

企業對話式 AI 平台的魔術象限

發佈日期：2023 年 3 月 6 日 - ID G00765368 - 閱讀時間 58 分鐘

作者：Bern Elliot · Gabriele Rigon

企業對話式 AI 平台自動化了企業內多種聊天機器人的使用案例，跨越其生命週期和多個業務單位。負責對話式 AI 的應用領導者應使用此魔術象限來評估適合的供應商。

市場定義/描述

Gartner 將企業對話式 AI 平台市場定義為用於建立、協調和維護對話自動化的多種使用案例和模式的軟體平台市場。這包括以下的使用案例和領域：

- 客戶服務
- 客戶支援
- IT 服務台
- 人力資源
- 呼叫中心自動化
- 利用文字聊天協調多個企業聊天機器人
- 豐富的多模態輸入/輸出
- 微應用程式
- 語音和電話

企業對話型 AI 平台包含：

- 提供運行時間功能的**能力層**，包括：
 - 自然語言理解 (NLU)
 - 對話管理
 - 頻道整合
 - 後端整合
 - 平台用戶的訪問控制
 - 生命週期管理
- 針對商業用戶的**工具層**，包括：
 - 一個用於建立和維護應用程式的無代碼環境
 - 用於理解對話流程的分析工具
 - NLU 意圖和實體調整工具

○ A/B 流程測試工具

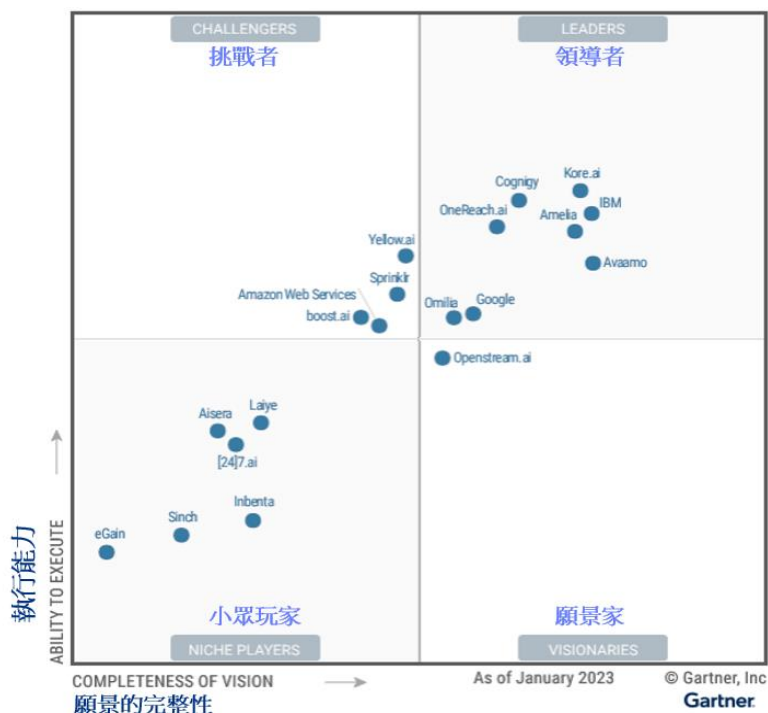
目前，在單一更廣泛的企業對話市場中，有以下三個子市場。雖然有些供應商可能成功滿足所有三個市場的需求，但很可能許多供應商會專注於其中一個或兩個市場。應該注意的是，基礎的或底層的對話功能將在所有解決方案中通用，雖然輔助功能有所不同：

- **客戶體驗、客戶關懷和前台辦公室**。這組功能覆蓋語音和全通道、代理人在迴圈訓練的無代碼介面、能擴展至數千個意圖的能力、支援大規模負載的能力，以及支援複雜的個人化應用的能力。
- **面向員工和後台辦公室**。這些使用案例需要一組不同的預建功能和治理需求，例如能協調許多支援不同內部群組的機器人，並為其提供一種發現機制。
- **企業自然語言處理 (NLP) 資源**。這種使用案例將投資於對話 AI 和自然語言的語言模型，並將其用於企業的更廣泛用途。這可能包括文件處理、語音和對話分析、會議錄音、洞察、增強分析以及大型語言模型 (LLMs)，例如 ChatGPT。應用領導者應考慮如何將最佳的語言資源應用於整個企業。

可以肯定的是，在未來三年中，供應商的能力和成長將有顯著的變化（正如這份魔術象限報告中最新和眾多的供應商變動所示）。因此，應用領導者應預期變化的景觀，並確定其選擇的供應商如何最佳地應對市場力量。

魔術象限

圖 1：企業對話型 AI 平台的魔術象限



供應商的強項和警訊

[24]7.ai

[24]7.ai 在這個魔術象限中是一個小眾玩家。它是一家在美國加利福尼亞州設有總部的私有公司。它主要在北美市場銷售，並在西歐和澳大利亞有額外的銷售。它在印度還有一個開發中心。除了 [24]7.ai Engagement Cloud 的功能集外，該公司還提供一系列的客戶服務業務流程外包 (BPO) 功能。客戶可以使用他們自己的，第三方的或 [24]7.ai 的代理。

[24]7.ai Engagement Cloud 提供一套用於管理人與機器人的對話的應用程序，這些對話可以在實時和基於消息的數位和語音頻道中進行。[24]7 Conversations 是該公司的對話型 AI 平台品牌。相關的應用程序包括：[24]7 Assist，它提供了用於即時聊天升級等事情的上下文感知代理桌面輔助；[24]7 Answers 提供常見問題解答功能；以及 [24]7 Target，支援個性化互動。

強項

- **在聯繫中心環境的經驗：**[24]7.ai 在多個大型聯繫中心部署了對話型自助服務，可以處理包括 BPO 電話整合在內的複雜的離岸和在岸部署。
- **大型專業服務組織：**[24]7.ai 擁有一個大型且經驗豐富的專業服務組織。這使其能夠協助客戶開發和整合自助服務解決方案。它還可以協代理和客戶服務 BPO。
- **代理升級功能：**[24]7 Assist 功能提供了包含上下文的語音和文本自助服務到代理輔助的升級。它與 [24]7 Conversation 應用程序以及第三方自助服務平台一起工作。代理平台還提供了從常見問題中獲取的建議響應和信息。

警訊

- **專業服務重點：**[24]7.ai 的大部分收入來自專業服務。儘管該公司提供了能夠幫助客戶開發解決方案的工具，但對內部開發占比較大的企業應確保這種無代碼工具能提供所需的功能，無需編程。
- **非客戶服務使用場景：**[24]7.ai 的產品主要針對客戶服務運營。對非客戶服務使用場景有重大需求的企業應確認所需的支持和集成是否可用。
- **非專家使用低代碼產品可能具有挑戰性：**低代碼模塊對高級功能的支持有限。數據科學家和高級設計師可能需要完成大部分項目。

Aisera

Aisera 在這個魔術象限中是一個小眾玩家。Aisera 是一家總部位於美國加利福尼亞的私人公司，並在北美、歐洲和亞洲設有其他辦事處。Aisera 總共籌集了 1.72 億美元的投資，其中包括 2022 年 8 月最新一輪的 9000 萬美元投資。

Aisera 提供了一套廣泛的服務套件，針對 IT 服務台、人力資源、銷售和營銷，以及客戶服務和支援領域。它對金融服務、高科技、零售、醫療保健、電信和旅遊/酒店等一系列行業提供預建的支援。該解決方案提供對跨數位和語音頻道的廣範疇使用場景的支援，例如通過知識答案提供自助服務體驗，自動化動作來完成用戶請求，並主動與用戶接觸。它還提供了堅固且有良好文件的管理功能和部署選項，以及先進的升級功能，這些功能涵蓋了在 ITSM、客戶服務和客戶支援、銷售和營銷情境中的升級預測功能。

強項

- **專注於使用場景：**Aisera 對如與常見客戶服務和 IT 服務台功能相關的使用場景有重大的關注。這些包括與流行的客戶服務票據系統的開箱即用的整合。
- **行業策略：**Aisera 利用其企業域包 (EDPs)。這些是預建的對話模塊，利用專門的本體論 (實體和相關同義詞、縮寫和縮短語的層次組織) 和分類法 (意圖和意圖短語)。它們可以協助加快並提高意圖和實體模型開發的準確性。領域包括 IT 服務台、人力資源、銷售和營銷、金融和法律。
- **整體市場能見度：**Aisera 是一個強大的組織，有良好的收入來源。無論是在地理位置上 (它在 2022 年全球開設了多個辦事處) 還是在員工人數上，都在改善。最近一輪的投資為供應商提供了額外的財務穩定性，以維持其增長。

