

AVAYA

ACHIEVE VOL.3 道·达



Experiences that Matter



P3 站在时代的交叉口：云、AI、大数据与联络中心的思考

P8 Avaya 与阿里云联合方案分享会在京落幕

P14 Avaya 公布第四季度及 2020 财年财报



Contents

前言

P03 站在时代的交叉口, 云、AI、大数据与联络中心的思考

大咖视角

- P04 Avaya20 周年再出发 大中华区总裁富莉莉称 Avaya 将向云模式转型
- P24 数字化时代下「轻营销」的探索与实践
- P16 解读:新时期, 企业需要什么样的通信能力

光荣榜

- P06 再度入选, Avaya 位列 Gartner 会议解决方案魔力象
- P27 Avaya 荣登《福布斯》2020 年“全球最佳雇主”榜单

匠心

- P08 Avaya 与阿里云联合方案分享会在京落幕
- P20 Avaya X 随锐:构建远程办公常态化的新规则
- P32 匠心成就卓越——Avaya 渠道大学“开学啦”!
- P38 构建企业服务智能中台, 释放 AI 原子能力

风向标

- P14 Avaya 公布第四季度及 2020 财年财报

视界

- P28 “匠心”数字体验季视频回顾

智能硬件

- P18 Avaya Vantage 3 评测, 业界唯一大屏体验怎么样?

案例

- P22 Avaya 助力全行业数字化转型

产品与解决方案

- P10 Avaya 最新品牌架构发布, 三大核心类别为企业搭建“云梯”
- P12 Avaya 荣获零售业最佳数字化客户服务解决方案奖, 5 个“在线”深获认可
- P34 Avaya X NVIDIA, 基于云的 AI 视频会议解决方案来了
- P36 Avaya 订阅模式正在蓬勃发展
- P40 Avaya 推出 Avaya Vantage 全新增强体验, 办公效率显著提升
- P42 以通信创新为后疫情时代的保险业保驾护航



杂志名称	道·达 第三期
主办单位	Avaya
出版人	富莉莉
执行主编	彭静瑜
特约技术顾问	李农
投稿或建议	gcmarketing@avaya.com
Avaya 中国官方网站	https://www.avaya.com/cn
咨询电话	8610-85165516

站在时代的 交叉口： 云、AI、大数据与联络中心 的思考

Avaya 大中华区总裁 富莉莉



2020 年对于一家企业来说, 这更像是站在了交叉路口上, 一方面企业要顺应发展革新自保。另一方面又要在确保自身发展的同时满足客户的多元化需求。这不禁让我想到了 17 年前的“非典”疫情, 其时, 一些巨头轰然倒下, 而另一批以互联网为核心的企业却快速崛起, 奠定了此后近 20 年的科技新格局。

20 年间, 沧海桑田。见证了互联网兴起之初的我, 又一次非常荣幸的见证了新兴科技的快速崛起和落地应用。如今是互联网 + 的创新 2.0 时代, 围绕着新兴技术的数字化转型也在如火如荼的进行当中, 对于作为一家企业级通信的“百年老店” Avaya 来说, 我们也在努力地将云纳入自身基因序列, 这一点从 Avaya 最新的 OneCloud 品牌架构就足以彰显决心。

不仅如此, 我们也在大中华区积极地与中国本土企业牵手创新, 例如在 2020 年的云栖大会上, Avaya 与阿里云签订了全面战略合作, 并联手向市场推出基于云的企业服务大脑解决方案, 将阿里云 & 阿里巴巴达摩院的前沿科技嵌入到 Avaya 领先的通信能力当中, 为企业通信打造出一条高效、灵活、安全的云端智能化路径。

而在其他领域, 我们也与竹间智能、随锐科技、263 云通信等多个领域的佼佼者携手并进, 将 Avaya 领先的通信能力与云计算、AI、大数据、智能硬件相结合, 开拓企业级通信新疆域, 重构企业业务场景和流程, 不仅满足了企业的需求也大大提升了最终客户的体验。

放眼全球, 中国无疑是技术落地的最佳沃土, 因为中国不仅有着全球领先的科技公司, 也有着无数中小微企业植根其中, 公平、良性的竞争关系推动着技术的快速落地与革新, 时刻都在孕育着新的机会。

Avaya 自身也在融合这些新技术提供或联合合作伙伴打造了一个极度开放的平台, 帮助客户快速体验且融入这些新技术, 为不同的应用场景创造数字化转型所需要的解决方案。



Avaya 20 周年再出发 大中华区总裁富莉莉称 Avaya 将向云模式转型

51CTIO 周雪

2000 年 10 月 1 号，朗讯科技的企业通讯集团独立出来，成立了 Avaya 公司在纽约上市，迄今为止刚好 20 周年。作为企业通讯市场份额最大的领导者，如今的 Avaya 业务遍布全球 190 个国家，为超过 13 万客户提供了 1.41 亿条统一通信线路和 600 万座席联络中心。在刚刚结束的 2020 财年，Avaya 业绩增幅亮眼，全球业务收入 28.73 亿美元，在财年的第四季度，Avaya 收入为 7.55 亿美元，同比增长 4%，这在被新冠疫情影响下普遍“水逆”的众多企业中可谓是“逆市上扬”。初冬时节，Avaya 大中华区总裁富莉莉在办公室接受了 51CTO 记者的采访，畅谈 Avaya 在 2020 年的收获与转型探索。她告诉记者，接下来 Avaya 将轻装上阵，全速向多云架构 SaaS 转型。

Avaya 在中国

2020 年，中国成为全球唯一实现正增长的主要经济体，经济、技术、市场的活跃度都堪称全球首列。富莉莉告诉记者，一

直以来，Avaya 不仅非常重视中国市场，而且对中国有很深的感情。据她介绍，自从上世纪 90 年代 Avaya 前身朗讯科技将呼叫中心技术第一次带入中国，全新的通信业务模式在这 20 多年来为中国运营商、金融服务业等众多行业带来了高速增长。如今中国市场的用户需求越来越多元化，新兴技术创新企业非常活跃且数量庞大，这对 Avaya 在而言是极具吸引力的前沿阵地。

“Avaya 对中国有坚定的投资信心，并且一直与中国市场同呼吸共命运。在今年 2 月疫情最关键的时期，Avaya 向中国 11 家医院捐赠了大量的远程医疗、远程会诊和远程探视系统，包括雷神山、火神山医院，并且为中国 40 多家企业提供了超过 1 万个远程家庭座席和远程办公的解决方案，得到了社会非常正面的认可。”

Avaya 高级副总裁兼首席营销官 Simon Harrison 表示“鉴于疫情的影响，视频会议呈现出爆发增长的态势，而这也进一步催生了市场对于易用、多合一解决方案的需求，这些解决方案可以改善协作、减轻应用程序过于繁冗的难题。客户

和员工需要正确的程序来提升自身效率和体验，而这些工具也正逐渐改变人们的思维，从“仅仅是”一个视频会议的想法向“渴望”基于云的协作解决方案转变。

转型再出发，向多云前进！

回首 Avaya 这些年的发展，不得不承认，前身朗讯科技的出色表现让 Avaya 自独立之日起就拥有了一个非常高的起点，如同站在了巨人的肩膀上。但是同样的光环其实也成为转型路上的最大桎梏，十年前，人们一谈及 Avaya，第一印象就是设备制造商，以销售通讯设备闻名全球。但是很快，富于创新精神的 Avaya 成功转型，成为一家以软件和服务为主的公司。富莉莉告诉记者，在 Q4，Avaya 软件和服务占总收入的 88%，同比增长 5 个百分点，其中全球订阅式服务收入已经超过了 2 亿美金。

现在，Avaya 又要开始第二次转型。这一次，Avaya 将自己定位成基于多云机构的一家企业通讯 SaaS 服务商。今年 8 月，Avaya 全球发布了新的品牌架构 Avaya One Cloud，它涵盖了 Avaya 的全线产品和服务，从基于云的面向未来智能的客户体验中心，到数字化移动的工作场所的 UC&CC 统一协作通讯，再到基于云的企业通讯平台能力 CPaaS。未来无论是 CC 还是 UC，不论是从私有云的部署到混合云，再到公有云的架构，Avaya 都可以支持多云架构。据悉目前在 Q4 营收中，来自于私有云的部分增长了 11%，同时基于云和生态联盟、订阅式服务新兴业务收入增幅超过 30%。

富莉莉表示，Avaya 这次转型的第一步是要把 Avaya 传统的产品设备往云上迁移，做好与主流云的适配工作，包括谷歌云、亚马逊的 AWS、微软。在中国，Avaya 率先和阿里云合作，完成了整个 Avaya 产品技术与阿里云的适配。就在 10 月，Avaya 与阿里巴巴达摩院发布了基于 Avaya 的联络中心，同时用阿里的 AI 引擎和一体化技术提供新一代智能联络中心企业服务大脑。“不论是外资的企业在中国，

还是中国的企业走向海外，当他们需要把 Avaya 的通讯系统进行云端部署的时候，Avaya 可以帮助他们实现阿里云上的迁移和部署。”

记者了解到，过去 Avaya 的设备和系统相对封闭，但是现在 Avaya 会向用户提供一个开放的通讯平台，释放自己的通讯能力。千行百业的开发者可以通过原生 API 接口去 敏捷调用 Avaya 的通讯能力放到自己的架构中。与此同时，友好的 API 又可以及时地把 Avaya 生态系统中优秀的开发应用集成到 Avaya 的通讯平台中来，促进整个生态的繁荣。

中国企业数字化转型离不开 Avaya

如今中国企业纷纷加入数字化转型大军，用户体验、员工效率、IT 运维成本成为衡量企业数字化转型成功与否的重要标准，这三个因素无疑对企业 ICT 通讯能力提出了更高的要求。

而作为全球企业通讯的引导者，Avaya 可以在这三个方面提供强有力的支持。在客户体验方面，Avaya 基于云，用 AI、大数据加持的智能联络中心能够满足企业个性化需求；在员工效率方面，Avaya 向企业提供的数字化、移动化的办公场所的协作通讯带来了非常高的通讯效率，能够快速反馈需求，紧跟市场变化；在 IT 运维成本，Avaya 提供了一个统一的通讯平台，既能联络外部最终用户，又能支持内部员工办公通讯协作，极大地优化了 IT 运维成本。而且 Avaya 转向多云部署后，云计算能力也可以帮助企业节省投入资金。

接下来，Avaya 要做的事情还有很多。富莉莉表示，Avaya 一方面会加强对传统合作伙伴的密集培训，带领他们一起实现技术上的转型，另一方面 Avaya 和合作伙伴一起，招募更多技术人才，与国内更多新兴技术公司合作，打造更为广泛的全面的生态圈。



再度入选，Avaya 位列 Gartner 会议解决方案魔力象限



Avaya Spaces 不仅能让企业员工出色的处理日常工作，还能处理计划之外和急需完成的工作，再次入围 2020 Gartner 会议解决方案魔力象限表明我们在以客户为导向的创新方面正在不断取得进展。

近日，全球通信与协作解决方案的领导企业 Avaya，凭借 Avaya Spaces 成功入选 Gartner 会议解决方案魔力象限。本届 Gartner 将会议解决方案定义为：“融合通信、协作和内容共享以及随时随地进行正式或非正式会议的产品。” Avaya Spaces 是今年刚刚推出的视频会议和协作应用程序，可以满足于员工任意时间和地点的工作需求。而高效便捷的使用体验，让其在市场当中广受美誉。

多合一视频会议和协作应用程序

Avaya Spaces 是可以用于数字工作场所的多合一视频会议和协作应用程序，目前已经覆盖了全球 100 多个国家和地区的政府、企业以及学校和其他组织。沉浸式的工作方式将分散的员工即时聚集在一起，让他们可以在云端进行沟通、视频电话、内容共享和任务管理及协作。

Avaya 高级副总裁兼首席营销官 Simon Harrison 表示“鉴于疫情的影响，视频会议呈现出爆发增长的态势，而这也进一步催生了市场对于易用、多合一解决方案的需求，这些解决方案可以改善协作、减轻应用程序过于繁冗的难题。客户和员工需要正确的程序来提升自身效率和体验，而这些工具也正逐渐改变人们的思维，从“仅仅是”一个视频会议的想法向“渴望”基于云的协作解决方案转变。



Avaya Spaces

Avaya Spaces 帮助

全球工作者保持高效工作

自推出以来，Avaya Spaces 取得了长足的发展，特别是对于受“新冠”疫情影响的组织而言，Avaya Spaces 已经成为了尤为重要的解决方案。疫情之初，Avaya 积极承担企业社会责任，免费提供 Avaya Spaces 的使用权限，帮助各公司、学校、政府和组织能够适应远程的工作状态和协作任务，不仅极大地保障了员工的身体健康，同时也能让工作继续且高效的推进。根据数据显示，疫情期间，Avaya Spaces 的视频流量激增了 2500%。

