

好评有价 信誉度面临尴尬

单日成交额峰值达 19.5 亿元的淘宝,目前是怎样一种网购生态?当好评、差评这一信用评价体系可以买卖时,网民又如何选择?

网店拒绝差评已成公开的秘密

采访中,许多资深网购达人表示,网购不能给差评已经是公开的秘密。

在市小商品批发市场经营一家门店的黄先生说,他的妻子在网上购买了一条裙子,因为寄来的裙子和照片不符,黄先生给了对方一个差评,没想到对方主动打来电话并提出无条件退货,黄先生见对方如此有诚意,就删除了差评。

起初,黄先生对商家这一做法感到诧异,直到自己也开了网店,他才明白其中的“道道儿”。去年,黄先生在淘宝网上注册了一家网店,专

卖拉杆车和水龙头。网店刚起步,每一个评价对网店都至关重要,为了赢得好评,黄先生苦心经营,但是后来发现,差评是不可避免的,索性,黄先生就在网店上明确标注“本店拒绝接受任何中差评”。

黄先生说,不能给差评,这已经成为网购中公开的秘密。记者在淘宝上的很多店铺发现,在商品的描述后面明确写着“本店拒绝接受任何中差评”。“有的店主愿少做生意,也不愿意接受差评,买家给了差评,卖家会用各种方法要求对方删除。”黄先生说。

淘宝上的网购达人发现,不知道从什么时候开始,淘宝上“宝贝”的中差评几乎绝迹,换成了清一色的好评。但这样做的代价是,以前作为重要参考信息的买家评价正逐步失去分量。

以差评相要挟卖家有时也无奈

“雅典娜户外专营店”是一家专营渔具的网店,生意不错。“我们对好评差评看得不是太重,反而是一些买家经常用差评来威胁我们。”网店工作人员刘冰洁说。

近日,记者来到这家网店,工作人员正在打包发货。刘冰洁说,他们生意还不错,客户主要是南方人。“我们经常遇到这样的客户,因为渔具有破损而给我们打低分,其实破损是在运送过程中发生的,与快递有关,和我们没有太大关系。”刘冰洁说,每当遇到这种情况,有的客户通情达理,他们会帮客户退换,有的客户不讲道理,提出各种赔偿要求,为了免于纠纷,他们只能答应对方的无理要求。“很多网店遭遇过被买家威胁的事,有时候有苦说不出。”

刘冰洁说。

“刷客”应运而生

买家、卖家如此看重好评,专为店家刷交易率和信誉的“刷客”也应运而生。

开过网店的黄先生说,目前半数以上刚起步的网店的信誉是刷出来的,前期不刷是不会有销量的。“我之前加入一个专门刷信誉的QQ群,里面都是开网店的,彼此之间相互刷信誉。”黄先生说。

据业内人士透露,专业“刷客”收入可观,业务熟练的,15至20分钟就可以刷一个信誉,1小时保守刷4个信誉点,每个5元佣金。1小时保底20元至50元。

既有专门刷信誉的,也有专门破坏别人信誉的,这类人就是“职业差评师”。他们每天在电子商务平台



上,对“猎物”进行搜索、“围攻”和敲诈,借取消差评从商家手中索取费用,还有的卖家专顾“职业差评师”对同行进行打击。

面对如今的网购生态,今年2月13日,淘宝发布变更部分淘宝规则的通知,宣布淘宝将删除因虚假交易产生的店铺评分,对虚假交易提升网店销量和信誉行为进行自查自纠。

(摘自《威海新闻网》周娟娟/文)

小酒馆 独辟蹊径客盈门

宋万成年间,山西老板陈介开了一间小酒馆。可是自开张以来,生意冷冷清清,酒馆似要不保。于是陈介冥思苦想招揽顾客之计,决定以新招客,实行代客保管剩酒的服务。

酒馆将顾客喝剩的酒保管起来,陈列在一个精致的茶柜内使所有的人都看得见,酒瓶颈上吊有一个制作精美的卡片,标明主人的身份。这个服务项目有什么作用呢?它虽是一个小点子,却有着惊人的效果。

