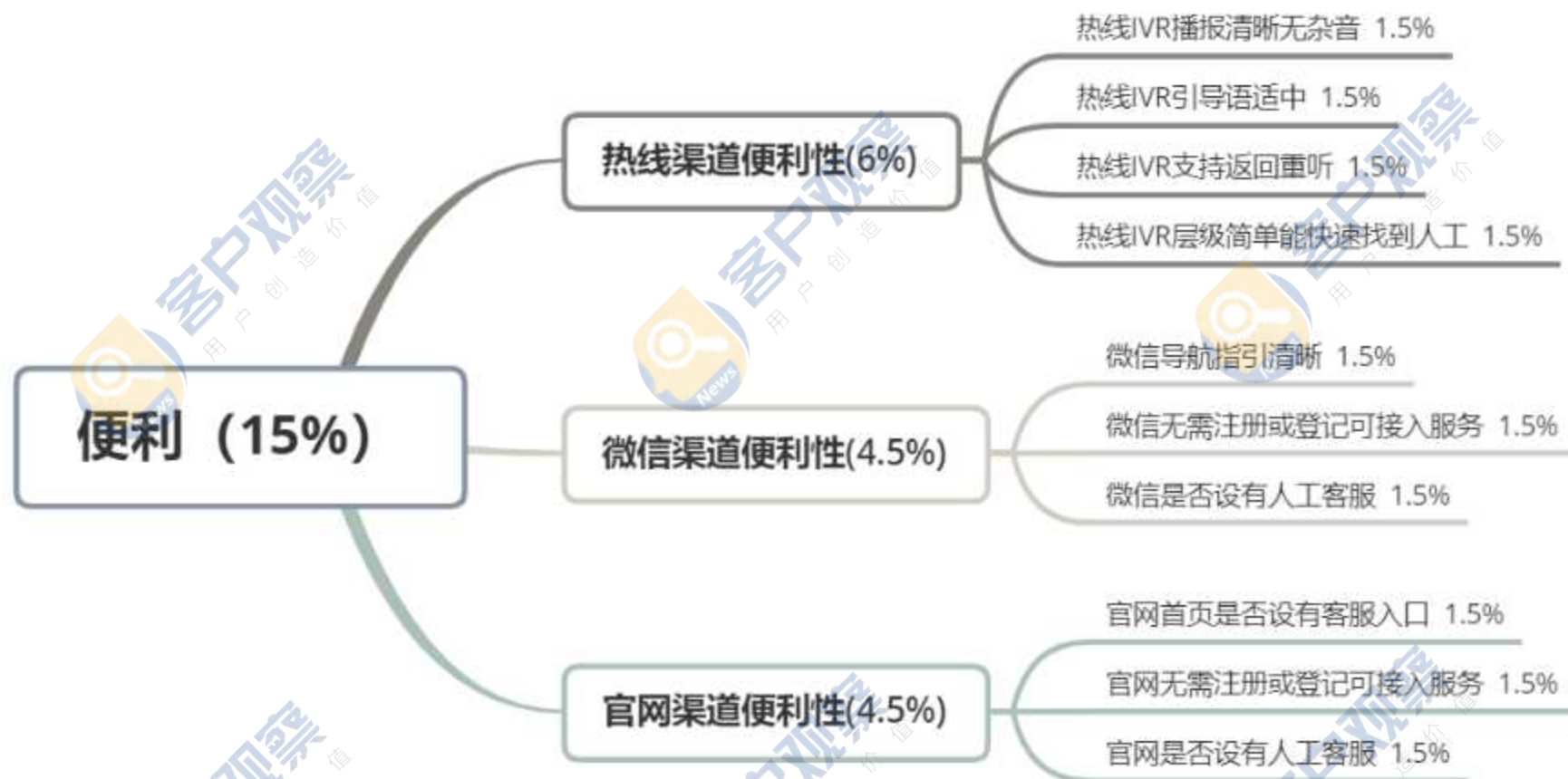
PART 2

服务体验指数各维度数据解读 便利维度



当客户遇到问题时，能否方便、简单找到我们？

——便利维度主要评价服务渠道建设的完善性和是否能方便找到客服



分维度解析-便利维度(15%)

- 便利维度三个渠道得分差异明显，热线渠道得分最高，官网渠道得分最低，热线渠道在入口指引清晰、可接入人工服务上好于其他两个渠道。
- 乘用车微信渠道得分明显高于商用车，乘用车更重视微信渠道的服务建设