最近 Avaya 还宣布与 NVIDIA 进行合作，为 Avaya Spaces 带来了一个新的市场认可和 AI 驱动的会议功能，帮助提升视觉、音频和协作体验。Avaya Spaces 可随 Avaya OneCloud 订阅一并提供，也可以单独提供。

来自市场的广泛美誉

在全球，已经有超过 130,000 个客户依托于 Avaya 的通信能力为其客户和员工提供安全、智能的通信连接，而全球财富 100 强中 90% 的企业都使用 Avaya 的方案和产品。Avaya 曾被评为 2019 年 4 月统一通信客户之选。在使用 Avaya 的产品和解决方案后，各行各业的客户都纷纷发来好评：

- 有了 Avaya Spaces 以后，我们可以通过视频电话的方式和同事保持沟通，无论是协作还是文件共享都拥有良好的体验，这在疫情当中绝对是一件值得庆幸的事。
- 随着全球化业务的不断推进，我们公司在中东、亚洲和欧洲的许多地区都拥有供应商和客户。Avaya Spaces 能够让我们与供应商的合作变得异常轻松，在和客户打交道时，视频可以让我们感受到“面对面”的真诚体验，而客户也能更好的传达他们的需求。
- Avaya 是一个构建良好协作的平台，同时也是未来远程办公常态化发展的必备软件。在疫情肆虐当中，我们一直在努力推进工作，而 Avaya Spaces 对我们帮助颇多，这真的是一款精心设计的产品。
- 过去我们使用大量的协作软件和工具，而在使用了 Avaya Spaces 协作工具之后，我们发现无论是从功能还是架构本身而言，它都是数一数二的。
- 使用 Avaya Spaces 一直都是一个美妙的体验，用户界面友好而且轻量易用，所提供的支持也非常及时准确。

20年间最终用户的需求已经发生了根本性的转变,而当下企业最需要解决的是如何将AI能力轻便易用地注入到企业联络中心当中,为最终用户提供优质的服务体验

全速重构
OF CENTRAL INTELLIGENCE



Avaya 与阿里云联合方案分享会在京落幕

近期,由 Avaya 与阿里云举办的联合方案分享会在北京圆满落幕,本次分享会围绕“数智驱动企业联络中心数字化转型”的议题,邀请了来自互联网、金融、零售等多个行业的 40 余位企业高层领导参与,聚焦客户需求,共同探讨云计算、大数据、人工智能在企业联络中心领域的探索与实践以及演进、升级、变革之路。

“双 A”联手推动企业联络中心未来发展

Avaya 大中华区总裁 富莉莉与阿里云智能国际业务部总裁 袁千出席了本次分享会,并做了开场致辞。富莉莉指出,不久前,Avaya 刚刚度过了 20 岁生

日,20 年来,面对市场需求的急剧变更和科技的向前快速发展,Avaya 一直坚持以创新为驱动,不断调整自身战略,积极转型,目前正聚焦云和 SaaS 服务。与阿里云的合作具有广阔的前景和巨大的潜力,我们双方都希望将新兴科技的强大动能注入到企业统一通信和联络中心当中,切实推进企业级通信的快速发展。

袁千表示,数据资产在当下已经愈发重要,作为全球顶尖的技术厂商,阿里云 & 阿里巴巴达摩院在大数据方面有着深入地探索,我们希望和 Avaya 一起在安全合规的基础上挖掘数据价值、并在云计算和 AI 的加持下构建新的交互模式,还原真实应用场景,解决用户对智能通信的迫切需求,为企业联络中心云端智能化开辟出一条可行路径。

新技术加持下的企业通信云端智能化格局

如今,大数据在各个行业的落地应用已经屡见不鲜,其高度精准的指向性、预估性和引导性价值让众多企业趋之若鹜,而作为拥有大量数据资产的企业联络中心更是如此。面对市场急剧增长的需求和不断增加的海量数据,阿里云通过云端湖仓一体化的方式改变存储模式,阿里云高级解决方案架构师 汤祯捷表示,湖仓一体化架构解决了数据仓库和数据库本身能力的放大和协同需求,可以更好的帮助

Avaya 与阿里云联合方案分享会在京落幕



Avaya 大中华区总裁 富莉莉



阿里云智能国际业务部总裁 袁千



分享环节



与会嘉宾正在听分享

企业联络中心挖掘数据价值。

数字化已成为了人类生活的核心关键词,它正在改变着我们生活的方方面面,而人工智能则是其中最为关键的技术之一,但很多企业短期无法快速掌握人工智能技术且市场现有的解决方案操作繁冗、应用与应用之间又难以兼容适配。面对这一难题,Avaya 大中华区首席技术官 李农表示:“20 年间最终用户的需求已经发生了根本性的转变,而当下企业最需要解决的是如何将 AI 能力轻便易用地注入到企业联络中心当中,为最终用户提供优质的服务体验,Avaya 与阿里云 & 阿里巴巴达摩院,将领先的 AI 能力嵌入到企业级通信当中,可以帮助企业更加简单明了的使用 AI,创造最终价值。”

阿里云国际首席解决方案总监、研究员 姜青松认为,企业联络中心数字化转型是企业向云迁移绕不开的一环,而这其中以数据驱动业务并开发适合的数据产品是最关键的一步,阿里云 & 阿里巴巴达摩院在该领域有着深入的研究,数据中台、数据处理、数据分析都在行业处于领先的地位,阿里云与 Avaya 在企业级通信方面优势互补,有着共同的目标,因此我们希望集成云计算、AI、大数据等前沿科技,帮助企业联络中心快速完成转型。

随后,阿里巴巴达摩院语音实验室解决方案架构师 陈杰、Avaya CTO Office 总监 尹徐、阿里云国际数据智能高级专家 韦国坚先后分享了阿里巴巴达摩院语音实验室的最新成果以及语音识别、图像识别等技术在企业联络中心的应用,目前 Avaya 的 UC&CC 已经成功与钉钉进行了打通,并围绕线上、线下、业务、场景、社群等多个维度进行了优化。

最后,惠普高级解决方案架构师 侯棚分享了 Avaya& 阿里云联合解决方案在惠普的落地应用,侯棚指出,目前,Avaya& 阿里云为惠普提供的联络中心智能化解决

Avaya 与阿里云为惠普联络中心提供的解决方案

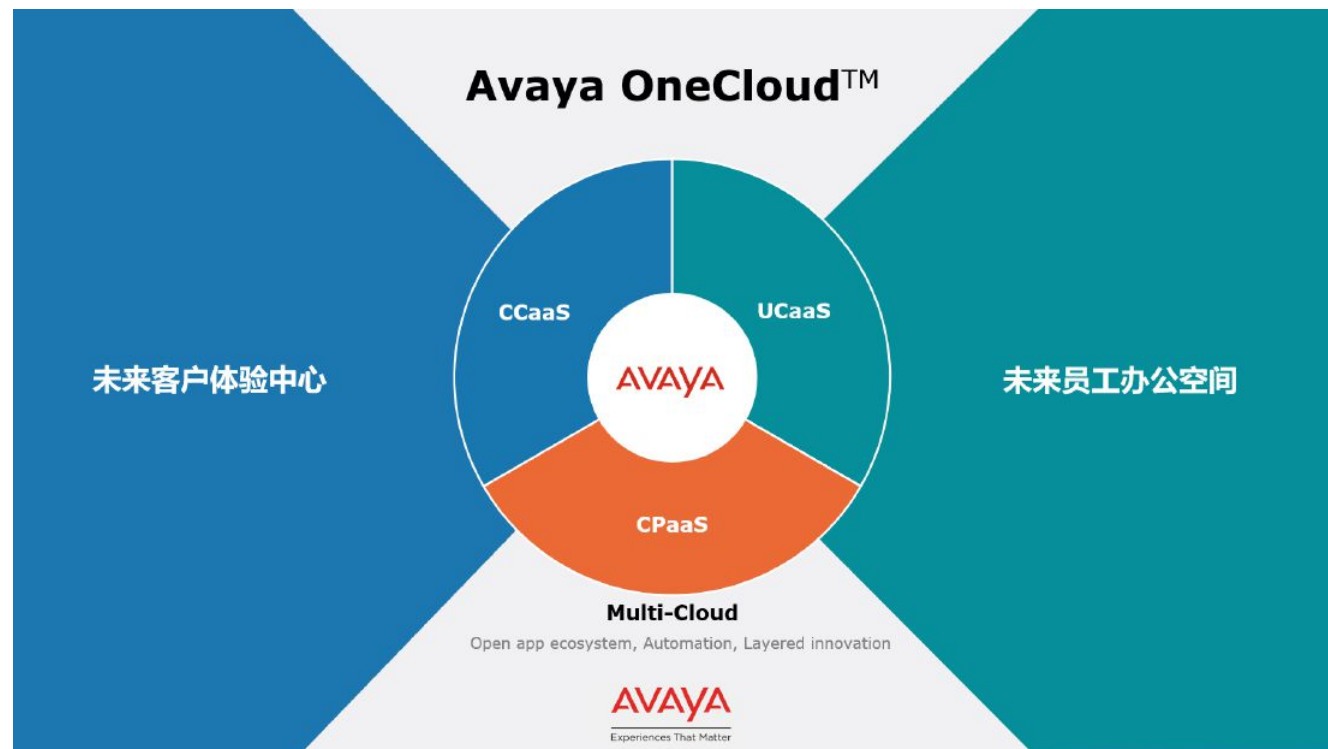
高可用性: 100%

机器人服务提升 80%

机器人解决问题率达到 7%

方案的高可用性达到了 100%,机器人所提供的服务提升了 80%;机器人可解决的问题比率达到 7%,这意味将节省更多的人力资源和其他资源,未来惠普希望和 Avaya、阿里云进行更广泛的合作,将 Avaya 的通信能力、阿里云的前沿科技、惠普的业务能力相结合,帮助客户做好主动运维。

Avaya 与阿里云联合解决方案分享会的成功举办,预示着双方未来将在企业联络中心云端智能化的道路上进行更加深入的探索,也将为未来企业联络中心数字化转型开辟出一条新通道。



Avaya 最新品牌架构发布， 三大核心类别为企业搭建“云梯”

近日，全球通信与协作解决方案领导企业 Avaya 公布了最新的品牌架构，架构决定全系列产品统一以 Avaya OneCloud 为名。这一品牌战略表明了 Avaya 在多云应用生态系统上的进一步完善，同时也将加速向市场推出最新的解决方案，为客户提供最佳的体验。

新 Avaya，新品牌架构

Avaya OneCloud 包括了全系列的 Avaya 产品，并将提供跨联络中心、统一通信与协作和 CPaaS 等丰富功能。目前，Avaya 产品和解决方案主要由三大核心类别组成：Avaya OneCloud CCaaS、Avaya OneCloud UCaaS 和 Avaya OneCloud CPaaS。由于 Avaya 提供全系列的运营、消费和商业模式，因此所有解决方案都可以在云端轻易部署，最新的订阅计划和管理化服务以及 Avaya 公有云、私有云产品全部涵盖其中。

Avaya 高级副总裁兼 CMO Simon Harrison 表示：“采用 Avaya OneCloud 品牌架构是我们在全球范围内开启的

一项重要转变，它显现了我们目前和未来在创新上的决心。同时，我们也将与客户和合作伙伴一道，在产品创新和个性化云路径的基础上，构建客户体验中心和数字化工作场所。全球目前已经有成千上万家的企业依托于 Avaya 的产品和服务实现移动化办公，我们也将进一步对其进行优化，以 Avaya OneCloud 为例，全系列的产品将更能满足企业的需求，达到更好的体验。”

IDC 客户服务与 CRM 副总裁 Mary Wardley 表示：“Avaya 不断创新，通过增强客户和员工体验助力通信与协作技术满足未来办公需求。Avaya OneCloud 也直接的表明了 Avaya 不忘初心，致力于以卓越的能力和和经验通过公有云、私有云或混合云提供广泛、灵活、安全的解决方案。Avaya 制定了为全球客户提供迁移的产品战略，其应用生态系统通过 AI、NPL 和数据自动化等创新不断扩展自身产品。”

Avaya 也提供全面的智慧终端、例如话放、视频会议装置以及耳机满足企业各类员工的需求，所有终端都享有世界级服务的支持，将由 Avaya 专业服务部门和公司庞大的合作生态系统完成。



