小能科技

V6.86 产品使用手册

北京能通天下网络技术有限公司

版权所有 侵权必究

密级：公开

文档归属：运营部

使用对象：全员

字段说明

目录

一、互动记录字段说明 - 4 -

1、查询条件 - 4 -

2、查询结果 - 5 -

3、接待客服信息 - 6 -

4、评价、总结、质检 - 7 -

5、会话其他信息 - 7 -

二、我的报表字段说明 - 10 -

1、咨询绩效 - 10 -

2、订单绩效 - 11 -

3、详细数据 - 11 -

4、留言 - 13 -

5、订单 - 14 -

6、满意度 - 15 -

7、质检……- 15 -

8、有效咨询……- 15 -

9、咨询质量……- 16 -

10、留言咨询……- 17 -

11、订单详情……- 18 -

文档维护人：李兴兴

Tel：18811212633

Email：lixingxing@xiaoneng.cn

一、互动记录字段说明

1、查询条件

“支持多选”：是指可以选择多个，多个之间是“或”的关系

条件名称	说明
日期	● 支持选择开始时间和结束时间。 ● 日期：从 1990 年 1 月 1 日~至今 ● 常用时间段：今天(默认)、昨天、近三天、近一周、近一月。
关键词	● 支持手工录入，全模糊匹配 ● 根据访客名称、访客 ID、聊天记录进行搜索。
用户 IP	● 支持手工录入，全模糊匹配
接待组	● 支持选择接待组。 ● 取自全部接待组。 ● 单选。
客服	● 原“接待客服” ● 与【客服组】互斥。 ● 取自全部接待组里的所有客服外部名称。
客服组	● 与【接待客服】互斥 。 ● 取自系统中全部行政组，即：账户分组。 ● 单选。
满意度	● 取自：非常满意、满意、一般、不满意、很不满意、未评价。 ● 支持多选。
是否解决问题	● 取自：已解决、进行中、未解决、未评价。 ● 支持多选。
咨询质量	● 取自：优、良、合格、差、未质检、已质检。 ● 支持多选。
咨询购买	● 取自：已购买、未购买。

咨询次数	● 取自：一次咨询、二次咨询、三次咨询、三次以上。
咨询类型	● 若咨询类型比 3 行还多，则支持【全部】，单击全部弹出全部咨询类型。 ● 取自系统中全部的咨询总结，一个咨询总结若有多级则用—>隔开。
咨询结果	● 取自：有效咨询、无效咨询、访客无应答、客服无应答。
用户身份	● 取自：VIP 客户、非 VIP 客户。
客户地域	● 取自全国的省份、直辖市、港澳台，共 30 个。
客户来源	● 取自访客来源。 ● 系统预制的访客来源放在前面。
客户终端	● 取自：PC、微信、IOS APP、安卓 APP、WAP ● 支持多选。
会话类型	● 取自：转出咨询、转入咨询、邀请、独立咨询。 ● 支持多选。

2、查询结果

字段名称	说明
访客操作终端	● 访客发起咨询时所使用的终端。包括：微信、APP、PC、WAP。
所属地域	● 访客发起咨询时的所在省份+城市。 ● 省份：取自全国的省份、直辖市、港澳台，共 30 个。
来源渠道	● 访客通过哪个渠道进入企业网站。如：百度、360 搜索、友情链接、直接输入。 ● 取值范围：访客来源管理。
搜索关键词	● 访客通过搜索引擎渠道搜索哪个关键词进入企业网站。如：在百度搜索“知我”、在 360 搜索“知我药妆”。 ● 若访客来源不是搜索引擎则显示空白。
咨询发起页面 URL	● 本次会话中访客发起咨询页的所属关键页面级别的名称。 ● 取值范围：关键页面级别。 ● 【咨询发起类型】=“客服主动发起对话“或者“客服邀请对话”则显示空白。 ● 若一次会话中存在客服发起、访客发起，那么取第一次发起。
咨询发起人	● 发起咨询的客服内部名称+(客服外部名称)、访客名称。

