

中国SaaS客服市场专题研究报告2015

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



● 市场定义

本研究所定义的SaaS客服市场是指以云服务形式，向企业提供一体化客服解决方案的客服厂商市场，主要包括语音呼叫中心、网页端客服、移动端客服、社交媒体客服等客服形式。

● 研究内容

本报告主要研究了中国SaaS客服市场的发展背景和发展现状，着重对中国SaaS客服市场典型厂商以及其业务模式进行分析，并对SaaS客服市场的未来发展趋势进行了预测。

目录

1

中国SaaS客服市场发展现状

2

中国SaaS客服市场未来发展趋势

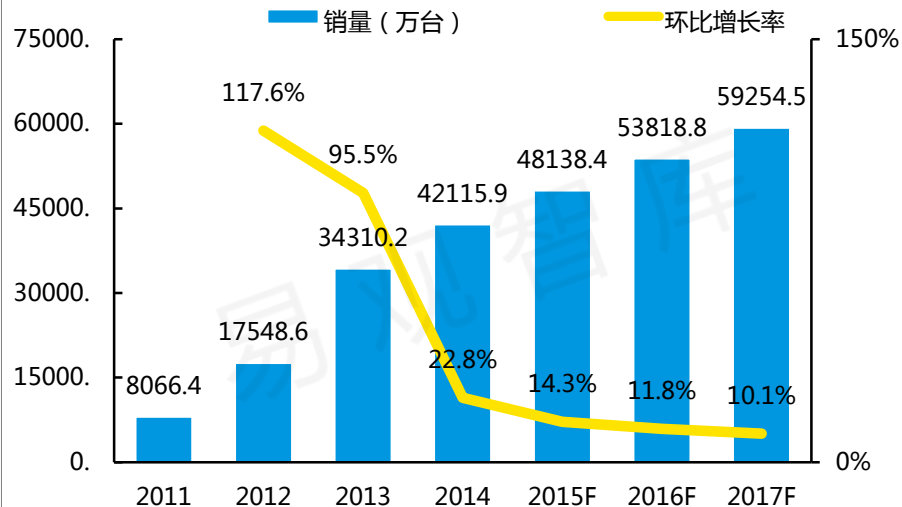
3

代表厂商分析



中国移动设备及移动互联网用户持续增长

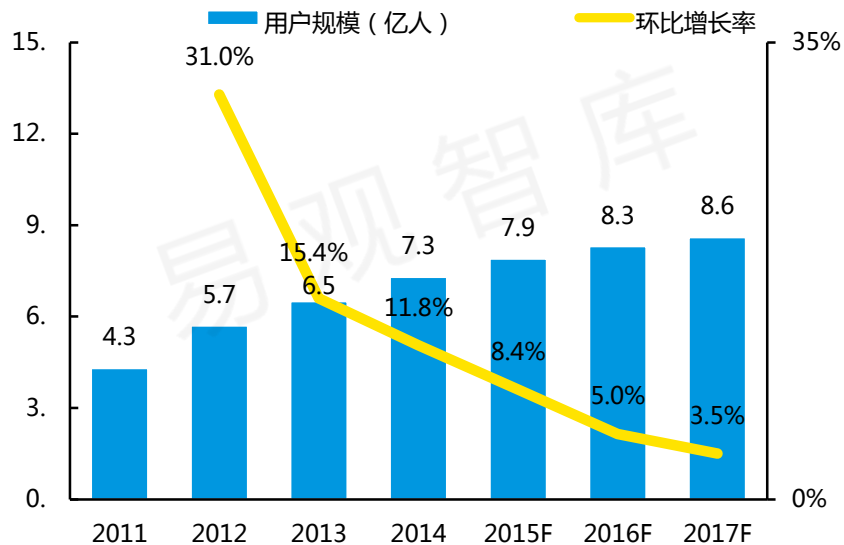
2015-2017年中国智能手机销量预测
(不含水货及山寨机)



© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

2015-2017年中国移动互联网用户规模预测

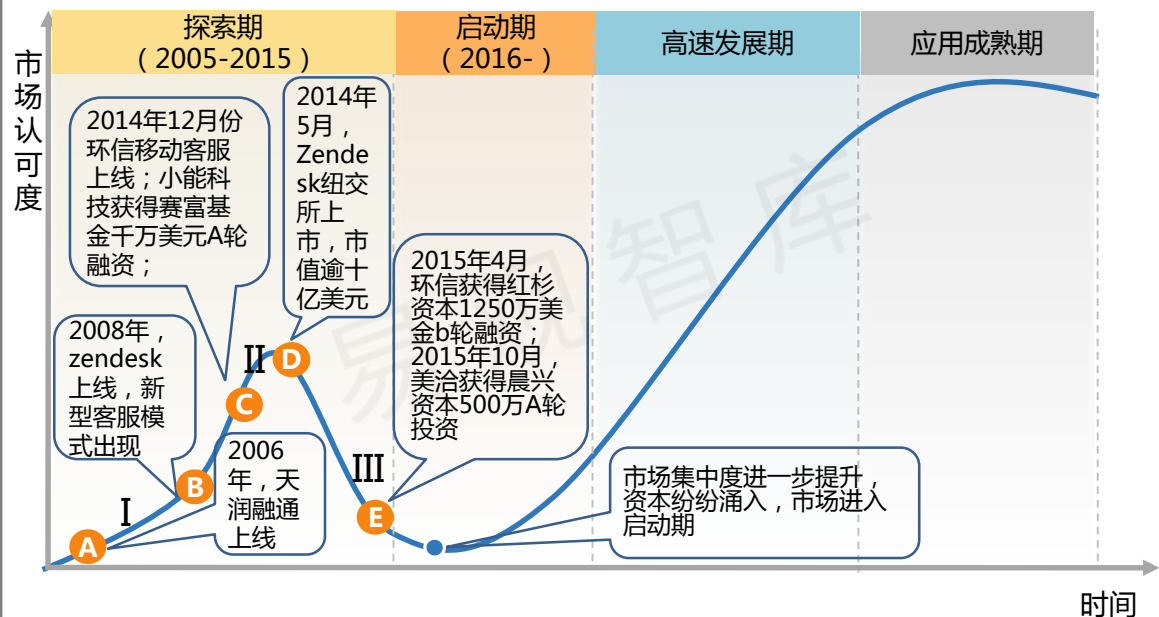


© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

经历十年发展沉淀，SaaS客服市场进入启动期

中国SaaS客服市场AMC模型

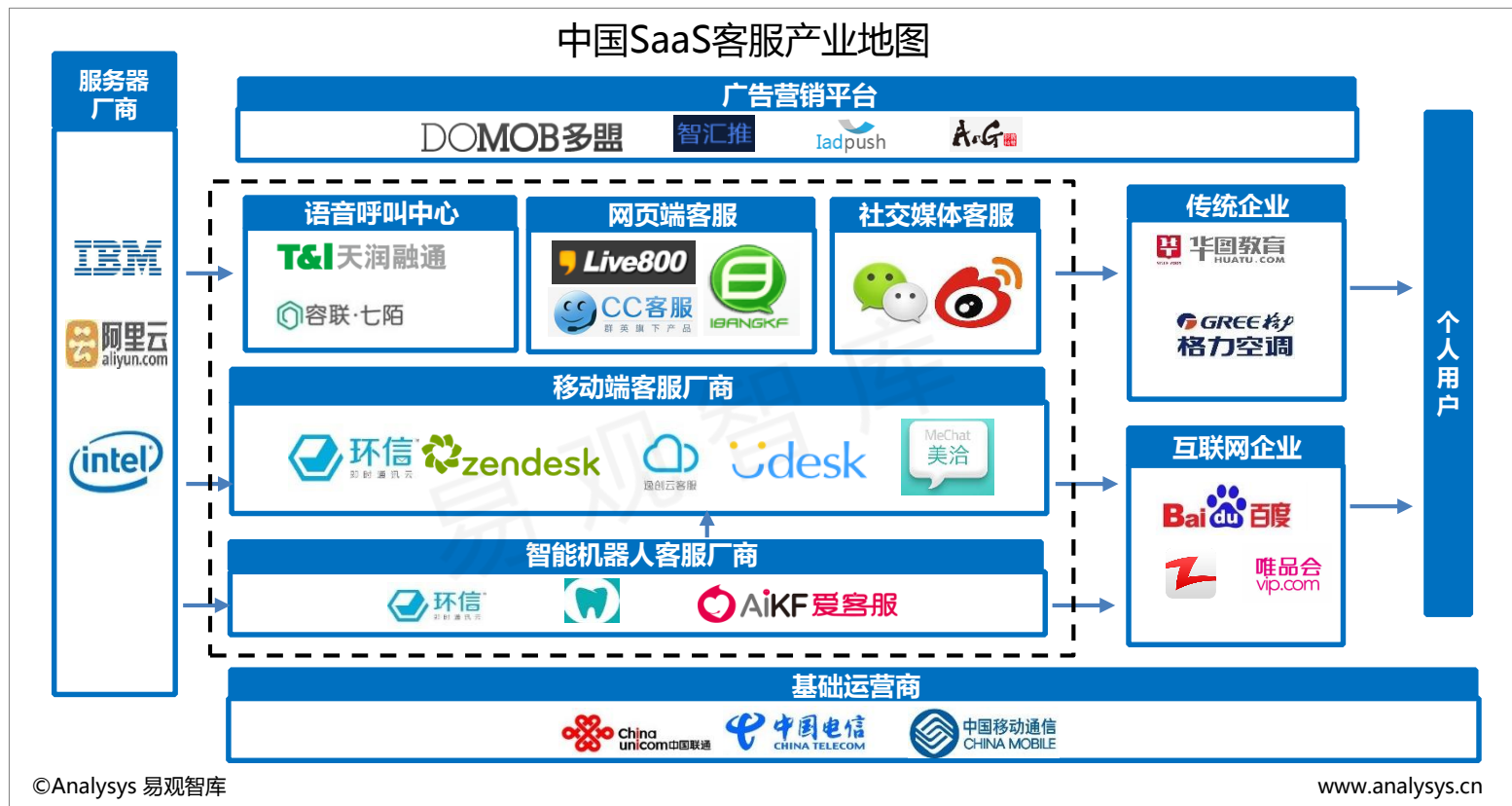


©Analysys 易观智库

www.analysys.cn

- 自2006年起，就有企业提供SaaS客服，主要提供语音呼叫中心客服和网页端客服，探索期前期发展缓慢；
- 随着移动互联网的发展，专门为移动端提供SaaS客服的厂商纷纷崛起，促进了SaaS客服领域的高速发展；
- 自2014年以来，SaaS客服领域吸引了大量的投资者，促进了更多的客服提供厂商进入市场；
- 2016年开始进入市场启动期。

SaaS客服包括语音呼叫中心、网页端客服、社交媒体客服、移动端客服和智能机器人客服



P（政治因素）

- 2015年9月，国务院常务会议决定设立总规模为600亿元的国家中小企业发展基金，政府对中小企业发展持鼓励态度。
- 国家将“互联网+”提升为国家意志，传统企业加快互联网化进程，对SaaS客服的需求激增。

S（社会因素）

- 消费态度逐渐转变，消费者对服务态度、客服体验要求越来越高。
- 消费者消费习惯开始转变，线上咨询、购买等行为逐渐，线下消费与线上消费结合，O2O呈井喷式发展。