“Avaya OneCloud”表明了我们可以提供全面云部署方案的能力，可以确保所有企业都能按时按需的进行云端化部署，此外，作为一个多云生态系统，Avaya OneCloud 也打破了限制上的桎梏，汇集了 Avaya 解决方案以及合作伙伴、其他领先云平台的优点，客户可以按照自身的需求进行无缝对接。

——Avaya 执行副总裁兼 CPO Anthony Bartolo

11

Avaya OneCloud CCaaS

- 该核心类别将为企业和客户体验中心赋能，提供客户和员工之间的互动解决方案，连接和协调客户体验所有可能涉及到的领域，包括：语音、视频、文本、短信以及社交，并以 AI 能力、洞察力和技术以及资源能力为 CCaaS 提供支持。

Avaya OneCloud UCaaS

- 该核心类别将提供统一通信和团队领域的功能，帮助员工实现沉浸式互动和协作，并支持移动化的办公环境。

Avaya OneCloud CPaaS

- 提供先进的 API 接口，支持 DevOps 商店和开发者平台；助力企业开展前沿创新，帮助优化工作流程和应用赋能。

Avaya 荣获零售业最佳数字化客户服务解决方案奖，5 个“在线”深获认可



由于移动化联网的飞速发展，零售业的格局已经由“人找货”变为了“货找人”，市场竞争激烈，传统企业向数字化新零售转型需要通过 5 个“在线”+AIOT 的模式完成蜕变。

近日，第六届 WRE 零售数字化转型峰会在上海成功举办，本次会议邀请了包括政府、商超、品牌商、零售商、电商以及 IT 数字化解决方案服务企业等在内的二百多位业内精英，共同探讨最新的行业发展趋势，分享在疫情所带来的负面影响下如何化危为机，驱动零售业快速恢复和稳定发展。本次峰会还举行了 WRE “年度数字化转型优秀案例奖” 颁奖盛典，以表彰在过去的一年内，零售行业突出案例和服务典范。Avaya 凭借领先的技术和解决方案，荣获“零售业最佳数字化客户服务解决方案奖”。

Avaya 大中华区首席技术官李农、华东区技术总监陈晖受邀出席了本次峰会。在分享环节，陈晖以“通信互联网助力新零售坪效革命”为主题发表演讲，陈晖指出，由于移动化联网的飞速发展，零售业的格局已经由“人找货”变为了“货找人”，市场竞争激烈，传统企业向数字化新零售转型需要通过 5 个“在线”+AIOT 的模式完成蜕变。

以下是陈晖在大会上的演讲精粹：

需求、供应、链接是人货场的本质

如今，从公域流量获客的成本越来越高，因此很多企业将目光转向稳定且持续的私域流量，试图从中挖掘出具有价值的信息，并不断分析优化，借此帮助企业在市场上立足定位。

人货场三位一体的本质是需求、供应和链接，而优秀的购物、服务体验又是其中的重中之重，维护好现有客户并通过人脉杠杆的方式，让现有客户带来新客，是未来零售业需要探索的方向。陈晖指出，能够与现有客户在后期进行二次接触的一则是线下门店，二则是客户联络中心（包括电话联络中心），这就需要这两者提高问题解决效率，保持良好的沟通服务体验。

针对这种现状，Avaya 一直致力于打通 UC 和 CC 之间的壁垒，让前台客服人员和后台专家们一起为客户打造优良的



Avaya 大中华区首席技术官 李农发言



Avaya 华东区技术总监 陈晖 在峰会分享

服务体验，减少不必要的沟通成本。通过通信技术提高业务的处理解决速率。

5 个在线为传统企业数字化转型铺路

传统企业的数字化转型必然会遇到一些难题，这就需要通过 5 个在线，即客户在线、员工在线、产品在线、服务在线和管理在线 +AIOT 的方式进行解决。

首先需要对门店进行数字化改造，通过员工和产品对客户产生吸引以达到获客的目的，而后员工在线对客户进行智能化推荐，让人货匹配，优化客户体验助力转化，再通过产品在线的方式打理产品，并基于业务和客户属性的流程化设计以及全渠道客户旅程轨迹分析，让客户找到最终的理想商品完成下单。最后通过服务在线引导客户完成复购，通过管理在线赋能员工，达到人机合一，提升“人效”。

AI 智能化为闭环业务赋能

Avaya 拥有一整套的流程方案，无论是从硬件到软件，还是从获客到复购、管理都可以在一个闭环内完成，做到比消费者更了解消费者，同时还能大大减少各项投入资本，提高绩效，赋能增长。

例如，管理者可以通过 Avaya 的管理辅助应用，达成动态 IVR 管理、AI 效能监控、交互数据管理来对企业和产品进行规划，在客户体验上，可以通过 Avaya AIEP 智能化应用平台进行提升，通过语音合成、语义识别、情绪感知、文本分析等等智能化应用，最大化客户的服务体验。

在分享的最后，陈晖表示，人类发展史本身也是通信的进化史，无论从荷马史诗，还是到烽火传信，抑或是现在的以数据为驱动，通信的高效率一直哺育着人类社会的生长，作为一家拥有百年历史的通信老店，Avaya 致力于应用通信让世界变得更加美好，打破内部沟通协作壁垒，优化外部客户体验。

Avaya 多年来一直在探索通信在类似于“新零售”等新兴行业的应用，疫情以来更是推出了一系列应对措施和解决方案，以匠心的态度打磨产品，助力各行业应对挑战，加速完成数字化转型。

Avaya 公布第四季度及 2020 财年财报

第四季度及全财年简报：

- 第四季度，Avaya 收入为 7.55 亿美元，同比增长 4%；FY20 的收入为 28.73 亿美元。
- 云、生态合作伙伴和订阅收入连续增长 3 个百分点，占第四季度收入的 33%。
- 第四季度 TCV 认购额增加了 1.81 亿美元；至财报发布当日，本年度 TCV 认购额达到了 4 亿美元。
- 第四季度，TCV 共计有 135 笔交易超过 100 万美元，17 笔交易超过 500 万美元，4 笔超过 1000 万美元。

日前，Avaya 公布了截至 2020 年 9 月 30 日的第四季度财报和 2020 财年的财务业绩，根据财报显示，Avaya 不仅没有受到“新冠”疫情的影响，反而在第四季度及整个财年都保持了良好的上升势头。

第四季度财务亮点：

- 收入 7.55 亿美元
- 合同总价值 21 亿美元
- 新增 1500 多家客户
- GAAP 营业收入为 7400 万美元；非 GAAP 营业收入为 1.7 亿美元
- GAAP 净收入为 3700 万美元
- 调整后的息税折旧及摊销前利润为 2 亿美元，占收入的 26.4%
- 软件和服务占总收入的 88%，同比增长 5 个百分点
- 经常性收入为 63%，同比增长 5 个百分点
- CAPS（云、生态伙伴和订阅）收入从上一季度的 30% 增至 33%

• 期末现金和现金等价物为 7.27 亿美元

“我们以第四季度的亮眼业绩结束了 一个强劲的财年，第四季度的业绩超越了我们所有制定的目标，并再次实现了连续和同比增长。” Avaya CEO Jim Chirico 表示：“我们全年的业绩表明，我们在创新方面的投资和对企业云优先战略的执行，使得我们在正确的时间和正确的地点完成了正确的决策。我们正在实现全新的工作和协作方式，帮助企业解决紧迫的业务挑战，而这种高度差异化的解决方案，也为我们在市场竞争当中获得了极大的优势。”

而 9 月份我们也再度完成了融资，这也大大加强了我们的资产负债表和财务灵活性，也让我们新财年的前进步伐蓄势待发。

与此同时，Avaya 的产品和服务也正在不断升级迭代并获得了市场的广泛认可，例如 CCaaS 增加了可以通过 WebRTC 进行音频和视频通过功能，帮助远程办公人员改善部署和使用体验；支持 WhatsApp 和应用内的社交消息，让企业能够与客户进行数字互动；增强分析功能、实时仪表盘、提高管理可见性；扩展了 Google Dialogflow CX 支持以增强 AI 功能。

Avaya OneCloud 订阅解决方案在 9 月份的额外新增了 1.81 亿美元的 TCV，自 2020 年 Q1 才刚刚推出以来，预计销售额约为 4 亿美元。

客户亮点

- 作为 Avaya20 多年的客户也是美国十大银行之一，将使用 Avaya OneCloud 订阅解决方案来支持不断增加的远程办公人员，并将其零售分支机构的 7 万多名用户从使用某第三方解决方案过渡到使用 Avaya OneCloud 订阅解决方案。

- Allina Health 拥有或经营着 13 家医院和 90 多家诊所，将使用 Avaya OneCloud 订阅解决方案将在 47,000 多个远程座席中进行应用，帮助对抗新冠疫情，同时也为未来远程办公、移动化办公打好坚实的基础。

- The Art Institutes 是一个遍布全美的私立学校系统，Avaya Cloud Office 将为其八个校区的近 700 多名用户打造数字化办公体验，通过为期五年的协议，Avaya 将以更高的灵活性、功能和集中化的运营方式支持多个校区的不同需求。

- 作为 Avaya 加拿大最大的合作伙伴之一，Connex 凭借 Avaya Cloud Office 的统一通信和协作需求赢得了微软团队的支持。他们的业务遍及北美，帮助超过 7.5 万名代理商为大约 15 万名用户提供服务。

- 总部位于澳大利亚的国际技术专业服务公司 ABM 扩展了 Avaya Cloud Office 的初始部署，并根据该解决方案支持其员工移动办公和制定技术路线图等能力并增加了用户上限和新功能。

- 总部位于澳大利亚的 Oban 企业解决方案公司之所以选择 Avaya Cloud Office，是因为它具有集成第三方应用程序的灵活性和能力，因为它使他们能够提供从前端到后台的完整解决方案，并将多种通信线路引入到一个单一平台。

- 一家总部位于美国东海岸城市的大型社会服务机构为其 1000 多名联络中心代理和主管部署了 Avaya OneCloud CCaaS。通过这项服务，该机构可以支持远程工作，同时为询问基本福利资格的来电问询者提供有效的面试管理流程。

- 一家基于 CALA 的 CRM 和 BPO 服务全球提供商将使用 Avaya OneCloud 私有云解决方案将其 Avaya 和第三方解决方案整合到一个统一的框架中，以管理超过 7,500 个劳动力管理和录音许可证、语音分析、自动质量管理、数字流程分析和加密端口。该公司将为 6000 个代理职位使用 Avaya OneCloud 私有云联络中心解决方案，为他们提供升级的语音、数字频道和呼出功能。

- 一家总部位于中东的大型能源公司正在使用 Avaya Spaces 来支持其员工基础工作，以提高现场工作人员以及本地安全顾问之间的沟通效率和协作能力。

所获荣誉

- Avaya 被福布斯选入 2020 年全球最佳雇主榜单

- 《Industry Wired》杂志将 Avaya 评为 2020 年全球十大最佳联络中心解决方案提供商

- Avaya OneCloud CCaaS 解决方案被《客户》杂志评为 2020 年呼叫中心技术奖得主

- Avaya 荣获 2020 年爱迪生技术进步奖

- Technology&Services Industry Association 将 Avaya 评为 2020 年 STAR Award 的获奖者

- 2020 年，Avaya 被亚太地区 Frost&Sullivan 评为年度联络中心应用程序供应商

- 2020 年 Frost & Sullivan 最佳实践奖：2020 年全球 IP 桌面电话产品线战略领导奖

- Avaya 凭借 Avaya OneCloud UCaaS（包括 Avaya Cloud Office 和 Avaya Spaces）在 UCC 市场上得到了 Aragon 的认可。



解读：新时期，企业需要什么样的通信能力

Avaya 大中华区首席技术官 李农

未来几年，在宏观经济承压、国际环境复杂多变的格局下，企业经营与发展将面临多重挑战，对企业的综合能力提出了新的要求。新常态下，数字化转型已经成为企业持续发展的重要课题，企业只有将自身业务与信息技术紧密融合，才能从容应对挑战、稳步实现战略目标。

业务驱动企业通信升级

相比于人才、企业文化、组织架构和管理理念等转型所需的“软实力”，企业还必须不断投资于云、人工智能、大数据等技术方面的“硬实力”。CIO 们要真正了解内部各业务部门和外部客户的痛点与需求，并能够在大量的数字化方案中慧眼识珠进行选取。

面临业务增长的压力，企业通信能力的建设成为对内提升运营效率，对外提升产品竞争力和客户体验的重要手段。通信上云、通信场景由单一走向多样早已是业界共识，而当前的企业通信应用呈现出以下趋势：