访客身份	● 本次会话，访客未 VIP 用户还是普通用户。 ● 取值范围：普通用户、VIP 用户。 ✧ VIP 用户是指与企业网站对接的注册账号的用户。 ✧ 普通用户是指未与企业网站对接的用户。
访客标识	● 本次会话的访客 ID。
访客名称	● 本次会话的访客名称。 ● 取值范围：系统自动给出的访客名称，或者对接企业网站的账号名称。
是否添加 CRM	● 取自用户资源。 ● 取值范围：是、否。 ● 若未添加到 CRM 则显示否。

3、接待客服信息

字段名称	说明
开始时间	● 连接客服成功的时间。
参与客服	● 本次会话中，参与过这个会话的所有客服。 ● 客服名称按照进入会话的顺序显示。 ● 显示客服内部名称+(客服外部名称)。
责任客服	● 默认显示字段。 ● 本次会话中，会话的最终归属人。 ● 显示客服内部名称+(客服外部名称)。 ● 多人会话的情况： ✧ 若为转接，则显示最后一个客服。 ✧ 若为邀请会话，则显示所有客服。 ✧ 若一个会话中若有多个动作类型，只要有转接则计算为转接，责任客服显示最后一个客服。
客服组	● 本次会话，接待客服所属的客服行政组名称。
接待组 ID	● 本次会话中，如果是访客主动发起咨询，则取访客点击的咨询接待组 ID；如果是客服主动发起的，则取客服所属的接待 ID，若客服属于多个接待组，见营销相关需求。 ● 若访客在一次会话中，换不同的接待组，则取最后一个接待组。

4、评价、总结、质检

字段名称	说明
咨询满意度	● 访客对本次会话的满意度评价。包括：非常满意、满意、一般、不满意、很不满意、未评价。 ● 若一个会话多次评价则取满意度最好的一次评价。
是否解决问题	● 访客确认本次会话中的问题是否解决。 ● 取值范围：已解决、解决中、未解决、--。 ✧ --：表示历史的评价中无“是否解决问题”项、未做评价的会话。 ● 若一个会话多次评价则取最好的一次评价，最好的评价标准见咨询评价相关的文档。
访客建议	● 本次会话访客评价的建议。 ● 若无则显示空白。 ● 若一个会话多次评价则取最好的一次评价，最好的评价标准见咨询评价相关的文档。
咨询总结	● 本次会话的咨询总结，咨询总结显示全部路径，如果多个用英文冒号隔开。 ● 若未总结则显示空白。 ● 若一个会话多次总结则取最后的一次总结。
质检评分	● 本次会话的每个质检标准的分数之和。 ● 若未质检则显示空白。
咨询质量	● 本次会话的质检评分的结果。 ● 取值范围：优、良、合格、差、未质检、空白。 ✧ 空白：表示未质检的会话。

5、会话其他信息

字段名称	说明
最后发言者类型	● 最后一条消息发送成功的客服/访客。 ● 取值范围：最后一个发言者的类型、[正在进行中]、空白。 ✧ 空白：表示未分配客服成功的会话。
会话销毁时间	● 日期时间类型。 ● 本次会话销毁的时间。 ● 会话销毁的时机：本次会话的所有客服和访客都关闭聊窗，过 N 分钟之后，且在这 N 分钟内双方都没发起

