



# 有关 eBay 评价 你想了解的一切



channeladvisor®  
畅路销

在eBay成功销售的重要因素就是订单评价。eBay自1995年成立以来，评价是企业文化理念的重要组成部分。客户评价建立对平台的信任、突出显示提供优质服务的零售商，并提醒曾为买家造成麻烦的卖家的注意。随着商品评价的引入，我们看到这类评价模式在零售商自建品牌网站上变得更加突出。

说服顾客转化一个最强有力的方式就是加入明确并高度可见的产品评价。eBay上的评价也是相同的运作原理。当然它比一般产品评价更加复杂。如果你在产品、价格和服务方面都做得很好，客户将反馈积极的评价。如果购买流程并不顺利，客户将在这个高度可见的论坛中强调负面体验。

本白皮书将带你贯穿所有的步骤，确保你使用最佳的方式来使用eBay评价指标。同时我们会提供先进的技巧和建议，帮助你在这个重要的电子商务渠道上提高评价。

## EBAY评价的运作原理是？

eBay的每笔交易，买家都有机会留下好评、中评和差评，并写下关于购物体验的简短评论。

每收到一条好评，评价得分加一分；收到中评不得分；收到差评将扣一分。这些分数随后换算为交易的整体百分比，提供评价指标。

随着积累评价数字，卖家评价星级也会发生变化。不同级别的评级会有不同颜色的星星，表明零售商长期在eBay上销售商品并积累了大量的客户评价。

星级和客户评级是评价中的“可见”部分。评价的其它部分涉及详细卖家评级（DSRs）。2014年8月20日，eBay从传统的DSR评级转向名为“缺陷率”的新交易评估方式。欲了解该指标的详情以及业务的影响，请查看我们的eBay指标博客文章。

Star	Colour	Number of ratings
	Yellow	10 to 49
	Blue	50 to 99
	Turquoise	100 to 499
	Purple	500 to 999
	Red	1,000 to 4,999
	Green	5,000 to 9,999
	Yellow shooting star	10,000 to 24,999
	Turquoise shooting star	25,000 to 49,999
	Purple shooting star	50,000 to 99,999
	Red shooting star	100,000 to 499,999
	Green shooting star	500,000 to 999,999
	Silver shooting star	1,000,000 or more

## 为什么要保持顶级评价：

你必须持续监测你的评价级别，因为评价和缺陷率直接与销售业绩挂钩。你获取的任何评价都对所有顾客可见。你愿意从一个有很多中差评（这些评价提到产品问题、交货时间或退货）的卖家那里购买商品吗？显而易见，评价越好，买家就会更放心地从你这里购买商品。

缺陷率（尽管买家看不到）是与你在eBay上的绩效挂钩的关键指标。缺陷率小于2%，你就有资格获得顶级卖家地位，有限考虑展现在搜索结果页面上，还能获得最终成交费的85折优惠，并在符合资格的商品刊登上获得eBay顶级徽章，但是你仍然需要提供一天或同日调度处理、14天退货政策、包邮选项、快递发货选项和节假日延长退货政策，才能获得该资格。所有这些好处都让“保持好评”成为一个重要、有益的任务。



## 5个技巧杜绝EBAY中差评

### 1. 教育买家“评价和如何联系卖家”

当买家处于购买和售后流程时，一定要教育你的买家。写一份简短说明，解释评价和五分评级对你有多重要，这会鼓励买家在遇到任何问题之前，首先与你取得联系。应在以下位置展现：

- 商品刊登模板
- 结算通知
- 发货通知
- 评价请求通知

要结算、发货和评价通知中添加个性化消息，进入你的eBay账户，点击“我的eBay”并进入账户 > 管理与买家的沟通。在随邮包发送的打印发票上加入该信息，在一系列场合告知买家评价对你非常重要，必须提供一个可随时联系到的联系人，以便快速处理任何问题。

这样你就能最大限度降低买家不先和你联系就留下中差评的风险，避免无谓的差评。

### 2. 确保商品有货

最让买家受挫的关键因素就是：被告知自己下单的商品已经售罄。如果你运营较大的业务（也许是在多个平台上销售），极有可能发生这种情况。大部分客户对于在线销售中出现的库存问题没有概念。要记住你发起的取消交易会会计入缺陷率，因此保持充足的库存非常重要。

如果发现某个订单库存缺货，一定要尽快通知买家表示歉意，如果有可能的话尽快退款。很多时候，客户并不知道他们所订购的商品缺货，直到发送电子邮件查询才得知。这种情况下，不仅订单取消率会受到影响，买家有可能极度不满，一气之下留下负面评价。试着安抚买家并尽量降低任进一步负面影响的机率——这才是关键。客户已决定从你这里购物，因此你为留存客户所做的一切都对你的业务非常有益。