- 在提高运营效率方面，企业需要通过强化统一通讯能力，及提高协作智能化的方式实现；
- 对于企业的客服或呼叫中心而言，随着企业营销与服务渠道多元化，重心在通过挖掘数据价值促进营销转化、迭代创新，以及通过智能化提升客户体验；
- C 端用户行为习惯转变，语音互动、音视频聊天等模式要求企业进一步优化通信产品，并且与业务应用场景结合；
- 基于成本、灵活性的考量，软件和服务订阅模式成为获得通信能力提升的重要手段。

此外，通信升级已成不争事实，而通信从来都是专业化、长

期积累的行业，除了技术因素，CIO 还需要一个了解过程的复杂程度和现实情况，且在业务规划方面有着丰富经验的帮手。

企业通信能力发展方向

基于上述趋势和需求，在企业逐步提升数字化能力，加强自身通讯能力建设的过程中，提出以下几点建议供借鉴：

一、打通 CC 和 UC，实现全渠道交互

客户需要微笑，需要热情，但是客户最需要的是解决问题。持续投资客服中心和用户之间的系统远远不能真的解决用户问题，用户遇到的大多数问题，并不是客服中心产生或者可以解决的，需要和后台部门甚至协作单位进行联动。

很早以前就有“全员座席”的提法，就是打破 CC 联络中心和 UC 办公协作系统之间相对割裂的现实情况，加速企业通信一体化平台的建设，实现企业内部以及面对消费者的全员无障碍服务流程。而现在，互联网和通信技术的发展让“全员座席”能够非常容易的实现，比如连接后台部门、合作伙伴的系统是钉钉、飞书或微信时，将会重塑企业内部业务处理流程以及客户服务体验的连通性、贯通性。

解读：新时期，企业需要什么样的通信能力

二、新兴智能化客服，不只是 AI 引擎

建设智能客服不只是提供机器人和人工智能，可能和客服所有的环节都有关，包括前后台的打通、是否将流程进行优化、能否提供千人千面的选择等等，每一个可以提高效率、减少人员数量、提供更标准化服务的其实都是智能客服改造的过程。

所以，CIO 不是要建设自己的 AI 引擎，而是越来越关注能够实现智能客服综合设计、规划和建设能力的服务商，而不是关心哪家的机器人或者 ASR、TTS、NLP，客户管理者需要的实现自身的业务目标。

三、挖掘数据价值，驱动业务发展

如何把客户的数据更好的运营和经营起来，这对所有的人都是一个重要的话题。大多数企业在客服中心的数据分析和使用上还差得太远。我们过去总关心客服中心自身的数据，比如通话时长、放弃率、一次性解决客户问题率等，而这些数据，对企业业务发展有多大作用，值得商榷。

客服中心是我们的客户中心、流量中心、数据中心，只有把客服中心的数据和信息传递给相关业务部门，和业务数据结合在一起，才能驱动业务发展，体现对企业的价值。比如客户的投诉或反馈是不是体现哪款产品需要提升和改进，客户的建议是不是可以作为产品研发依据等。

四、订阅模式和云服务，成本与灵活兼顾

软件和服务购买者正在积极向订阅模式转变，以受益于该模式提供的灵活性、快速部署、业务敏捷性和成本管理等优势。实际上，据 Gartner 预测，在一年之内，所有新进入者和 80% 的成熟供应商都将提供基于订阅的业务模式。



订阅模式仅购买所需内容，并根据需求变化进行扩展，从而将投资从资本支出型转换为运营支出型，以使资产负债表更为精简。

Avaya 为赋能已做好准备

新需求为通信服务提供了新的思路，针对企业通信的需求和痛点，百年通信企业 Avaya 早已做好准备。Avaya 深知通信服务的价值在于生态，所以一直坚持与合作伙伴一起创新，支持谷歌、RingCentral、阿里、竹间等生态伙伴的解决方案在 Avaya 开放的平台相互预集成，例如 AI、语音识别、情感分析等技术，共同开发出贴合行业实际需求的价值服务，为企业打造一个真正的企业服务大脑。

为了满足不同企业对于数字化、云端化、智能化的需求，Avaya 还推出了 AI IN ONE 的智能升级包解决方案（包含基础包和增强包），可以通过 AIEP，让 AI 厂商更容易的连接传统客服，从应用集成、AI 服务调度、AI 资源、集成部署等核心架构助力企业更好的应用文本机器人、智能语音导航、智能外呼、智能质检、座席助手、陪练助手等功能。

现在，Avaya 连接各家 AI 引擎的 AIEP 平台已经部署在阿里云上，并有了很好的落地。而全新的 Avaya 订阅方案，可以让企业简便易用的订阅和使用 Avaya 的世界级的通信与协作解决方案，从而快速推动业务增长。

Avaya 最懂通信技术，理解企业市场和客户的能力，正以匠心追求为新时期的企业通信赋能！

超强科技感的外观



左：Avaya Vantage 3



右：Avaya J189 IP 电话

可以看到，与 Avaya 自身的另一款高端话机 Avaya J189 相比，Vantage 3 通过全玻璃触摸大屏的方式进行操控（业界只此一家，别无分号），整个机身没有机器按钮，从外形上显得更为高大上并且科技感十足。当然，J189 的双屏也是科技感点满，这个就需要看各自的喜好了。

我们今天的主角是 Avaya Vantage 3，我们先从外观上来仔细地看看这款机器为什么被称为办公神器。

从外形上看，Vantage 3 更像我们经常使用的平板电脑，不过它确实在某种程度上可以当作平板电脑使用。

Vantage 3 可以通过蓝牙智能设备进行连接通话，当然如果你更喜欢通过话筒进行通话，可拆卸的模块也可以完全满足有挂绳和无挂绳的手持话筒。

小巧的机身加上高超的颜值，在不使用它的时候，可以当作电子日历等数字化桌面设备使用，让你的桌面充满科技感。

前面说过，它可以应用替代平板电脑的大部分功能，可以下载大量的第三方应用，满足工作和娱乐的不同需求。



手持话筒可以通过可拆卸模块拆装



第三方应用可以满足办公和娱乐需求

Avaya Vantage 3 评测，业界唯一大屏体验怎么样？

如今随着企业数字化的不断推进，员工的办公方式也不尽相同，办公环境从职场到远程家庭办公甚至是随时随地的移动办公，市场也面对各类需求推出了不同的协作应用，这也导致了不同企业甚至不同部门之间沟通协作十分困难。

用手机？大量的软件安装不仅占用内存，而且往往一个外部电话进来就会导致会议中断。用电脑？不同任务之间来回切换繁琐，电脑卡顿甚至宕机让人焦头烂额，而我们有的时候也需要一边开会一边处理手头的其他任务。

这个时候，就需要一款可以满足多场景下办公的独立设备，市场上单独的设备有很多，但是你试过业界唯一一个全玻璃触屏的桌面办公“神器”吗？接下来，就让小编和大家一起来看看全新升级增强的 Avaya Vantage 3。



超多模块适配广泛配件

当然作为专业化的桌面办公设备，我们最看重的就是它的办公性能，Vantage 3 优化了摄像头角度和距离，可以让使用者以最舒服的方式进行视频会议，内置 4 个麦克风阵列，和宽频扬声器，可以让其他参会者更清晰地听到你所表达的内容，1080P 的高清摄像头，完全可以满足于个人会议场景下的需求。

除此之外，Vantage K175，还内置或配备了各类模块，可以让你使用广泛的配件，包括：双千兆 POE 交换、USB、RJ9 耳机、HDMI、NFC、Bluetooth、WiFi 等等。



超多接口 / 模块，广泛适配各类配件

让笔记本电脑回归“本职工作”

后疫情时代下的新常态是最近的热词，无论是远程家庭办公还是职场办公，通过视频的方式进行会议的方式越来越多。我们的笔记本电脑也要进行多任务的并行处理。工作量突增，多任务并行处理笔记本电脑卡死或者运行缓慢怎么办？Vantage 3 可以让我们无需频繁的切换多个窗口，视频会议，普通电话会议，内部协作共享等等都可以通过它来完成，让我们的笔记本回归其本职工作。



多设备办公演示

个性化屏幕分享，聚焦你的关注

如果说上述功能还不能太打动人心，那么下面要谈的这个功能，真的可以算是黑科技了，那就是全新的屏幕分享功能。

有很多视频会议，分享者的 PPT 更为重要，Vantage 可以通过双流的方式显示视频和演示文稿，我们可以通过将演示文稿发送到外部显示器的方式，更加清晰地观看分享者所分享的内容（视频显示在 Vantage 上）。

有的时候，演示者自身的视频更为重要，所分享的内容反而是其次，那么我们就可以单独的将视频内容投放到外部显示器（双流显示在 Vantage 上）。

如果我们想在外部显示器上看视频和双流内容，一样可以实现（Vantage 上显示控制功能）

以上内容都可以通过有线或无线投屏的方式进行，极大的满足了我们各个场景下不同的需求。

个性化定制需求

我们当然可以应用第三方的应用进行联络沟通，但如果想要达到更好的效果，还是建议使用 Avaya Spaces、Avaya IX Workplace 这些应用，无论从适配，还是功能上来说，它们都极度适合各种场景下的办公需求。

除了办公以外，Vantage 3 还可以进行个性化的定制，个性化的桌面、第三方 App、浏览网页、多媒体娱乐等等，可以说是一个办公和娱乐两不误的神器。而最近，北京某新建金融大厦就采购了 5000 多部 Avaya Vantage 话机。



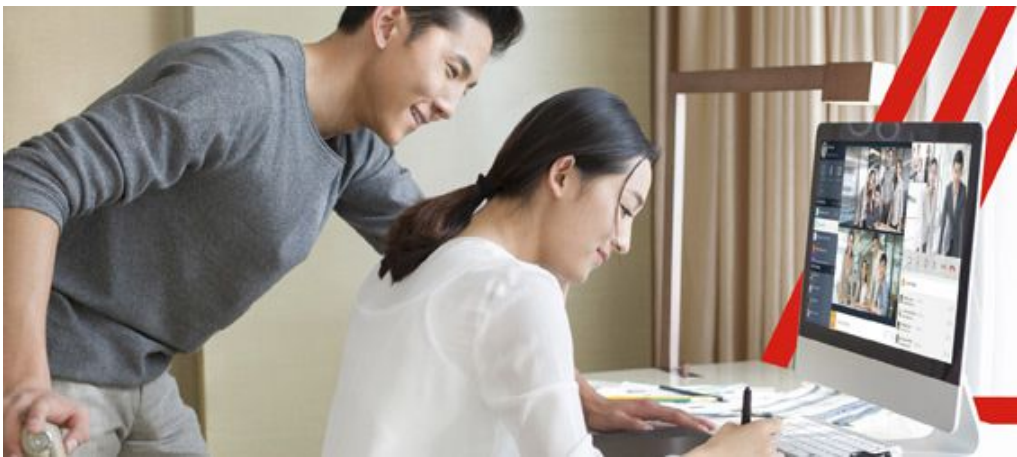
使用 Avaya Workplace 登录 Vantage 3、手机、笔记本电脑



Avaya X 随锐：构建远程办公常态化的新规则

Avaya 与随锐科技达成的合作，将为当下及未来远程办公发展构建一个标准化、模式化、平台化、统一化的新趋势，打破终端、应用、云端难以兼容协作的壁垒，为企业远程办公注入新的可能。

2020 年伊始，新冠疫情席卷而来。至今它仍然在全球的多个国家和地区肆意横行，对社会的市场经济产生了巨大的负面影响，各行业纷纷寻找出路，以远程办公、远程教育、远程医疗为首的“远程经济”悄然兴盛。而这个本是权宜之计的解决方案，如今却在向着常态化、刚需化的方向发展。根据 Strategy Analytics 的最新报告指出，目前全球有数以百万计的雇员希望永远在家办公，并且这个数字还在以惊人的速度持续增长。



Avaya X 随锐 云 + 端模式下的远程办公新体验

继与阿里云 & 阿里巴巴达摩院达成合作之后，Avaya 又与随锐科技达成合作，探索“云 + 端”模式下的远程办公新体验，还将联手发布更加经济、开放、易部署的云视频会议解决方案，助企业轻松实现远程协作，提高沟通效率。

终用户数累计覆盖超过 1 亿人。目前，集团产品覆盖人工智能、物联网、工业互联网、云计算（含通信云）、大数据平台、边缘计算、信息安全等科技创新领域。

Avaya 与随锐科技的强强联手，将为远程办公云端智能化的发展探寻出一条可靠路径，借助 Avaya 多场景、多功能并普遍兼容的智能化终端与随锐科技灵活、易用、安全的视频通信云相结合，为使用者打造出沉浸式的会议体验。