	会话，则会话自动销毁。N 默认=15 分钟，可调整。 ● 取值范围：会话销毁的时间、[正在进行中]、空白。 ✧ 空白：表示未分配客服成功的会话。
首次响应时间	● 客服第一次手工录入消息并成功发送的时间，常用语也是手工录入消息。 ● 取值范围：首次响应访客的时间、[正在进行中]、空白。 ✧ 空白：表示未分配客服成功的会话。
会话持续时长	● 原：有效时间。单位：秒。 ● 本次有效会话持续的时长，格式：时分秒。 ● 计算公式：本次会话最后一条消息发送成功的时间 –本次第一条消息发送成功的时间。其中第一条和最后一条消息都是指手工输入的消息。 ● 开始和结束的自动应答消息都不算在里面。 ● 取值范围：会话持续时长、[正在进行中]、空白。 ✧ 空白：表示未分配客服成功的会话。
会话总时长	● 单位：秒。 ● 格式：时分秒。 ● 计算公式：会话销毁时间 –连接客服成功的时间。 ● 取值范围：会话总时长、[正在进行中]、空白。 ✧ 空白：表示未分配客服成功的会话。
消息总条数	● 本次会话访客与客服发送成功的消息总条数，不包括自动应答、系统消息的消息条数。 ● 取值范围：消息条数、[正在进行中]、空白。 ✧ 空白：表示未分配客服成功的会话。
访客消息条数	● 本次会话访客发送成功的消息总条数，不包括常见问题、系统消息的消息条数。 ● 取值范围：访客消息数、[正在进行中]、空白。 ✧ 空白：表示未分配客服成功的会话。
客服消息条数	● 本次会话客服发送成功的消息总条数，不包括自动应答、系统消息的消息条数。 ● 取值范围：客服消息数、[正在进行中]、空白。 ✧ 空白：表示未分配客服成功的会话。
是否更换客服的会	● 是否为访客点击更换客服后的会话。 ● 取值范围：是、否。

话	
咨询购买	● 本次会话是否购买商品。 ● 取值范围：未购买、已购买。 ● 已购买是指会话当天生成订单了。反之则为未购买。
咨询结果	● 本次会话是有效咨询还是无效咨询。 ● 取值范围：有效咨询、无效咨询。
回合数	● 本次会话中，访客与客服、机器人的总回合数。 ● 计算公式：客服每答复一条访客信息，即为 1 个会话回合。 ● 1 个回合的计算公式：如果访客/客服发送 1 条或者多条消息，紧接着对方（任意一个客服/访客）也发送 1 条或者多条消息，则算为 1 个回合。 ● 取值范围：会话回合数、[正在进行中]、空白。 ● 空白：表示未分配客服成功的会话。
机器人回合数	● 本次会话中，访客与机器人的回合数。 ● 计算公式：机器人每答复一条访客信息，即为 1 个会话回合。 ● 取值范围：机器人会话回合数、[正在进行中]、空白。 ● 空白：表示未分配机器人成功的会话。
会话类型	● 取值范围：转出咨询、转入咨询、邀请咨询、独立咨询、“---”。 ✧ 转出咨询：指客服成功将咨询转接给其他客服。 ✧ 转入咨询：指客服成功接受其他客服的转接咨询。 ✧ 邀请咨询：指除了转接咨询和正常咨询外都计算为邀请咨询，具体包含邀请、接管、协助和这三种的任意组合。 ✧ 独立咨询：指无其他客服参与的咨询。 ✧ “---”：指正常咨询和转接类型的会话查询中间客服时，显示空白。 ✧ **需要注意的是**：不区分角色和权限，任意一人登录客户端进入互动记录咨询列表时，在使用高级搜索查询条件会话类型未选择任何客服做为参照值时，凡是转接会话的会话类型均显示转接咨询。

二、我的报表字段说明

1、咨询绩效

字段名称	取数规则
时间	●
接通率	● （有效咨询数量 /咨询总量）*100%。
咨询总量	● 所有访客在企业网站发起咨询的总和。 ● 多人会话情况： ✧ 转接、接管、协助算一次会话。 ✧ 邀请的咨询总量是参与的每个客服总和。
有效咨询	● 有效咨询的数量。 ● 多人会话情况： ✧ 转接、接管、协助算最后一个客服的有效咨询。 ✧ 邀请是每个客服分别有 1 个有效咨询，咨询总量是相加。
无效咨询	● 无效咨询的数量。 ● 多人会话情况： ✧ 转接、接管、协助算最后一个客服的无效咨询。 ✧ 邀请是每个客服分别有 1 个无效咨询，咨询总量是相加。
首次响应时间	● 有效咨询中，客服第一次手工录入消息并成功发送的时间，常用语也是手工录入消息。
平均响应时间	● 有效咨询中，（每一条（客服回复消息成功时间- 上一条访客发送消息成功时间）相加）/ 回合数。 ● 如果第一条消息是客服成功发送的，则忽略。 ● （如果客服 /访客一次回复消息条数）>1，则只取第一条回复消息成功的时间- 上一条对方发送消息成功的时间。 ● 以上消息都不包含自动应答的消息。
留言总量	● 统计周期内的留言总量。 ● 统计周期是指访客留言的时间。