行业总体得分：72

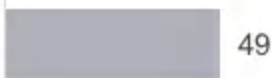
热线渠道便利性



微信渠道便利性



官网渠道便利性



乘用车得分：73

热线渠道便利性



微信渠道便利性



官网渠道便利性



商用车得分：68

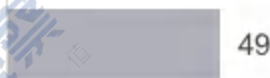
热线渠道便利性



微信渠道便利性



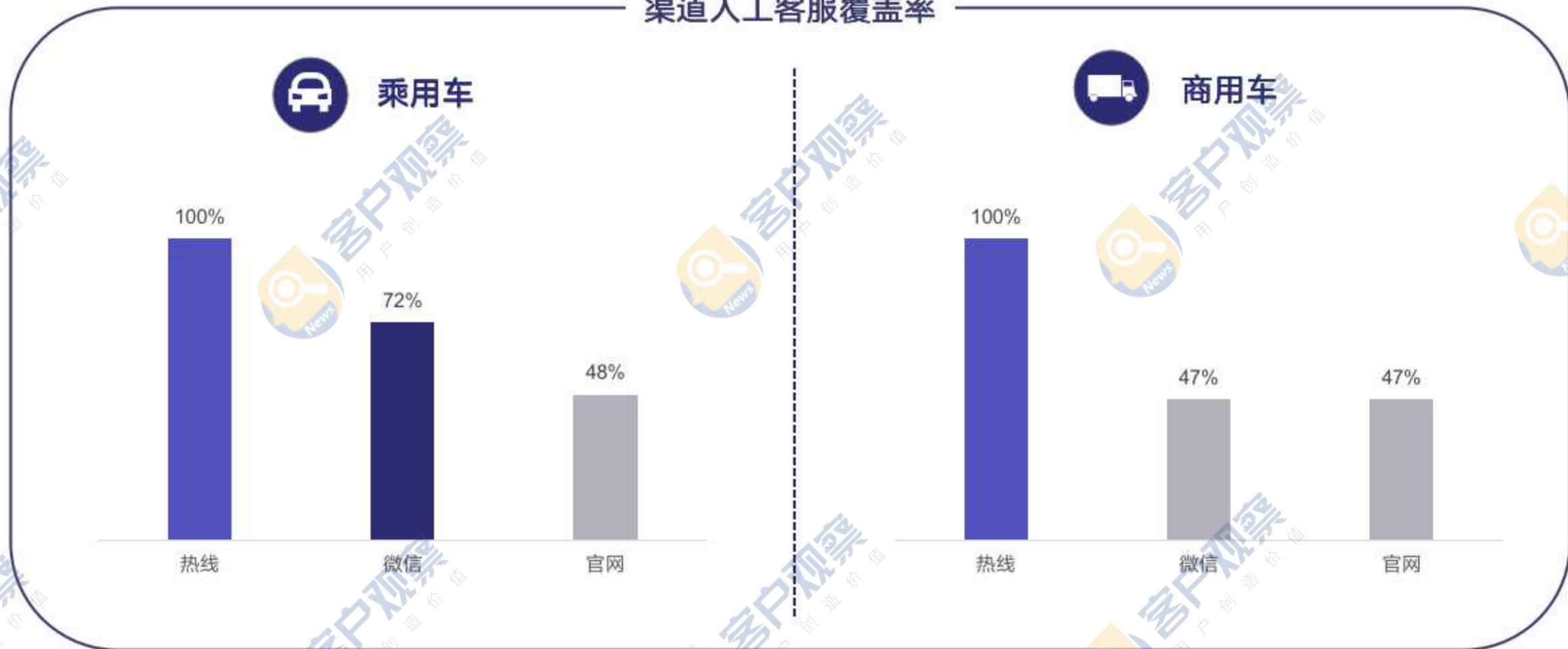
官网渠道便利性



分维度解析-便利维度(15%)

- 三个渠道中，热线人工客服覆盖率最高达100%，官网人工客服最低不到50%，72%的乘用车品牌具有微信客服，这一比例明显高于商用车。

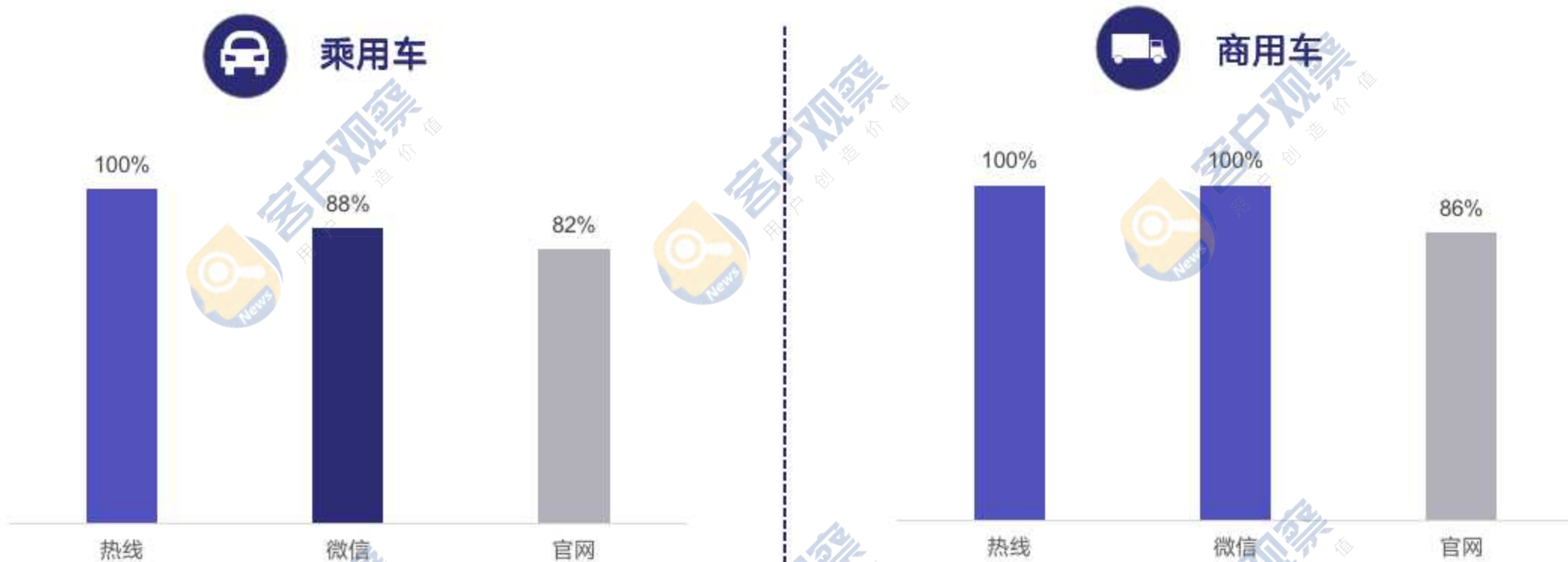
渠道人工客服覆盖率



分维度解析-便利维度(15%)

- 热线渠道都可直接接入服务，直接服务率达100%，有少量车企品牌虽然在微信或官网可提供服务，但需要客户先登记或注册才可接入服务，对便利体验有一定影响。

渠道直接服务率





*渠道直接服务率指具有人工客服的品牌中，无需登记或注册可直接接入人工客服的比例



便利维度体验排名

服务便利体验TOP品牌

车企品牌（排名不分先后）	数量	便利体验
东风启辰、东风日产、东风雪铁龙、广汽本田、名爵、上汽通用雪佛兰、一汽大众、长安汽车、一汽大众奥迪、零跑汽车、荣威	11家乘用车	 满分
北汽福田、江铃汽车、五菱汽车、陕重汽、宇通客车、开瑞汽车	6家商用车	 满分

- 共11家乘用车品牌、6家商用车品牌在便利维度上获得满分，共同并列第一。



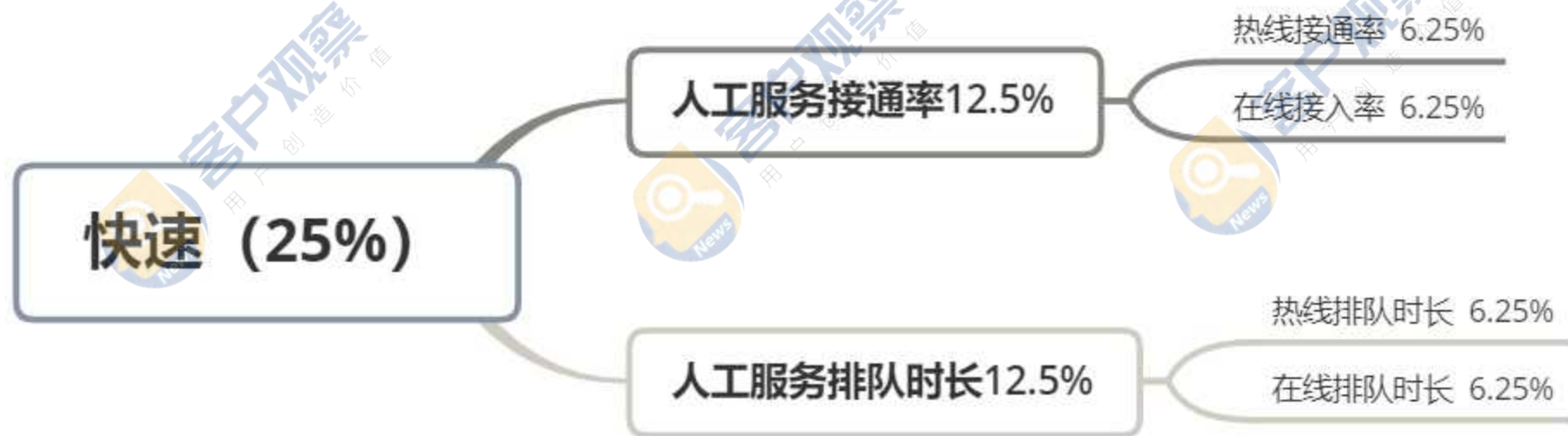
PART 2

服务体验指数各维度数据解读 快速维度



当客户进入服务渠道需要人工服务时，能否得到快速响应？

——快速维度主要评价各车企品牌服务渠道的接待能力



分维度解析-快速维度(25%)