匠心、初心

人类社会的发展离不开通信的大力支持，作为一家拥有百年通信基因的企业，Avaya 参与见证了近现代人类通信建设。并以通信让世界更美好为初心愿景，以匠人心态打磨雕琢产品，推动社会经济发展，助力企业完成数字化转型。目前全球 190 多个国家和地区的 13 万客户将 Avaya 视为最可靠的伙伴，联络中心座席数超过 600 万，统一通信线路超过 1.41 亿。

作为国家级高新技术企业，随锐科技集团是业内新兴的“智能世界建设与运营商”，在政府 / 企业的自有客户总数已超过 70 万家，平台服务客户数超过 1000 万家，平台服务的最

云 + 端，轻办公模式

作为 Avaya 数字体验季的重要一环，Avaya 与随锐科技致力于为客户打造一个高效的沟通平台，将云和智能终端“请下神坛”，成为普惠科技。随锐视频通信云可以无缝搭载兼容 Avaya 的智能终端，随时随地的打造高清、高保真、高体验的会议室，具有经济、开放、易部署等特性，可满足各类企业的全场景需求，同时在云计算能力的加持下，与会者也可以通过瞩目视频通信云系统，随意加入各类高清云会议。此外，Avaya 还将与随锐共同发布轻办公套包，无论是个人居家远程办公，还是快捷小型会议，或者快捷中型会议的需求，都能满足，并且更加经济适用。



爱奇艺如何实现 9000 企业成员协同远程办公？

爱奇艺在 Avaya 的帮助下在 15 个办公区域为 9000 多名员工提前部署了灵活的办公环境，借助于 CPaaS 平台快速搭建了测试平台，通过 API 对业务系统进行了集成，增加了系统灵活性、降低了大量人力、基础设施上的成本。



更多精彩案例
“码上”了解

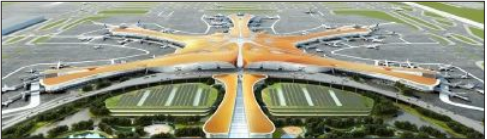


Avaya 向火神山医院捐赠音视频设备及远程探视系统

Avaya 联合合作伙伴向火神山医院捐赠了音视频设备及远程探视系统，该套方案可以让座席人员，在家远程进行线上服务，在保障客户企业员工的身体健康的基础上建立有效沟通。



Avaya 技术如何助力
火神山抗击疫情？
“码上”了解



Avaya 元素助力大兴国际机场凤凰展翅

在大兴国际机场的建设中，Avaya 与中国联通一起合作为某大型航空公司的新基地提供了一套全 IP 的通信解决方案，使该航空公司实现了全国组网，以及内网短号互拨，未来还可以通过 Avaya Breeze 平台上的应用开发实现更多智慧办公的功能。



统一通信如何支持
机场业务运转？
“码上”了解



Avaya 技术助力 Outaouais 维护公共安全

Avaya 集成紧急电话服务，可以让公共安全服务决策更好的进行紧急规划和任务协调，能够让该镇的人员享受到更快、更高效、更便捷的公共安全服务，也为专业人员扫除了障碍，保证救援能够及时进行。



通信如何助力
公共安全规划？
“码上”了解



台湾国立成功大学数字化教育平台的发展之路

在疫情的影响下，远程教育是应急机制也是未来的发展趋势，台湾国立成功在教育系统数字化、信息化建设的道路上，一直处于领先的地位，Avaya 帮助台湾国立成功大学构建远程视频教育系统，为疫情和后疫情时代的教育教学开辟出一条新路径。



远程教育系统的应用情况如何？
“码上”了解



太古可乐实现联络中心云端转型

在 Avaya 的帮助下，太古可口可乐成为了中国消费品行业上云的先行者。Avaya 洞悉了太古可口可乐的上云之需，全面分析评估，大大降低迁移的复杂性，并推进了太古可口可乐全面上云的时间表。



太古可乐如何
迁向云端？
“码上”了解



博西中国远程家庭座席，持续为客户提供高品质服务

博西中国在 Avaya 的协助下紧急部署了远程家庭座席解决方案，在确保员工安全的基础上，最大程度地维护了用户的利益。博西中国的联络中心从设计规划、部署实施到后期维护全部由 Avaya 负责，疫情时间 Avaya 仅用一天的时间就完成了第一批座席的部署开通工作。



博西中国如何用一天时间
完成远程座席部署开通？
“码上”了解



数字化时代下「轻营销」的探索与实践

Avaya 大中华区市场总监 彭静瑜

如今在互联网 + 概念的引领下，我们已经进入到了创新 2.0 时代。相比以往，人们更加注重线上生活的价值与品质，而企业也在数字化转型的过程当中，探索如何以更加符合当下人们观念和标准的营销方式和模式，特别是在高度信息化的今天，抱守残缺、一成不变的“套路”模式已经无法让消费者买账。

进入 2020 年这个“新冠”爆发的特别年份，很多企业将线下推广按下暂定键，市场经费也急剧收缩。因此很多市场人心里不禁都有一丝疑虑或焦虑：究竟要用什么样的方式能完美地达成营销推广目标，维系部门长远规划，又能让这出“营销大戏”叫座又叫好？

这也是 Avaya 市场部一直都在思考的问题，而我们也经过多方的探索、实践和积累摸索出了一套适用于当下的解决方案，这套方案的核心观点只有一个字：“轻”。

轻品牌：

随风潜入夜，润物细无声

在传统的市场推广营销活动当中，品牌的名称及 LOGO 是

究竟要用什么样的方式

能完美地达成营销推广

目标，维系市场部门长

远规划，又能让这出“营

销大戏”叫座又叫好？

Avaya 市场部摸索出

了一套以“轻”为核心

的方案。

重中之重，每家企业总是希望见缝插针地在各个地方将二者露出，在主办的线下活动当中，也总希望让自身的企业品牌占据绝对的主导位置。但在不断的品牌实践当中，我们发现，原有品牌灌输式的营销推广方式并不适用于当下的大环境，受众不会因此对企业品牌认知而产生多一份的好感，甚至可能与预期背道而驰。

少走寻常路的 Avaya 市场部探索出了一套创新的模式：我们称之为“搭戏台，唱大戏”，这看似离经叛道的做法，却收获了意想不到的效果。

每年，Avaya 都会做一场规模从几百到上千人不等的客户和渠道大会，在最近的大会中，Avaya 有意弱化了品牌和 LOGO。比如，在会议主题、邀请函、主背板上淡化 Avaya，展台也开放给客户和合作伙伴自行设计。同时，演讲内容上也很少直接灌输 Avaya 的内容，即便是当时的技术带头人也只担当了客串主持人的角色。我们希望通过这样的方式，向邀请的客户和生态圈朋友传递一个概念，这不是 Avaya 在主场自说自话，而真真切切是一个通信行业的大咖会，作为主办方的 Avaya，任务是将戏台搭建起来，然后邀请大家来唱自己的戏，这不仅仅是 Avaya 一家的大戏，也是所有参会者共同的舞台，欢迎前来分享。

这个概念得到了广泛的认可和欢迎，我们不光请到了在客户公司任职的意见领袖前来分享，还吸引了十几家合作伙伴参与会议赞助。同期，注册客户在注册关门前几天，仍以每天 100 多人的注册速度迅速增加，导致报名人数远超会议的容纳人数阈值。有意思的是，市场部每天接的最多的电话不是活动运营相关，而是销售和合作伙伴有关额外参会名额的申请和“走后门”。会场酒店被定光，因此 Avaya 员工让出了会场酒店房间，下榻在稍远一些的酒店。意外的反响超出了预期，而这个现象，当时也被戏称为：“Happy problem”。

通过这个“轻品牌，让平台”的过程，Avaya 收获了更多客户的信任和关注。请他们以“主人翁”的精神参与到活动中来，而受众也不会因为 Avaya 品牌过度的露出产生审美疲劳。

其次，在平台搭建上，我们也有意地将演讲舞台像时装秀的 T 形台一样延伸到观众中，这样当演讲嘉宾在台上时更多的感觉是在与听众密切交流，通过表情、眼神及肢体语言等达到演讲者和受众互动的目的，而观众也能更近距离的聆听与感受。

通过场景化舞台剧的形式将整个会议的内容打通，围绕主人公“小美”在生活当中遇到各种常见的小事，如忘带手机、驾车遇到事故等情节用几分钟的戏剧故事表现出来，舞台一明一暗，一切一换，戏剧冲突引出嘉宾上台分享的最佳实践，一幕幕下来增加了代入感，切身地感受到解决方案所能带来的便利。这里同样没有提 Avaya，而是一个普通人物的故事。

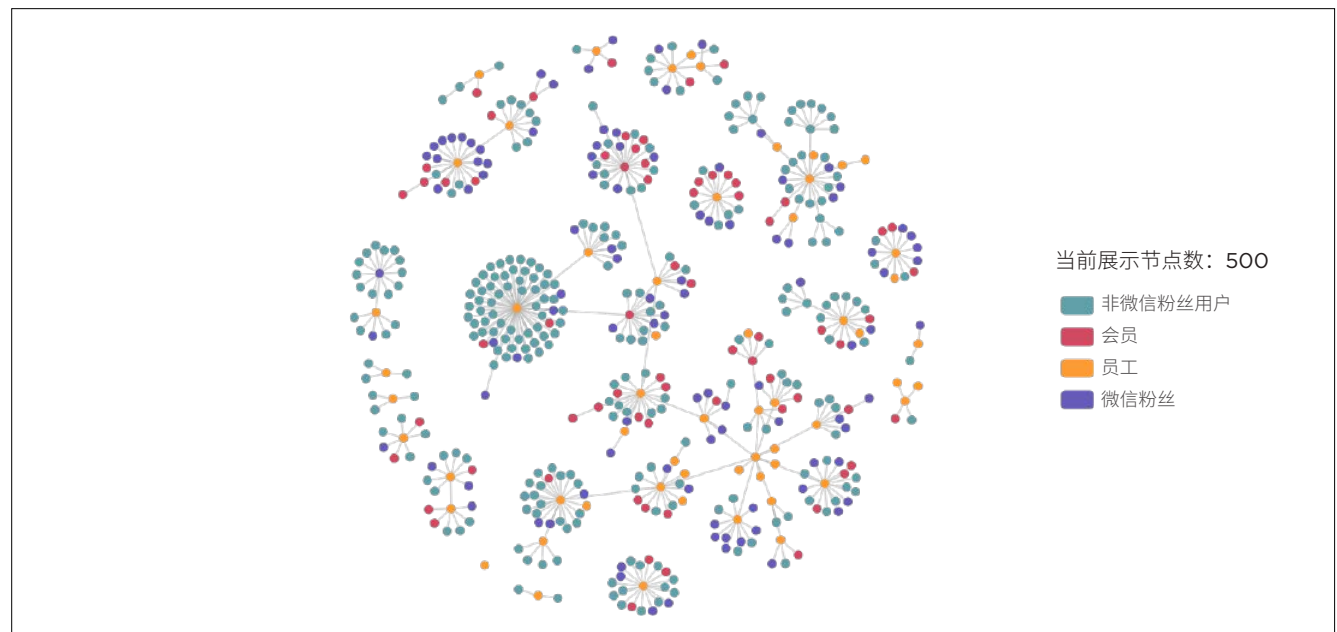
此后很长时间，参会者们仍能对这次大会的细节记忆犹新，而在谈论本次大会时，他们也会不由自主地联想到本次大会地主办方——Avaya。因此，在内容为王、体验为王的时代，与其通过传统方式不厌其烦地强调略显抽象的品牌名称，LOGO，不如让受众记住故事进而联想，“随风潜入夜，润物细无声”的营销方式往往更能让人铭记，而这种轻品牌的方式也不会让受众产生负担和负面情绪。

轻投入：

善用人脉杠杆，以一撬百

疫情对社会和经济带来了巨大的冲击，不仅仅是办公机制上要进行改变，商业模式和业务流程也做出很大的革新，受疫情影响，各家公司或多或少地缩减了市场部门的预算经费，这对于市场人来说，可谓是一道难题，作为公司的输出部门，越是特殊时期，越能体现市场部门的重要性与责任担当，而在特殊时期，对于时间上的响应也有着极高的需求，因此 Avaya 将短平快作为核心策略，并利用全员营销的“人脉杠杆”撬动更广泛资源。

疫情期间，大家生活和工作模式向线上进行转变，因此作为市场部，我们也快速地将营销从线下向线上转移。春节期间，在公司对雷神山，火神山等多处医院和客户实现远程医疗会诊，探视，远程座席，远程办公等技术支援之下，市场部也转战各个社交平台，迅速开展了情景画的口碑故事推广，并号召全员一起加入其中。这个时候全员发挥了巨大的作用，



