

客户体验管理（CEM）软件市场规模分析报告

新冠肺炎疫情的流行扰乱了整个市场，影响了许多行业。该报告对 2019—2027 年的客户体验管理（CEM）软件市场规模进行了定量分析及未来趋势预测，提供了关键驱动因素、限制因素和增长前景等相关信息，突显出 CEM 软件市场的增长能力。

● 客户体验管理（CEM）软件市场规模分析

2019 年，全球客户体验管理（CEM）软件的市场规模为 **75.71 亿美元**，预计到 **2027 年将达到 238.35 亿美元**，2020—2027 年的**复合年增长率为 15.6%**。

随着在线业务渠道的需求不断增长，CEM 软件在各行各业都得到了快速的发展，最初是零售业和电商行业，但这一趋势也逐渐转向了其他行业。此外，为寻求用于计算目的的可变成本模型，并提供按使用付费的解决方案，越来越多的人倾向采用基于运营的解决方案（OpEx），而非资本性支出（CapEx）的解决方案，这加强了对基于云端的解决方案的需求。

（“*OpEx 英文全称是 operating expense，指的是企业的管理支出、办公室支出、员工工资支出和广告支出等日常开支。包括维护成本、营销费用、人工成本和折旧；*CapEx 是指资本性支出，英文全称为 capital expenditure。一般指资金或固定资产、无形资产、递延资产等资产的投入。此类资产在使用过程中会持续多个计费期间，需要在使用过程中将其资本化，并分期将成本转化为费用。如固定资产的折旧，无形资产和递延资产的摊销等。”）

而且，考虑到目前的疫情形势，企业应该更要关注**在线渠道的客户行为**。软件公司应该将重点放在基于云端的客户体验解决方案上，并且要同时考虑到 B2B 和 B2C 模式。这些解决方案有望为整体市场增长奠定基础。

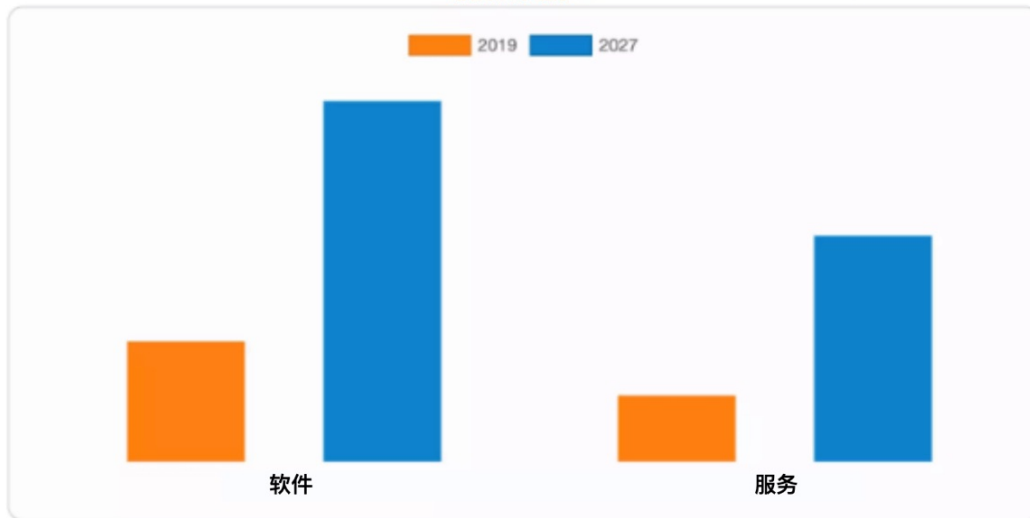
自 2019 年新冠疫情爆发以来，近 90% 企业为在数字渠道上投入了更多的资金，以扩大业务、获得更高的利润率。这一情况加快了 CEM 软件的开发及应用。除此之外，客户行为也逐渐转移至线上，因此，公司不得不采用专业的分析和 CEM 技术，来了解和适应不断变化的客户需求。

● 客户体验管理（CEM）软件的市场细分类型

- 1.按照组件构成分类：主要分为软件和服务；
- 2.按照部署类型分类：分为内部部署和云平台；
- 3.按照平台分类：分为网站、电子邮件、语音助理、手机 app 和其他；
- 4.按照行业分类：主要分为零售业、银行业、金融服务业、保险行业、医疗保健、媒体娱乐、政府部门和其他；
- 5.按照地区分类：主要分为北美、欧洲、亚太地区和拉美地区。

