

基于数字技术的跨境电商售后服务策略研究

李劭道

南京师范大学商学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年1月5日; 录用日期: 2024年1月19日; 发布日期: 2024年2月29日

摘要

本文讨论了中国跨境电商行业中存在的售后服务问题, 并提出了利用数字技术解决这些问题的策略。文化差异、物流难题和体制不完善是导致售后服务问题的关键因素。提出应对策略和具体解决方式, 通过数字技术的应用, 包括智能客服系统、大数据分析、虚拟现实技术等, 可以提升跨境电商的售后服务质量。这些策略有助于解决语言沟通困难、提高物流效率和提供精准的售后支持。通过数字技术的应用, 跨境电商企业可以提升售后服务质量, 增强顾客满意度, 促进行业的持续发展。

关键词

跨境电商, 售后服务, 数字技术

Research on After-Sales Service Strategies for Cross-Border E-Commerce Based on Digital Technology

Shaoqiu Li

School of Business, Nanjing Normal University, Nanjing Jiangsu

Received: Jan. 5th, 2024; accepted: Jan. 19th, 2024; published: Feb. 29th, 2024

Abstract

This article discusses the after-sales service issues in China's cross-border e-commerce industry and proposes strategies to address these issues using digital technology. Cultural differences, logistical challenges, and institutional deficiencies are key factors contributing to after-sales service problems. The article presents strategies and specific solutions to address these challenges. By leveraging digital technology, including intelligent customer service systems, big data analysis, and virtual reality technology, the quality of after-sales service in cross-border e-commerce can be

improved. These strategies help overcome language barriers, enhance logistical efficiency, and provide precise after-sales support. By applying digital technology, cross-border e-commerce businesses can enhance the quality of their after-sales service, increase customer satisfaction, and promote the sustained development of the industry.

Keywords

Cross-Border E-Commerce, After-Sales Service, Digital Technology

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着数字化技术的不断革新和智能终端的广泛使用，中国跨境电商行业逐渐兴起。同时我国“一带一路”倡议的构建和推出，跨境电商行业进入战略发展期。与此同时由于缺乏管理经验和技术支持，跨境电商售后服务体系尚未完善，导致在进行对外贸易时陷入了困境。

依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”显示，消费者投诉的主要问题除了售后服务、商品质量、虚假宣传等传统问题外，还有一些新“堵点”：比如跨境购物物流周期长，收到货物时间超过保质期，消费者维权难度较大。“电诉宝”显示，2022年跨境电商用户投诉问题类型前三名依次为：退款问题(27.64%)、发货问题(9.01%)、物流问题(8.38%)。

综合来说，由于跨境电商售后服务体系尚未完善建立或仍存在许多缺陷，导致了以上诸多问题的产生，限制了跨境电商行业的进一步发展。本文将专注于售后服务问题的产生以及运用数字技术实施对策进行探讨。

2. 跨境电商的售后服务问题现状

清仓平台 B-Stock 发布的研究报告中称：疫情后增加的在线购物消费者中，多达 47%的人表示对电商订单的投诉比过去多。澳大利亚、英国和美国 39%的消费者中约有 2500 万人表示，他们现在对电子商务订单的投诉比疫情爆发之前多。并且 24%的电子商务购物者表示，他们在过去一年中至少对一笔在线交易提出投诉，而 9.9%的人报告每月至少对一笔交易提出投诉。

2.1. 文化差异导致售后沟通困难

跨境电商涉及不同国家、不同地区的消费者，语言和文化差异使得沟通和理解变得困难，消费者与跨境电商平台之间的沟通存在障碍。据网经社统计数据显示，2020年有关此类的退款问题占投诉总数的 28.07%，2021年为 35.01%，2022年为 27.64% (见图 1)。

消费者可能遇到语言难题、难以获取准确的产品信息，并面临与卖家及售后团队沟通困难的问题。由于售后服务质量的不稳定性，消费者可能对跨境电商平台的信任度降低，选择将购物需求转移到其他可靠的平台。此外跨境电商的售后支持不稳定，某些跨境电商平台在售后支持方面的质量和效率存在不稳定性。iiMedia Research (艾媒咨询)的数据显示，2021年中国 62.8%进口跨境电商用户期待平台改进物流速度，50%用户期待跨境电商平台对产品质量把关方面有所改进，46.6%用户期待平台改进售后服务，此外希望平台改进支付方式以及产品丰富度的用户占比分别为 39.9%和 39.3%。