会员营销中的星状传播图

各种信息经过内部员工的二次转发、分享，大生态圈的第三、四次扩散，人脉杠杆展现出了奇效。Avaya 的故事不断在业内传播，很短的时间内我们就接到数十个客户，合作伙伴，媒体的电话。

我们也惊喜地发现，在同期的十余场线上会议中，约有 50% 左右的参会者都是通过全员营销的方式了解并参与到会议当中的，这充分的说明人脉杠杆的方式不仅可以有效地减少投入，并且能进行更精准地营销。

信息的快速传播，全员的通力合作，加之新上线的基于社交媒体的数字化营销平台，Avaya 以极少的投入，撬动全员的人脉巨轮，在 B2B 的窄众市场迅速辐射了目标受众，这样不仅可以让自己员工参与到企业市场营销的各个环节当中，还能通过人脉杠杆直接营销到精准客户群体。

最后，再利用数字化营销平台所反馈的数据，对客户群体进行溯源、分类标签化，再进行更垂直精细地划分，将其变为市场营销环节的“私域流量”。

与传统地市场推广方式不同的是，轻投入，不仅可以快速地对标到受众，减少各类成本上的支出，还可以让全员都参与到营销的环节收集数据资源，为下一次营销活动做好基础铺垫，并且所有的环节都可以反复利用，让触达受众越来越精准，有效获取营销线索。

轻跨界：

优势整合，资源互补

在多样化、数字化营销开花结果的今天，我们看到了各式各样的营销案例，而这其中跨界营销近年来绝对是让人眼前一亮的方式之一：奔驰和游戏直播进行联动，迪士尼和零售商进行联动，而故宫也相继推出了口红、眼影等化妆品，这些看似毫不相干、不同领域的企业联动起来收获了意想不到的效果。

在最初，Avaya 也与一些其他领域的伙伴一起寻找共同的客户群体，也取得了不小的收益，但后来我们逐渐发现。这样的跨界营销方式，投入相对较大和准备周期也比较长。那么，有没有一种方式即满足了跨界的客户群体扩展，又能满足轻投入快速上线？在经过实践以后，Avaya 制定了轻跨界的战略，以往的跨界，强调的是品牌联合，借助品牌的势能达到 1+1>2 的效果，而轻跨界则以产品解决方案相融合，共同触达同一类客户群体，强调围绕客户体验和需求进行跨界联动，解决客户的实际问题，并且拥有策划快、上线快、投入少等等优势特点。



例如，最近，Avaya 联合多家合作伙伴，一起开启了名为“匠心”的数字线上体验季，将 Avaya 的通信能力和服务，与其他合作伙伴的云、大数据、AI 等结合在一起。因此在企业市场宣传的领域，我们就能做到优势互补、资源互助，同时也能和合作伙伴一起，在全渠道进行内容上的建树与推广。

特别是疫情期间和后疫情时代，线上会议的模式已经逐渐向着常态化的发展，主办方和合作方也可以快速的组织网络会议，轻跨界营销更加容易，可以迅速邀请双方嘉宾在任何地点线上分享，减少了很多线下合作活动前繁杂的内部流程。

Avaya “匠心”

线上体验季打响疫情营销

伴随着互联网以及新兴科技的飞速发展，在日常的工作和生活当中，“轻”这个字眼已经悄然地改变着企业运转甚至个人生活的方方面面。

对于企业来说，数字化是轻、云端化也是轻、以及自动化运维，DevOps 等业已崭露头角的概念都是轻，它们将原本复杂的工作流程进行了简化、优化也在渐渐的改变着组织架构。对于个人生活来说，碎片化阅读是轻，蓬勃发展的短视频是轻，即用即走的小程序还是轻，它们让我们更加直观、快速、简明地汲取我们所感兴趣或需要地信息。

在不断的尝试和实践积累当中，我们发现以轻为核心的市场营销推广，更能迎合当下受众的意愿，也更容易被接受。

最近两年 Avaya 围绕“轻”进行了多元化的尝试，并取得了丰厚的回报，特别是疫情期间和后疫情时代，这样的方式让我们看到了未来的发展趋势，Avaya 也将继续探寻数字化和轻量化的营销之道。

Avaya 荣登《福布斯》2020 年“全球最佳雇主”榜单

10 月 22 日，《福布斯》公布了 2020 年“全球最佳雇主”榜单，Avaya 成功入选。福布斯 & 领先的市场和消费者数据提供商 Statista 公司对 58 个国家和地区的 16 万名员工进行了匿名调查，并从中挑选出了获此殊荣的公司。参与调查的员工就性别平等、企业社会责任、企业形象、人才成长、新冠疫情应对方式等主题对其雇主和所在行业的其他雇主进行了评分，共计收集了超过 500 万个数据。

Avaya 总裁兼首席执行官 Jim Chirico 表示：“我认为我们能够入选榜单源自于我们拥有世界上最好的员工。Avaya 在全球拥有 8000 多名员工，而作为这充满热情、以客户为中心的企业的一员，让我感到十分自豪。我们在人才和企业文化上进行了大量的投资，这使得 Avaya 能够吸引和留住最优秀的人才，我非常感谢我们在全球各地努力奋斗的同事们，感谢他们每天正在做能够改变生活的工作，以及在为客户创造体验至上的服务时所发挥的关键性作用。”

20 年来，Avaya 的愿景是继续通过协作和通信解决方案，重构人们和企业的沟通方式。Avaya 的文化基础建立在 5 大原则之上，这些原则推动了 Avaya 的战略、执行和参与。

- **化繁为简：**我们营造一个鼓励和奖励创新解决方案的环境。Avaya 致力于帮助客户简化生活，提高效率。
- **认真负责：**我们的决策是以客户为中心，我们的员工也有能力承担风险、将工作专注在构建体验上，并推动客户迈向成功。
- **信任基础：**我们是一个透明和充满活力的团队，以信任为基础以身作则的实现统一愿景。
- **团队合作：**我们认可彼此的成就和优势。我们重视思想的多样性和协作环境当中每个人的独立性。
- **赋能：**我们鼓励员工直言不讳、勇于承担责任，发挥主人翁精神，让每个人都拥有发言权。

“匠心”数字体验季视频回顾



企业如何选择新一代办公电话系统

随着全球产业竞争加剧和信息技术高速发展，企业面临着前所未有的竞争压力。对企业而言，提高团队协作及客户体验，建立一体化通讯办公电话系统至关重要。Avaya 全新一体化通讯解决方案，帮助企业构建新一代办公电话系统。



请使用微信扫码回看



Avaya & Verint 客户体验周

新常态下，如何才能确保联络中心的高效运营，为客户打造卓越体验，达成企业业务目标？在 Avaya & Verint 客户体验周直播活动上，Avaya&Verint 专家探讨了联络中心建设与运营的热点话题，助力打造数据驱动的智能客户体验平台。



请使用微信扫码回看

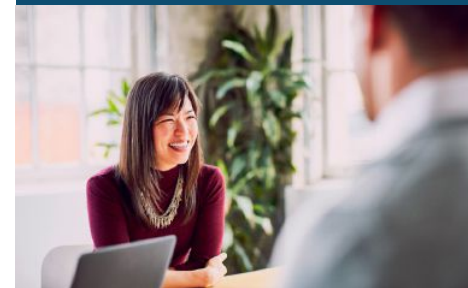


Avaya & 竹间智能 智能让联络更简单

Avaya 联手全栈式人工智能标杆企业竹间智能，与大家一起探索人工智能在企业统一通信和联络中心方面的应用，通过 AI 人工智能、情绪感知、语音分析、语义识别、机器学习等技术，助力企业更快更好的解决用户问题，提高服务效率和质量，优化客户体验。



请使用微信扫码回看



Avaya & 阿里云 双 A 企业最强大脑，引领智能服务 X 时代

Avaya 百年企业级经验和通信能力 + 阿里云前沿科技创新与理念，当两大巨头跨行业、跨领域强强联手，重新定义 5G 新时代下的企业级通信以智能服务云中台新规则。



请使用微信扫码回看



Avaya & 随锐 云 + 端 = 轻办公，轻办公套包研讨会

疫情改变了人们的日常生活习惯，线上会议及远程办公已经慢慢成为了企业的刚需。Avaya 智能视频终端兼容市面主流视频会议平台；随锐视频通信云平台灵活满足各类规模企业全场景需求；强强联手打造 Avaya + 随锐轻办公套包。为您带来更经济、开放、易部署的云视频会议解决方案，助您轻松实现远程协作，提高沟通效率。



请使用微信扫码回看



Avaya & 263 如何快速部署视频协作？

两大企业通信巨头强强联手，针对中小型企业推出轻量化、易部署、高性价比、稳定安全的视频促销套包。为您带来更经济、开放、易部署的云视频会议解决方案，助您轻松实现远程协作，提高沟通效率。



请使用微信扫码回看



“Avaya 拥有市场上最全面的解决方案，能够跨所有模式、接触点和角色提供独特的客户体验和员工体验。这些功能可以智能地将客户需求从自助 AI 转移到人机互动，并提供从前台到后台的全程个性化客户之旅，确保出色的客户体验。”

“Avaya OneCloud CCaaS 提供的客户和职场互动解决方案补充了多种功能，例如 AI 机器人、预测路由、实时情绪分析和座席指导。”

“这些功能不仅可以连接整个客户旅程中的所有接触点，包括语音、视频、聊天、短信、社交和屏幕等，而且还能汇集整个企业的所有资源、洞察力和知识，提供出色的客户体验和员工体验。”

“Avaya 拥有利用人工智能和移动性技术开展创新的悠久历史，突出的例子包括 Avaya 对话智能、Avaya 移动体验、Avaya 移动身份和 Avaya AI 路由。”

“Avaya 提供灵活的 CCaaS 选项，支持公有、私有和混合部署，确保客户能够利用最适合其业务需求的云模式。”

随着客户预期不断演进，企业借以提供高质量体验进而提高品牌忠诚度的方法也必须相应演进。Avaya 可以帮助您执行全面的端到端客户互动策略，让您的企业一次又一次地成为客户的首选。

Frost and Sullivan 将 Avaya 评为职场互动的明确领导者

过去几个月（新冠疫情期间）以及过去几十年，Avaya 为世界各地的企业提供了有力支持，同时我们不断创新、改进解决方案，帮助这些企业提供出色的客户服务，这一初心从未动摇过。

事实上，Frost and Sullivan 表示，我们的全方位方法——人工智能机器人、预测性路由和座席指导使 Avaya 成为打造创新客户体验的市场领导者。

最近几个月以来未曾见过的方式凸显了客户服务的重要性。从必须更改与航空公司和酒店的旅行计划，到与大学进行互动处理已取消课程的学费退款，再到安排虚拟医疗预约和杂货递送，客户体验一直处于风口浪尖之上。

此外，在周围环境不断变化的情况下，今天的“一切客户”（包括我在内）都希望服务能够顺应自己的当前状况、心情和紧迫性。对企业而言，这可能是一项非常艰巨的任务，除非他们拥有完善、执行得当的客户体验策略，在多体验经济中超越客户预期，从竞争中脱颖而出。

企业的品牌是其提供的所有体验的总和。意思就是您所所做的一切，以及客户和潜在客户感知您所所做的一切的方式，都会加入到您的实际客户体验。为了使“一切客户”都能获得最佳体验，您需要统筹协调各个方面，使他们就像润滑良好的机器一样协同工作。要认识到每个员工的体验——他们的环境、工具、培训、赋能、赞赏等，都将反映在您所提供的客户体验中。这涉及到领导与管理，策略与执行，就是要创建一种让客户着迷的文化，让体验的重要性高于一切，包括客户和员工体验。

在帮助企业提供出色的客户和员工体验方面，Avaya 是名副其实的领导者。因此，作为业界领先的分析机构，Frost and Sullivan 将其 2020 年度北美职场优化发展、创新和领先奖授予了我们。联络中心市场充斥了提供不同水平解决方案的各类厂商，Avaya 在这个市场独领风骚，在所有方面都表现出众，能够助力客户提供自己的出色客户体验。

以下是 Frost and Sullivan 领导力报告的几段摘录：





匠心成就卓越——Avaya 渠道大学“开学啦”！

Avaya 渠道大学——
“匠心学堂”是 Avaya
为大中华区渠道合作伙伴搭建的一个综合性培
训平台、交流平台。”

匠心是一种信念，是对创新与卓越的追求

近期，“匠心成就卓越——Avaya 渠道大学线上发布会”如约而至。Avaya 大中华区总裁富莉莉在开场致辞环节表示：“今天，云、云转型成为行业以及 Avaya 的一个热点，相信大家已经看到全球在云战略上的坚定不移，我们也在本地紧锣密鼓的跟进这一意义重大的转型策略。Avaya 希望和合作伙伴们一起把握这个机会。同时，携手渠道一起技术武装自己，让每一位员工能够抓住变革，及时了解行业的最新动态和发展趋势，及 Avaya 最新的产品、技术和解决方案等。Avaya 渠道大学——“匠心学堂”即是 Avaya 为大中华区渠道合作伙伴搭建的一个综合性培训平台、交流平台。”