- 整体热线、在线排队时长得分较高，较短时间内就能接入人工服务，在线接入率得分明显低于其他指标，部分车企品牌出现在线客服难以接入的情况，乘用车在热线、在线接通率得分明显高于商用车。



行业总体得分：79



乘用车得分：81



商用车得分：70

热线接通率



热线接通率



热线接通率



在线接入率



在线接入率



在线接入率



热线排队时长



热线排队时长



热线排队时长



在线排队时长



在线排队时长



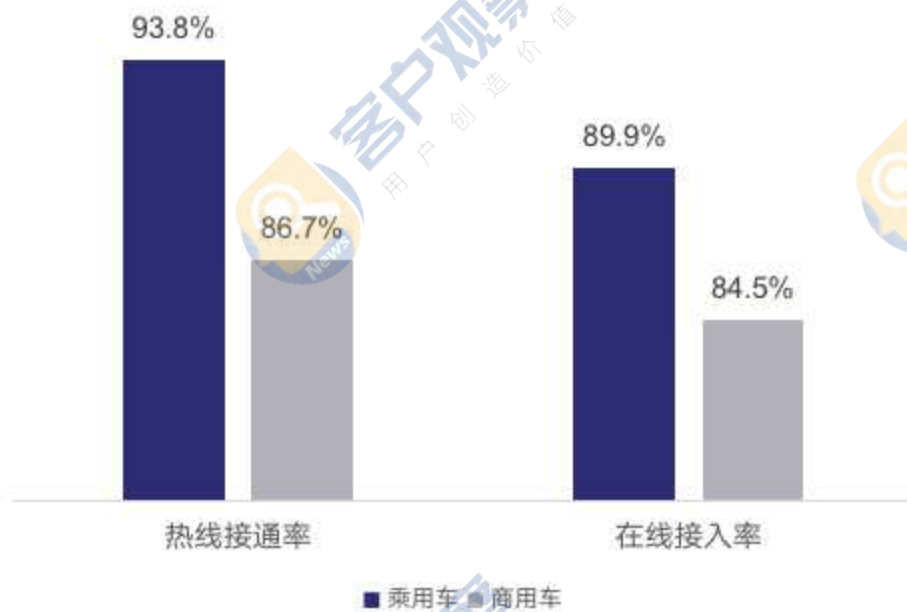
在线排队时长



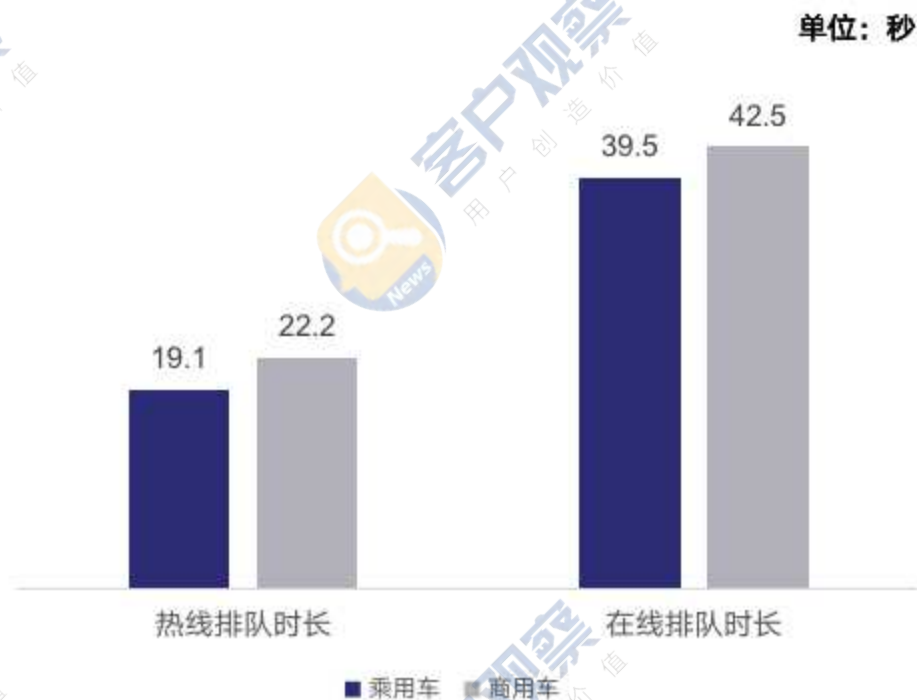
分维度解析-快速维度(25%)

- 在本次调研中，乘用车人工服务接通率达90%或以上，在这项指标上明显高于商用车，而在人工服务排队时长上，热线排队控制在20秒左右，在线排队控制在40秒左右，乘用车和商用车差异不大。