警訊

- **無代碼環境：**Aisera 的開發、維護和人機交互工具並不像這項研究中的領先供應商那樣直觀。規劃者應確保，如對話管理和 NLU 維護等元素可以在只有有限的技術幫助的情況下得到支持，如果這是一個目標的話。
- **快速增長：**Aisera 正在快速增長，同時它也在擴大其合作夥伴網絡和支援業務。因此，客戶應確保他們能獲得所需的關注。
- **複雜的定價：**Aisera 的定價選項比這項研究中的領先供應商更為複雜。它提供多種選項，包括基於訂閱、使用、消耗和完成的選項。用戶應確保他們與其他供應商比較價格和總擁有成本。

亞馬遜網路服務 AWS

亞馬遜網路服務 (AWS) 在此魔術象限中是一個挑戰者。它是亞馬遜的子公司。AWS 提供一套全球性的雲端產品和服務，包括計算、存儲和機器學習。它擁有大量的全球客戶群。

Amazon Lex 是 AWS 的對話平台，是一種獨立的服務，可以輕易地與任何 AWS AI 服務整合並利用。一組服務範例包括 Amazon Kendra、Amazon Polly 和 Amazon Translate。Lex 提供語音、文字和全渠道功能，並提供以開發者為中心的方法和無需代碼的選項。Lex 與 Amazon Connect (AWS 的全渠道雲聯絡中心) 和其他第三方聯絡中心的原生整合提供了端到端的對話體驗。

強項

- **全球銷售和營銷策略：**Amazon Lex 的銷售和營銷能夠利用亞馬遜的品牌，它在 AI 和客戶體驗上的聲譽，熟悉 Lex 的開發者的廣度，以及其雲基礎設施和合作夥伴網絡的全球覆蓋範圍。這使得它能夠傳達強大的訊息，對話量的高擴展性和高可用性。
- **創新：**AWS 有強大的 AI 研究基礎，並在其對話平台上利用領先的技術。例如，企業可以使用其最先進的自動語音識別 (ASR) 和 NLU 功能，或者它的自動化聊天機器人設計師。
- **產品：**AWS 能夠將 Amazon Lex 提供為更廣泛的客戶服務解決方案集的一部分。除了 Amazon Connect，這還包括轉錄、分析、Amazon Connect 的 Contact Lens 和其他功能。這些加起來增加了 Amazon Lex 的可見度和市場覆蓋範圍。

警訊

- **整合策略：**Amazon Lex 與 Amazon Connect 和其他第三方聯絡中心 (如 Genesys 和 Talkdesk) 整合。計劃獨立於投資組合其他元素使用 Amazon Lex 的企業，應確保所需的整合和功能是可用的。
- **定價：**Amazon Lex 可以獨立使用，並採用直接的基於使用的模型，但如果組織選擇利用其他服務，那麼他們必須理解和預測量，以便準確預測他們的總擁有成本。
- **開發和運營：**Amazon Lex 可以通過其無代碼界面作為獨立服務使用，但在使用的不僅僅是 Amazon Lex 服務時，架構依賴性需要更加紀律化的方法。在這種情況下，有一個 DevOps 實踐將有助於解決方案設計和維護。

Amelia

Amelia 是這個魔術象限的領導者。Amelia，前身為 IPsoft，總部設在紐約市。它在美洲 (北美和南美)、歐洲 (西歐和東歐) 和亞太地區的多個國家設有 13 個辦事處。

Amelia 是一個全面的、企業級的對話式 AI 平台，可以創建具有先進的 NLU 能力和高級上下文感知能力的多渠道、多模式的對話 AI 代理。該平台包括強大的分析和持續優化能力。此外，Amelia 的產品組合提供了用於輔助 IT 管理的補充組件，如 AIOps。語音和翻譯服務無需額外費用，深度整合了第三方服務。

強項

- **產品能力：**Amelia 的平台提供了一種獨特的多線程 NLU 方法，結合了語義理解、領域本體和深度神經網路分類。無碼用戶界面在對話流程設計中提供了良好的可用性和細節。分析模塊使用多種指標生成深入的見解，以支持報告和持續優化。
- **產品策略：**Amelia 擁有一個堅實的研發團隊，有良好的創新和引領功能的交付記錄。Amelia 的產品完全擁抱數位員工的概念，因此，對話 AI 平台旨在利用常見的自動化技術（例如，機器人流程自動化[RPA]，API 集成框架，編排引擎），這些技術也用於 AIOps。
- **市場執行：**Amelia 正在多個渠道（包括社交媒體、視頻、網路研討會和博客文章以及活動）上產生高品質的營銷材料。這樣的工作說明了其圍繞自動化的價值主張，並成功地將 Amelia 定位在對話 AI 領域的思想領導者中。

警訊

- **客戶反饋對整合和服務：**客戶對 Amelia 的整合和服務的反饋往往低於這個魔術象限中的供應商平均水平。Amelia 必須繼續改進其整合框架工具，以提高用戶的滿意度和自助服務。
- **增長策略：**Amelia 將需要克服籌資和組織障礙，以實施其雄心勃勃的增長策略。這兩方面都將帶來挑戰。
- **擬人化的隱喻：**Amelia 的創新訊息圍繞著“建立人類心智”。這種擬人化的方法深深地嵌入在平台的界面和工具中。儘管它非常吸引人，但可能為買家設置了錯誤的期望。

Avaamo

Avaamo 在這個魔術象限中是一個領導者。Avaamo 是一家總部設在美國的私營風險投資公司，並在印度和英國設有辦事處。

Avaamo 對話 AI 是一種 SaaS 平台，專注於覆蓋對話 AI 實施的整個生命周期。它利用預先構建的企業連接器、對話分析和對話驗證器，旨在加快設計到部署生命周期的執行。這是一個面向企業的環境，針對廣泛範疇的受眾（顧客、員工和夥伴）進行自動對話，並提供本地化的、先進的語音轉為文字/文字轉為語音（STT/TTS）技術，包括自定義語音開發。

強項

- **行業策略：**Avaamo 提供一套廣泛的“企業技能”，這些都是可立即在多種行業特定使用場景中利用的預建加速器，以改進業務結果並減少上市時間。該公司在醫療保健領域擁有非常深厚的專業知識，並且在吸引來自金融服務和製造業等其他行業的客戶方面也較為有效。
- **創新和區別化：**Avaamo 在研發方面投入重金，已開始持有相當數量的專利，並理解與其他 NLP 和相鄰技術（如 RPA、智能文檔處理（IDP）和企業應用）的協同作用。合規性和認證是該公司產品的關鍵，這是預期的，因為醫療保健是 Avaamo 的一個強大的垂直市場。
- **語音能力：**Avaamo 對話 AI 平台提供專有的語音識別、語音生物識別、語音分析和語音合成工具。與第三方的集成是可用的，並且高度可配置和靈活。支持語音合成模型的自定義，以及語音識別和分析。

警訊

- **定位的清晰度：**Avaamo 在過去一年已擴大了其信息和產品範疇，以滿足各行業和功能的企業需求，但它在醫療保健領域有著深厚的根基，並專為該行業提供了清晰的產品。這可能會導致 Avaamo 在更廣泛的跨行業市場中的定位產生混淆。
- **在歐洲的能見度：**儘管 Avaamo 在 EMEA 地區的存在得到了改善，並且在英國有實體存在，但其大部分銷售和運營都與北美，尤其是美國有關。
- **機器人編排：**Avaamo 對話 AI 能夠支持機器人編排使用場景，但與這個研究中的其他領先供應商相比，其精緻度和預建工具較少。這可能會限制其在複雜的、多機器人、面向員工的實施中的擴展能力。

Boost.ai

Boost.ai 在此魔方中被認為是挑戰者。Boost.ai 是一家私有公司，成立於 2016 年，總部位於挪威的斯塔萬格，並在北歐、倫敦和洛杉磯設有額外的辦公室。它在歐洲和美洲擁有實施合作夥伴。

Boost.ai 的主要目標是滿足企業級虛擬代理的可擴展性要求。它提供了一種先進的聊天機器人編排方法，以及處理將對話升級到現場代理的先進能力。該平台支持常見的數字頻道，具有預建的行業模塊，並依賴全面、靈活的代理升級方法。Boost.ai 的 NLP 產品組合的最新添加包括與對象相關的意圖管理和意圖發現能力（Automator）。Boost.ai 的虛擬代理網絡（VAN）使其能夠滿足大型組織（如政府）的需求，這些組織有分散的責任。