01 渠道大学的诞生

“缺乏对端到端的跟踪、缺乏认证培训的辅导和虚拟团队经验分享、缺乏部署和售后支持培训……”针对一系列与合作伙伴合作中涌现的问题，Avaya 渠道大学应运而生。它是 Avaya 中国整合各种资源后，为渠道合作伙伴搭建的一个综合性培训平台。在今天，Avaya 渠道大学 - “匠心学堂”顺应时代的脚步以线上平台的形式继续引导与帮助合作伙伴应对市场变化。



图 / 合作伙伴授牌仪式

02 渠道大学的内容

在这里，Avaya 合作伙伴不仅可以得到最新的产品、技术和解决方案的培训与交流，还可以了解到最新的行业动态和发展趋势：

在未来，Avaya 将与合作伙伴一起迎接后疫情格局下的新常态，Avaya 渠道大学将赋能和协助合作伙伴在业务转型、人才培养和技术力量储备上成功转型为“新 IT 人”，共同把握未来的发展与机遇。

对合作伙伴公司

- 与 Avaya 领先技术保持一致，增强竞争力
- 获得 Avaya Program 支持与奖励
- 持续学习，提高员工工作效率，提升团队绩效

对合作伙伴售前

- 更好地了解与演示新技术
- 关键技术的熟练程度
- 从产品销售过渡到解决方案设计和销售，更好地完成交易

对合作伙伴销售

- 提升专业精通程度，深化和丰富知识及技能
- 展现经过证实的技能，提高职业信誉
- 拓宽职业前景，挖掘收入潜力

对合作伙伴售后

- 精通跨架构的部署
- 更好地协调 Avaya 技术和服务资源，以解决相关的问题。
- 提升服务优化验证设计的能力

Avaya × NVIDIA 基于云的 AI 视频会议解决方案来了

集成 NVIDIA 强大的云 AI 解决方案并通过 Avaya Spaces 应用程序增强视觉、听觉和协作体验，用户可以通过实时 AI 功能让演讲内容更具吸引力。

近日，Avaya 与 NVIDIA 达成合作，将集成 NVIDIA 强大的云 AI 解决方案并通过 Avaya Spaces 应用程序增强视觉、听觉和协作体验，这一集成所带来的创新功能已于 10 月 5 日至 10 月 9 日的 NVIDIA GTC 上发布。

Avaya Spaces 是可以用于数字工作场所的多合一视频会议和协作应用程序，目前已经覆盖了全球 100 多个国家和地区的政府、企业以及学校和其他组织，沉浸式的工作方式将分散的员工即时聚集在一起，让他们可以在云端进行沟通、视频会议、内容共享和任务管理及协作。NVIDIA 日前已经单独发布了一款 NVIDIA Maxine 云本地流媒体 AI 平台，该平台拥有大量基于云的音频、视频和对话 AI 软件，可以增强视频会议的用户体验。

Avaya 执行副总裁兼首席产品官 Anthony Bartolo 表示：“Avaya 的产品屡获殊荣，深受市场和用户喜爱，本次与 NVIDIA 的合作，我们相信凭借 NVIDIA 在人工智能领域的领先地位和 Avaya 20 年来的坚持创新，能够从云端交付基于人工智能的通信解决方案，并让企业可以经济高效地扩展规模，帮助应对“随时随地办公”需求的快速增长。”

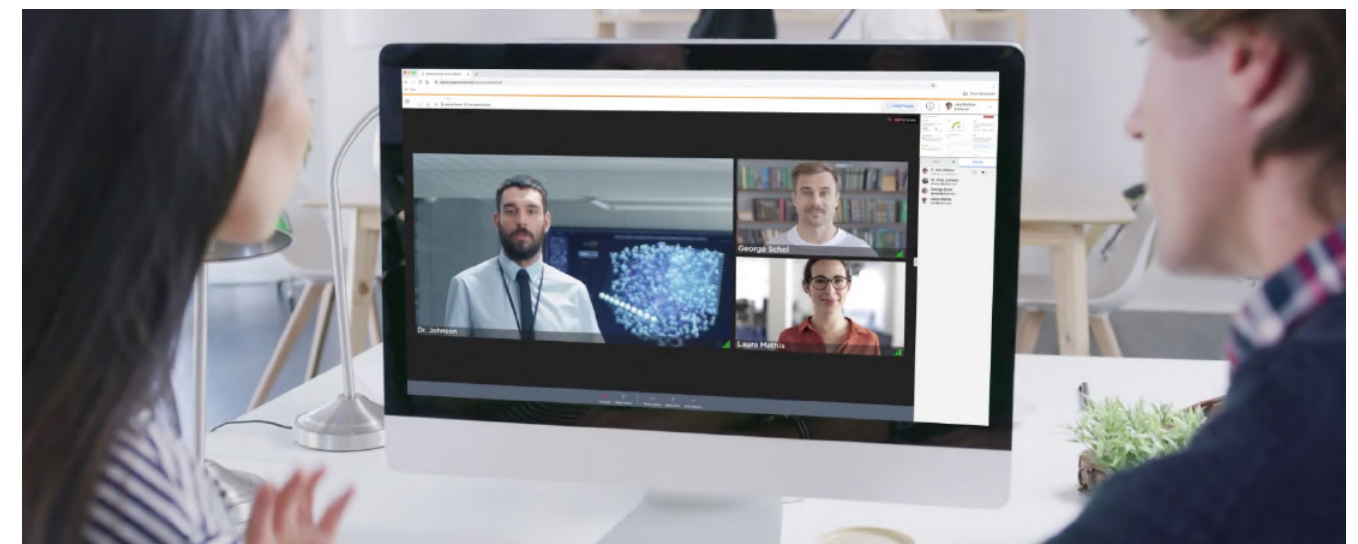
NVIDIA Maxine 与 Avaya Spaces 的结合将更进一步地推进以 AI 驱动的会议方案发展，双方联手推出的方案极大地满足了客户对于背景噪音消除、虚拟绿屏、丰富的演示功能等需求，让演示者更好的完成演讲且能够识别和区分声音进行实时转录。NVIDIA GPU 计算和 Google Cloud 中的 NGC 软件可以让 Avaya 经济高效地应用上述 AI 功能，从而扩展和满足视频会议的快速增长和远程办公所带来的协作需求。更为重要的是，这同时也大大降低了终端用户对设备的要求，使得这些高级功能可以广泛使用，而不需要任何专用硬件，甚至不需要更换摄像头。

NVIDIA 副总裁兼加速计算总经理 Ian Buck 表示：“视频通信已经成为每个远程工作和学习者必备的工具，随着 NVIDIA Maxine 软件平台在云中的 NVIDIA GPU 计算上运行，Avaya Spaces 的客户可以通过实时 AI 功能让演讲内容更具吸引力，这些功能可以轻松通过流式传输到几百万台 PC 电脑，笔记本电脑和平板电脑上。”

ZK Research 创始人和首席分析师 Zeus Kerravala 表示：“新冠疫情”的爆发已经让视频沟通从一个不常使用的工具

变成了几乎人人日常应用的工具，并且这种趋势可能会向常态化发展，根据数据显示，疫情爆发后，远程工作人员的数量从 22% 上升到 40%，几乎所有的“会议”系统都将视频方案纳入其中，Avaya Spaces 这款协作应用不只是视频工

具，它与 NVIDIA Maxine 的人工智能功能结合，可以更好的优化视频会议体验。通过与 NVIDIA 的合作，Avaya 可以提供最先进的人工智能解决方案，为其自身客户提供更好的体验。





客户的需求和想法已经与五年前、十年前有了本质上的区别。在智能化新消费时代，企业联络中心应当从以服务为中心向以客户为中心进行转变，打造新兴智能化客服，重构客户体验。

Avaya 订阅模式正在蓬勃发展

麦肯锡（McKinsey）对 IT 决策者的一项调查显示，有 82% 的企业领导者更喜欢通过订阅模式购买本地软件。麦肯锡公司的同一项研究还发现，90% 的企业正在过渡到或正在考虑迁移到订阅模式。“这样做的原因不仅是财务上的问题”，Avaya 订阅营销总监 Steve Brock 在最近的一次采访中这样告诉 UC Today。

Avaya 订阅消费模式在数百万工作人员被迫离开远程办公室之前就首次亮相，Brock 表示，这是帮助组织启用远程工作人员以及扩展业务连续性的主要推动力。这些系统所需的投资并不太容易以订阅为基础，并且它们已经创造了“公司通讯和协作能力的真正改进”。“他们希望在需要时进行创新，而不仅仅是在有预算时进行创新，”Brock 补充说。

AVAYA

高效的团队
互通互联的团队

实现基于云的团队通信——Avaya Spaces™，
现随 Avaya IX™ 订阅计划附带提供。

Avaya 订阅模式正在蓬勃发展

AVAYA

通过订阅
改善
工作体验

Avaya IX™ 订阅计划，协助您专注于最重要的任务

Brock 继续他的思路，说 Avaya 客户使用新模式来“现代化通信 -- 不仅提供安全的远程工作人员通信，而且还通过附加功能（例如客户自助服务和旅程映射）改善他们的客户体验。”

根据 Avaya 最近的财务报告，Avaya 的订阅量比上一季度增长了近 100%。Brock 强调，客户也越来越关注业务连续性。他认为 Avaya 的订阅模式对于希望保持最新通信以避免因使用过时的软件而造成潜在中断并提高安全性的企业来说是一个重大举措。

“Avaya 订阅通过用较小的每月或每年的付款来代替大量的前期费用，从而确保客户始终拥有最新的软件和设备，”他补充说：“由于 Avaya 订阅对云服务使用相同的定价模型 -- 客户可以根据需要添加相关功能，这是他们继续迈向云计算的重要一步”。

我们现在生活在一个新的现实中，它给企业带来了一系列新的和不寻常的挑战。我们生活在混合云通信时代，我们已经看到数月之内进行数年的数字化转型。Brock 认为，订阅模式非常适合混合云环境正在经历快速变化的速度。

Avaya 订阅中也包含 Avaya 设备。Brock 特别强调了一项产品，即新的 Avaya Spaces Room 应用程序，该应用程序可与 Avaya 协作单元 CU360 配合使用，为办公室和家庭办公室提供多合一的大屏幕会议选项。该解决方案还利用

了立即进入等功能，使用户可以将其移动设备指向屏幕以加入会议。

Avaya 客户也可以通过嵌入式日历邀请加入。甚至还有 Avaya Spaces 和 Avaya Subscription Workplace 视频会议的会议录像，以及其他视频会议应用程序，例如 Zoom。“这是 Avaya 如何努力改善员工体验的示例，以及客户如何使用 Avaya 订阅作为实现此目的的工具的示例，”Brock 说。

如果我不提 Avaya 的世界级安全性（我的订阅包均由其提供支持），那我将是疏忽大意。Brock 告诉我，冠状病毒使日常业务变得更加复杂，Avaya 希望减轻这种负担。

文章转载自：CTI 论坛

AVAYA

轻松扩展用户

Avaya IX™ 订阅计划，
助您增长 20% 用户

构建企业服务智能中台， 释放 AI 原子能力

一直以来，如何为客户提供更好的服务是众多企业普遍关心的问题。过往，企业将可提供的服务事无巨细的放置在企业联络中心当中，丰富的服务种类，确实满足了客户的多元化需求。然而，随着科学技术的飞速发展与业务的不断迭代更新，服务内容也呈现出堆叠式的增长，如此一来，原有的服务模式就变得臃肿不堪，反而增加了客户负担，降低了客户体验。

这就需要企业联络中心做出进一步的变革，正如 Avaya 大中华区首席技术官李农所说：“客户的需求和想法已经与五年前、十年前有了本质上的区别。在智能化新消费时代，企业联络中心应当从以服务为中心向以客户为中心进行转变，打造新兴智能化客服，重构客户体验。”

百年通信经验与 AI 原子能力 双双加持企业通信

为了促进联络中心智能化发展，Avaya 将与竹间智能携手，通过建设定制化的企业智能服务中台，结合 Avaya 百年通信领域实践经验、技术与竹间智能领先的 AI 能力和体系，最大化企业联络中心价值，对内优化员工沟通协作，对外提升客户体验，满足数字化新时代下的企业联络中心智能化刚需。