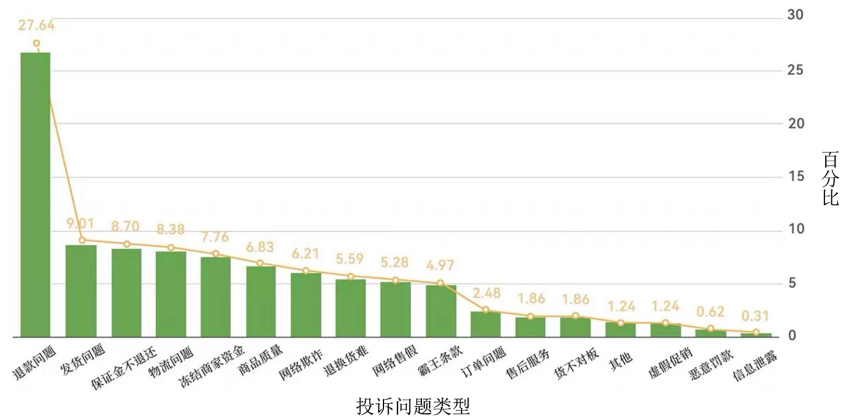


Figure 1. Cross-border e-commerce user complaint problem type distribution chart in 2022
图 1. 2022 年跨境电商用户投诉问题类型占比图

2.2. 物流难题阻碍售后服务进行

跨境电商中的物流流程较为复杂：快递时效、清关手续和退货流程等都可能面临挑战，导致售后服务不如国内电商平台便捷。管理效率较低，成本较高。很多企业的管理呈现出无序的状态，效率不高。同时，各项生产成本不断增加，影响了企业自身的效益[1]。消费者可能需要承担高昂的运输费用，或是面临漫长的退款流程。长时间等待退货或退款，或是遇到难以解决的售后问题，会导致消费者对整个购物体验的满意度降低。2022 年开年以来，受俄乌战争影响，大量航班取消，而国际油价的飙升也让航空业压力倍增。目前，跨境电商物流市场仍呈现出小而散的发展状态，且难有企业能在短时间内成长为覆盖全球网络的物流公司。运联智库团队在走访华南区域的跨境电商物流市场时，多数企业反映随着市场整体货量回暖，海运价格出现下滑，全球集装箱货运指数开始下跌，与高点上万美元相比，已经下跌近半。自 2022 年以来，三种航线的平均集装箱货运指数分别从 11,000 \$/FEU 下降至 2000 \$/FEU, 7000 \$/TEU 下降至 1300 \$/TEU (见图 2)。

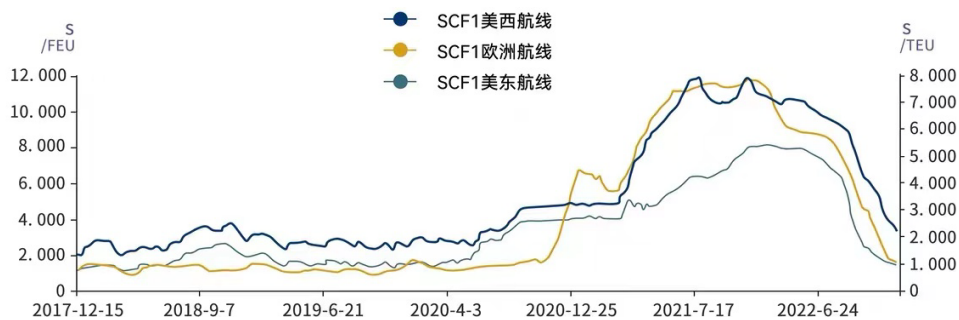


Figure 2. Mainline airfare from 2017 to 2022
图 2. 2017 年到 2022 年主干航线运价

2.3. 缺乏经验造成售后服务混乱

部分平台可能缺乏专业售后团队，导致消费者投诉难以得到及时处理。售后团队和资源不足导致一些跨境电商平台可能缺乏专业的售后团队和足够的资源来提供高效的售后支持。这可能导致售后投诉得不到及时解决，影响消费者的体验和信任。信用危机的存在进一步增加了中小企业发展跨境电商的困难和危险[2]。消费者对跨境电商平台的负面体验可能在社交媒体和在线论坛上被分享，导致该平台的口碑