人工服务接通率



人工服务排队时长

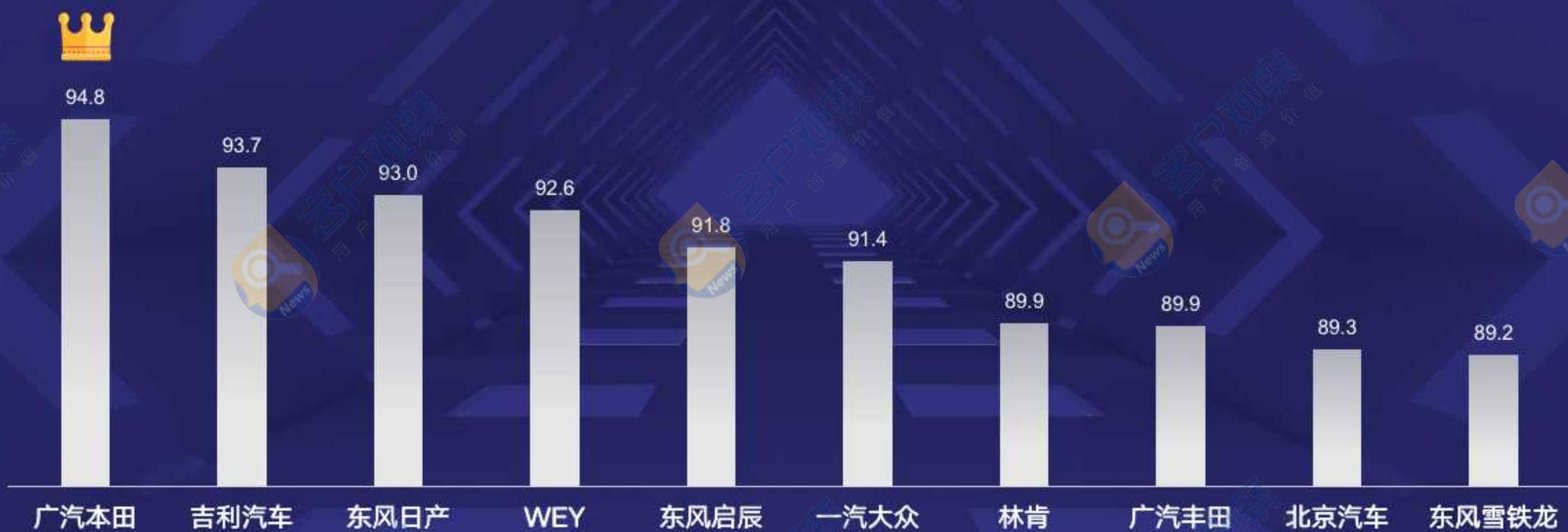




快速维度体验排名

快速体验TOP品牌

乘用车快速体验TOP10品牌



快速体验TOP品牌

商用车快速体验TOP5品牌





PART 2

服务体验指数各维度数据解读 可靠&尊享维度



当客服人员为客户解决问题和提供服务时，是否能让客户感觉满意？

——可靠&尊享维度主要评价客服人员服务过程的解答质量和服务品质

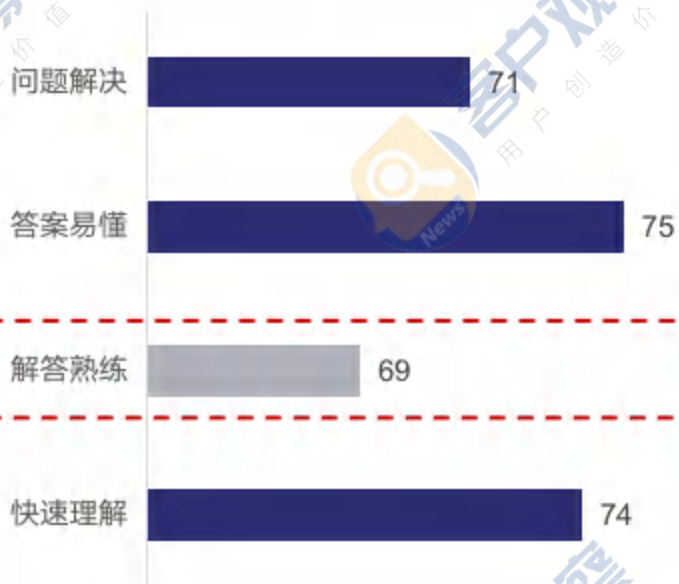


分维度解析-可靠维度(25%)

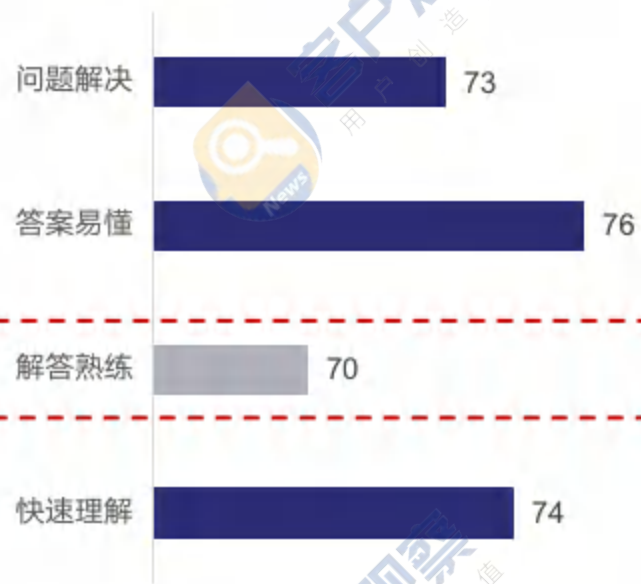
- 在解答质量上，答案易懂、快速理解上满意度较高，解答熟练满意度最低，人工客服在业务熟练度上提升空间较大；商用车整体得分明显低于乘用车，除了快速理解以外，其他三项体验项得分都明显比乘用车低，商用车需更加努力提升问题解答整体质量。



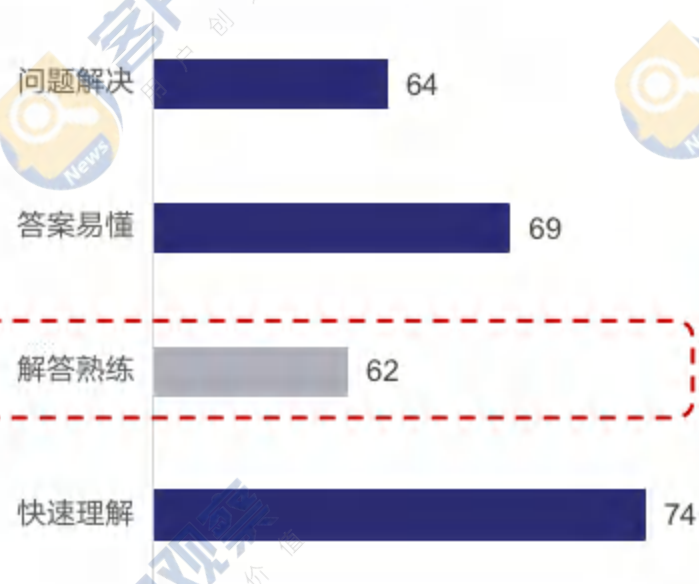
行业总体得分：72



乘用车得分：74



商用车得分：65



分维度解析-尊享维度(25%)

- 整体来看，礼貌、耐心服务体验项得分较高，说明人工客服服务态度较好，但在关怀、主动服务上得分较低，这两项需要客服具备更好的服务意识和技巧，还有待提高。
- 商用车四项得分均低于乘用车，需更重视提升服务过程品质。