強項

- **實施可擴展性：**Boost.ai 提供了專門用於快速開發和持續優化覆蓋數千個意圖的龐大實施的功能，其中虛擬助手能夠處理廣泛的主題並對每個主題有深入的理解是關鍵。
- **現場代理聊天集成：**該平台包含一個原生的現場聊天產品，並支持與領先的 CRM 和聯絡中心系統的集成。它能夠為代理提供充足和詳細的對話數據，使升級順暢而有效。
- **運營能力：**Boost.ai 在將概念證明移動到生產的項目中擁有強大的記錄。該公司對接近對話 AI 技術的用戶的成熟度有清晰的理解，並能夠在實施的不同階段有效地賦予客戶和合作夥伴權力。

警訊

- **地理策略：**Boost.ai 是一個以北歐為中心的組織，在北歐市場的需求覆蓋得很好，並在美國的覆蓋範圍正在增加。然而，它在其他地方的銷售和執行覆蓋範圍有限，特別是在美洲（北美以外）、中東和亞太地區。
- **語音能力：**儘管 boost.ai 在 2022 年改進了其語音提供，但相對於本研究中的領先供應商，它仍然存在限制。例如，它不提供本地的 STT/TTS 能力，也不深入地集成第三方提供商的這種技術，這限制了它可以提供的一些高級語音功能。
- **增長和平台策略：**Boost.ai 專注於成熟市場（如北歐和北美）的關鍵使用場景和行業。要贏得更多的機會，它需要與領先的供應商保持同步，以滿足多頻道和多模式的 CX 使用場景需求，尤其是在新興市場中。

Cognigy

Cognigy 在此魔術象限中是一個領導者。Cognigy 是一家私人持有、風險投資支持的公司，總部設在德國杜塞爾多夫。它在美國、澳大利亞、英國、日本、西班牙、阿聯酋和韓國設有辦事處，此外還有一個大型的國際合作夥伴網絡。

Cognigy.AI 是一個用於大規模客戶和員工服務自動化的對話式 AI 平台。Cognigy.AI 與 Cognigy 語音渠道一起提供語音功能，Cognigy Insights 提供獨立的分析工具，而 Cognigy Agent Assist 則提供了代理人增強功能。該產品提供了一套全面的無代碼工具集，供商業用戶創建、運行和部署多通道和多模式的虛擬助手。它還可以選擇性地使用各種特定用途的第三方組件；例如，用於語音或機器翻譯的。

強項

- **行業策略：**Cognigy 的產品提供了堅實且有良好記錄的覆蓋範圍，以形式的“解決方案加速器”在許多行業中提供了預先構建的組件。Cognigy 在製造業提供了最深層次

的專業知識。它也涵蓋了金融服務、零售、旅遊/酒店和公用事業。Cognigy 的合作夥伴網絡在支持其針對特定行業的市場推廣執行方面特別有效。

- **客戶反饋：**Cognigy.AI 繼續收到客戶的一致好評，他們尤其讚揚平台的易用性、支援、部署選項、培訓和文檔。Cognigy 也是這項研究中產品架構最清晰的供應商之一，這有助於為用戶提供無縫的體驗。
- **可持續的商業模式：**Cognigy 的商業模式基於其平台的已證明的能力和在當前客戶中的成功留存和擴展。它還利用一個健全的銷售和實施合作夥伴網絡來產生一個穩定的收入流，並可以負擔大部分的專業服務工作負擔。

警訊

- **聚焦在聯絡中心服務：**在過去的一年中，Cognigy 的焦點已經大幅度地轉向企業聯絡中心自動化。這將減少其擴展到尋求在多個面向客戶，但也面向員工的 ITSM 和 HR 使用場景中戰略性採用對話式 AI 的組織的機會。
- **地理策略：**Cognigy 的客戶基礎深深植根於歐洲和北美。它在新興市場如亞太和拉丁美洲的投資較少。
- **規模：**對於其能力和位置，Cognigy 的開發人員數量和收入流相比於此魔術象限中的競爭對手較少。Cognigy 需要加快其增長並提高其在研發上的投資以保持競爭力。

eGain

eGain 在此魔術象限中屬於小眾玩家。eGain 的總部設在加利福尼亞，是一家雲端軟體公司，主要以銷售一套知識庫客戶服務應用套裝給聯絡中心和客戶服務部門而聞名。eGain 的解決方案可以與領先的 CRM、電話和內容管理解決方案進行開箱即用的整合。

eGain 軟體套裝基於三組應用程式：知識中心、對話中心和分析中心。這些中心都建立在一個共同的、以元件化平台為基礎，由 AI、ML、分析和自帶架構驅動。對話中心包含了一套統一的應用程式，用於首度進行數位化客戶互動，並且對 CCaaS 平台有預建連接器。套裝的核心是知識中心，包括內容管理、搜尋、虛擬協助和對話指導。對話由 AI 推理引擎、ML 和個性化知識引導。對話中心包括即時聊天、訊息、電子郵件、社交和數位通知，全部統一到一個顧問桌面中。

強項

- **聯絡中心經驗：**eGain 擁有二十年增強聯絡中心運營、實施相關整合和與領先聯絡中心平台供應商合作的經驗。它在電話、CRM 和 ECM 整合方面有經驗，且其 80% 的客戶部署了代理人協助模組。
- **整合知識管理：**對話中心與 eGain 知識中心緊密整合，允許整合問答功能。

- **清晰的行銷訊息：**eGain 產品架構——一種將對話式 AI、ML 和推理與知識內容融合在一個元件化平台上的新穎方法——是清晰的，其價值主張和價格也是如此。

警訊

- **在客戶服務之外的應用：**eGain 主要以在客戶服務區域開始客戶接觸，然後擴展到企業的其他部分而聞名。規劃者應確保任何非客戶服務使用場景都可以被解決。
- **由業務用戶而非技術用戶使用平台：**考慮到公司的企業客戶群，eGain 解決方案傾向於對話中心和知識中心的低代碼使用，而不是無代碼使用。非技術的業務專業人員可能會覺得開發和維護挑戰性很大。規劃者應評估解決方案如何提供他們所需的開發和維護功能。
- **應用程式開發與維護：**eGain 的對話設計師使用基於案例的方法，而 NLU 則使用監督批次處理方法進行調整。這些方法與市場上大部分供應商所使用的方法不同。同樣地，eGain 的術語和概念與其他供應商不同，可能需要進一步的釐清。規劃者應該審查並確保應用設計和 NLU 維護功能能夠滿足期望。

Google

Google 在這個魔術象限中被視為領導者。Google 是母公司 Alphabet 的子公司，總部設在美國加利福尼亞，並在全球各地設有辦公室。Google 透過其在全球 20 多個國家和 35 個地點的數據中心，提供計算、儲存和網路服務。

Google 提供全面的對話方式，從其第一方 CCaaS 產品——Contact Center AI (CCAI) Platform——到其自助服務(Dialogflow)和輔助的現場代理人功能(CCAI Agent Assist)。在過去的一年中，Google 在更多的市場推出了 CCAI，擴大了對自定義 NLU 和高級機器人構建功能的訪問權，增加了代理人輔助和聊天總結功能，並改進了其分析能力。核心的對話助手功能基於 Dialogflow、Agent Assist AI、Insights AI、語音轉文字和文字轉語音。

強項

- **頂級的 AI 和雲運算研發：**Google 擁有全球最強大的 AI 研發能力之一。這項研發的主要元素被應用於提升 CCAI 產品組合。Google 還運營一個高度可擴展的全球雲架構。
- **技術領先的功能：**Google 繼續通過如代理人輔助、通話後總結、增加的語音轉文字模型改進和基於神經 BERT 模型的進階文字轉語音等功能來提升其對話解決方案。
- **高度可擴展的低延遲雲架構：**使用 Google 的雲基礎架構，客戶可以快速設立機器學習環境，自動化編排，管理大型集群，並在全球範圍內設立低延遲的應用程式，同時支持具有不同硬體需求的各種機器學習工作負載。

警訊

- **組件間依賴性增加**：Dialogflow 可以獨立使用，也可以作為 Google 更廣泛解決方案集的一部分。Google 的市場和產品方向是將 CCAI 的完整組合結合在一起。規劃者應該預期 Dialogflow 與這些元素之間的依賴性會增加。
- **複雜的項目可能會受益於與 Google 合作夥伴的合作**：為了滿足 Google 專業服務參與的需求，Google 引入了新的解決方案以減少入門和開發的複雜性。規劃者應確保他們具備所需的技能和工具。
- **專注於面向員工的對話使用場景的成熟**：儘管 Google 為 HR、IT 和銷售提供了預建的意圖，但它在這些領域的關注遠遠少於在客戶服務領域。計劃利用 Dialogflow 進行面向員工的使用場景的企業應確保他們有所需的無代碼工具，以便在部門層面開發和維護這些使用場景。