作为全球领先的企业级通信服务提供商，Avaya 一直在探索着新兴科技赋能企业通信的新通道，围绕以 Avaya OneCloud 的新架构积极探索企业通信智能化、云端化的发展；竹间智能致力于利用深度学习、中文自然语言理解、情感计算、计算机视觉等技术，研发带有情感识别能力的对话机器人及行业解决方案。双方优势与资源互补，将把 AI 的强大能力释放给企业以提升价值，同时还将以数据为驱动帮助企业联络中心完成数字化转型。

构建企业智能中台，打破数据 孤岛

在数字化转型的过程中，“中台”是绕不过去的一环，而“中台”也是近年来各行业领域所探索的趋势和未来的发展方向，在 Avaya 与竹间智能看来，企业 AI 中台大有可为。它可以以更加敏捷的方式支撑企业智能业务的发展，强大的复用性可以降低系统风险、加速业务开发以及试错成本；但很多企业苦于没有 AI 能力，无法将企业联络中心推向智能化，Avaya 的智能中台可以调用类似于竹间智能这类国内外优秀厂商的 AI 能力，以达到即用即走，并可以按需定制的需求。

Avaya AIEP 平台将以统一平台、统一数据、统一 API 的方式提供服务沉淀，能力共享，打破系统的壁垒，用大中台的能力去支持小前台不断变化的需求，连接人、场景和智慧应

用，实现对前台业务需求的敏捷化支持，最终实现业务的快速的创新。

在竹间智能等领先的 AI 厂商的支持下，可以通过文字合成、语音转写、语义识别、情绪分析等众多的 AI 能力，帮助客服座席更好的了解业务需求，为客户解决最关注的核心问题，让员工体验与客户体验相辅相成。

联合生态，为企业交付完整的 智能化解决方案

“匠心”也是 Avaya 不变的初心，Avaya 致力于通过建立引擎工厂打造联合生态，以联络智能、感知智能、认知智能、决策智能、计算智能方式为企业联络中心赋能，同时细分应用场景，在交互型 AI、辅助型 AI、分析性型 AI 的帮助下，助力企业更快更好的解决用户问题，提高服务效率和质量，优化客户体验。让统一通信更加轻量化、让联络中心更加智能化。

Avaya 推出 Avaya Vantage 全新增强体验，办公效率显著提升



近日，Avaya 宣布将市场广泛认可并屡获殊荣的 Avaya Vantage 桌面体验进行了重新设计，新版 Avaya Vantage 是一套兼顾职场办公和在家办公的多合一会议解决方案，内置了高清会议摄像头、宽带音频和四个麦克风阵列，可在不使用笔记本电脑的情况下实现出色的协作体验。

Avaya 还宣布已经将 Avaya Vantage 与 Avaya Spaces 协作应用相集成。Avaya Spaces 是一款基于云的团队协作

和会议工具，它正在改变人们的工作方式，通过将分散的人员群体与沉浸式的工作空间进行实时结合，让员工可以在云中发送消息、视频会议、共享内容、管理任务和协作，进而实现办公场所的数字化。

Avaya Spaces 提供了身临其境的虚拟通信和团队协作体验，不管人们在何处办公，都能够保证人人都可以相互联系并发送消息，还可以将产生出的最佳创意落地实践。其功能

（包括文本、音频、视频会议、文件共享、任务管理等）能帮助员工快速做出决策、消除障碍、立即处理团队、部门及其他部门之间的协作需求，并支持 7x24 小时全天候的工作机制，让分布在全球各地的团队可以像在同一房间内一样展开协作。

Avaya Vantage 和 Avaya Spaces 是 Avaya Composable Home Office Solutions 的战略核心，该战略由 Avaya OneCloud 品牌架构驱动，充分利用了 Avaya OneCloud UCaaS、CCaaS 和 CPaaS 的相关功能，这种新方法使企业能够为其员工和代理商提供个性化的远程办公体验。

Avaya 最新的“随处办公”调查显示，在调整员工队伍以适应远程办公新常态趋势的同时，有 65% 接受调查的公司正在增加新的视频会议解决方案。分析师预测，目前全球的知识型工作者超过 10 亿，在疫情爆发之前，远程办公的知识型工作者只占据很低的个位数占比。而最新预测表明，疫情结束后，每周至少在家办公两次的劳动者将占比 30%。

随着劳动力向远程办公转移，笔记本电脑已转变为新的“办公室”，因为它可以进行呼叫、举行会议、收发消息以及完成工作项目。然而，笔记本电脑挤满了许多大量占用 CPU 的应用程序，并且在使用软件电话或参加会议时常常会被迫中断工作。

经过重新设计改进的 Avaya Vantage 是一项突破性的解决方案，它通过将笔记本电脑中的通话和会议转接到专用设备上，从而提升了职场办公和在家办公体验。额外的处理能

力（使其比以前的版本快三倍）得到增加，以提供在家办公所需的多功能性和简便性。WiFi 支持意味着它可以放置在任何地方，并且可以与大多数耳机、键盘、鼠标、外接摄像头和外接显示器充分连接。同时得到增强的还有，在 Vantage 上原生提供了 HDMI 接口，可直接连接职场或家里的显示器，将视频会议的内容和会中分享的内容在大屏幕上播放，大幅度提升了会议的体验

而大屏话机在国内目前也正在大幅度落地应用，特别是对于安全性、稳定性、高效性有着高标准要求的金融机构来说，大屏话机正是其理想解决方案。最近，北京某新建金融大厦就采购了 5000 多部 Avaya Vantage 话机。

Avaya Vantage 为远程工作者们提供了最简便的安装和使用方法，并与现有的 Avaya OneCloud 平台以及基于标准的视频基础设施相集成，允许访问和使用基于云的应用程序。

另外，Avaya 已经在 Avaya Vantage 中加入了新的“屏幕移动”技术，以便在参加会议中实现更好的移动办公体验。内容、和会议参与者或两者都可以在任何给定时间根据会议动态切换到更大的屏幕。对于演示内容，只需要在 Avaya Vantage 上轻轻一触，即可在笔记本电脑上打开相同的会议，从而实现演示。

Avaya CMO Simon Harrison 表示：“Avaya Vantage 和 Avaya Spaces 是为客户提供强大的构建模块，可以通过构建的方式提高远程办公人员工作的效率，Avaya OneCloud 通过提供打包的业务功能，将其与云所提供的一切连接起来，从而加快客户数字化转型。”





以通信创新为后疫情时代的保险业保驾护航

近日，Avaya 参加了中国寿险科技应用高峰论坛 2020，Avaya 高级咨询顾问梁宾海在峰会的分享环节做了题为“联络产生价值，数据驱动创新”的主题演讲，他指出：“作为全球领先的统一通信与协作服务提供商，Avaya 在保险行业有着丰富的落地实践经验，是全球十大保险公司的共同选择，而中国的健康险保额目前正在以巨量增幅递增，在经历“新冠”疫情后，人们对健康的关注进一步提升，保险行业也将迎来新的发展契机，Avaya 将以通信赋能保险产业，将自身领先的通信能力嵌入到内部沟通和外部联络的整个环节。”

根据麦肯锡的报告可以看到，新冠疫情将为保险行业带来三个方面的变革，即：客户行为线上化、保险形态革新化和运营模式全面数字化。针对上述变革，Avaya 主张用科技赋能保险业务，并针对性地提出了连接在线、智能在线、数据在线的变通之道。

连接在线：

助力保险行业降本增效

新冠疫情的爆发，为企业带来了不可估量的影响，一方面鉴于疫情具有极高的可传染性，企业不得不采取居家办公的方式减少人员聚集，而这直接影响着内部员工协作沟通以及业务的推进，特别对于保险行业这种需要强监管的行业，安全合规规则更为重要。面对疫情所带来的挑战，Avaya 某保险行业客户就使用了 Avaya 整套 UC 通信系统，帮助内部员工进行远程办公，该系统不仅可以完成文本、语音、视频等

各形式的内部沟通，同时还实现了桌面录屏、通话录音等功能，可以更好的进行监管。

而对于客户来说，联络中心业务处理的数字化、智能化已经深入人心，但 Avaya 希望将其更进一步，让客户可以通过任何触点以客户喜欢的方式与企业进行沟通。例如 Avaya 帮助招商银行通过 WebRTC 的技术嵌入了 Avaya 的通信能力，当客户在 App 上通过电话接通座席客服时，客服可以立即了解客户的相关需求，大大的避免了客户因为不断重复提交疑问所带来的负面体验，保证了通话以及业务处理的连贯性。

针对于保险行业，视频保全和安全验证也有很强的需求，Avaya 的通信系统方案，可以在线共享合同条款，同时在 AI 能力的加持下，可以通过 OCR、NLP 等进行人脸识别，进一步对业务进行拍照，并在联络中心场景下进行监听监管；根据数据统计，通过上述方法犹豫期退保率有所降低，而一次回访成功率提升了 28%。

智能在线：

通过 AI 改进服务体验

过往，联络中心的人工服务和自助服务各占一半，而由于科技的发展以及疫情的反向助推，从 2020 年开始过去的自助服务已经变为了自主服务，客户可以通过自然语言交互 + 可视化菜单的形式直接选取所需的服务，甚至是销售服务，不仅优化了客户体验同时可以让企业的业务更多的释放出来。

同时，Avaya 还帮助企业对不同场景下的数据进行分析、聚类，不仅可以优化企业的业务、辅助企业决策，还可以形成最佳话术实践，对座席人员进行更好的培训。

连接在线、智能在线、数据在线，是 Avaya 在科技赋能保险行业所做出的努力，通过 Avaya 全球领先的通信技术，赋能保险行业的业务，让客户达到最佳体验，让员工获得成长，让企业获得收益。

在同期举行的财险峰会当中，Avaya 的展台也同样获得了广泛的关注。目前，Avaya 在全球共计拥有 1.415 亿的通信通信线路，以及 550 万的联络中心座席，95% 的《财富》100 强企业是 Avaya 的合作伙伴，在保险、航空、银行、酒店、汽车制造、服务公司的前 10 强企业都共同选择 Avaya。

在数字经济时代，企业的业务达成率取决于能否为客户提供卓越的服务体验，每天，在 Avaya 的支持下，众多企业完成了数以百万计的高效通信，助力企业实现卓越的服务体验。通过创新以及合作伙伴的支持，Avaya 致力于打破现有桎梏，积极探索未来智能化办公解决方案。Avaya 的云通信解决方案和多云应用生态系统也将为客户和员工打造个性化的智能通信服务，赋能全球企业和机构赢得商业成功。我们致力于提供最佳服务体验，促进您的业务增长。

数据在线：

比客户自己更了解客户

大数据发展至今，已经拥有了成熟的商业模式和商业应用，无论是从运营、业务抑或是企业决策大数据都起着决定性的作用。Avaya 帮助某保险公司在安全合规的基础上，对既有录音数据进行分析，帮助补充标签数据，并基于动态标签的方式给予不同的权重。

AVAYA | Experiences That Matter

全球众多企业信赖的合作伙伴

1.41 亿	600 万	13 万客户	28.73 亿美元	88%	33%	95%
统一通信线路	联络中心座席	遍布 190 个国家	CC 和 UC 领域 市场份额领导者	软件与服务	云、生态合作伙伴、 订阅模式收入	《财富》100 强 企业依赖 Avaya

各行业 10 强企业的共同选择





Avaya 大中华区各分支机构

北京分公司

北京市东城区东长安街一号
东方广场东方经贸城西一办公楼 3 层 7-11 室
+86-10-8516-5516

上海分公司

上海市长乐路 989 号世纪商贸广场 7 楼
+86-21-6120-6911

广州分公司

广州市天河区珠江西路 5 号
广州国际金融中心 54 楼 5431 室
+86-20-2264-7070

深圳分公司

广东省深圳市福田区金田路 4018 号
安联大厦 26 层 2665 室
+86-20-2264-7070

大连分公司

大连市软件园东路 23 号,15 号楼,801 单元
+86-411-8377-7864

香港分公司

香港岛鰂鱼涌英皇道 1111 号太古中心一期 23 楼 2309 室
+852-3121-6109

台湾分公司

台北市, 105 民生东路三段 109 号 12 楼 A 室
+886-2-8171-3600

关于 Avaya

Avaya 是全球领先的数字通信软件, 服务和设备供应商。开放式、智能化以及可定制的统一通信和联络中心解决方案, 确保了云、本地和混合部署的灵活性。Avaya 塑造智能联接, 为客户及终端用户创造无缝的沟通体验。我们的专业规划、支持和服务管理团队致力于帮助客户优化解决方案, 提供高度可靠和高效的部署。



Avaya 官方服务号



Avaya 藏宝阁

全球领先的数字通信软件, 服务和设备供应商