和品牌形象受损。根据调查的结果，线上购物的消费者对收费提出异议有几个主要原因，其中最常见的原因是服务出错。71%的电子商务购物者对收费提出投诉是为此。

总体而言，跨境电商的售后服务系统比较零散，因为它所涵盖的国家、地区多，所以它的售后服务系统也比较分散。各国在法律法规、消费者保护机制、返还制度等方面都存在差异，从而使得消费者在售后服务中的权益保护也存在差异。这就给消费者带来了不确定感，也给他们带来了很大的麻烦。其次，跨境电子商务平台在服务质量、服务质量、服务质量等各方面均有不同。不同的平台在售后服务责任的承担，退货流程的制定，以及售后服务的实时性上都有差异，这会给用户造成很大的困扰。用户要花一定的时间和精力来习惯、了解各个平台对产品的售后服务策略与需求。此外，由于文化的差异，消费者在使用过程中所产生的行为习惯与预期的不同，也会造成售后服务的不匹配。

关键在于，对于跨境电商的售后服务处理上，没有统一的体系，目前所采用的企业到用户，用户到用户的直接对接方式存在许多问题。包括传统技术难以支持，资源配置不合理，信息不对称等，但数字技术的应用能将许多难题破解。

3. 基于数字技术提升跨境电商的售后服务

近年来，国务院发布了《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》等一系列政策性文件，推动我国外贸发展方式从“制造驱动”向“服务驱动”转型升级[3]。大数据分析手段可以通过收集和分析消费者的购物数据、售后投诉数据以及用户评价等信息，跨境电商平台可以了解消费者的需求和喜好，从而提供更个性化和精准的售后支持。大数据分析还可以检测和预测售后问题和趋势，帮助平台预先采取措施，提高售后服务质量[4]。

3.1. 即时策略

即时策略是指在处理问题或情况时，立即采取相应的行动或措施而不延迟的策略。这种策略强调实时性和迅速反应，以解决当前的问题或满足即时需求。即时策略通常用于需要快速决策和行动的场景区，如紧急情况、市场竞争和客户服务中。它可以帮助组织及时抓住机会、应对突发事件，以及改善客户体验。

在营销领域，即时策略可以包括即时回应客户的咨询和投诉，及时调整广告和促销活动以符合市场需求，以及实时监测竞争对手的动态并做出相应的反应。总之，即时策略的核心是迅速行动和实时反应，以解决问题、满足需求，并提升组织的竞争力和效率。

通过数字技术的跨界支持，建立第三方公司对售后服务问题进行统一处理，借助数字技术的支持，这些公司通常会在各个跨境电商平台上做好售后服务的统一沟通。对于跨境电商企业而言，由于各国的语言习惯不同，售后问题往往需要花费较长时间来处理。而通过与专门处理售后问题的第三方公司进行合作，可以确保售后问题的统一沟通和高效处理。这种合作可以减少信息流失和误解，提高售后效率。

3.2. 精准策略

精准策略是一种基于准确的数据和信息，针对特定目标受众进行有针对性的策略和决策的方法。它强调在市场营销、服务提供或运营管理等领域中，根据个体或细分群体的需求、特点和行为模式，采取精确的措施和方法，以实现更好的效果和回报。精准策略的关键是深入了解目标受众的需求和行为特征，通过收集和分析大数据、市场调研和消费者洞察，获取准确的信息。在此基础上，制定具有个性化、定制化或针对性的策略，以精确地满足目标受众的需求和期望。

在市场营销领域，精准策略可以包括精准定位、精准定价、精准推广和精准传播等。通过精确地识别和定位目标受众，了解其购买习惯和偏好，可以有针对性地开展产品定价、市场推广和广告传播活动，提高营销效果和销售回报。总之，精准策略在不同领域中都致力于通过准确的数据和信息，针对目标受

众进行个性化和有针对性的策略和决策，以实现更好的效果和回报。这种策略强调深入了解目标受众，运用科技手段和数据分析等工具，为其提供准确的产品、服务和体验，从而提升企业的竞争力和客户满意度。

通过数字技术打破组织边界，确保信息传递及时、准确以及过程中信息安全。利用区块链的分布式、不可篡改等特性，可以构建一个安全可信的售后服务平台。一方面，消费者可通过平台获取关于产品使用情况的反馈，并根据反馈信息改进产品质量。另一方面，企业可通过平台收集用户需求，并对这些需求进行分类处理。同时，消费者也可将处理结果通过区块链反馈给企业。通过区块链的透明性与信息共享，消费者和企业可以共享售后服务的数据和信息，提高获取信息的精准度，同时提高服务质量和信任度。对于企业而言，营销业绩和投资回报率会有所提高，精准营销剔除了中间各种繁琐环节，精准地触达消费者，可降低整体顾客成本，从而降低了商品成本，提升了整条供应链收益[5]。