行业总体得分：74



乘用车得分：76



商用车得分：65

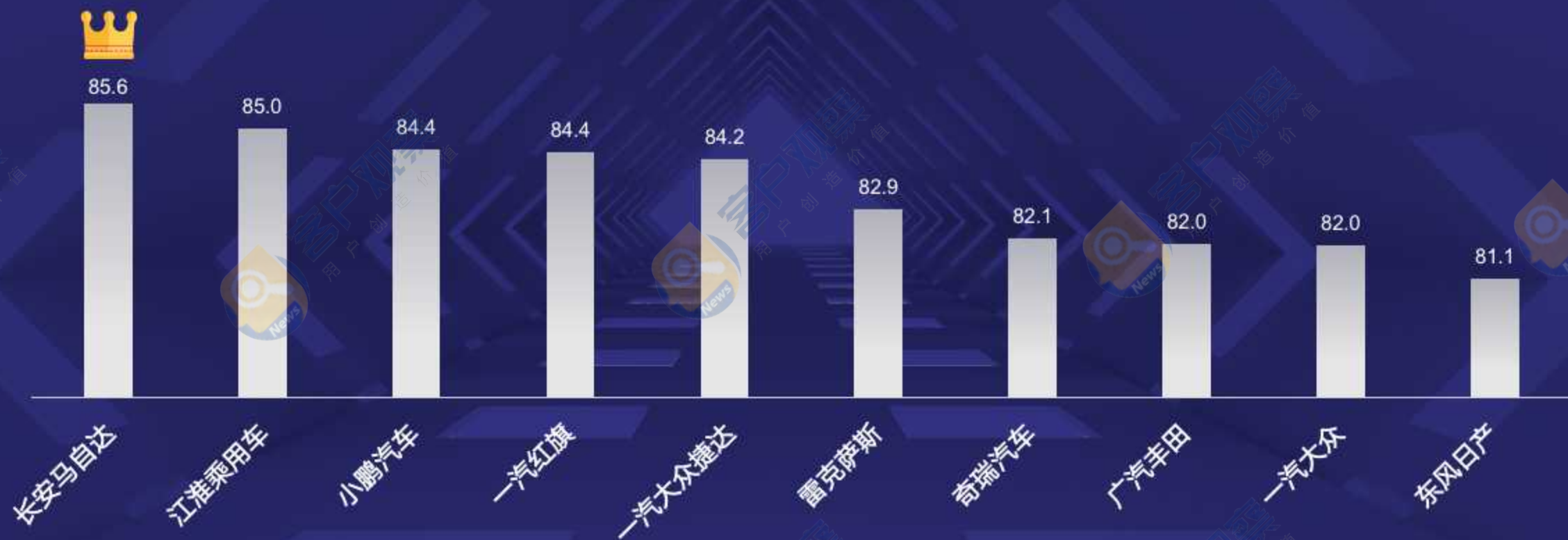




可靠&尊享维度体验排名

可靠&尊享体验TOP品牌

乘用车可靠&尊享体验TOP10品牌



可靠&尊享体验TOP品牌

商用车可靠&尊享体验TOP5品牌



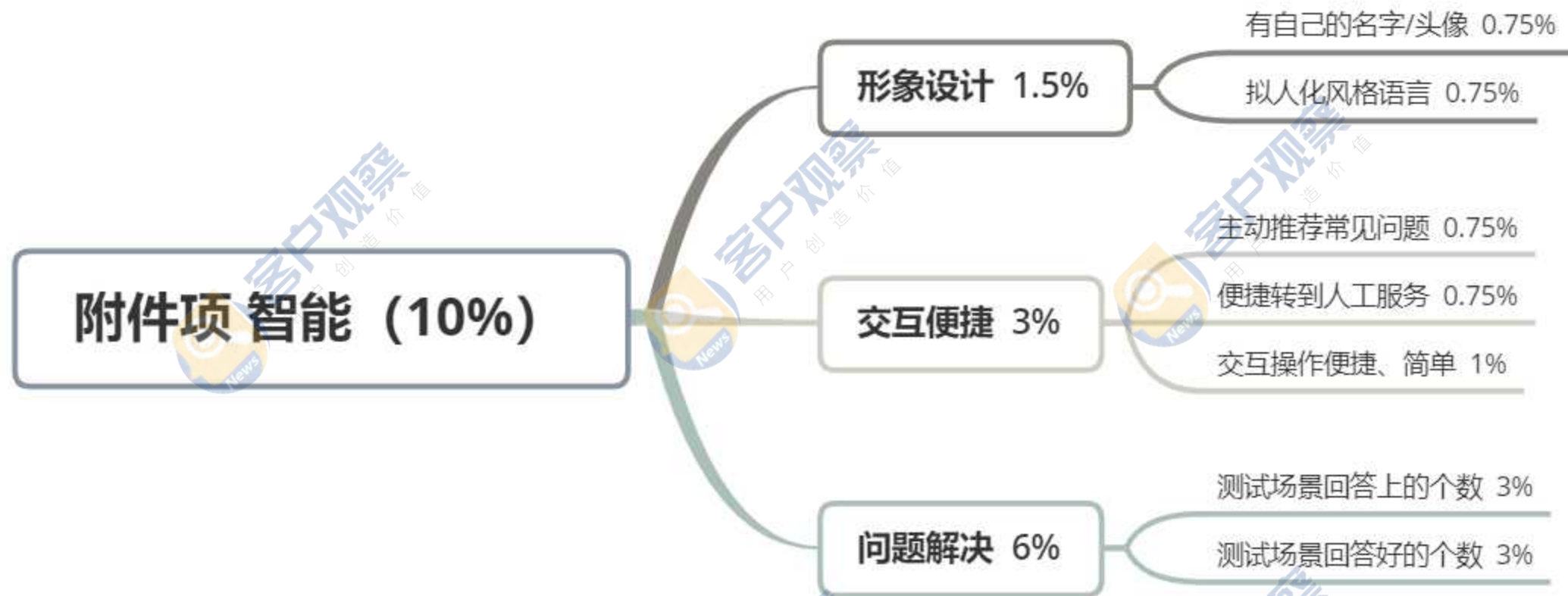


PART 2

服务体验指数各维度数据解读 附加项 智能维度



当客户想体验AI服务时，是否有趣、易用、管用？



分维度解析-附加项 智能维度(10%)

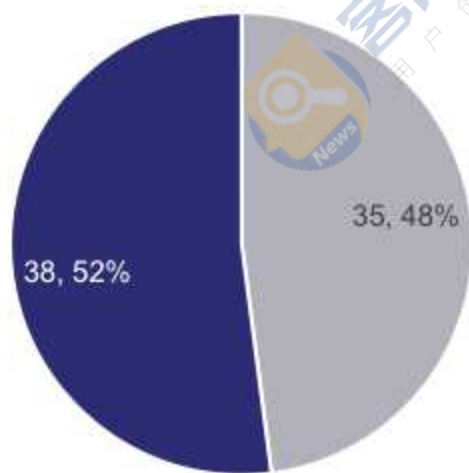
- 在本次调研中，行业智能机器人覆盖率为约52%，有一半以上车企品牌都已上线智能机器人，大部分机器人形式为在线文字机器人，有少量车企品牌上线了IVR语音机器人。