IBM

IBM 在這個魔術象限中被視為領導者。IBM 是一家總部位於紐約阿蒙克的跨國公司，在 96 個國家擁有超過 130 個與銷售、軟體開發和支援相關的辦公室。IBM 的業務覆蓋所有主要的全球區域，該公司擁有一個全面解決企業需求的全球合作夥伴網絡，以及通過 IBM 諮詢提供的自身服務。

Watson 助手是 IBM 廣泛的 AI 和 NLP 產品組合的一部分，並充分利用了如 Watson 語音轉文字/文字轉語音、Watson Discovery（洞察引擎）、Watson 語言翻譯器和 IBM App Connect（預建的無代碼連接器，用於各種類型的後端系統）。IBM 是在這個魔術象限中提供最穩固和最多產的 R&D 組織的供應商之一，其在 NLP 和 AI 的專利和學術貢獻方面表現優越。

強項

- **創新**：IBM 研究部門擁有超過 2,700 項語音、NLP 和對話 AI 的專利，其中約 400 項是在 2022 年獲得的。它與 IBM 軟體、IBM 諮詢和 IBM 混合雲業務單位，以及其組織外的其他研究者和合作夥伴（如麻省理工學院和其麻省劍橋研究實驗室）進行合作。IBM 有專門設計的計劃，將這些研究轉化為 NLT 和與對話相關的產品和服務。
- **地理策略**：IBM 在領域和合作夥伴覆蓋範圍方面提供了健全和廣泛的地理覆蓋。它在每個大陸都有業務，並可以依賴一個具有全球覆蓋範圍的銷售和服務合作夥伴網絡。
- **產品能力**：Watson 助手提供了全面的代理人升級能力，包括一套非常清晰的預建集成和流程，以及一個競爭對話分析套件和非常靈活的部署選項。

警訊

- **銷售焦點：**IBM Watson 助手主要關注客戶服務領導者的需求，這使得該產品在滿足面向員工使用場景的自動化需求方面的能見度較低；例如，在 HR 和 ITSM 領域。
- **預建組件的短缺：**與市場上的其他解決方案相比，Watson 助手提供的免費快速啟動模板以創建虛擬代理人 and 預建的通道集成較少。
- **缺乏行業通用的市場：**IBM 仍然未能提供一個讓用戶交換虛擬助手的對話模組和連接器的市場。這使得用戶在開發上需要投入更多的資源。

Inbenta

Inbenta 在這個魔術象限中被視為小眾玩家。它是一家在美國德克薩斯州設有總部的私有公司，並在歐洲、巴西和日本設有區域辦公室。Inbenta 於 2011 年在西班牙巴塞羅那成立。最初，它廣泛地專注於自然語言技術和專業服務，因此，它能夠在其對話平台中結合廣泛的功能。

Inbenta 平台包含四個模組：一個對話 AI 平台；一個包含大量詞語關係詞典的知識管理服務；一個語義搜索引擎；以及一個通訊服務，這是一個全通道的工單和即時聊天解決方案。這些模組可以單獨提供，或集成為一個單一解決方案。該平台主要以公共 SaaS 訂閱的形式提供，並可以作為容器在其他環境中部署。

強項

- **自然語言技術：**Inbenta 平台使用其自身的 NLP 引擎和在過去 15 年開發的大型詞典。詞典使得能預先識別出表述意圖或實體的替代方式，如地點、時間或其他上下文線索。結果是，對話應用可以快速啟動，新的訓練數據有限。
- **靈活的語言選項：**Inbenta 利用第三方產品作為其平台的元素，包括 STT 和 TTS。它有一系列預先集成的領先供應商，使用戶可以確定最適合他們需求的特定語音選項。
- **問題回答：**聊天機器人可以根據來自外部內容源（包括領先的 CRM 服務中的知識庫）的語義搜索結果回答問題。

警訊

- **地理和市場範圍有限：**Inbenta 主要聚焦於 EMEA 市場，並在北美、亞太和拉丁美洲的存在有限。那些區域的公司應確保他們有所需的供應商支援。
- **銷售和實施經銷商渠道擴展：**儘管 Inbenta 與 CRM 服務和核心系統供應商等有一些強大的銷售和實施關係，但它有機會擴大其渠道以觸及更廣泛的市場。計劃者應確保他們能夠獲得他們所需的系統集成商支援。

- **語音呼叫中心深度：**儘管 Inbenta 確實有呼叫中心的部署和與領先的客戶服務平台的集成，但這些部署主要是基於文本的。期望嚴格的電話需求的計劃者應確保有所需的功能和經驗豐富的集成商可用。

Kore.ai

Kore.ai 是這個魔術象限的領導者。Kore.ai 是一家私營公司，總部位於佛羅里達州奧蘭多，並在印度、英國、日本、墨西哥、南韓、澳洲和阿聯酋設有額外的辦事處。它有一個龐大的銷售和實施合作夥伴網絡，使其具有廣泛的地理存在。

Kore.ai 的體驗優化 (XO) 平台是一個專注於使公民開發者能夠建立精密虛擬助手的無代碼對話 AI 平台。產品架構清晰，並且該公司的客戶體驗和員工體驗解決方案之間的區別是本研究中發現的最為鮮明的。這些解決方案是建立在 SmartAssist、AgentAssist、WorkAssist 和 SearchAssist 模塊之上的。Kore.ai 利用一套全面的 NLP 工具包，以及與頻道和主要後端系統的連接器和集成的完整組合。

強項

- **市場理解：**Kore.ai 對主要企業使用場景以及客戶與員工體驗實施的需求有著出色的理解。市場需求和技術趨勢被非常密切地監控。這樣的對話 AI 空間的視野使該公司能夠將突出的客戶需求轉化為產品和服務，例如一套越來越多的企業就緒的預建解決方案。
- **產品能力：**Kore.ai 繼續提供一套廣泛的功能集和能力，這些功能集和能力可用於無代碼工具中的非開發人員和非數據科學家。這使得實施更容易由各個業務單位的各種用戶運營。
- **開發組織：**Kore.ai 利用其龐大的開發人員和數據科學家基礎，這使其具有與 R&D 趨勢和新興的能力需求保持同步的寬帶。

警訊

- **在 EMEA 的足跡有限：**Kore.ai 的大多數客戶位於北美，與本研究中的其他領先供應商相比，該公司在 EMEA 的能見度較低。EMEA 的潛在買家應評估 Kore.ai 支持和服務該市場的能力。
- **先進的語音能力設置和可用性：**平台的一些先進的語音相關能力 - 特別是 IVR 集成、初始語音提示配置以及 STT 和 TTS 客製化 - 具有非常豐富的功能，但對於非技術性的業務用戶來說，設置可能較不直觀。

- **合作夥伴銷售網絡：**通過合作夥伴的間接銷售量對於 Kore.ai 來說顯著低於本研究涵蓋的所有其他供應商報告的平均數量。Kore.ai 將需要改進此銷售渠道，尤其是在其所在的地區，以使其銷售策略更有效且可持續。

Laiye

Laiye 是此魔術象限的一個小眾玩家。Laiye 是一家總部位於中國北京的風險投資支持公司，並在中國、美國、英國、法國和新加坡等地設有辦事處。Laiye 利用全球擴展的合作夥伴網絡支持全球的銷售和實施。在 2022 年，Laiye 收購了專門從事對話 AI 的法國公司 Mindsay，該公司現在是其 SaaS 聊天機器人提供的基礎。

Laiye 對話 AI (CAI) 平台是更廣泛的工作執行系統和智能自動化解決方案套件的一部分，該套件還包括 RPA 和 IDP。特別是 CAI 產品，它非常易於使用，並為對話管理提供了良好的無代碼工具。它還具有有趣的分析能力和多種部署選項。

強項

- **地理策略：**Laiye 根植於中國，但它在所有地區都有業務，並且在收購 Mindsay 之後，已經提高了其在歐洲的足跡。Laiye 正在建立一個廣泛的全球合作夥伴網絡，以擴大其全球業務。該公司的地理存在和其對東南亞市場的覆蓋與此魔術象限中的其他供應商相比具有突出之處。
- **整體生存能力：**與此研究中的其他供應商相比，Laiye 的整體員工基數（包括所有部門和產品）都很大。Laiye 在 2022 年 4 月完成了 1.6 億美元的 C 輪融資，這將加速其成長並幫助在未來幾年內鞏固其資產。
- **分析能力：**Laiye 的平台分析和優化能力在報告指標方面滿足市場期望，這些指標包括 CSAT 和 NPS 分數。Laiye 的突出之處在於其問題跟踪和記錄功能，這有助於項目經理監控優化過程。

