



# IP 联系中心市场分析

(资料来源: Frost & Sullivan 2002 年最新报告)





IP 联系中心在整个客户服务市场上正在迅速普及，而且大有作为核心联系中心基础设施取代电路交换系统之势。这种技术的当前用户充满信心地声称 IP 是将来的话音平台，支持他们作出这一评估的因素包括这种技术可以节约成本、具有应用灵活性、能够连接远程工作者而且在不断趋于成熟。赞同这种评估的供应商正在投入越来越多的资源来开发 IP 功能，导致了 2001 年和 2002 年初一波又一波的新产品上市浪潮。伴随这些产品推出的活动促进了市场的认识。对实际用户已经获得效益的具体讨论已经取代了对这种技术所具有的革命性潜能的一些估计、模糊的说法。

在 2002 年，关于联系中心的主要问题不是网络融合是否会发生，而是以多快的速度及在何种条件下发生。

IP 联系中心市场从 2002 年到 2007 年必将有巨大的增长。增长的原因有：

- 每年的持续改进，特别是在分组交换和电路交换系统之间的互操作性方面。电话交换机与 IP 呼叫互操作的这种能力是推动现有联系中心已有设备市场发展的一个主要因素。
- Frost & Sullivan 估计：在 2001 年北美有 2900 万远程工作者，到 2004 年这一数字将增长到 3400 万。远程工作者被定义为每周定期有一天或更多时间在远离办公室的地方工作的人员。在预测阶段中这种趋势的发展速度肯定会有所增加，因为住宅宽带连接接入使人们可以在更加广泛的地方进行远程工作，使各家雇主可以充分利用更为广泛的专业人才库。
- 对客户进行 IP 为联系中心带来优势的宣传正在开始发挥作用。例如，商业和行业新闻对 IP 优势的介绍也越来越多。
- Cisco 和 3Com 等 IP PBX 供应商向市场的渗透使各企业为将来的融合市场作好了准备。
- 大中型联系市场中的用户已经认识到：融合正在进行，且人们正在分析向这种趋势转变的要求。



## IP 联系中心市场：市场工程评估 (北美), 2001

| 评估项目名称             | 评估结果           | 趋势   |
|--------------------|----------------|------|
| 市场发展阶段             | 正在形成           |      |
| 收入                 | 3200 万美元       | 正在增加 |
| 潜在收入 (将来的最大市场规模)   | 8.41 亿美元       | 正在增加 |
| 初期的市场增长率           | 38.7%          | 正在增加 |
| 预测阶段的市场增长率         | 59%            | 稳定   |
| 数量                 | 18,900         |      |
| 价格范围               | 1,400 4,000 美元 | 正在下降 |
| 渗透率                | 1.7%           | 正在增加 |
| 北美联系中心的数量          | 82,500         | 正在增加 |
| 集成多媒体的呼叫中心百分比      | 25 %           | 正在增加 |
| 价格敏感度              | 8              | 正在增加 |
| 产品平均开发时间           | 9 个月           | 稳定   |
| 竞争厂家 (初期的有效市场竞争厂家) | 30 家以上         | 正在增加 |
| 平均销售周期             | 12 个月          |      |
| 竞争程度               | 7              |      |
| 技术变化率              | 10             |      |

## IP 联系中心市场：按影响程度排序的市场驱动因素 (北美), 2002-2007

| 驱动因素顺序                                  | 1-2 年 | 3-4 年 | 5-7 年 |
|-----------------------------------------|-------|-------|-------|
| 1 容易地将远程业务代表和分支办事处<br>连接到中心路由引擎的能力促进了销售 | 中     | 高     | 高     |
| 2 IP 的可扩展性和灵活性拓宽了应用                     | 中     | 高     | 高     |
| 3 成本节约优势强化了 IP 的商业案例                    | 中     | 高     | 高     |
| 4 IP 大大地促进了渠道的混合                        | 中     | 高     | 高     |
| 5 远程工作的发展趋势                             | 中     | 中     | 中     |
| 6 集成前端和后端应用的需要促进了 融合的趋势                 | 中     | 中     | 中     |
| 7 IP 技术日趋成熟                             | 中     | 中     | 低     |
| 8 更广泛的市场宣传提高了客户满意度                      | 中     | 中     | 中     |
| 9 远程工作服务供应商作为一种销售渠道的增长                  | 中     | 高     | 中     |
| 10 Windows XP 促进了 Web 合作和其他高级应用         | 中     | 中     | 低     |