SaaS客服 市场

E（经济因素）

- 2014年全年国内生产总值636463亿元人民币，较上年增长7.4%。
- 2014年中国互联网上网人数达6.49亿人，其中手机上网人数5.57亿人，互联网普及率达到47.9%。

T（技术因素）

- 中国基础移动网络速度提升。
- 中国智能手机用户渗透率提升。

传统客服在渠道、成本、效率、体验等方面面临困境

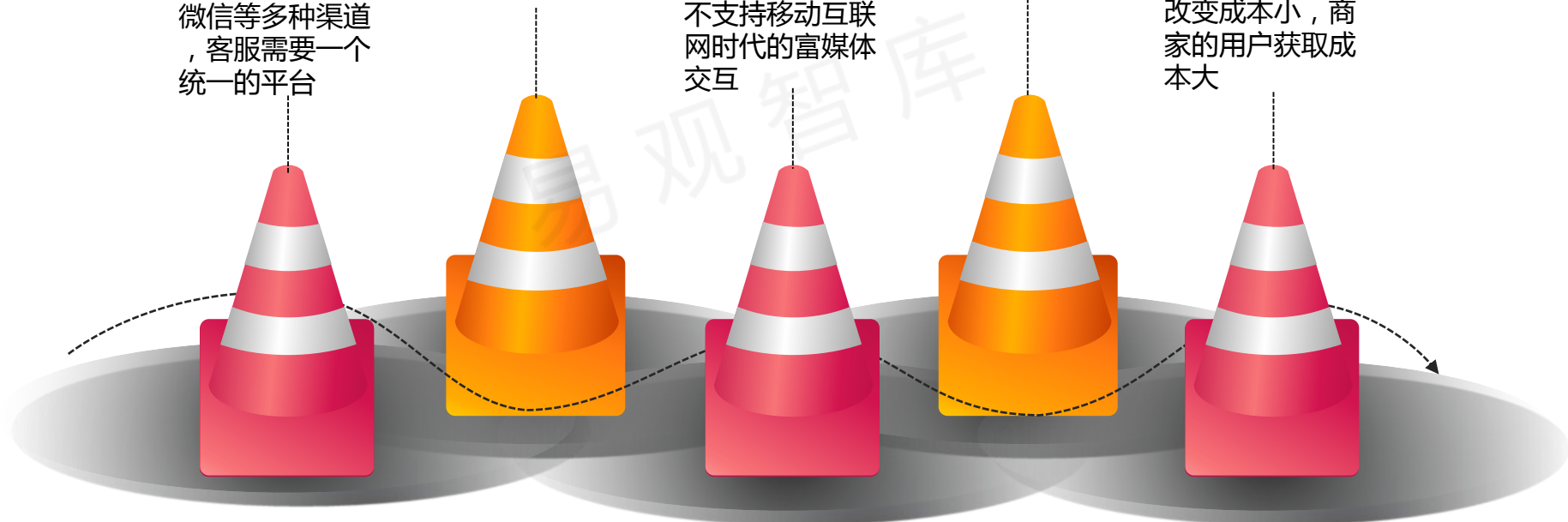
渠道杂：用户的需求可能来自于电话、App、智能硬件设备、微博微信等多种渠道，客服需要一个统一的平台