警訊

- **創新和研究投資：**對於 Laiye，投入到對話 AI 研究的資源低於此魔術象限中的大多數其他供應商。Laiye 將不得不在這個領域投入更多資源，並擴大其 CAI 研究團隊，以保持競爭力並進行創新。
- **行業策略：**Laiye 的產品主要集中於旅行、運輸和零售部門。這相對於市場平均水平，表示較少的行業特定的預構建對話組件。這影響了 Laiye 在建設階段提高效率以及為業務用戶提供較低入門門檻的能力。
- **對使用場景的關注不平衡：**Laiye 的 SaaS 聊天機器人產品主要集中於客戶服務和銷售使用場景。僅在其針對大型企業客戶的現場提供中支持面向員工的功能，如 ITSM 和

HR。該公司將必須在部署選項和使用場景中整合其提供，以提高其滿足企業戰略需求的能力。

Omilia

Omilia 是這個魔術象限的領導者。Omilia 是一家總部位於塞浦路斯的私人公司，成立於 2002 年，並在塞浦路斯、希臘、北美（美國和加拿大）和東歐設有辦事處。Omilia 在與聯繫中心合作和將數字化參與帶入客戶服務運營中有著豐富的經驗。它為領先的聯繫中心平台和 CRM 應用提供了預建的集成。

區別功能包括 Omilia 雲平台 (OCP) 的 miniApps，這使得封裝和對互動和報告的細節控制成為可能。Omilia 也對電話集成、整合的被動語音生物特徵以及一套豐富的開箱即用的預建任務有著豐富的經驗。OCP 提供使用 AI 技術合奏的高級 NLU 能力，以及一個跨八個行業的數千種意圖的預訓練本體。

強項

- **語音能力：**OCP 提供無代碼、功能豐富的集成，可以與任何第三方電話服務以及多個 CCaaS 平台集成。Omilia 的語音生物特徵技術是原生的，其 STT 和 TTS 能力也是如此，但平台內還深度集成了額外的第三方語音服務。其對持續優化的方法，允許同時重新訓練 NLU 和 STT 模型，這在其他供應商的產品中以這種無代碼的方式實現是先進的且罕見的。
- **可重用模塊的架構：**OCP miniApps 架構使得可以模塊化任務和技能。基於此能力，Omilia 提供了一套廣泛的預建模塊、意圖和實體類型，適用於包括銀行、金融服務、保險、醫療保健、電信和零售在內的廣泛行業。這些隨後可重用並進一步定制。Omilia 免費提供這些服務。
- **聯繫中心經驗：**Omilia 平台、安裝基礎、專業服務和合作夥伴網絡在中型和大型客戶服務運營中有著豐富的經驗。Omilia 在超過 17 個國家有聯繫中心部署，代表了 28 種不同的語言。它在這些地區也有一個經驗豐富的客戶服務合作夥伴網絡。

警訊

- **除客戶服務外的企業使用場景較少：**不需要與 Omilia 的客戶服務焦點對齊的企業可能會發現它不是最符合他們需求的選擇。
- **在某些北美市場的市場存在有限：**在北美，Omilia 的品牌認知度主要限於大型企業聯繫中心的語音對話 AI 使用場景。這將放慢其增長的步節。

- **銷售和市場創新：**聊天機器人市場競爭激烈，許多供應商都在爭取能見度。為了與這項研究中的領先供應商保持同步，Omilia 必須繼續拓展相鄰的機會，如其當前的驅動通道語音食品訂購解決方案。

OneReach.ai

OneReach.ai 在這個 Magic Quadrant 中是領導者。它是一家總部位於美國的私人公司，並在歐洲和倫敦設有辦事處，以及拉丁美洲。OneReach.ai 是早期市場參與者，專注於對話體驗，並作為中間件與多個 NLU 引擎合作。

Communication Studio G2 是一個基於微服務的語音優先的對話 AI 平台，針對企業實施，重點是基於語音的電話客戶服務實施。它利用可組合的架構並使用最佳的第三方組件。

OneReach.ai 有一個大型的合作夥伴網絡來為最終用戶實施平台，也以白標方式部署。

強項

- **市場理解：**OneReach.ai 對市場和其方向有很好的理解。在技術方面，它是大型語言模型和知識圖的早期采用者，並且是市場上第一個向第三方組件提供開放性的公司。它的信息正在超越聯繫中心自動化，變成更全面的“智能數字工作者”概念。
- **對多頻道和多模態倡議的強大支持：**OneReach.ai 提供了一系列預先構建的連接器到不同的頻道，以及高級功能（例如，會話管理）以無縫創建多頻道和多模態虛擬助手。也支持虛擬人和手勢控制。該平台包括一個專門的無代碼模塊用於電話集成，並且與對話流設計組件很好地集成。
- **客戶體驗和可用性：**用戶對 OneReach.ai 在平台能力，客戶支持和專業服務方面的評價非常高。這包括在 Communication Studio G2 中提供的無代碼工具的整體可用性。

警訊

- **在美國以外的地方可見性低：**OneReach.ai 的主要市場是美國，並且在該地區以外的地方幾乎沒有存在感。
- **相對較低的先進研發：**與這個 Magic Quadrant 中的大型供應商相比，OneReach.ai 的專利和原始研究水平較低。儘管其產品明顯具有創新性，但該公司將需要擴大研發才能繼續在創新方法中領先。
- **依賴於第三方 AI 能力：**OneReach.ai 提供來自多個第三方供應商的外部組件作為其 AI 能力。這可能會創建架構依賴性並增加維護的複雜性。

Openstream.ai

Openstream.ai 是這個魔力象限的願景家。Openstream.ai 是一家總部位於新澤西州索默塞特的私人公司，在美國、加拿大、中東、印度、澳洲和拉丁美洲都設有辦公室。自 2000 年成立以來，OpenStream.ai 一直在進行針對企業的 AI 啟用的多模式互動和自動化的研究。

其平台 Eva，採用先進的 AI 技術，如基於計劃的對話系統和通過攝取結構化和非結構化數據建立的知識圖，以解決複雜的 B2B、B2C 和 B2E 使用場景。Openstream.ai 的區別在於其能夠開發由先進的 NLU 方法賦能的豐富的多模式、上下文感知的對話 AI 應用。

強項

- **上下文感知的對話管理：**Openstream 的基於計劃的對話系統是該平台的創新和差異化功能。這樣的系統能夠在對話過程中動態推斷出終端用戶的計劃或目標，並將對話調整到超出簡單識別用戶意圖的範疇。
- **綜合的多模式對話：**Openstream.ai 的虛擬助手能夠通過語音輸入及其音調，以及中空手勢和眼神驅動的多模式對話。它們可以持續監控用戶的心理狀態，並以實際的方式對其作出反應；例如，通過實時渲染頭像表情。
- **對話 AI 未來的願景：**當 Openstream.ai 實驗許多相鄰的 AI 技術，如 IDP 和圖像識別，它正在先鋒開創對話 AI 和目前大多數未被探索的非 CX 相關市場之間的創新協同效應，如行為分析和心理健康評估。

警訊

- **用戶界面的一致性和可用性：**平台的一些組件——例如，相關的管理或生命週期管理——需要刷新或深度集成，以提供用戶一致的佈局體驗。其他功能，如測試工具，似乎並不是真正的低碼/無碼，以便公民開發者立即使用。
- **進入障礙和營銷策略：**儘管 Openstream.ai 的願景是創新的，但平台的一些高度復雜的功能可能對一般的企業用戶來說難以理解。將信息和產品的包裝適應於一個不那麼以研發為導向的受眾對吸引更大的客戶群至關重要。
- **銷售方法：**Openstream.ai 仍在擴大其合作夥伴網絡。儘管它有一個合作夥伴計劃，但它並未提供自助註冊，也未在任何市場中存在。缺乏這樣的銷售方法減少了該公司獲得可見度和通過大規模採用產生收入流的機會。

Sinch

Sinch 在這個 Magic Quadrant 中被視為小眾玩家。Sinch 是一家總部位於瑞典的公開通信平台即服務(CPaaS)提供商。通過收購 (據報導自 2016 年以來已有 17 次) 和自身增長，Sinch 擴大了其地理足跡和產品組合。Sinch 是歐洲、北美、亞太和拉丁美洲最大的 CPaaS 提供商之一，收入超過 15 億美元。

Sinch 的對話平台被稱為 Chatlayer。除了 Chatlayer 服務和集成的 Agent Dashboard 外，Sinch 還提供一系列補充服務，包括活動工具，即時聊天平台 (Contact Pro) 和 AI 知識庫搜索工具。