顾客来买酒时说只能喝半斤,店员说没关系,买一斤去,喝不完我们可以替你保管。当顾客想到自己省下的酒还想放在那儿,不仅获得一种满足感,还获得认同感。

当顾客离去时,店家会赠送一种小礼物,类似扇、手帕等。这种小礼物用来证明顾客在店里还保留一些酒,同时也起到重要的提示作用。顾客经常看到它,也就时时想起“该去喝酒了”,这样,下次他来喝酒,肯定只是选这一家,不会跑到别处去了。

代客保管剩酒不光巩固了回头客,还增加了酒家的光彩。

(摘自《慧聪网》)

创办公司 需要办理哪些手续?

■高先生来电咨询:我今年刚大学毕业,之前在学校做一些小生意,做得还不错,现在我想创办一家自己的小公司,请问有哪些手续要办?

★小本创业解答:记者从有关部门了解到,创办一家公司,首先要拥有固定的办公地址和符合工商局规定的企业名称,并筹集注册资本金,办理营业执照。

此外,企业负责人还应完成刻公章、财务专用章、法人私章、办理企业组织机构代码证、办理国税登记证及地税登记证、到银行开立企业基本账户等一系列手续。如果涉及特种经营项目的,需办理各种特种经营许可证。值得注意的是,公司成立之初,业务相对较少,对会计的工作量要求也较小,对此缺乏经验的负责人可以聘请兼职会计,兼职会计可帮助公司建账。

(摘自《每日商报》)

创业项目七大取舍

【大型不如小型】

大型项目运行后,单位成本低、技术基础强,容易形成支柱产业,但资金需求量大,管理经营难度大。而一般的投资者,哪怕你已经是百万富翁,只要是做民间性质的投资,就宜选择投资小、见效快、技术难度系数低的投资方向。近年来,发展最快的民间投资项目种类千差万别,经营方式无奇不有,但上千万的大项目却是寥寥无几。

【重工不如轻工】

重工业是国民经济发展的基石,轻工业却是发展的龙头。重工业投资周期长、回收慢,一般不是民间资本角逐的领域,而是国有企业的一统天下。无论是生产加工,还是流通贸易,经营轻工产品尤其消费品,风险小,投资强度、难度小,容易在短期内见效,因此特别

适合于民间资本。

【用品不如食品】

民以食为天,中国人有闻名世界的饮食文化——千家万户的一日三餐,逢年过节,婚丧嫁娶,再加上每年数额巨大的公费吃喝,食品市场是十分庞大而持久不衰的,而且政府除了技术监督、卫生管理外,对食品的规模、品种、布局、结构,一般不予干涉。食品业投资可大可小,切入容易,选择余地大。

【“做”男不如“做”女】

全社会购买力70%以上是掌握在女人手中。女人不但执掌着大部分中国家庭的“财政大权”,而且相当部分商品是由女人直接消费的。高档时装、鞋帽、名贵首饰、化妆品无不是女人的世界。所以,你若在消费品质领域投资,无论是生产还是销售,把你的客户定向于女人,你就会发现更多的机会。

【大人不如孩子】

小孩代表未来,独生子女在中国已成为一种独特的文化现象,因此中国的儿童消费品市场是很有特色。在零售食品、用品方面,很大一部分是儿童消费品的市常儿童消费品市场弹性大,随机购买力强,加上容易受广告、情绪、环境的影响,向这种市场投资,是一种富有生命力的选择。尤其要看到,在我国,满足了小孩的需求,在很大程度上就是满足了他们父母的需求。

【综合不如专业】

品种丰富,大众买卖,这已经是一般投资者的思维定势。大而全、小而全的经营,是计划经济中上下认同的模式。市场经济是综合化发展的,不过这更多地是一种宏观的态势和整体格局,微观领域往往要靠专业化取胜。专业化生产和