智能机器人覆盖率



行业总体

N=73

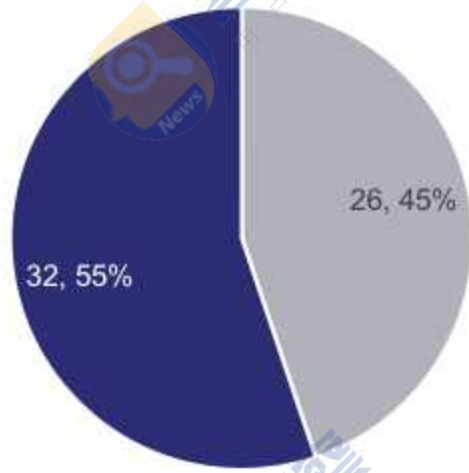


■ 无智能机器人 ■ 有智能机器人



乘用车

N=58

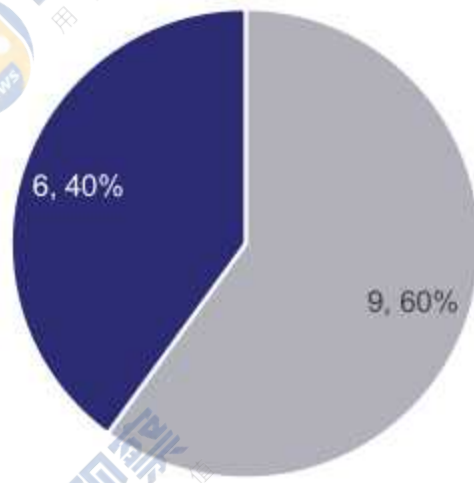


■ 无智能机器人 ■ 有智能机器人



商用车

N=15

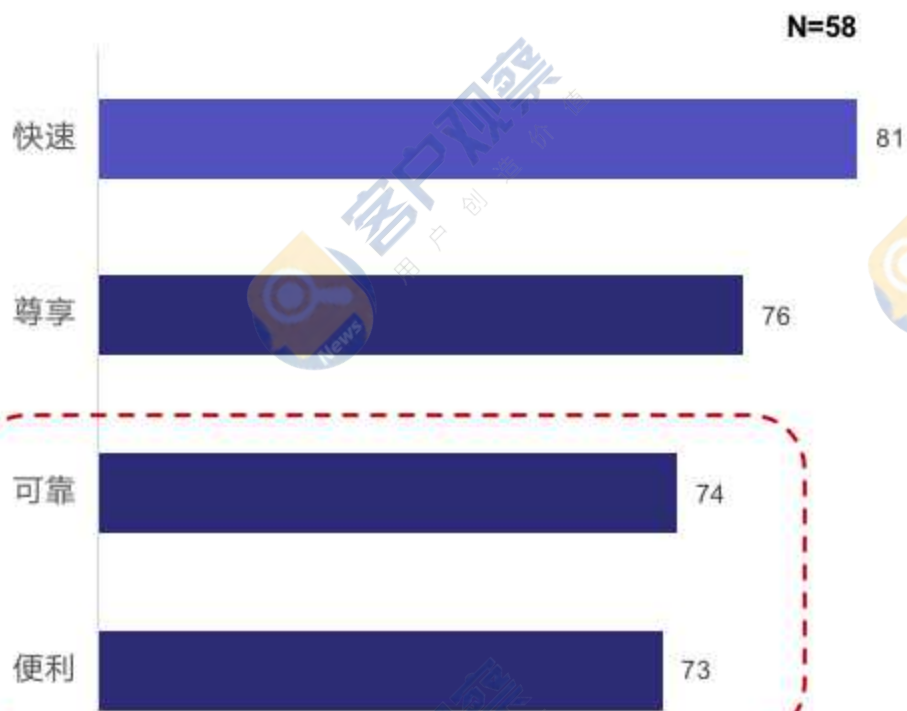


■ 无智能机器人 ■ 有智能机器人

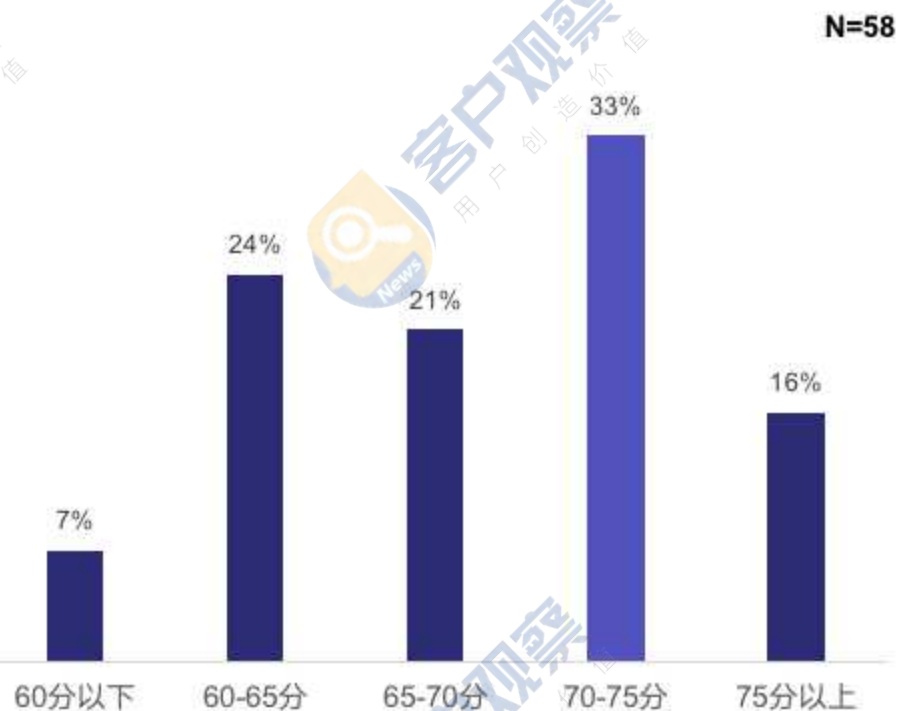
调研整体情况-乘用车整体情况

- 乘用车各维度得分中，快速得分最高，可靠和便利得分较低，各品牌得分在70-75分区间最多，有少部分品牌未达到60分。