強項

- **生存能力和市場執行：**Chatlayer 產品是基於雲的通信中間件廣泛套件的一部分。這種廣度使企業可以有一個供應商為他們的許多消息和語音通信提供服務。
- **行業專注：**Sinch 提供了一個不錯的預建行業和領域模型集合。這包括電信，酒店，保險，銀行和旅行的 97 種意圖。它還包括五個企業領域的意圖。
- **分析和持續優化：**Chatlayer 提供一個完整的分析套件，可以滿足所有最相關的用戶需求，包括歷史對話瀏覽和訪問，使用度量和儀表板功能。分析模塊有很好的文檔。對於 QA 和測試，Chatlayer 由與 Cyara Botium 的集成來補充，這是一個創新且能力強大的聊天機器人測試解決方案。

警訊

- **市場執行：**雖然 Sinch 是一家全球性且成立的 CPaaS 提供商，但由於其對許多負責客戶服務和企業聊天機器人決策的買家的品牌認知度不足，其市場影響力有限。雖然其渠道合作夥伴可以部分解決這個問題，但缺乏可見性降低了其競爭力。
- **混合市場焦點：**Sinch 目前以通信能力區分自己。隨著對話市場的成熟，區別將越來越圍繞業務流程改進和以客戶為中心的需求。Sinch 將需要繼續在這些領域確立自己的地位。
- **產品能力：**Sinch 的能力，包括聯繫中心自動化的能力，並不如這個 Magic Quadrant 中的領導者。例如，Chatlayer 在以下領域的功能更為有限：視覺對話流建設，預構建後端集成，以及無代碼的使用方便性。它也缺乏一個代理人協助模塊。計劃者應確保他們所需的功能在 Sinch 的產品中是可用的。

Sprinklr

Sprinklr 在這個 Magic Quadrant 中被視為挑戰者。Sprinklr 成立於 2009 年，並於 2021 年 6 月成為上市公司。其總部位於紐約市，並在所有地區設有辦事處，包括北美、歐洲、中東、亞太和拉丁美洲。Sprinklr 提供了一個名為 Unified-CXM 的 SaaS 客戶體驗管理 (CXM) 平台。

Unified-CXM 平台包含了不同的產品，如 Modern Care、Modern Research、Social Engagement & Sales 以及 Modern Marketing & Advertising。會話 AI 的提供是 Modern Care 的一部分，這是一個面向聯繫中心自動化的廣泛 CX 解決方案。Modern Care 強烈地面向外部通信和易用性，提供了堅實的代理升級和增強功能，分析和優化功能。

強項

- **對話管理：**Modern Care 提供了一個良好、靈活的 GUI 來構建對話和一個廣泛的預建的行業特定對話組件。通過複雜、主動的行為處理能力，自動化的外發通信是該公司支持的最獨特的使用案例之一。
- **代理升級和增強：**Modern Care 提供了一個與會話 AI 實現完全集成的 Live Chat 產品，以及一個完整的 Agent Assist 模塊，代理可以即時分析對話並接收建議、見解和警訊。
- **創新和研究：**Sprinklr 對其會話 AI 提供的方向有一個清晰、務實的視野，包括技術趨勢的採納、使用案例覆蓋範圍和與相鄰解決方案的其他提供商的合作。R&D 組織似乎足夠堅實，能夠實際地支持公司的路線圖和創新目標。

警訊

- **消息和定位：**Sprinklr 的產品在會話 AI 領域的可見性並不高，因為該公司更多地被關聯到 CX 和內容營銷解決方案，並主要針對客戶關懷。
- **部署選項：**與其他評價的供應商的大多數產品相比，Modern Care 提供的部署選項較少。不支持本地部署，且預定義的雲服務供應商的選擇有限。
- **運營能力：**Sprinklr 的大規模運營能力嚴格地依賴於其自身的能力，因為供應商並未定期利用實施合作夥伴，並採用傳統的客戶導入和教練方法。隨著實施數量的增加，這種運營模型將變得越來越不可持續。

Yellow.ai

Yellow.ai 是這個魔術象限的挑戰者。Yellow.ai 成立於 2015 年，是一家私人持有且獲得風險投資的公司。總部設在美國，同時在亞洲（印度，菲律賓，馬來西亞，新加坡）和中東也設有辦事處。

Yellow.ai 的解決方案是一個廣泛的對話式 AI 平台，專注於快速實現價值和易於使用。它包括客戶參與，客戶支援，IT 服務管理，人力資源和對話式商貿。它支援所需的頻道，多模式互動以及新的多語言 NLU 方法。Yellow.ai 還為多個行業提供預建的對話組件，以及一個市場（中心），在該市場中，可以查看和購買完整的動態代理人（模板機器人）和第三方功能/整合。

強項

- **市場理解：**Yellow.ai 對買家人格和客戶需求有明確的視野。尤其是在過去的一年中，該公司有效地利用了這種理解，以追求提升旨在滿足要求的能力，例如更快的開發，易於使用，準確性和信心。
- **銷售策略：**Yellow.ai 已經實施了有效的合作夥伴策略進行銷售和服務，並在銷售方法的多樣化方面排名靠前。它提供自助註冊和免費等級，擁有自己的市場，但也存在於許多領先的第三方市場中。
- **服務和運營：**Yellow.ai 在一年內的員工基數幾乎增加了一倍。其員工的大部分在專業服務中工作。這使其具有廣泛的帶寬來滿足其客戶的服務需求，尤其是在其更多存在並可以利用其實施合作夥伴網絡的新興市場。

警訊

- **研究團隊和記錄：**與此研究涵蓋的供應商的平均水平相比（不包括大型供應商），Yellow.ai 的研究團隊的相對規模以及專利和學術出版物的數量較小。這可能影響其在對話式 AI 領域的創新領導地位。
- **指數成長：**Yellow.ai 在過去幾年中迅速增長，並有激進的成長計劃。管理快速擴張和成長總是伴隨著風險。雖然它已經在其目標的地理位置中建立了穩固的客戶基礎，但企業應確保 Yellow.ai 在作出重大承諾之前繼續執行其路線圖。
- **語音功能：**與本研究中的領先供應商相比，Yellow.ai 的語音功能較為落後。例如，與得分高的語音供應商提供的深度嵌入式第三方 STT 系統的整合功能不夠豐富，而且這些供應商有時還提供本地模塊。此外，其語音分析功能有限。計劃者應確保他們所需的語音功能在 Yellow.ai 的提供中可用。

新增和移除的供應商

隨著市場變化，我們會審查並調整 Magic Quadrant 的納入標準。因此，任何 Magic Quadrant 中的供應商組合可能會隨著時間變化。供應商在一年內出現在 Magic Quadrant 中，而在下一年中沒有出現，並不一定表示我們改變了對該供應商的看法。這可能反映市場變化，因而改變評估標準，或者是該供應商改變了焦點。

新增名單

以下供應商被新增，因為我們認為他們符合納入標準：

- eGain
- Inbenta
- Laiye
- Sprinklr

移除名單

以下供應商被移除，因為我們認為他們不符合納入標準：

- Aivo
- Oracle
- Rasa
- Senseforth.ai
- SmarTek21
- Verin

納入和排除標準

為了符合納入標準，供應商必須符合以下所有納入標準：

1. 平台：必須是一個獨立的平台：

- 平台必須能夠被購買和部署，而不需要一個更大的軟件套件，如 CRM 或 ERP 系統、消息系統、票證系統、電話系統或呼叫中心平台。
- 平台不能要求外包呼叫中心或客戶服務運營。
- 客戶必須能夠購買平台並在他們現有的客戶服務組織內運營，而無需替換現有的 CRM、ERP、票證系統、IVR/電話系統和呼叫中心基礎設施和/或平台投資。
- 這些標準必須由一個單一平台提供（如果供應商有多個產品是互斥的，他們需要選擇一個作為 Magic Quadrant 評估的基礎）。

- 該提供可能使用第一方或第三方元件，只要他們被整合到供應商提供的平台並由該平台管理。
- 實施和/或轉售另一個第三方平台是一個專業服務和整合項目，這些項目在這些標準中被排除。

2. 業務績效：必須在截至 2022 年 5 月 31 日的 12 個月期間，從其會話 AI 平台的銷售中獲得至少 500 萬美元的收入；並且在從 2022 年 5 月 31 日開始的未來 12 個月內，必須有至少 700 萬美元的合同年度復發收入。

- 不包括從轉售、實施和整合其他供應商的會話 AI 平台的收入。

3. 市場績效：必須有至少 40 個客戶正在使用會話 AI 平台並支付費用。

- 不得有 70% 或更多的收入來自同一個行業（行業類別包括電子商務、教育、金融服務、政府、醫療保健、資訊科技、製造業、媒體、零售、電信、旅遊和酒店、公用事業）。