留言处理量	● 统计周期内，留言已处理的数量。
留言处理率	● 统计周期内，已处理留言数量/留言总量。

2、订单绩效

字段名称	取数规则
会话时间	● 访客发起会话连接客服成功的时间。
有效咨询用户	● 有效咨询的访客数量。 ● 一个访客发生了多次有效咨询，则该值=1。
订单金额	● 有效咨询中，访客咨询当天生成订单号的订单金额，如果下多个订单则为多个订单金额之和。
订单转化率(人)	● 有效咨询中，(访客咨询当天生成的订单的访客数量 / 有效咨询的访客总数)*100%
订单支付率	● 有效咨询中，(访客咨询当天支付的订单个数 /有效咨询总数)*100%。

3、详细数据

字段名称	取数规则
接通率	● （有效咨询数量 /咨询总量）*100%。
咨询总量	● 所有访客在企业网站发起咨询的总和。 ● 多人会话情况： ✧ 转接、接管、协助算一次会话。 ✧ 邀请的咨询总量是参与的每个客服总和。
有效咨询	● 有效咨询的数量。 ● 多人会话情况： ✧ 转接、接管、协助算最后一个客服的有效咨询。 ✧ 邀请是每个客服分别有 1 个有效咨询，咨询总量是相加。
无效咨询	● 无效咨询的数量。 ● 多人会话情况： ✧ 转接、接管、协助算最后一个客服的无效咨询。 ✧ 邀请是每个客服分别有 1 个无效咨询，咨询总量是相加。
首次响应时间	● 有效咨询中，客服第一次手工录入消息并成功发送的时间，常用语也是手工录入消息。

平均响应时间	● 有效咨询中，（每一条（客服回复消息成功时间- 上一条访客发送消息成功时间）相加）/ 回合数。 ● 如果第一条消息是客服成功发送的，则忽略。 ● （如果客服 /访客一次回复消息条数）>1，则只取第一条回复消息成功的时间- 上一条对方发送消息成功的时间。 ● 以上消息都不包含自动应答的消息。
平均咨询用时	● 有效咨询中，每一个会话的咨询用时 / 咨询次数。 ● 咨询用时：最后一条消息发送成功的时间 - 第一条消息发送成功的时间。 ● 不包括自动应答的消息。
添加 CRM	● 有效咨询中，已经是 CRM 用户的咨询数。
转入咨询量	● 原“被转接咨询”。 ● 有效咨询中，客服成功接受转接的咨询数量，有效咨询中，客服成功接受转接的咨询数量。 ● 同一个会话中不管转接多少次，该值都=1，1 是算在最后一个客服身上，其他客服都为 0。 ● 由于目前不支持转接到机器人，所以机器人不能计算转入咨询量。
已总结咨询	● 有效和无效咨询中，客服已总结的咨询数量。 ● 接待客服的已总结会话数量，即：如果接待客服和做总结的客服不是同一个客服，则算在接待客服身上的已总结数量，不算在做总结的客服身上。 ● 如果同一个会话同一个客服总结多次只能算 1 次。 ● 多人会话情况： ✧ 转接：一次会话中只要有一个客服（接待客服和非接待客服）总结了，则该值=1,1 是算在最后一个客服身上，其他客服都为 0。 ✧ 邀请：一次会话中只要有一个客服（接待客服和非接待客服）总结了，则参与的每个客服各算 1 次，咨询总量是参与客服相加。 ✧ 接管和协助同邀请。
未总结咨询	● 有效和无效咨询中，接待客服的未总结会话数量，如果不是接待客服做的总结，也算是已总结咨询。 ● 多人会话情况：转接、邀请、接管、协助：一次会话中，所有参与的客服都未做总结就是未总结会话。
平均消息数	● 有效咨询中，（总消息数 /有效咨询总数）*100%。
回合数	● 统计周期内，访客与客服、机器人的总回合数。 ● 1 个回合数的算法：如果访客/客服发送 1 条或者多条消息，紧接着对方（任意一个客服/访客）也发

