

# 与其“求好评” 不如“服好务”

本报评论员 钱冀敏

## 晚报观察

“双十一”过后,一些消费者沉浸于拆箱快感的同时,也遭遇了卖家各种疯狂“求好评”。面对商家接二连三的“求好评”电话,有的消费者很是烦恼。目前,“求好评”席卷多个行业,餐饮、住宿、美发等商家也在“求好评”。(据11月26日《沧州晚报》6版)

“双十一”过后,商家客服使出浑身解数花式“求好评”,让有的消费者不堪其扰。

对于消费者,哪个商家的好评度高就意味着可信度高,产品更有保障,好评成为消费者购物的重要参考。正因为此,好评对于商家的重要性不言而喻。

而今,商家为了好评度高,采用红包诱惑、赠送优惠券、返现等形式,甚至通过电话骚扰、私信轰炸等手段,疯狂“求好评”,让好评注水严重,可信度降低,也失去了好评对于消费者参考的价值。



从商业模式的角度来看,好评这一营销动作,是商家付出了一定有形成本和无形成本后,督促顾客给予好评,用以引流更多顾客。这种好评是基于顾客自发传播、自发推荐产品,好评可以促进商家获得持续的增长和收益。

如今,商家“求”来的好评,让好评变了味。好评绝不应该是“求”来的。对于商家“求好评”,有些消费者并非心甘情愿,虽然给了好评,但心中对于商家的评价却打了折扣。“求”来的好评根本无法作为商家参与竞争的优

势。商家只有了解顾客的真实评价,倾听顾客的声音,哪怕是负面的声音,用心改进,才能最终赢得顾客。与好评相比,顾客更在乎的是商品的质量、服务的质量。真正的好口碑是靠质量累积的,好评是靠质量来争取的。

有了质量过硬的产品,加上用心服务,好评自来。商家与其花式“求好评”,不如用心“服好务”。只有优质产品和优质服务才是商家在激烈竞争中得以生存和发展的“法宝”。

## 街谈巷议

### 咖啡礼包里藏着“热度密码”

朱婧

近日,云南省保山市政府将数千份咖啡礼包免费送到学子手中,以此激励学子们成为保山咖啡的传播者,宣传自己的家乡。学子们将这一意外之喜晒到朋友圈,引发了一波关注度。

从传播学的角度看,一份咖啡礼包,既承载了家乡对在外学子的关爱,也充分表达了保山咖啡向外传播的意愿。

而通过送出咖啡大礼包,以话题带动营销,让高校师生和潜

在用户“玩起来”,则互动性更强,更利于达到想要的宣传效果。

产品引起的话题,可以吸引更多参与者参与讨论,而用户的参与能促使话题具有更强的持续性和延展性,这是打造产品知名度的重要基础。

被击中的情感,不断翻新的话题,融入场景的产品,帮助保山咖啡在人们心中形成了记忆点。这样的方式或许可以为品牌建设提供一种新思路、新方案。

### 岂能凭空多出一条婚姻记录

冯海宁

上海市民赵先生发现自己竟凭空多出一条婚姻记录,女方还是一位陌生人,夫妻俩险些因此离婚。此事被报道后引起广泛关注。近日,赵先生接到当地有关部门的电话,称这条信息已被删除。可赵先生并不满意,原因是他为此奔波了一个多月,拨打了数十次12345电话求助……

在不少部门之间已经打破数据壁垒、实现数据共享的今天,核实、纠正数据错误应该比较容易,但从上述案例看,这一

过程还不够通畅。面对群众更正信息的诉求,相关部门应积极应对,不能对群众造成“二次伤害”。

一方面,政府部门应当提供更为便捷的错误反映渠道,例如在12345热线开通专门的申诉版块;另一方面,要建立快速响应和协同核查机制。既明确办理流程,也明确办理时限,给群众吃一颗“定心丸”。

希望各方共同努力,让类似事件少一些,再少一些。

## 画中话

### “数字囤积”越囤越焦虑



“深度好文”“必备金句”“赶紧收藏”……上网冲浪,每每看到这样的标题,你是否总有“一键码住”的冲动,但收藏之后再未打开?近日,有网友发起了“数字囤积症”的讨论,引发不少人共鸣。

“数字囤积症”,简言之,是指热衷收藏数字文件信息,以为“某天可能会用得上”。有类似症状的群体,他们有一个可爱的名字——

“数字仓鼠”。“仓鼠”们乐此不疲地囤积精神食粮。

为了让收藏夹不再“吃灰”,有些网友当起了“吹灰人”,打卡督促自己定期整理干货帖;有人建议大家从“仓鼠”转型为“思考者”,通过深度学习让知识为我所用。

如果你的“数字仓库”也满了,来一场“断舍离”吧。精简心绪,轻装前行,或许能让生活更轻盈。 据中工网

## 回音壁

### 寻亲民警晒锦旗 300多面铺满院

近日,浙江省嵊州市公安局“和合”寻亲工作室即将搬迁。民警商朝阳将近两年来各地寻亲者赠予的锦旗搬到派出所大院晾晒,300多面锦旗将院子铺得满满当当,蔚为壮观。据了解,寻亲工作室成立两年半,商朝阳和同事已帮助463名寻亲者找到家人。商朝阳说,退休前至少要帮1000个寻亲者找到家人。 据@中国蓝新闻

回音:每一面锦旗背后都是一个团圆家!

### 救护车陷进雪地里 急救员抬着病人跑

近日,黑龙江鹤岗下了一场大雪。离医院急诊100米的地方,一辆救护车陷入雪地,无法动弹。众人纷纷下车,试图推车,但救护车纹丝不动。这时,急救人员打开车门,几个人抬起病人,在雪地里急速奔跑,一路跑进医院急诊科。据了解,因为救治及时,病人未被延误病情。 据@星新闻

回音:和死神赛跑!



# 仓鼠视频 HAMSTER VIDEO 沧州日报社 出品

## 属于沧州的视频工作室

大型纪录片 / 宣传片 / 多机位直播

- 首届国际大运河影像大赛金镜头奖
- 《伟大的变革——庆祝改革开放四十周年》国家大型展览视频单元入选
- 全国城市党报媒体融合奖励创新奖
- 河北省宣传文化系统工作十大创新案例
- 河北省网络产品重点扶持精品项目
- 抖音平台单视频流量破亿

联系方式: 17632050016