4. 地理分佈：必須在以下至少兩個地區展示銷售、市場和運營存在，並有活躍和付費的客戶：北美/南美、歐洲、中東/非洲和亞太地區。

- 不得有超過 70% 或更多的收入來自單一地區（地區包括北美/南美、歐洲、中東/非洲和亞太地區）。
- 必須有英語和其他 20 種語言的文字型機器人。
- 必須有英語的語音機器人支持。

5. 企業實力證明：必須具有以下類型的聊天機器人/虛擬助理為客戶生產：

- 必須有至少 10 個客戶，他們有多輪對話的信息文字型 NLU 聊天機器人在為客戶生產。
- 必須有至少 10 個客戶，他們有多輪對話和集成到後端交易系統的事務文字型 NLU 聊天機器人在為客戶生產。
- 必須有至少 20% 的客戶，他們有已部署的生產使用場景，這些使用場景有內部員工觀眾。
- 必須有至少 40% 的客戶，他們有已部署的生產使用場景，這些使用場景有外部客戶觀眾。

6. 語音機器人能力證明：

- 必須有至少三個客戶，他們有一個完全互動的語音機器人在為客戶生產（支持多輪語音而不需要代理人干預）。

- 上述的三個語音機器人安裝必須是在一個有超過 50 個人工代理的聯絡中心組織中。
- 必須支持與至少三個不同的 IVR、語音閘道或電話供應商集成，以實現完全交互的電話語音機器人部署。

7. 合作夥伴生態系統：必須通過至少三個外部實施合作夥伴提供產品的實施和整合的專業服務（供應商仍然可以提供專業服務）。

8. 管理：必須有一個專用的管理界面，允許客戶管理對平台的訪問權限：

- 多個用戶
- 多個用戶角色
- 每個定義的用戶/角色對功能的細粒度訪問

10. 無代碼能力：必須為客戶提供一個無代碼環境，支持多個用戶/角色和在管理界面中定義的特性的細粒度訪問。

- 無代碼界面應至少提供用戶以下功能：
 - 能夠定義自定義意圖
 - 能夠用訓練語句訓練自定義意圖
 - 能夠定義自定義實體
- 擁有一個可設計對話的視覺設計器，無需代碼：
 - 應該能夠完全在視覺設計器中設計信息對話
 - 應該能夠完全在視覺設計器中設計交易對話
 - 可以訪問分析數據（無論是原生的還是第三方白標的）

10. 代理能力：

- 必須支持升級到人工代理
- 必須支持代理輔助模式，其中聊天機器人是對代理而不是用戶提供答案。

值得一提

- **阿里巴巴雲**：阿里巴巴雲總部位於中國，擁有一個廣泛的認知服務堆棧。該公司的聊天機器人產品，AliMe，於 2015 年推出，為賣家和買家提供購物指南和助手。該平台的許多產品與本研究中評估的供應商的產品相媲美。由於在中國以外的地區缺乏影響力，因此它並未被列入這個魔術象限。
- **Artificial Solutions 人工解決方案**：人工解決方案的總部位於瑞典，客戶主要分佈在歐洲和美國。該公司已經在市場上存在超過 21 年，並擁有幾項關於對話 AI 的專利。人工解決方案最近經歷了一次重大的整合和轉型，現在主要以 SaaS 模式提供其對話 AI 平台 Teneo。由於在納入時活躍客戶太少，因此它並未被列入這個魔術象限。
- **創意虛擬**：創意虛擬的總部位於英國，並在美國、澳大利亞、印度、新加坡、香港和德國設有辦事處。其 V-Person 解決方案是一個完全的對話 AI 平台，具有所有需要的能力。對於魔術象限，創意虛擬並未達到在納入時有足夠基於電話的實施在生產中的標準。
- **微軟**：微軟總部位於美國，擁有大量的產品組合。在為這個魔術象限進行研究的時候，微軟並未提供一個單一的、獨立的平台，所以它並未符合納入的資格。其對話 AI 產品包括 Power Virtual Agents、Azure Bot Service 和 Bot Framework。在 2022 年，微軟以 190 億美元的價格收購了美國的對話 AI (Nuance Mix)、語音識別和環境技術供應商 Nuance，將對話能力加入到其產品組合中。這些總體對話能力正在被整合到一個名為微軟數字聯繫中心平台的新產品中。
- **ServisBOT**：ServisBOT 的總部位於愛爾蘭和美國。除其他功能外，它提供了一個複雜的聊天機器人編排層，允許其處理在平台內部或與第三方技術開發的“機器人軍團”，以及一套用於第三方機器人的 AI 洞察和準確性工具。在為這份報告進行研究的時候，ServisBOT 並未達到最低收入的納入標準。

評估標準

執行能力

表格 1：執行能力評估標準

評斷標準	比重
產品/服務	高
整體可行性	中
銷售執行策略/價格	中
市場反應度/紀錄	中
市場營銷執行	中
客戶體驗	高
運營	中

願景完整性

表格 2：願景完整性評估標準

評斷標準	比重
市場了解度	高
市場營銷策略	中
銷售策略	中
產品策略	高
商業模式	中
產業策略	高
創新	高
地域策略	中

Source: Gartner (March 2023)

象限描述

領導者

領導者在影響市場方向上具有最強的地位。他們展示了如何部署對話式 AI 的市場定義性願景。領導者具有通過其組織、商業模式和平台執行該願景的能力。他們已經在參考和增長的形式中展現了商業成果。他們在市場理解、創新、平台功能和整體生存能力方面表現出色。

在維護著一個長期客戶的穩定基礎的同時，領導者顯示出一直能贏得新的交易並實施成功的能力。他們的客戶部署在最多的地理區域，並涵蓋了各種行業垂直和組織規模。領導者通常是他供應商衡量自己的廠商。他們適合大多數組織進行評估，但不應該是唯一被評估的供應商。

挑戰者

挑戰者建立了存在感、可信度和生存能力，並證明了滿足客戶期望的能力。挑戰者傾向於有一個好的技術願景，但可能沒有定義未來市場和對話式 AI 使用的願景。

挑戰者在市場上的位置良好。然而，他們並未展示出領導者所具有的同樣的思想領導力或創新。他們通常是重視執行和更廣泛集成產品套件而非願景的組織的好選擇。

願景家

願景家在提供創新能力和精緻的對話體驗方面超越了大多數潛在競爭者。這些供應商體現了塑造對話式 AI 市場的趨勢。可能對整體市場的認識有些不足，且對執行他們的完整願景的能力有所擔憂。願景家具有強大的創新和路線圖。

對於那些希望創新並願意推動擴展所認知的可能性的組織來說，願景家是一個好選擇。如果願景家能夠為他們的創新平台增加額外的執行力，他們就可以成為領導者。願景家最有可能被更大的平台供應商收購。

小眾玩家

小眾玩家提供引人入勝的對話 AI 平台，但他們的解決方案也可能：

- 在跨行業採用方面有限
- 在架構和部署彈性方面有限
- 缺少某些功能組件
- 在多個地理區域缺乏存在感和交付能力
- 在市場上缺乏強大的業務執行
- 缺乏支持大型企業需求或複雜全球部署的能力

小眾玩家通常能提供最佳解決方案以滿足特定且明確定義的對話 AI 使用場景需求。當小眾玩家適合時，它可能會提供更好的價值比和上市時間優勢。小眾玩家並未像其他象限的供應商那樣以同樣的速度在多個地區或行業贏得新客戶。

一些小眾玩家展示出一定程度的願景，這表明他們可能成為願景家，但他們可能會努力使這一願景變得更有吸引力。他們也可能努力開發持續創新的記錄。如果其他小眾玩家繼續以改善他們整體執行的視角發展他們的平台，他們可能有機會成為挑戰者。

情境

這份魔術象限 (Magic Quadrant) 評估了符合 Gartner 對企業對話 AI 平台標準的供應商。負責對話 AI 的應用領導者應將此研究作為他們的市場評估的一部分。雖然許多供應商未能符合此研究的資格，但由於地區、語言、行業或領域的專注，他們可能仍是更好的選擇。在對話 AI 市場上，並無一種「一刀切」的方法。