乘用车各维度得分



乘用车得分区间分布

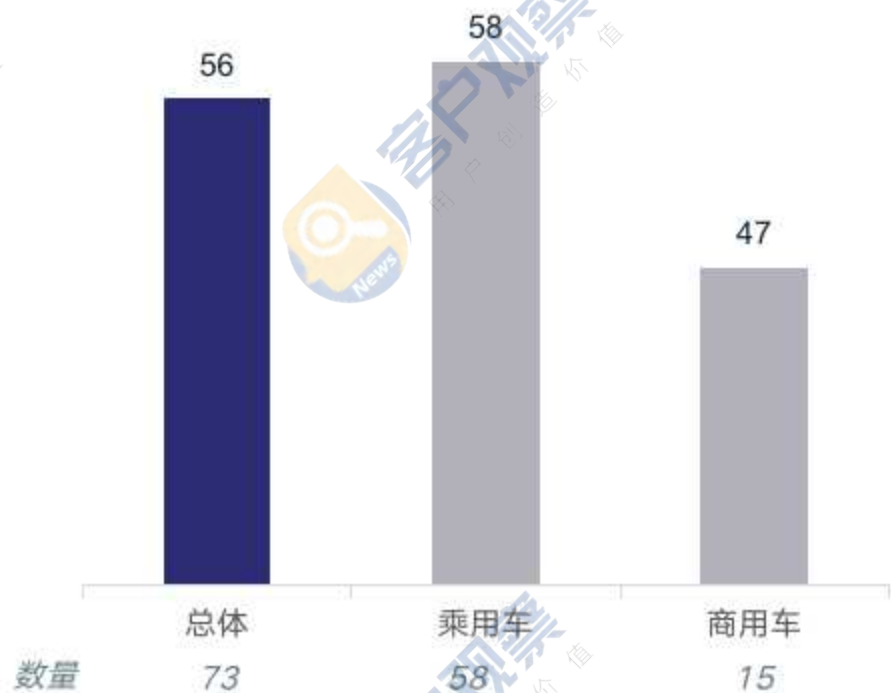


*满分为90分

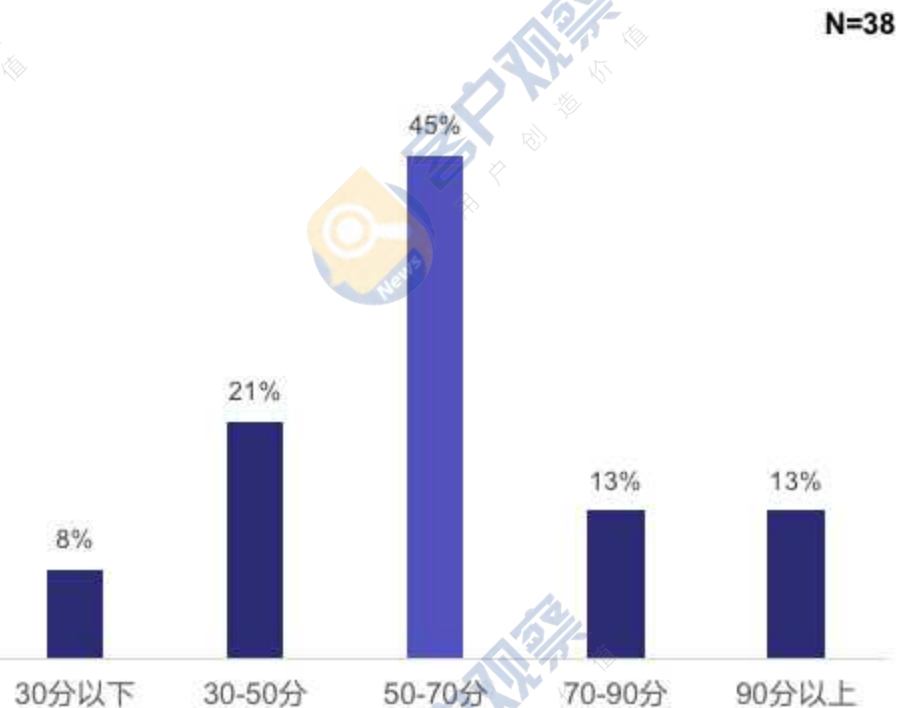
分维度解析-附加项 智能维度(10%)

- 智能维度整体得分为56分，乘用车得分明显高于商用车，各品牌得分主要集中在50-70分区间，有13%的品牌得分达到90分以上，整体智能体验较好。

智能体验得分情况



智能体验得分区间分布

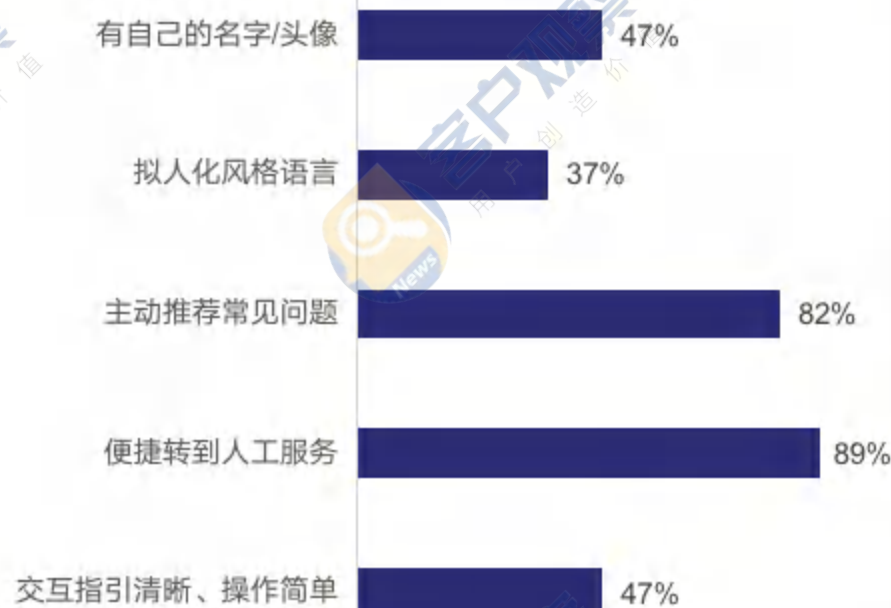


*以上均为具有智能客服的品牌的统计数据

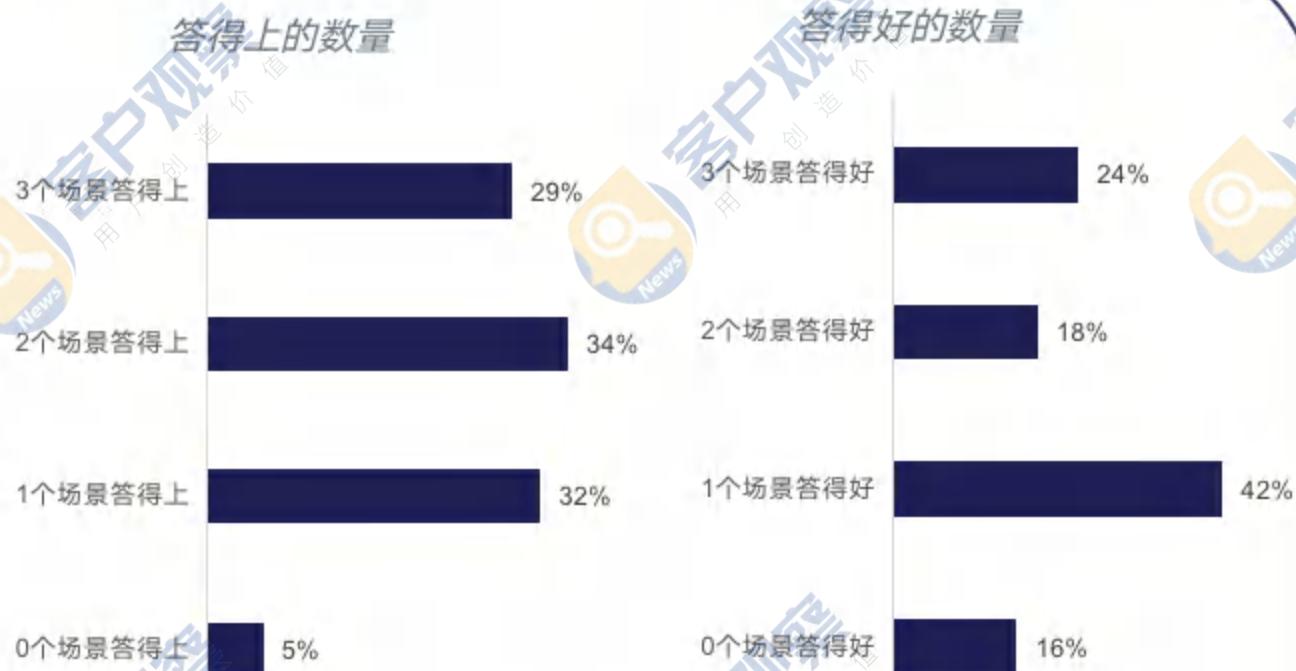
分维度解析-附加项 智能维度(10%)