客户体验管理软件市场

按构成来划分



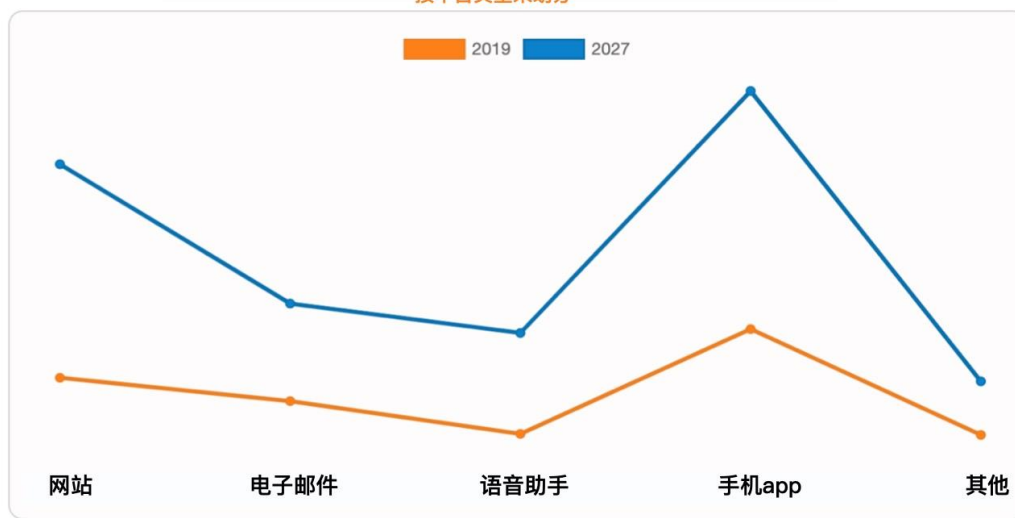
服务细分市场预计将成为最赚钱的市场之一

根据平台类型进行分析，2019 年全球 CEM 软件市场是由手机移动 app 来主导的，并且预计未来几年手机移动 app 仍旧保持其主导地位。手机移动 app 和软件主要与内置分析软件相结合，包括评级和评论、app 内部会话窗和其他因素，这些因素都将为客户当前及未来的需求提供清晰的蓝图。

根据部署类型进行分析，2019 年全球 CEM 软件市场是由本地（内部部署）来主导的，预计未来几年本地部门仍将保持其主导地位。因为人们越来越有意识地保护自己的隐私数据，防止数据外泄，这一点是非常有价值的。这种趋势也会鼓励各大企业采用本地或内部部署的解决方案。目前，行业领先公司有 Adobe Inc.、Avaya 和 Salesforce，这几家公司都为各个行业的客户提供了云软件。

客户体验管理软件市场

按平台类型来划分



语音助手市场预计将成为最赚钱的细分市场之一

据估计，在北美地区，加拿大在 CEM 软件市场上的规模将实现大幅度的增长，达到更高的复合年增长率。分析其增长的原因，主要有**个性化体验、按需购物，以及人们对健康日渐关注**这几种因素和趋势的支持，同时还兼具有效的 CEM 系统，就可以获得更高的收益率和长期的客户留存率。而且，由于越来越多的消费者借助先进的技术来改善自身购物体验，预计亚太地区在预测期内的增长率也将达到最高水平。这也同样提醒了企业，需要在**售前、售中和售后的客户全旅程中了解客户的整体体验**。

● 新冠疫情对客户体验管理（CEM）软件市场的影响

新冠疫情爆发后，客户体验管理（CEM）软件市场的规模预计从 2020 年的 86.17 亿美元增长到 2027 年的 238.35 亿美元，其复合年增长率为 15.6%。根据当前的增长形势，**新冠疫情对 CEM 软件市场的增长并未造成太大影响，预计 2027 年 CEM 软件市**

场的规模将高于新冠疫情前的规模。

分析其原因，主要是因为**常规的社交模式发生了转变**：从原来主流的线下社交转变为如今的线上社交。这一转变也导致了企业将客户体验战略的重点放在了线上渠道上，从而优化销售路径，提高利润率。这种在线消费的行为将促使企业采用先进的分析和体验管理技术，以了解和适应消费者不断变化的需求和期望。这一问题也导致了无论客户是来自哪个国家或者多大年龄，他们都不得不去适应如今数字化的先进技术。

- **客户体验管理（CEM）软件市场的主要影响因素**

现在，“按需经营”的商业模式日益普及，企业不得不打造全渠道的购物体验，来满足客户对个性化的需求，从而促进产品销售的整体提高，创造更高的利润率。但是，整合电子数据交换、数据同步的复杂性以及运营数据中的偏差等问题预计会阻碍整体市场增长。

1. 按需经营模式，对客户体验市场增长产生巨大影响

传统的业务结构发生了巨大变化，也带来了一种新的利润概念，即“按需经营”业务模式。这种业务结构主要侧重于提供**以客户为导向**的直接服务，从而在短时间内满足客户的需求，扩大客户群体，并为他们提供优质的产品和服务。由于这些商业模式以更高的利润率和更好的客户服务体验为基础，投资者也更倾向于投资此类企业。比如，

优步 (Uber) 作为大规模融资的热门案例之一, 截至 2016 年, 已获得了约 86 亿美元的资金; 而爱彼迎 (Airbnb) 也在 2016 年拿到了约 24 亿美元的融资资金。

根据上述要点来看, 有一点必须要注意, 就是这些企业的成功运营都完全取决于他们**以满足客户需求为导向的服务模式**。因此, **根据市场的趋势变化来深入了解客户需求**是一项至关重要的工作。同样, 获得有关客户交互的整体体验, 以更全面地发现问题、改善问题, 这一工作也变得十分重要。这种情况增加了企业对 CEM 软件的需求。此外, 由于客户在获取服务的过程中, 会无法避免地会使用到多种平台, 例如手机 app、官网或者其他各种平台, 因此, 企业需要在所有的平台上做好全渠道客户评论和反馈的收集, 从而缓解企业对 CEM 软件的需求。

2.全渠道购物成为市场增长结构的规则改变者

全渠道购物结构主要旨在为企业提供**多平台的销售渠道**, 从而保证无论是网店还是实体店, 都能为客户提供满意的购物体验。据统计, 这种购物模式的**客户留存率约为 89%**, 而那些全渠道购物战略较弱的企业的客户留存率仅为 33%。北美零售商 Bed Bath&Beyond、Kohl' s 以及 DSW 等多个知名零售品牌都计划在全渠道战略上投资约 2.5 亿美元, 其中包括线上购物-线下提货、全方位库存管理、数字营销和个性化服务等战略。因此, 全渠道购物战略的迅速发展, 激发了企业从提供产品数据、购买程序和售后服务等方面, 都需要对运营模式进行详细分析。因此, 也创造了对 CEM 软件的需求空间。

资料来源：Allied Market Research

资料翻译：体验家 XMPlus