## 详细阐述:

### 容易地将远程业务代表和分支办事处连接到中心节点的能力促进了销售

尽管远程业务代表尚未被广泛采用，但在 IP 到来之前，呼叫中心一直在使用远程业务代表。不过，IP 使与远程业务代表的共同工作变得更加容易，在以后的几年中这方面有望会取得长足发展。IP 允许实现虚拟分布的联系中心，这是满足全天候全球客户支持需要的理想选择。同时这也使雇用具有专门技能 (如语言或技术知识) 的业务代表更加容易。

### IP 的可扩展性和灵活性拓宽了应用

从本质上讲，IP 具有很高的扩展性和灵活性。同样，呼叫中心可以通过 IP 非常容易地扩展他们的运作，无论是增加业务代表席位还是管理需求高峰，如主要的节假日或季节性促销。例如，设想会议的组织者将全北美和欧洲的与会人员召集在一起。组织者可能要在两大洲中临时建立多个呼叫中心，以不同语言建立呼叫。在会议结束后，如果没有硬件和布线方面的成本，这些呼叫中心可以很容易地被拆除。

### 成本节约优势强化了 IP 的商业案例

成本的节约通常是采用新技术的主要驱动因素，该市场也不例外，特别是在经济低迷时期。IP 可以通过不同的方式节约成本，所有这些都与前面提到的灵活性和可扩展性优势以及管理简便性有关。

话费成本的降低：这主要是针对入局 800# 话务，但对国际话务尤其重要。除了能降低成本外，VoIP 可以按固定费率收费，与按分钟计费相反。这意味着运营商将能够改善成本的管理并预测其能力，因为主要的成本组成部分可以从可变成本转移到固定成本。

扩容/升级：无论是扩展现有的设施还是建设新的中心，IP 都是比使用基于电路的解决方案更为经济的一种方式。IP 要求的硬件更少，因为许多设施通过 PC 来建立呼叫。业务代表通过软电话和耳机来工作，而不是使用连接他们 PC 机的专用耳机。基于 IP 的 ACD 比常规 ACD 更为经济，此外，如果 CTI 没有被取消，利用 IP 可以显著地降低 CTI 费用。对 PBX 同样可以实现这些优势，不过在全 IP/ 软电话环境中 PBX 将被取消。

劳动力：如果没有得到很好的管理，这是联系中心最大的成本部分，您可以利用 IP 来降低劳动力成本。由于各种不同的原因，应通过 IP 来提高业务代表的生产效率，就是说可以通过更少数量的业务代表获得相同的产出来降低成本。反过来讲，可以保持劳动力成本不变，但相对于投入的数量可以获得更高的产出和/或收入。与此相关的一个事实是，IP 是与位置不相关的，使联系中心可以使用远程业务代表。除了将具有具体技能的业务代表与客户的要求相匹配方面的更多的选择外，IP 还允许运营商从北美以外的地区获得更为廉价的劳动力资源。除此之外，从实质上讲，远程添加业务代表要比本地业务代表的费用更低，因为在本地要涉及办公空间、供暖和照明等成本。

### IP 大大促进了渠道的混合

通过将每种渠道的客户支持看作是一系列基于数据的交互请求，IP 可以实现无缝的多渠道客户支持 (语音、文本聊天、电子邮件、传真，同时进行 Web 浏览)。因此，支持语音和数据交互请求无需运行多种基础设施，显著地降低了硬件和维护成本。目前，客户趋向于以语音为中心，语音很可能仍然是提供业务的首要渠道。不过，互联网时代逐渐趋于多渠道、实时通信，联系中心以这种方式响应的能力正在成为一种主要优势。这种功能是 IP 最强大的优势之一。