成本高：海量用户突发集中访问服务，难保客服质量

效率低：传统工单不实时，电话只能一对一，且不支持移动互联网时代的富媒体交互

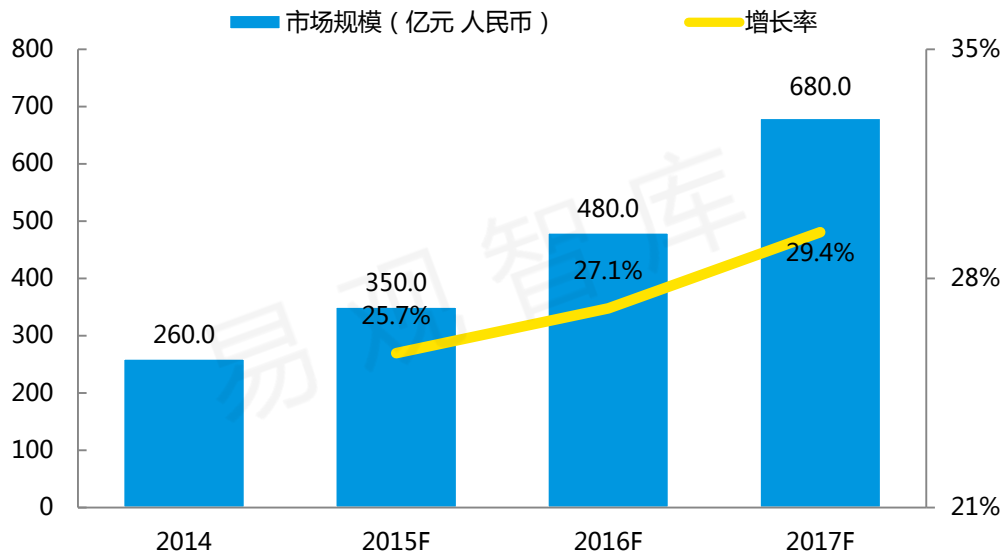
弱网络：移动网络环境复杂，断网、网络切换等情况时有发生，导致沟通不畅、信息丢失

体验差：移动互联网时代用户的改变成本小，商家的用户获取成本大



2017年SaaS客服市场规模将达到680亿元人民币

2015-2017年SaaS客服市场规模预测



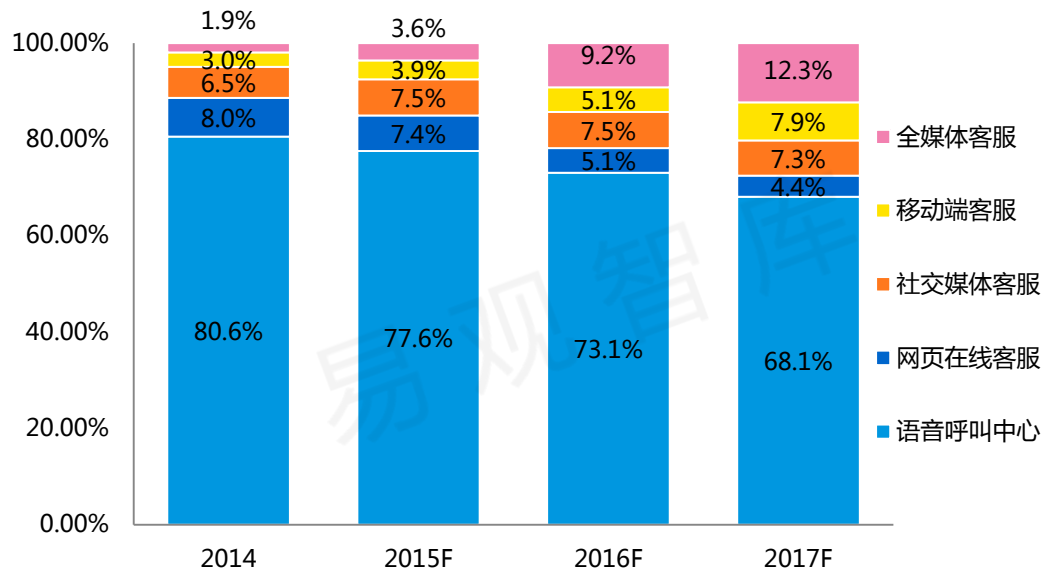
- 2014年，中国SaaS客服市场规模为260亿元，2015年预计将达到350亿元，年增长率约为22.4%。
- 预计到2017年，中国SaaS客服市场交易规模将增长至680亿元人民币，并将继续保持快速增长。

SaaS客服产品形态随着市场与技术的变化不断发展演进

客服产品	促进因素	用户选择	市场现状
语音呼叫中心	<ul style="list-style-type: none"> 最为传统的客服形式，市场成熟 适用于大多数产业业务模式，市场需求大 	<ul style="list-style-type: none"> 采购成本和使用成本用户最为关心 	<ul style="list-style-type: none"> 占据整个客服市场大部分市场份额
网页端客服	<ul style="list-style-type: none"> PC时代互联网的发展和普及 	<ul style="list-style-type: none"> 成本低廉、销售网络增值服务 	<ul style="list-style-type: none"> 市场趋于饱和，受消费者上网习惯的改变和移动端客服发展影响，市场份额逐渐萎缩
社交媒体客服	<ul style="list-style-type: none"> 以微信为代表的各类社交媒体的发展 	<ul style="list-style-type: none"> 应答速度等 	<ul style="list-style-type: none"> 技术实现难度较小，且需求客户多为中小型客户，尚未有规模企业出现
移动端客服	<ul style="list-style-type: none"> 移动互联网崛起，用户的客服行为向移动互联网转化 	<ul style="list-style-type: none"> 接入方便、稳定、成本低廉等 支持多种应答方式 	<ul style="list-style-type: none"> 市场仍处于起步期
全媒体客服	<ul style="list-style-type: none"> 新兴客服形式，支持多种客服交互方式 	<ul style="list-style-type: none"> 接入方便、稳定、成本低廉等 多种接入媒体和渠道 	<ul style="list-style-type: none"> 预计2016年，客户服务中心将全面转型为全媒体客服，即呼叫中心+网页在线客服+社交媒体客服+移动端客服

SaaS客服市场语音呼叫中心市场占比逐年萎缩，全媒体客服与移动端客服市场份额持续增长

2015-2017年中国SaaS客服市场占比预测



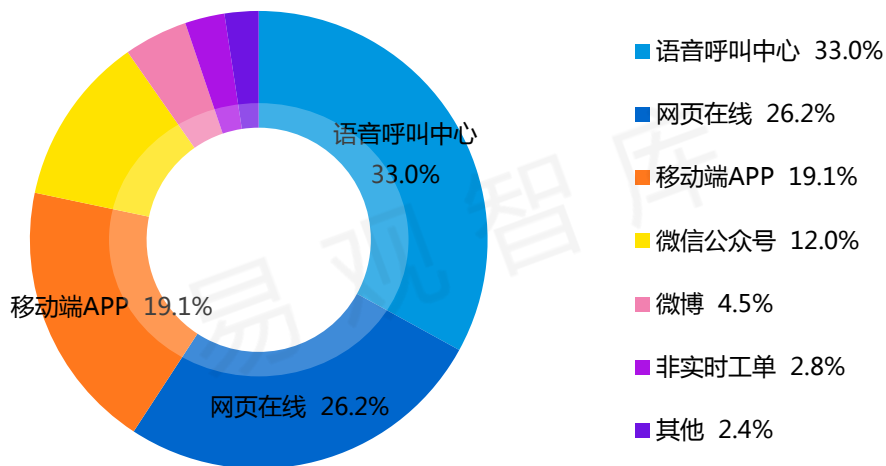
© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

- 2014年，语音呼叫中心占整体SaaS客服市场80.6%的市场份额，网页端客服占8.0%的市场份额，移动端客服占3.0%的市场份额。
- 随着移动互联网的发展，移动端客服和全媒体客服表现逐年激增，表现出强劲的市场增长趋势。
- 预计2017年移动端客服将占整体SaaS客服市场7.9%的市场份额，全媒体客服将占据市场12.3%的市场份额。