	送 1 条或者多条消息，则算为 1 个回合。
机器人回合数	● 1 次会话中，访客与机器人的回合数。 ● 计算公式：机器人每答复一条访客信息，即为 1 个会话回合。 ● 若机器人与访客的会话没有转接人工客服，则机器人回合数等于会话回合数。
转入咨询	● 原“被转接咨询”。 ● 有效咨询中，客服成功接受转接的咨询数量，有效咨询中，客服成功接受转接的咨询数量。 ● 同一个会话中不管转接多少次，该值都=1，1 是算在最后一个客服身上，其他客服都为 0。 ● 由于目前不支持转接到机器人，所以机器人不能计算转入咨询量。
转出咨询	● 有效咨询中，咨询被转出的数量，只包括转接成功。 ● 同一个会话不管转接多少次，该值都=1，1 是算在第一个客服身上，其他客服都为 0。 ● 机器人客服支持查询转出咨询量。
独立咨询	● 有效咨询中，无其他客服参与的咨询量。 ● 机器人客服支持查询独立的咨询量。
● 转入、转出咨询举例： ✧ 2016/6/20 访客成功连接到机器人“小能人”的咨询一共 10 个且都未有效咨询，转人工客服 5 个。则计算“小能人”的纯接待量是多少？转出多少个咨询？则：时间条件选择：2016/6/20、客服选择：机器人组“小能人”、字段选择：独立咨询、转出咨询。结果为：2016/6/20，“小能人”独立咨询 5 个，转出咨询量 5 个。	
最长响应时间	● 有效咨询中，1 次会话中，响应时长=(客服回复消息成功时间 - 上一条访客发送消息成功时间)。 ● 单位：秒。 ● 最长响应时长取 N。N=所有会话中响应时间最长的值。 ● 若访客发送消息后，3 分钟后断开咨询之后客服在回复，则依然按照(客服回复消息成功时间 - 上一条访客发送消息成功时间)。计算客服的响应时间。 ● 举例：客服 A 一共有 001、002、003 3 个有效咨询，每个会话中的最长响应时间分别为：60 秒、50 秒、65 秒，则该客服或该客服组的最长响应时间为 65 秒。

4、留言

字段名称	说明

时间	● 如果查询某一天，此为当天每隔半个小时的时间段，例如：00:01-00:30。 ● 如果查询某几天，此为发生过排队的日期。
留言总量	● 统计周期内，留给某些客服的留言总量。 ● 统计周期是指访客留言的时间。
未处理量	● 统计周期内留给某些客服的留言总量，这些留言总量中所有未处理的留言数。
已处理量	● 统计周期内留给某些客服的留言总量，这些留言总量中所有已处理的留言数，包括责任客服和非责任客服处理。
处理率	● 统计周期内，已处理留言数量/留言总量。
24 小时处理量	● 统计周期内，从留言的时间开始+24 小时之内的处理量，包括责任客服和非责任客服处理。 ● 例如：统计周期=12 月 24 日，访客 12 月 24 日 10:00 留言 1 条，客服在 12 月 25 日 10:00 之前处理此条留言，则计算在 24 小时处理量。访客在 12 月 23 日 8:00 留言 1 条，客服在 12 月 24 日 10:00 处理，则计算在 23 日的已处理量。
24 小时处理率	● 24 小时处理量/统计周期内留言总量。