流通容易形成技术和批量经营的市场特色,厂商有竞争的环境,用户有较大的选择余地。

【新建不如租赁】

购买设备,招聘员工,这是投资者的项目上马后相继要做的事情,但投资不一定都要从头开始。经济发展到一定阶段,有许多投资项目可以利用现成的人才、设备、厂房、门面甚至管理机构等,从而缩短投资周期,节省资金。有统计资料表明,对现有项目进行技术改造,比完全的新建项目投资消耗要减少1/3,原材料和时间消耗要节约1/2。实现这种效果的有效投资方式就是租赁。可通过向技术、设备、建筑物等经济资源的所有者交付一定的租金,从而取得这些资源条件的经营管理权。

(摘自《搜捕网》)

投资幼儿 品牌教育加盟店 前期需做哪些准备?

■读者卢小姐咨询:我想投资幼儿品牌教育加盟店,前期需要做哪些准备?包括选址、品牌选址等,能否给予一定建议?

★创富见习记者张恩解答:选择品牌教育加盟店,首先需要考量教育品牌在市面上的充实度。例如,英语类的教育在市场上已经达到了一定的饱和,投资者加盟则需格外谨慎。其次,品牌教育加盟店还需考量品牌的独特性,是否新奇到能够吸引到学员,品牌的实力如何,教学内容、教学观念是否能跟上时代潮流等等。在选定品牌之前,投资者需全面了解品牌的情况,可以通过市场调查,比如网络评论,比如业内人士的建议等途径多方搜集相关资讯,最大程度降低风险。如有可能,投资商可选择对有意愿的幼儿教育项目暗中考察一番。到该项目的各加盟校,以顾客身份和校方负责人或授课教师聊天,分析客户群、消费习惯等等;考察持续一段时间后,看考察结果是否和品牌招商专员介绍的内容相符;若不相符则要谨慎投资。而如果该幼儿教育加盟机构根本还没有开过加盟校,或第一家加盟校加盟未滿一年,则建议投资商另寻他家。最后,要了解总部提供哪些加盟支持。考察该幼儿教育品牌是否有一整套已成文且可操作的幼儿教育加盟手册和加盟营运流程;看他是否对加盟商持负责任的谨慎态度,以及是否重视加盟商的利益和后续管理、售后服务等。这种考察,最好的办法就是去参加该加盟品牌举办的培训,然后准备大量问题咨询他们。

此外,投资商对外来的项目要谨慎评价。外来的幼儿教育加盟项目未必全都适合在国内发展,为了防止“水土不服”,对此类项目应慎重考虑。

(摘自《创业黄金路網》)

一位菜农的直销实验

“大家不妨到萝卜哥农业直销中心买点新鲜小白菜,每斤仅售1元。”日前,韩红刚在在微博上为自己的第一家直销中心“打广告”。

韩红刚是河南安阳人,在郑州市花园口游览区黄河大堤附近承包了黄河滩地种菜。他曾因免费送萝卜而被大家熟知,现在他的“萝卜哥农业种植有限公司”已被确定为郑州市可以进社区直销蔬菜的企业,正在试营业的直销点也获得了郑州市区两级商务局的支持。

“我们直销中心的东西,比农贸市场能便宜15%—20%,而且很新鲜。”韩红刚对记者说,“这样一来,一方面解决了蔬菜的销路问题,另一方面这里的居民也能买到便宜菜。”

【选择】

为了解决鲜活农产品卖难、消费者买贵的现象,近年来,各地探索了多种农产品直销模式,其中包括农超对接、社区直销、宅配送等。

其中农超对接是指支持大型连锁超市与农产品基地或合作社对接,通过最大限度减少中间环节,降低农产品价格。韩红刚向本报记者解释了自己为什么没有选择农超对接模式:“超市一般要半个月才给我们结一次账,这样对公司的资金流动有很大的影响,而且超市一般都会收取进场费,这样一来也会推高蔬菜的成本,价钱降不下去。”