PSTN 可能是一种高级的话音渠道，但很明显，IP 是多渠道通信将来的发展趋势，因为该技术允许将所有的交互类型统一为一系列连续的基于数据的联系，为此有利于统一路由选择和报告。更加广泛的交互类型估计将包括更高级的终端应用，如尚未被联系中心广泛采用的视频应用。不过，随着宽带逐渐成为主流应用，客户很有可能希望将视频应用作为他们在线体验的一部分。这对 PSTN 来说简直是不可能的，而如果有足够的网络支持，IP 可以很容易地将这种类型的渠道添加到所有的联系中心工具箱中。

### 远程工作的趋势

Frost & Sullivan 估计，在 2001 年北美有 2900 万的远程工作人员，到 2004 年该数字将增长到 3400 万。远程工作者被定义为每周定期有一天在远离办公室的地方工作的人员。在预测阶段中这种趋势的发展速度肯定会有所增加，因为家中的宽带连接接入使人可以在更加广泛的地方进行远程工作，使各家雇主可以充分利用更为广泛的专业人才库。

在联系中心环境中，使用远程业务代表可提供以下优势：

- 在业务代表聘用和维系方面的改善：远程工作的业务代表能够节约通信成本，并可以根据更加灵活的时间表来工作。通过吸引如果不采用这种工作方式可能不愿意接受这一职位的技术熟练业务代表，这种工作方式也会积极地影响客户的最终经济效益。
- 利用不同季节的工作时间带来的好处：虚拟化允许联系中心将业务代表分散到多个时区，从而延长客户服务运作的时间，无需业务代表加班或时间极短的轮班。
- 保留劳动力资源的好处：远程业务代表可以作为非常及时的劳动力资源。当业务需求增加时，可以增加额外的业务代表，或如果特定位置的天气条件中断了运作，本地业务代表只需简单地登录就可以建立电话呼叫。这样的安排方式对能够管理负责多种客户服务的业务代表的外包商特别有利。

### 集成前端和后端应用的需求促进了融合趋势的发展

随着 CRM 计划的部署，集成后端数据库和前端应用的需求增加了系统运行的成本时间，因为所有的应用都必须通过 CTI 链路联系在一起。利用 IP，将不再需要这种集成，因为 CTI 位于本地。总之，IP 可以实现通信系统和业务应用之间的无缝集成。这反过来可以实现成本的节约和更大的灵活性。

### IP 技术趋于成熟

Cosmocom 等供应商在 1997 年首先推出了他们的 IP 联系中心。这种技术已经趋于成熟，现在软件更加稳定并已经实施了网络服务质量 (QoS)，解决了 VoIP 固有的许多不足。

### 更广泛的市场宣传强化了客户满意度

在 2001 年间，技术供应商在 VoIP 技术优势的市场宣传方面投入了大量资源。这些宣传通过发行白皮书、新产品的新闻稿、以及新客户部署的案例分析等方式来进行。反过来，行业新闻对此作出了反应，刊载文章解释 VoIP 不再是一种未来的概念，而是为联系中心经理解决实际问题的一种基础战略。