5、订单

字段名称	取数规则
咨询订单	● 有效咨询中，访客咨询当天生成的订单，包括咨询前和咨询后的下单。 ● 必须是生成订单号的订单，不包括放弃填写的订单。
已购买咨询	● 有效咨询中，访客咨询当天生成订单号的咨询数量。
订单金额	● 有效咨询中，访客咨询当天生成订单号的订单金额，如果下多个订单则为多个订单金额之和。
支付订单	● 有效咨询中，访客咨询当天支付的订单数量。
订单转化率(次)	● 有效咨询中，(访客咨询当天生成的订单数量 / 有效咨询总数)*100%
订单转化率(人)	● 有效咨询中，(访客咨询当天生成的订单的访客数量 / 有效咨询的访客总数)*100%
支付率	● 有效咨询中，(访客咨询当天支付的订单个数 /有效咨询总数)*100%。
有效咨询用户	● 有效咨询的访客数量。
咨询下单用户	● 有效咨询中，咨询当天下单的访客数量，包括咨询前和咨询后的下单。

6、满意度

字段名称	取数规则
满意度	● 有效咨询中，((访客评价为“非常满意”的咨询数量 +访客评价为“满意”的咨询数量)/访客已评价的咨询总数)*100%。
非常满意	● 有效咨询中，访客评价为“非常满意”的咨询数量。
满意	● 有效咨询中，访客评价为“满意”的咨询数量。
一般	● 有效咨询中，访客评价为“一般”的咨询数量。
不满意	● 有效咨询中，访客评价为“不满意”的咨询数量。
很不满意	● 有效咨询中，访客评价为“很不满意”的咨询数量。
未评价	● 有效咨询中，访客未评价的咨询数量。
问题解决率	● (解决问题的评价次数/所有评价次数)*100%。
已解决	● 有效咨询中，访客评价为“已解决”的咨询数量。
未解决	● 有效咨询中，访客评价为“未解决”的咨询数量。
跟进中	● 有效咨询中，访客评价为“跟进中”的咨询数量。
未评分	● 指访客未对客服做出服务评价的咨询数量。

7、质检

字段名称	取数规则
质检量(次)	● 有效咨询中，已质检的会话数量。
优	● 有效咨询中，质检评分>=85 分的会话数量。
良	● 有效咨询中，质检评分>=75 分且<=85 分的会话数量。
合格	● 有效咨询中，质检评分>=60 分且<=75 分的会话数量。
差	● 有效咨询中，质检评分 60 分以下的会话数量。

8、有效咨询

字段名称	说明

时间	● 如果查询某一天，此为当天每隔半个小时的时间段，例如：00:01-00:30。 ● 如果查询某几天，此为发生过数据的日期。
有效咨询	● 有效咨询的数量。 ● 多人会话情况： ✧ 转接、接管、协助算最后一个客服的有效咨询。 ✧ 邀请是每个客服分别有 1 个有效咨询，咨询总量是相加。
首次响应时间	● 有效咨询中，客服第一次手工录入消息并成功发送的时间，常用语也是手工录入消息。
平均响应时间	● 有效咨询中，（每一条（客服回复消息成功时间- 上一条访客发送消息成功时间）相加）/ 回合数。 ● 如果第一条消息是客服成功发送的，则不算。 ● （如果客服 /访客一次回复消息条数）>1，则只取第一条回复消息成功的时间- 上一条对方发送消息成功的时间。 ● 以上消息都不包含自动应答的消息。
平均咨询用时	● 有效咨询中，每一个会话的咨询用时 / 咨询次数。 ● 咨询用时：最后一条消息发送成功的时间 - 第一条消息发送成功的时间。 ● 不包括自动应答的消息。
添加 CRM	● 有效咨询中，已经是 CRM 用户的咨询数。
24 小时下单	● 访客发起咨询连接成功时间+24 小时，这段时间以内下单的订单数。
当天内订单	● 访客发起咨询连接成功时间的当天，这段时间以内下单的订单数。
3 天内订单	● 访客发起咨询连接成功时间+72 小时，这段时间以内下单的订单数。
转接咨询	● 有效咨询中，客服发起咨询转接的咨询数量，只包括转接成功。 ● 同一个会话中不管转接多少次，该值都=1，1 是算在最后一个客服身上，其他客服都为 0。
平均消息数	● 有效咨询中，（总消息数 /有效咨询总数）*100%。