呼叫中心仍是互联网用户最偏好的客服形式，移动端客服、微信公众号等客服形式市场潜力强劲

互联网用户偏好客服形式类型

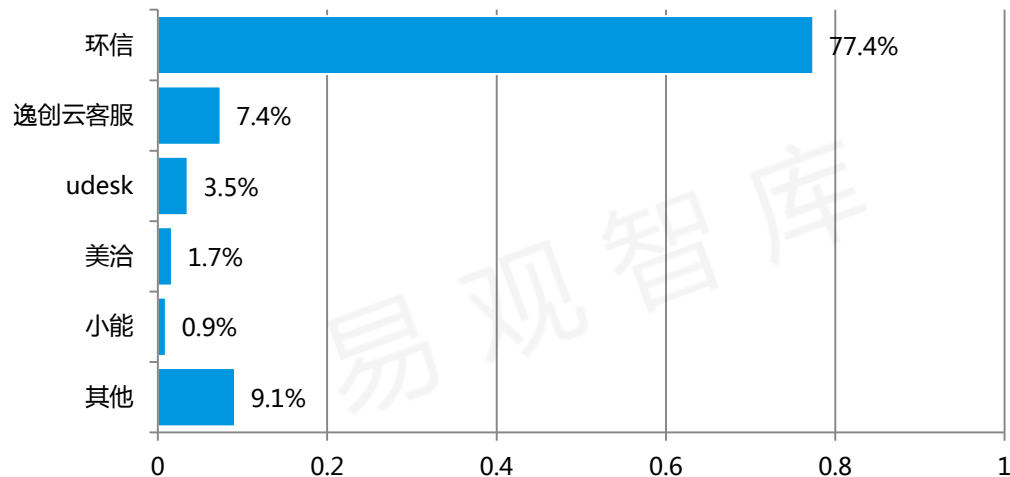


数据来源：基于环信客户需求调研，有效样本数量491。

- 用户调研数据显示，呼叫中心仍受33.0%的消费者偏好；
- 约三分之二的客户偏好网页端、移动端、微信公众号、微博等互联网渠道客服类型；
- 用户的需求与目前市场上的客服形式类别中存在一定的供给空白，新型客服形式具有强劲市场发展潜力。

主要SaaS移动端客服厂商用户覆盖占比

2015年第3季度主要SaaS移动端客服厂商用户覆盖



数据说明：整理各厂商公开客户资料，选择其中有客服入口的APP，统计使用其移动端客服产品的APP活跃用户数，取各家厂商用户数排名前五的APP，计算各厂商移动端客服产品用户覆盖占比。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

- 截至2015年第3季度，环信移动客服用户覆盖占比为77.4%，逸创云客服用户覆盖占比为7.4%，udesk用户覆盖占比为3.5%。
- 目前来看，SaaS移动端客服市场集中度仍然较高。