- 在形象设计和交互便捷方面，目前大部分机器人都会主动推荐常见问题和能便捷转到人工服务，但在机器人的形象设计、交互操作方面还有提升空间，使得与机器人的互动趣味性较少和使用费力度较高。
- 而在问题解决方面，有32%的智能客服只能回答上1个场景，而只有1个场景答得好的比例为42%，在问题解决质量上行业内差异较大。

形象设计&交互便捷



问题解决



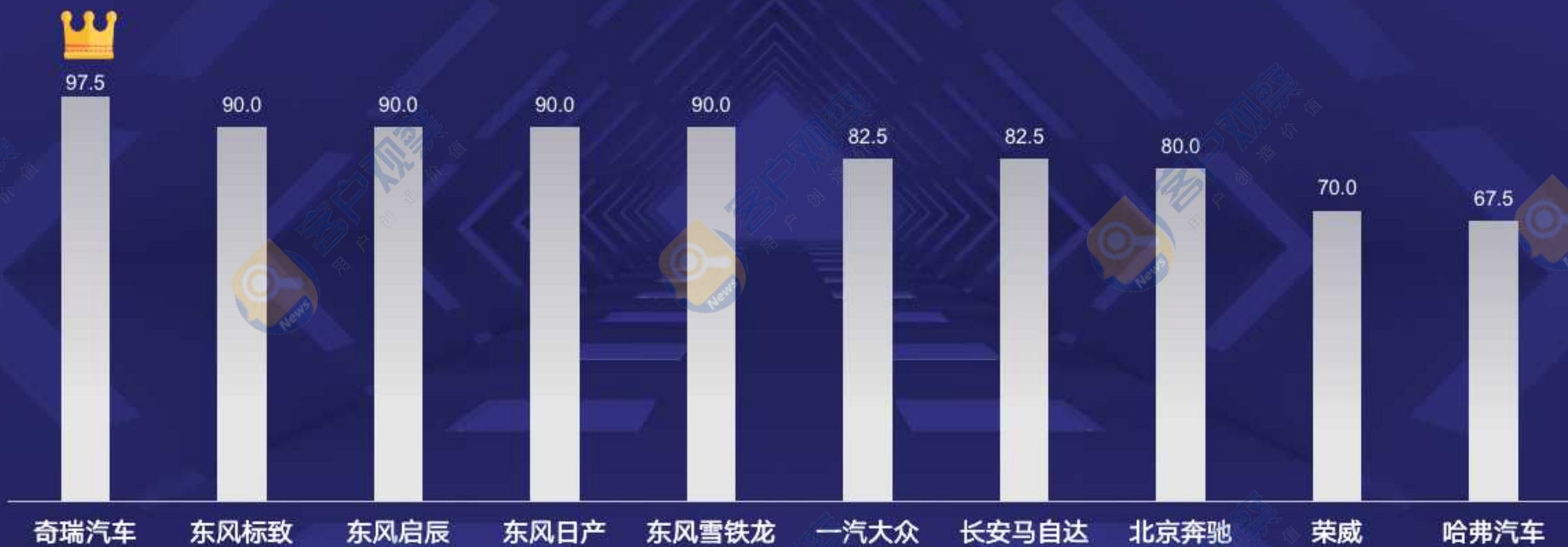
*以上均为具有智能客服的品牌的统计数据



智能维度体验排名

智能体验TOP品牌

乘用车智能体验TOP10品牌



智能体验TOP品牌

商用车智能体验TOP5品牌





目录

■ 01 调研背景

■ 02 调研目的及方法

■ 03 调研数据结果解读

- PART 1 调研整体情况
- PART 2 调研各维度情况

■ 04 服务体验指数TOP品牌



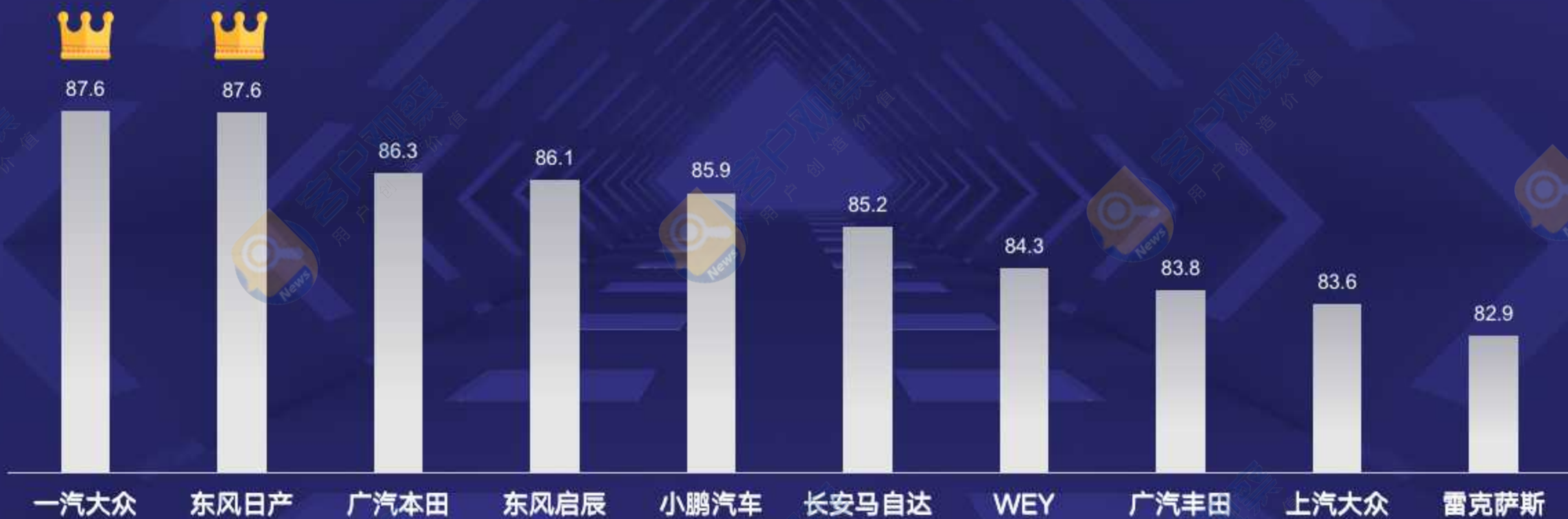


服务体验指数TOP品牌

——不含附加项

服务体验指数TOP品牌

乘用车服务体验指数TOP10品牌



- 一汽大众、东风日产共同并列第一

服务体验指数TOP品牌

商用车服务体验指数TOP5品牌



83.8

宇通客车

78.6

五菱汽车

76.4

北汽福田

70.2

郑州日产

69.7

陕重汽



感谢观看