9、咨询质量

字段名称	说明
时间	● 如果查询某一天，此为当天每隔半个小时的时间段，例如：00:01-00:30。 ● 如果查询某几天，此为发生过数据的日期。
非常满意	● 有效咨询中，访客评价为“非常满意”的咨询数量。

满意	● 有效咨询中，访客评价为“满意”的咨询数量。
一般	● 有效咨询中，访客评价为“一般”的咨询数量。
不满意	● 有效咨询中，访客评价为“不满意”的咨询数量。
很不满意	● 有效咨询中，访客评价为“很不满意”的咨询数量。
问题解决率	● (解决问题的评价次数/所有评价次数)*100%
未解决	● 有效咨询中，访客评价为“已解决”的咨询数量。
跟进中	● 有效咨询中，访客评价为“未解决”的咨询数量。
已解决	● 有效咨询中，访客评价为“跟进中”的咨询数量。
优	● 有效咨询中，质检评分>=85 分的会话数量。
良	● 有效咨询中，质检评分>=75 分且<=85 分的会话数量。
合格	● 有效咨询中，质检评分>=60 分且<=75 分的会话数量。
差	● 有效咨询中，质检评分 60 分以下的会话数量。
已总结	● 有效和无效咨询中，客服已总结的咨询数量。 ● 接待客服的已总结会话数量，即：如果接待客服和做总结的客服不是同一个客服，则算在接待客服身上的已总结数量，不算在做总结的客服身上。 ● 如果同一个会话同一个客服总结多次只能算 1 次。 ● 多人会话情况： ✧ 转接：一次会话中只要有一个客服（接待客服和非接待客服）总结了，则该值=1,1 是算在最后一个客服身上，其他客服都为 0。 ✧ 邀请：一次会话中只要有一个客服（接待客服和非接待客服）总结了，则参与的每个客服各算 1 次，咨询总量是参与客服相加。 ✧ 接管和协助同邀请。
未总结	● 有效和无效咨询中，接待客服的未总结会话数量，如果不是接待客服做的总结，也算是已总结咨询。 ● 多人会话情况：转接、邀请、接管、协助：一次会话中，所有参与的客服都未做总结就是未总结会话。

10、留言咨询

字段名称	说明

时间	● 如果查询某一天，此为当天每隔半个小时的时间段，例如：00:01-00:30。 ● 如果查询某几天，此为发生过排队的日期。
留言总量	● 统计周期内，留给某些客服的留言总量。 ● 统计周期是指访客留言的时间。
未处理量	● 统计周期内留给某些客服的留言总量，这些留言总量中所有未处理的留言数。
已处理量	● 统计周期内留给某些客服的留言总量，这些留言总量中所有已处理的留言数，包括责任客服和非责任客服处理。
处理率	● 统计周期内，已处理留言数量/留言总量。
24 小时处理量	● 统计周期内，从留言的时间开始+24 小时之内的处理量，包括责任客服和非责任客服处理。 ● 例如 :统计周期=12 月 24 日 ,访客 12 月 24 日 10:00 留言 1 条 ,客服在 12 月 25 日 10:00 之前处理此条留言，则计算在 24 小时处理量。访客在 12 月 23 日 8:00 留言 1 条，客服在 12 月 24 日 10:00 处理，则计算在 23 日的已处理量。
24 小时处理率	● 24 小时处理量/统计周期内留言总量。

11、订单详情

字段名称	取数规则
时间	● 如果查询某一天，此为当天每隔半个小时的时间段，例如：00:01-00:30。 ● 如果查询某几天，此为发生过排队的日期。
下单日期	● 有效咨询中，生成订单号的日期时间。
订单号	● 有效咨询中，生成订单号的订单号。
订单金额	● 有效咨询中，生成订单号的订金金额。
访客名称	● 下单的访客名称。
下单客服	● 访客已下单并生成订单号的有效咨询的客服内部名称。 多人会话情况：转接、接管、邀请、协助：算最后一个客服身上。
订单类型	● 枚举：咨询前下单、咨询后下单。 ● 根据下单时间判断。
咨询订单类型	● 枚举：当天下单、24 小时内下单、3 天内下单。