至于宅配送,韩红刚表示公司目前有这方面的业务,就是每

天早上采摘蔬菜,配送到各个小区。但他也表示这个业务目前还没有拓展得很大,“我们一般配送的范围是在1.5公里以内,太远的物流成本很高,菜价就得提高,这样市民会觉得不划算,没太多人愿意买。”

如今他选择社区直销的模式并成功推出了自己的第一个直销试点,按他的话说,也是有一定的基础,“因为政府鼓励农产品直销,我多次在这个小区里搞周末蔬菜特卖,已经与小区居民熟悉了,互相比较信任,他们也愿意到我这儿买菜,如果这个点实验成功了,我会考虑复制。”韩红刚说。

据记者了解,因为此前韩红刚与小区签订了蔬菜供应的协议,因此在半年多的时间里,每周未早上他都会带着大批新鲜蔬菜来到这个小区,以便宜的价格供居民挑选,截至9月16日,这个活动已经举办了30次。

【风险】

虽然韩红刚前期准备充足,但要开直销店还是有一定的经营风险,社区直销店运行过程中可能会出现新鲜货物运输不及时、直销点农产品品种相对单一的问题,这都会导致居民抛弃直销店转而选择到农贸市场或超市购买。

直销中心已经试运营半个多月,虽然并没有出现什么问题,但对未来的风险,韩红刚也有准备,“在试营业的过程中,我们每天都会送菜,有时候每半天就送一趟以保证新鲜蔬菜的供应。至于蔬菜的种类,一般保证有十几种,如果顾客嫌少,我们还会搭上黄河滩其他菜农的菜一块儿来卖。”韩红刚说,“我觉得菜的种类不是问题,我们愁的是没销路,不是没有菜。”

对于所售蔬菜的质量,韩红



刚也有要求,“我们的产品基本上能保证纯天然、无公害,经得起各部门的检验,再加上已经得到了居民的肯定,所以售卖的时候不仅价格有优势,也有质量优势。今后公司也会有一系列的规定,保证蔬菜的品质不变。”

韩红刚表示直销店的运营得到了很多支持,小区对店铺的房租给予了优惠,正式营业后政府部门的税收也会有所减免。他认为现在最需要的是扩展产品销路,“我会通过微博获取信息,但现在还没有什么正规的平台给我们提供信息,比如种什么比较好、哪里需要我们的产品农户都不知道,如果能得到更多这样的信息就更好了。”韩红刚这样说。

【点评】

萝卜哥无疑是幸运的一个,如果他能坚持好品质、低价格,始终保持助农利民的宗旨,对农产品的质量把好关,相信他会越走越好。

同时,还有许多社区缺乏这样的直销中心,需要更多的农产品企业进驻。不过一旦市场发展起来,监管部门也应有一定的规范和约束以防止产生恶性竞争。同时,可以和其他直销模式结合起来。

(摘自《中国经济时报》)

谨慎对待 创业中的“小毛病”

很多创业者在选择合伙人时,总喜欢在熟悉的“圈子”里找。由于彼此熟悉了解,因此在创业初期常凭感情做事,对于企业中出现的经营方向、用人问题、财务问题等也都以忍让、和解的方式处理,而忽略了必备的契约签订和严格的约束制度。

有些创业者在确定经营方向时爱盲目跟风,哪行赚钱就做哪行,总觉得这样能减少投资风险,而且少走弯路。然而,市场运作有其自然周期,当市场过于饱和时,利润空间就会缩小,“一窝蜂”热潮有时正意味着“恶性竞争”的来临。

在创业过程中,当企业效益逐渐凸显后,创业者不能一味地扩大营运规模,而应关注并妥善处理资金预算、市场预测以及材料、人员相关要素的协调管理问题。

无论作为老板的你有多能干,都不可能一个人做完所有工作。在不同专业范围内雇用有关的专才,给予他们发挥的空间,才能使每个人尽展所长,令公司得到最大的利益。商战的现实已经证明,一头狮子领导的绵羊是很难“走出非洲”的。

(摘自《创业邦》)

(摘自《世界创业实验室》)