3.3.24 小时服务策略

24 小时服务策略是一种营销和客户服务策略，在这种策略下，企业承诺以全天候、不间断的方式为客户提供产品售后支持和服务。这意味着客户可以随时随地获取帮助和解决问题，而不再受时间和地理限制。24 小时服务策略的优点在于为客户提供了及时、方便的服务。不论客户身处何地、何时需要帮助，他们都可以在需要时获取到支持。这种策略传递给客户一个重要的信号，即企业关心客户需求，致力于解决问题并提供优质的售后支持。

借助数字技术的发展，跨境电商企业正在日益重视提供全天候的售后服务。通过引入智能客服系统、自动化流程以及人工智能技术，企业可以实现 24 小时不间断的售后支持。这种策略可以极大地提高用户获得解决方案的速度和便利性。在 24 小时服务策略中，智能客服系统可以通过预设的常见问题与解答库，快速回应用户的咨询。当遇到复杂问题时，系统可以实时连接用户与专业售后人员进行在线交流。而自动化流程的引入则能够加快售后处理的速度，减少等待时间。此外，借助人工智能技术，系统能够根据用户的历史记录和行为习惯，提供个性化的解决方案，提升用户体验和满意度。

24 小时服务策略不仅能够迅速响应用户的需求，还可以跨越时区和地理边界，为全球用户提供一致的支持。不论用户身在何处，只要联网，就能随时获得售后服务。这种策略不仅提供了即时解决问题的便利，同时也传递给用户一个重要信号：企业始终关心用户的需求，并愿意全力以赴解决问题。

通过以上策略研究，可以为跨境电商企业提供更好的售后服务，增强顾客满意与忠诚。通过大数字技术 ABCD (A 人工智能, B 区块链, C 云计算, D 大数据)等技术手段，为用户提供个性化的售后服务保障，使用户获得更加优质的服务。数字技术在跨境电商售后服务上的综合应用，将会为其售后服务带来迭代提升。通过数字技术的整合，跨境电商企业可以更好地整合资源，优化流程，更精准地满足消费者需求。同时对于各个跨境电商公司来说，可以有效降低成本，提高服务效率和服务质量，增强客户满意度，扩大品牌影响力。通过物联网、自动控制等手段，优化物流配送过程，提升物流配送效率。基于数据的售后决策能够帮助跨境电商平台更好地进行售后决策，进而提升整个售后服务水平。

4. 数字技术具体应用

基于以上策略，利用数字技术实施具有可操作性的具体措施，可以帮助跨境电商企业提升售后服务质量，增强顾客满意度，并改善行业的整体形象。同时企业应根据自身情况制定和实施适合的管理对策，持续关注市场变化和消费者需求，不断优化和完善售后服务体系。

4.1. 智能客服即时沟通

通过打造智能客服系统，采用自然语言处理和机器学习等技术，可开发智能客服系统来处理消费者

的售后问题。人工智能技术可以通过数据挖掘、机器学习等技术手段对消费者的行为和喜好进行预测和分析,提供更加个性化和精准的推荐服务,从而提高用户的购物体验 and 忠诚度[6]。这些系统可以自动回答常见问题,提供实时的在线帮助,并通过分析消费者的语气和情绪来判断是否需要人工干预。智能客服系统的使用可以大大减少等待时间,提高售后服务效率。进一步扩展,跨境电商平台可以通过引入虚拟助手,结合机器学习技术,为消费者提供个性化的售后支持。虚拟助手可以通过与消费者的互动,了解其需求并为其推荐适当的解决方案。这种个性化推荐系统可以减少消费者的困惑,提高售后服务的满意度。运用先进技术如大数据、人工智能、云计算、物联网、智能硬件、机器人、区块链和智能合约等,跨境电商物流系统可以提高订单管理和客户服务水平;智能分析、预测和优化客户订单,结合微信小程序、邮件提醒和智能客服,实现便捷高效的个性化客户服务,增加客户满意度和忠诚度[7]。

4.2. 技术追踪提供精准信息

建立自动化退货流程,通过引入物联网和自动化技术,可以对退货流程进行改进。例如,跨境电商平台可以提供自动化退货标签和箱子,帮助消费者快速完成退货流程。物联网技术还可用于实时追踪货物位置,提供更准确的退货信息。基于数据驱动的售后决策,根据大数据分析的结果,跨境电商平台可以制定更明智的售后策略和决策。例如,针对某一产品的售后问题,平台可以根据数据分析结果,加强供应链管理,减少类似问题的发生率,从而提高整体售后服务水平。