除了此報告中的供應商，還應評估：

- **區域性的主導供應商。** Gartner 分析師在每個國家都看到了不同的候選名單。區域性強大的供應商可能是更好的選擇，因為它比全球大型供應商更了解文化、語言和你作為客戶的需求。
- **領域專家。** 對於像 ITSM、HR 或財務等特定領域，有許多僅服務該特定使用場景的供應商，並可能有更多的即插即用解決方案，具有更短的上市時間，以在他們的利基市場內交付。
- **行業專家。** 對於像金融或電子商務等特定行業，有許多只服務該特定行業的供應商，並可能有更多的即插即用解決方案，具有更短的上市時間，以為該行業的客戶交付。
- **具有較大軟體套件能力的供應商。** 對於涉及現有 ERP 或 CRM 系統、票務系統或類似事物的使用場景，這些平台的供應商通常也提供深度整合到他們平台能力的對話 AI。這可能是一個價格較低且上市時間較短的好選擇。

評估最佳契合度的關鍵考慮因素和建議應考慮以下來自同伴《企業對話 AI 平台的關鍵能力》的標準：

- **頻道整合：**該功能允許平台與語音、文字和多模式通道（如電話、瀏覽器、電子郵件或訊息應用程序）進行互動。整合與即時客服聊天服務也是需要考慮的能力。
- **應用建造和測試：**這包括設計、建造和測試需要提供工具以建立聊天機器人應用程式和支援對話和工作流程的功能。領先的平台支援無碼、圖形設計工具和 API；意圖和實體定義辨識和維護工具；以及版本管理、測試工具和測試指標。

- **預建聊天機器人組件**：預建功能是供應商提供的加速器或資產，以改善開發和建立聊天機器人的時間和質量。這些可以涵蓋廣泛的功能，包括可重用的內容、常見或特定領域的對話流程，以及語言模型。
- **應用整合**：大多數的聊天機器人需要某種形式的整合。例如，與 CRM 系統和數據庫以及其他知識源和業務應用程序的整合，與即時聊天應用程序或路由應用程序的整合是必要的。
- **數據整合**：解決方案必須支援廣泛的選項來導入和輸出來自平台的數據，API 調用是最常見的。至少，他們必須有能力導入或導出實體、意圖和對話流程，以及與數據和網絡源的整合。
- **自然語言理解 (NLU)**：該功能解析傳入的信息並提取像意圖和實體這樣的元素，並分析相關情緒。
- **回應生成**：此功能創建輸出訊息和/或動作，並將其傳輸到適當的頻道。在大多數情況下，回應是基於模板中的插槽的預定義句子。先進的能力仍在萌芽階段。
- **管理**：該功能提供工具和服務來管理聊天機器人的內容、對話和工作流程。這包括管理對話和互動以及他們的歷史和日誌；發布版本；以及管理、糾正和更新語句，並將錯過的語句映射到現有的意圖。
- **報告和分析**：解決方案必須為經理提供用戶、流程和聊天機器人互動指標的視覺化。該功能可以包括 GUI 類型的儀表板和程式設計能力，並需要與數據和視覺化工具的整合。解決方案必須提供一套強大的預定義功能。
- **平台管理和安全**：這些功能提供了管理平台訪問、用戶帳戶和安全的能力。這通常通過管理控制台完成。

市場概述

過去五年裡，聊天機器人市場的關注度和採納率都有所提升。在此期間，支持建立聊天機器人的產品和平台極其多樣化，並且已經有了相當大的進化。

聊天機器人市場的對話實現方式可以分為三大類別：

1. **工具包方法**：允許高度的自定義，這對於將對話能力整合到其他業務應用程式中是非常理想的。對於具有獨特業務、終端使用者或整合需求的組織來說，工具包是很好的選擇。
2. **針對性服務或點解決方案提供商**：專注於特定行業的使用案例，或特定的領域或流程需求，例如將對話介面加入到現有的企業應用程式中，或滿足特定的終端使用者需求（如頻道或語言支持）。這些服務容易整合且快速部署，但是難以自定義。

3. **平台化的方法**：提供中央化的操作和對話管理，涵蓋從簡單到複雜的廣泛使用案例。然而，如果沒有提供預建的聊天機器人（具有預建意圖、實體和對話流程），則這些平台需要更大的努力來實施。

雖然所有的方法都有其優點和缺點，但企業越來越傾向於平台化的方法，以滿足多種企業使用案例的需求。因此，這份魔術象限報告專注於該部分。企業發現，這種方法讓他們更好地利用投資。此外，使用預建意圖和流程可以讓企業更快地用同一個平台滿足來自不同業務功能的各種需求。領先的供應商現在正在為他們的平台開發更開放和供應商中立的應用市場。企業購買者可以考慮，例如，為他們的平台從第三方購買一個單獨的 ITSM 聊天機器人應用程式。

對預建意圖和流程的趨勢導致了三個新興功能領域的出現：

1. **語言組合中心化**：供應商提供解除捆綁的自然語言功能。這些功能可以包括先進的洞察和搜索或自然語音生成模型。
2. **業務自動化中心化**：供應商提供預先打包的企業流程自動化，例如對於具有高會話量的 HR 或 ITSM 工作流程。
3. **用戶體驗中心化**：供應商提供集成的客戶數據和行為模型分析，以提供個性化的體驗。例如情感分析和下一個最佳優惠工具整合。

證據

問卷調查。對於今年的 2023 年和去年的 2022 年魔術象限報告，Gartner 已經查看了超過 300 家在對話 AI 領域的供應商，並邀請了超過 125 家供應商參加預資格調查。這項預資格調查已由超過 100 家供應商完成，並幫助形成了納入標準。

客戶諮詢。參與這項研究的 Gartner 分析師在過去兩年中對聊天機器人市場進行了超過 3,000 次的諮詢。

供應商示範和盡職調查。最終的供應商完成了魔術象限調查，提供了他們平台的示範，並顯示了涵蓋主要能力的使用案例。此外，Gartner 還收集了客戶的反饋，並依賴次要來源和諮詢來完成數據收集。

評估標準定義

執行能力

產品/服務：供應商為定義的市場提供的核心商品和服務。這包括當前的產品/服務能力、質量、功能集、技能等，無論是以本地方式提供還是通過市場定義和子標準中詳細定義的 OEM 協議/合作關係提供。

整體生存能力：生存能力包括對整個組織的財務健康，業務單位的財務和實際成功，以及該業務單位將繼續投資產品，將繼續提供產品並將提高組織產品組合內的藝術狀態的概率的評估。

銷售執行/定價：供應商在所有售前活動以及支持這些活動的結構中的能力。這包括交易管理，定價和談判，售前支持，以及銷售渠道的整體效果。

市場響應性/紀錄：隨著機會的發展，競爭對手的行動，客戶需求的演變和市場動態的變化，能夠響應，改變方向，保持靈活並實現競爭成功的能力。這一標準還考慮了供應商的響應歷史。

行銷執行：設計來傳遞組織信息以影響市場，推廣品牌和業務，提高產品知名度，並在購買者心中建立與產品/品牌和組織的正面認同的程序的清晰度，質量，創造力和效果。這種"心智份額"可以由公關，促銷活動，思維領導，口碑和銷售活動的組合驅動。

客戶體驗：使客戶能夠成功使用被評估的產品的關係，產品和服務/程序。具體來說，這包括客戶接收技術支援或賬戶支援的方式。這也可以包括附加工具，客戶支援計劃（及其質量），用戶組的可用性，服務等級協議等。

營運：組織實現其目標和承諾的能力。因素包括組織結構的質量，包括技能，經驗，計劃，系統和其他能夠讓組織持續有效和高效運營的工具。

願景的完整性

市場理解：供應商理解買家的需求和需求並將其轉化為產品和服務的能力。展現最高願景程度的供應商會聆聽並理解買家的需求和需求，並且可以通過他們的附加願景來塑造或增強這些需求。

行銷策略：一組清晰，有差異的信息，這些信息在整個組織中一致傳達，並透過網站，廣告，客戶計劃和定位聲明向外部傳達。

銷售策略：銷售產品的策略，該策略使用適當的直接和間接銷售，市場營銷，服務和通訊聯盟網絡，以擴大市場覆蓋範圍，技能，專業知識，技術，服務和客戶群。

產品策略：供應商的產品開發和交付方法，強調差異化，功能性，方法論和功能集，因為它們映射到當前和未來的需求。

商業模式：供應商的基礎商業提議的合理性和邏輯性。

垂直/行業策略：供應商將資源，技能和產品線定向於滿足包括垂直市場在內的各個市場區段的特定需求的策略。

創新：直接，相關，互補和協同的資源，專業知識或資本的布局，用於投資，整合，防禦或先發制人的目的。

地理策略：供應商將資源，技能和產品線定向於滿足"家鄉"或原生地理以外的地理區域的特定需求的策略，無論是直接還是通過合作夥伴，渠道和子公司，以適應該地理區域和市場。