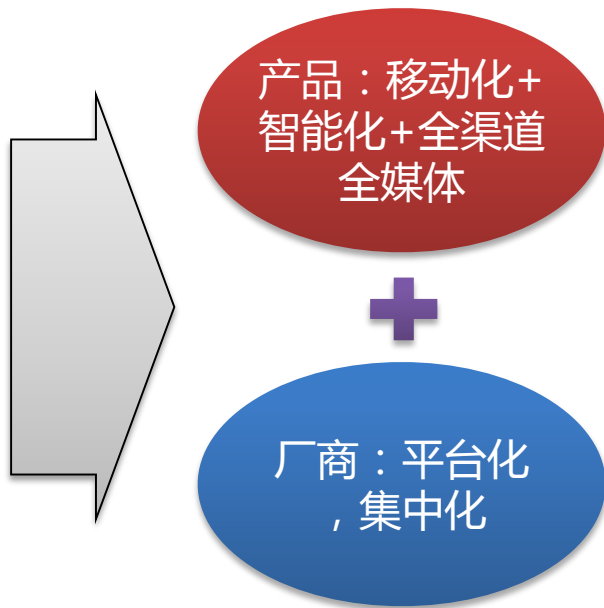
1 中国SaaS客服市场发展现状

2 中国SaaS客服市场未来发展趋势

3 中国SaaS客服代表厂商分析

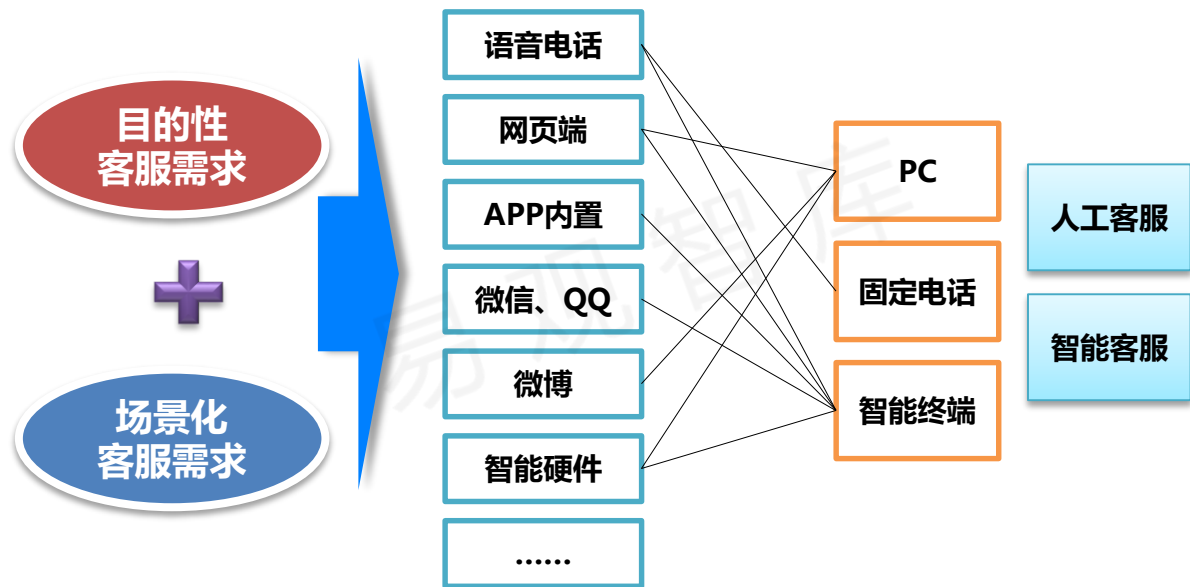


消费者、企业以及SaaS客服服务提供商共同推动中国SaaS客服市场发展



消费者的客服需求将更多的来自移动端，客服需求渠道将更加多元化

消费者客服需求分为目的性客服需求和场景化



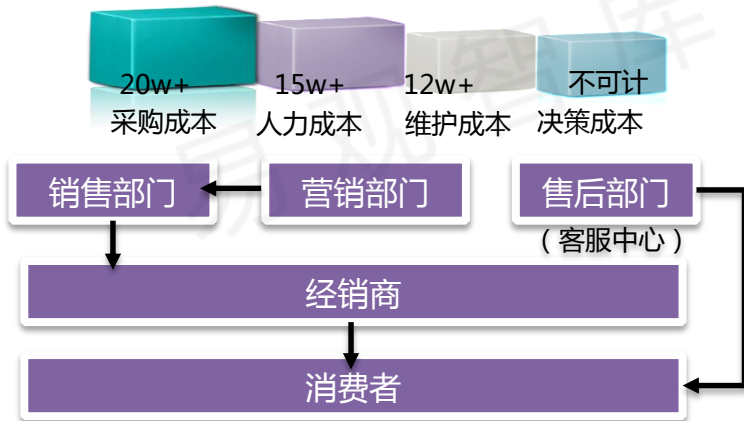
- 消费者对客户服务的需求越来越多的体现在移动设备上，消费者客服需求将更多的来自移动端；
- 随着移动端消费行为的进一步巩固，移动端客服将成为趋势；
- 移动端客服具有可满足实现各种沟通交互方式，实用便捷，对话无延迟等优点，随着移动终端的普及和移动互联网用户用户习惯的养成，客服需求将表现为向移动端迁移；
- 客服需求渠道将更加多元化，对厂商的客服统一化、平台化提出要求。

客服中心由企业成本中心向盈利中心转变，承担起更多的营销、销售职责

成本中心

- 以客服工单为主要客服形式的客服中心业务，客服主要承担售后职能，职能隔离
- 与客户的沟通关系处于被动
- 客服系统建设成本高

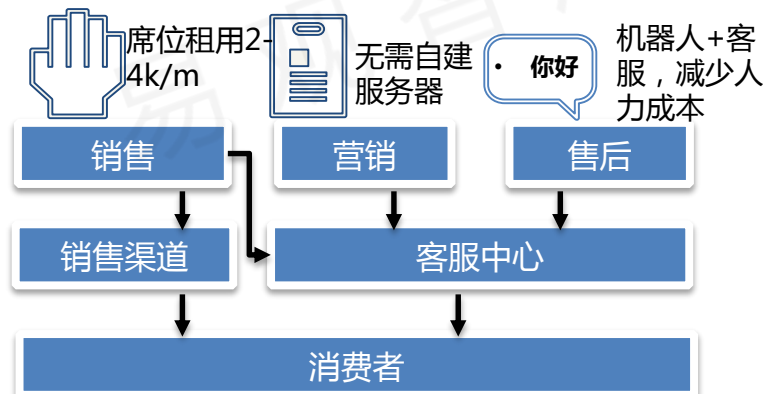
传统客服系统使用成本



盈利中心

- 客服成为互联网时代用户和企业的第一连接点，承担起更多客户关系维护，二次销售，市场营销职能
- 不再简单承担售后服务职能，直接参与营销、销售等企业盈利业务

SaaS客服使用成本



企业对SaaS形式的客服系统的需求增加，云服务形式有利于降低购买成本与维护成本

企业对SaaS形式的客服系统需求增加

部署
简单



- SaaS客服部署简单，企业毋须购买服务器等硬件设备，也不必投入大量精力用于建设维护，降低企业客服部门购买和使用成本。

按需
付费



- SaaS客服采用云服务形式，企业可按自身业务需求对网络资源进行租用，帮助企业物尽其用，减少企业购买网络资源的沉没成本。

弹性
扩容



- SaaS客服可实时动态调配网络资源，相较于传统语音中心，可实现弹性扩容。

席位
灵活



- SaaS客服售价较低，企业的采购成本较低；
- 企业具有更灵活的席位购买权限，可以根据自己业务需求席位购置，释放企业现金流；
- 智能机器人客服帮助降低客服人工成本。

客服渠道向移动化、全渠道全媒体方向发展

移动互联网发展

移动互联网的发展使得用户的客服需求：由目的型客服需求逐渐向场景型客服需求发展

移动端

- 随着移动互联网的发展，移动端设备成为客服信息的主要来源



全渠道全媒体

- 富媒体：客服需求信息形式由原先的语音逐渐向文字、图片、视频等富媒形式发展
- 全渠道：随着客服场景的发展，客服信息的渠道不再局限于电话语音、网页等，APP、社交媒体、其他智能硬件等渠道也成为客服需求渠道