4.3. 虚拟现实打造个性化服务

可通过虚拟现实技术,消费者可以在虚拟环境中进行产品操作的演示。这有助于消费者更好地理解产品的功能和使用方法,减少因操作不当而导致的售后问题。同时虚拟现实技术可以模拟产品故障的场景,帮助消费者进行故障诊断,并提供详细的指导和解决方案。消费者可以通过虚拟现实技术实时观察和操作,准确理解故障产生的原因,并尝试修复。

虚拟现实技术可用于实现远程技术支持,在不同地理位置的消费者之间提供实时的售后支持。专业人员可以通过虚拟现实设备与消费者进行沟通,共享视角,并演示解决方案,就像他们身临其境地在场一样。同时打造独特的购物体验,例如通过虚拟试衣间帮助消费者选购合适的尺码和款式[8]。

为消费者提供更真实、沉浸式的售后支持体验。例如汽车行业,许多大型汽车制造商如奥迪、福特和沃尔沃等都已经使用虚拟现实来提升售后服务。其中,奥迪在其维修中心使用虚拟现实设备帮助技术人员进行培训和操作指导。福特则在其经销商网络中使用虚拟现实技术来实时协助解决维修问题。这些汽车品牌利用虚拟现实技术,能够通过实时模拟和指导帮助技术人员更快地理解和解决问题,提高维修效率和准确性。同时,消费者也能通过与汽车经销商互动,利用虚拟现实技术来更好地理解车辆的维修和保养需求,提高消费者的满意度。

跨境电商平台可以利用虚拟现实技术为售后服务团队提供培训和知识共享的平台。虚拟培训和模拟场景可以帮助售后团队更好地了解产品和售后流程,提高解决问题的能力 and 效率。通过应用虚拟现实技术,跨境电商平台可以在售后服务中提供更直观、沉浸式的体验,帮助消费者更好地理解产品、诊断故障,并提供解决方案。与传统的电话支持或文字指导相比,虚拟现实技术能够提供更高效且互动性更强的售后支持,提升消费者对售后服务的满意度。

5. 研究结论与展望

跨境电商的售后服务直接影响到消费者的满意度和品牌声誉。在当前信息时代,利用数字技术来提升售后服务质量变得尤为关键。通过对海量数据的分析,跨境电商可以更好地了解消费者的需求、偏好和投诉,从而提供个性化和高效的售后支持。此外,智能技术如自然语言处理和机器学习,可以为跨境

电商提供智能客服和个性化推荐等解决方案，极大地改善了售后服务的效率和质量。

虚拟现实技术作为一种先进的交互技术，也具有巨大的潜力应用于跨境电商的售后服务中。通过虚拟现实技术，消费者和维修人员可以在虚拟环境中进行沉浸式的培训、操作指导和互动体验，从而提高了维修效率和准确性。这种技术极大地改善了消费者的体验，提供了更便捷和个性化的维修和解决方案。

因此，跨境电商企业在售后服务方面应该积极采取措施，利用数字技术来提升服务质量，同时探索虚拟现实技术的应用，以提供更加高效、个性化和令人满意的售后支持。通过不断创新和提升售后服务质量，跨境电商可以赢得消费者的信任，加强市场竞争力，实现长期可持续发展。

参考文献

- [1] 杨美丽. 传统中小外贸企业转型跨境电商的困境及对策研究[J]. 老字号品牌营销, 2023(12): 135-137.
- [2] 陈燕子. 中小企业发展跨境电商的困境及对策探究[J]. 营销界, 2022(19): 50-52.
- [3] 虎靖杰. 探究“双循环”格局下的跨境电商发展策略[J]. 商展经济, 2023(19): 13-16.
<https://doi.org/10.19995/j.cnki.CN10-1617/F7.2023.19.013>
- [4] 杨胜刚, 谢晋元, 成程. 跨境电商、供应链优化和企业国际化——基于大数据文本分析的经验证据[J]. 国际贸易问题, 2023(10): 1-18. <https://doi.org/10.13510/j.cnki.jit.2023.10.001>
- [5] 张琦, 施方玲. 基于供应链网络信息的大数据精准营销在电商领域的应用[J]. 物流技术, 2017, 36(9): 32-36.
- [6] 杨柳. 人工智能技术在电商营销中的应用与未来发展趋势分析[J]. 上海商业, 2023(10): 70-72.
- [7] 王婷. 数字经济时代跨境电商物流模式创新路径探讨[J]. 中国航务周刊, 2023(39): 65-67.
- [8] 黄芬梅, 李海强, 吕科锦. 基于虚拟现实技术的智能贸易合作场景仿真系统的应用研究[J]. 中关村, 2023(5): 122-123.