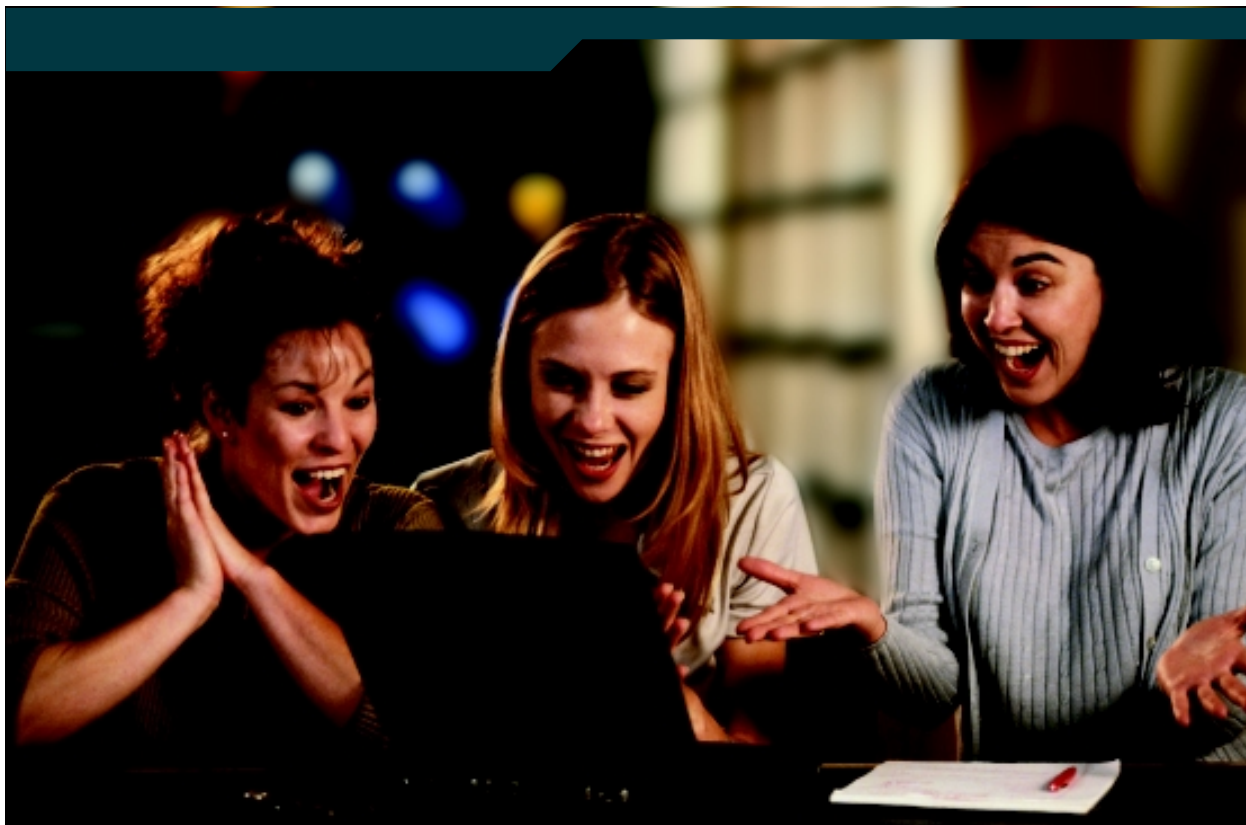
### 远程工作服务供应商作为一种销售渠道的增长

通信服务供应商的一个很大愿望是销售与 800 服务一起捆绑的托管联系中心软件，因为这两者之间的关系将可能成为一种更大的优势。客户可能会更加忠诚，因为交换供应商的成本显著增加。IP 为在服务供应商网络中部署联系中心提供一种无缝方法，为此许多主要的运营商已经与 IP 联系中心供应商建立了合作关系，如 Cisco、Cosmocom 和 Telephony@work。服务供应商作为一种销售渠道的增长可以使这些供应商进入新的市场领域，特别是中小型联系中心领域。

ASP 能够发挥类似的作用，有望最终成为一种重要的销售渠道。不过，在建立客户群方面的融资问题和困难妨碍了该市场的增长，即传统运营商向已经与他们建立合作关系的终端用户提供应用的空间。