技术要求

通讯连接技术升级

系统架构开放

富媒体信息处理

客服市场厂商产品功能向开放架构、智能化和具备高并发能力的方向发展

智能化

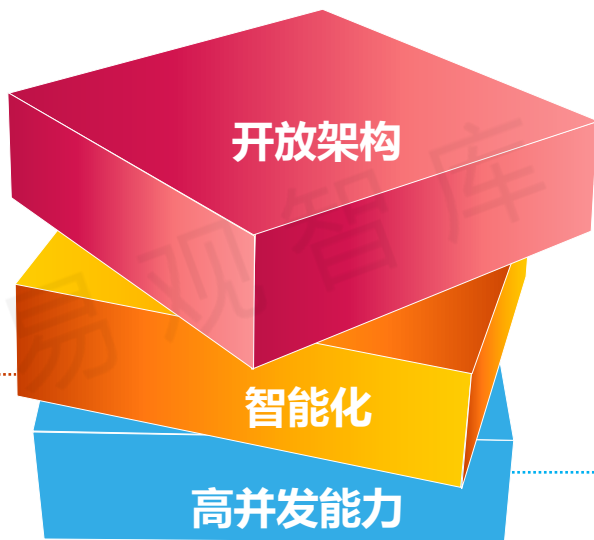
- 以大数据为支撑的，基于关键词、ID、路径等方式进行客服需求的智能分配，提升客服信息的处理效率。
- 智能机器人的运用将大大减少企业的客服人力资本投入。
- 拟人化客服，需要大量的客服场景积累和智能技术支持，为SaaS客服未来的发展方向。

开放架构

- 客服需求渠道的发展需要客服系统具备可接入全渠道的开放架构。
- 企业业务线更新换代速度提升，开放式客服平台架构帮助企业可快速适应客服渠道升级更新。

高并发能力

- 随着移动互联网的发展，O2O、在线消费等消费方式呈现井喷式发展，客服系统需要高并发能力应对。



客服市场厂商呈现集中化和平台化的发展趋势



✓SaaS软件产品标准化程度高，单个用户服务成本低，规模化优势明显。将导致大批销售安装型软件的传统中小型客服软件厂商失去竞争力面临威胁。市场份额出现向少数几个领先厂商集中的趋势。

✓领先的厂商将通过PaaS平台来解决特定用户或特定行业的定制化需求，并通过PaaS平台打造由合作伙伴，集成商，开发者等多方参与者构成的平台型企业生态圈。

目录

- 1 中国SaaS客服市场发展现状
- 2 中国SaaS客服市场未来发展趋势
- 3 代表厂商分析





- 聚焦移动端客服，覆盖APP种类与C端用户数量庞大
- 移动端客服基于其成熟的即时通讯云平台，技术实力较强
- 全媒体客服产品较为成熟，智能机器人技术较为领先

- 采用的IM长连接技术实现难度大，运维成本较高
- 移动应用企业客服预算较低，客服产品定价较低

S
O 环信 W
T

- 未来的客服需求将更多的来自移动端
- 用户接入移动互联网的方式愈发多样化，全媒体客服逐渐成为市场主流

- 移动互联网厂商更新淘汰频繁，未来营销成本可能较高

环信以移动端客服，全媒体客服，智能机器人客服为核心切入点

实现技术

移动端客服IM长连接技术

全媒体客服接入技术

人工智能及机器问答技术

- 移动端客服依托其成熟的即时通讯云，APP可通过集成SDK的方式迅速实现APP的内置客服沟通功能；
- 全媒体接入保证用户可通过多种渠道获得服务；
- 智能机器问答技术显著降低客服坐席服务成本。

服务类型

移动端客服

全媒体客服

智能机器人客服

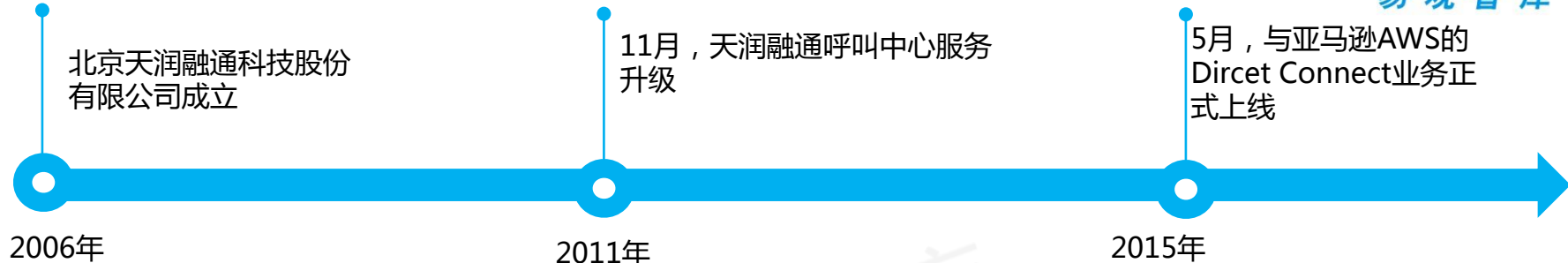
- 移动互联网时代用户大量向移动设备转移，移动端客服将成为主流服务渠道；
- 整合全媒体全渠道的客服沟通需求：客服沟通包括文字、语音、图片等多种媒体，包括语音呼叫中心，网页端，社交媒体，移动端APP等多种渠道；
- 机器人智能客服大量替代人工服务。

价格策略

坐席数量收费

- 以坐席数量进行收费，坐席低于两位以下免费。

天润融通



云呼叫中心

+

智能语音云

号码认证

语音导航

客户管理

质检监控

微信呼叫中心

语音验证码

自动语音预定

自动语音通知

APP回呼

卡券验证

- 具有十年语音客服中心研发、运营经验，在语音客服方面具有较强的技术经验和市场先发优势；
- 语音客服仍为企业最常采用的客服方式

- 仅在语音客服领域具有布局，语音客服市场发展缓慢，市场已经趋于饱和，需要开拓新的增长点
- 云呼叫中心的技术壁垒较低

S O 天润 W T

- 语音客服仍然是最主流的客服形势

- 语音客服发展区域稳定，移动客服将成为新的增长点

天润以呼叫中心为主要客服形式，依托网络交换机整合不同来源客服需求

实现技术

核心交换服务器

呼叫中心服务器

- PC端用户通过IP网络登陆企业官网预留电话号码后，客服人员通过呼叫中心外呼；
- 移动端用户通过移动网络接入客服页面，移动网络通过交换机进入固话网络，实现语音客服；
- 固话网络用户直接拨打客服热线，提供语音客服。