### Windows XP 促进了 Web 合作和其他高级应用的增长

微软在 2001 年末推出的 Windows XP 极有可能将基于 Web 的合作和客户引发的 VoIP 市场推向前进。XP 估计会有利于更快速地实现现场合作会话，进一步促进这种渠道的使用。而且，由于 Jon Arnold 和 Frost & Sullivan 等 VoIP 设备研究经理已经在《Sounding Board Magazine》上发表文章，称 IP “为 PC 最终成为永远在线的集成通信的核心搭建了舞台”（12/1/2001）。为了支持这一倡议，微软已经与 VoIP 供应商建立了合作关系，以实现 PC 到电话的呼叫，并已经宣布 XP 平台将支持 SIP。



## IP 联系中心市场：销售量和收入预测 (北美), 1998-2007

| 年份                     | 数量<br>(千) | 收入<br>(百万) | 收入增长率<br>% |
|------------------------|-----------|------------|------------|
| 1998                   | 4.5       | 9.1        | ---        |
| 1999                   | 7.7       | 14.6       | 65.0       |
| 2000                   | 13.4      | 24.1       | 33.2       |
| 2001                   | 18.9      | 32.1       | 38.7       |
| 2002                   | 27.0      | 45.5       | 41.5       |
| 2003                   | 57.1      | 87.8       | 92.9       |
| 2004                   | 133.0     | 192.9      | 119.7      |
| 2005                   | 271.6     | 58.6       | 85.9       |
| 2006                   | 496.9     | 605.3      | 68.8       |
| 2007                   | 690.7     | 841.4      | 39.0       |
| 年综合增长率(2001-2007): 59% |           |            |            |

注: 所有数字都为大约数字; 基础年份为 2001 年。

在 2002 年, 市场对 IP 联系中心技术的接受率有增长之势, 原因如下:

- 数量虽然很少但正在快速增多的一些企业已经部署了 IP PBX 技术, 为在 IP 联系中心的采用奠定了基础
- 越来越多的企业正在进行 IP 试验。
- 客户对 IP 优势认识的逐渐提高以及对 IP 成为将来平台的认识促进了对 IP 的试验
- 大量企业已经进行了 IP 试验并准备在联系中心中部署 IP
- 到 2003 年前, 对 IP 联系中心技术的需求将稳定增长, 因为早期采用者成功部署 IP 的证明将不断增加, 而且技术的成熟程度将持续提高。这将促使已经拥有电话技术基础设施的终端用户集成他们的 VoIP 解决方案。而且, 随着北美经济的复苏, 新联系中心站点的部署将逐渐增加, 经济、可靠、基于 IP 的产品推出将促进对该技术的采用。
- 在 2005 年以后, 需求将进一步增加, 到那时, 终端用户需要替代他们在 1999 年为解决 2000 年问题所购买的设备。

思科在你身边 世界由此改变



## 思科系统(中国)网络技术有限公司

### 北京

北京市东城区东长安街一号  
东方广场东方经贸城  
东一办公楼 19~21 层  
邮政编码:100738  
电话:(8610)65267777  
传真:(8610)85181881

### 广州

广州市天河北路233号  
中信广场43楼  
邮政编码:510620  
电话:(8620)38770000  
传真:(8620)38770077

### 上海

上海市淮海中路222号  
力宝广场32~33层  
邮政编码:200021  
电话:(8621)53966161  
传真:(8621)53966750

### 成都

成都市顺城大街308号  
冠城广场23层  
邮政编码:610017  
电话:(8628)6528888  
传真:(8628)6528999

如需了解思科公司的更多信息, 请浏览 <http://www.cisco.com>

2002 年思科系统 (中国) 网络技术有限公司北京印刷, 版权所有。

版权所有(c)2002, 思科系统公司。保留所有权利。思科、思科 IOS、思科系统、思科系统图形标识以及 Empowering the Internet Generation 都是思科系统公司和 (或) 其美国或其它一些国家的注册商标。这份文档中所提到的所有其它商标都是各自所有者的产权。合作伙伴这个词的使用并不意味着思科系统和任何其它公司具有合作伙伴关系。(0110R)