服务类型

客服中心

热线电话

- 号码和呼叫中心坐席整合，统一管理呼入、呼出，统一400号码接入，并根据各地市号码进行本地化运营；
- 坐席数量可根据业务进行调整；
- 提供客户优先级管理、预约回呼、统计报表等其他附加功能。

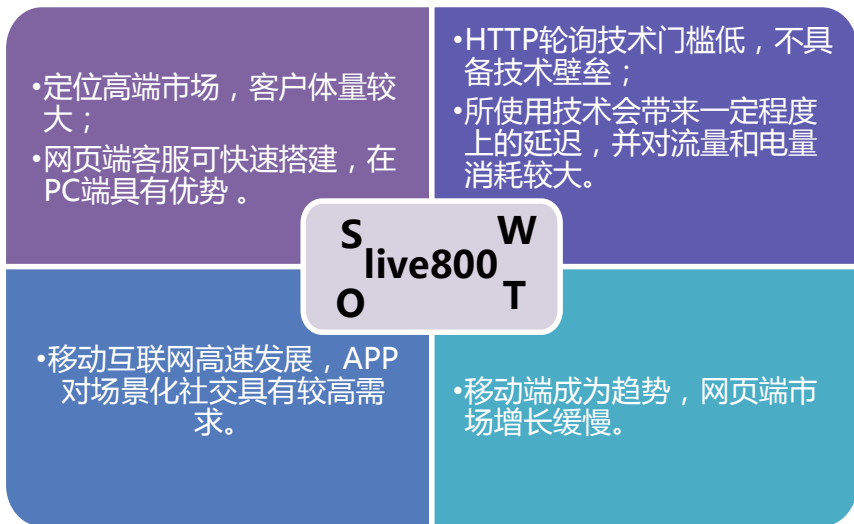
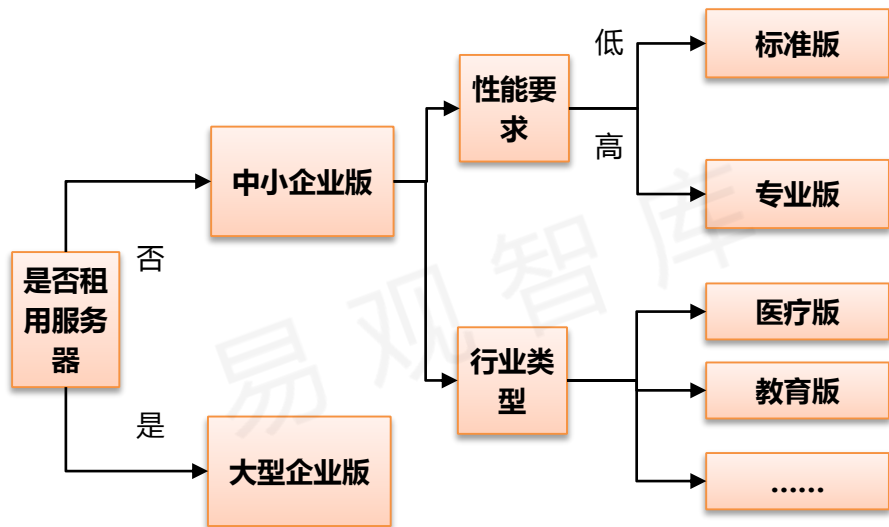
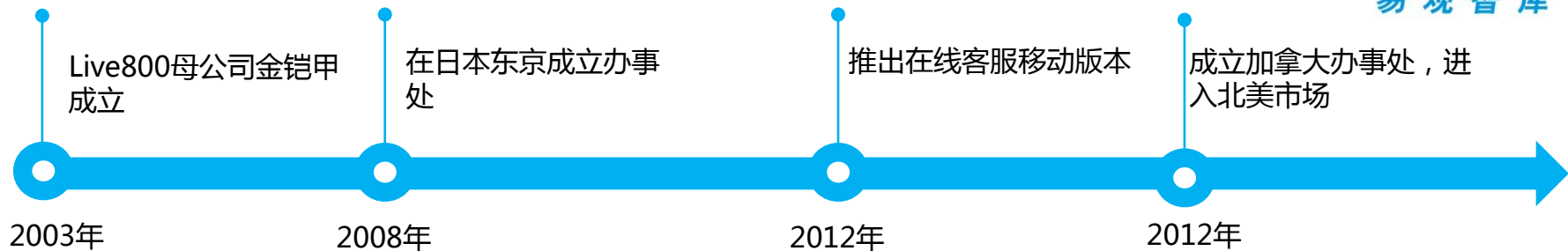
价格策略

坐席收费

话费

- 根据坐席数量收费；
- 根据呼入/呼出话费量免除相应坐席费用。

Live 800



Live800 根据企业用户行业与企业特点提供不同客服系统

实现技术

网络运营中心

HTTP轮询技术

- 全球7个网络运营中心，采用多网合一通道，保障在线客服沟通稳定性；
- 仅需将代码接入网站即可获得客服功能，便携快速。

客服产品

线上在线客服系统

数据管理系统

- 线上在线客服系统分为网页端、移动端等形式，可实现统一多渠道沟通、对话自动分配等功能；
- 数据管理系统包括订单数据系统、会员信息系统等；
- 客服产品可根据客户行业与企业特点进行个性化定制。

价格策略

坐席租用

服务器租用

- 根据客服系统的不同，客服坐席租用费用不同；
- 中小企业版客服产品价格比大型企业版产品低，专业版产品收费标准高于标准版产品；
- 集团定制版收费包括服务器租借管理费用。

大数据 大价值



■ 易观干帆 ■ 易观万像 ■ 易观方舟 ■ 易观博阅 ■ 易观司南