### 3. 精雕细琢商品刊登

虽然这一点再明显不过，但是一定要竭尽全力确保商品刊登尽可能准确。一开始就确保所销售的是优质商品，这样就能减少指标可能出现的问题。

#### a. 图片

在线购物时图片至关重要。图片展示买家将收到的确切产品。检查商品刊登确保图片准确无误。

#### 图片需要避免：

- 不准确的图片
- 来自网站的库存图片
- 不准确的颜色，例如销售的衬衫共有五种颜色，但是只显示红色衬衫的图片。客户必须看到所有颜色，才能做出明智的购买决定。
- 从其它卖家那里复制的图片（你会因此被上报给eBay）
- 包含其它产品的图片，例如如果刊登的是枕套，但是有一张包含全套床上用品的图片。
- 没有准确描述一件商品颜色的图片。对于服装类，这尤为棘手，因为有不同的光线和织物质地。
- 过多的商标或营销文本，掩盖了图片本身。
- 质量较差的图片，无法看到更为详细的细节。
- 杂乱/分散注意力的背景
- 只使用一张商品图片。始终要尝试加入多张图片，凸显不同的角度和缩放级别。

记住，许多买家在eBay上浏览时，并不会略过图片，直接点击“立即购买”按钮。图片是商品刊登中所有顾客都会看的一部分。确保图片能够准确展示他们所购买的商品。



## b. 标题

标题是商品的另一个可见卖点。确保你的标题准确描述商品。你可能采用特定的格式来确保始终加入关键信息。问问自己当买家查看搜索结果时，哪些词语有可能相关。一旦找到这些词语，就能够评估哪些信息不需要加进来。标题不应包含所有商品描述，可以使用商品刊登中商品描述部分的空间来提供这些额外信息。

## c. 商品条件

一定要强调商品的条件客户才能清楚了解自己购买的物品。在标题中加入条件是一个很好的做法。还可以在EBay的商品条件中的一节中进一步添加细节，这里一定要填写。商品条件对于翻新的分级产品和二手商品非常重要。如果一件商品有瑕疵或不完美之处，一定要明确表述。此外尽量提供任何不完美之处的图片，因为一个人眼中的小擦伤对于另一个人来说可能不那么小。

## d. 物品属性

物品属性是添加到商品中以提供更多信息的额外字段。物品属性让客户利用左手边的筛选器轻松搜索到你的商品，并且与客户分享商品信息详情。一定要准确填写这些字段。尽管一开始可能会花一些时间来填写这些信息，但是从长远角度来看你肯会有所收获。

## e. 物品描述

物品描述是eBay上的一块区域，提供最大的位置和灵活性来描述商品。务必要在这里更详细地介绍商品细节。包括：商品概况、主要特点、条件、材质、定价和销售中包含的内容。除了描述商品，还可以利用这部分来强调其它政策，例如发货时间、退货和联系详情。

## 4. 查看打包时间、配送时间和成本

打包时间和成本有时是买家需要应对的最富挑战性的指标。而且这些指标非常主观：不同的客户对可接受的时间和成本有不同的期望值。尽管看上去eBay强加给卖家更多规则，但是这些都是大部分顾客在线购物时期待的优惠条件。

理想情况下，你需要：

- 提供包邮选项。如有需要，这可以作为一项经济服务来提供。
- 提供次日送达服务。
- 提供快速、可靠的标准邮政服务（两到三个工作日）。
- 提供同日或一天发货处理。
- 如有可能，强调次日送达的最晚截止时刻。
- 追踪所有服务。

注意：EBay目前为所有卖家提供更多选项，使其能够参加“Click & Collect”计划，该计划让买家能够选择收货的位置，然后在方便的时候去全英国150家Argos店铺那里提货。

说起来容易做起来难。如果你的业务目前并不能提供这些服务，那么你仍然可以采取的措施，最大限度降低客户留下中差评或投诉未收到货的风险。

- 一定要管理客户期望值。明确写出你的政策是什么。坦诚表明你的商品打包时间，货运需要多久，客户如果需要查询该如何联系你。
- 如果发生延迟，一定要联系客户，让他们了解现状，如果他们不满意为其提供退款。
- 如果你离开，一定要开启假日设置。

打包和配送时间是最有可能导致客户不满意的流程部分。即使你尽最大努力强调货运时间，客户仍然会对五个工作日才收到货感到不满意。为此，我们强烈建议卖家致力于为客户提供可靠、快速的服务。如果你不能做到，而你的竞争对手又能做到，那么不幸的是你的客户会选择可提供更快交货的卖家。

值得一提的是，由于不可抗力（如洪水、罢工）导致的大规模延迟而没有收到货，eBay将取消客户投诉。如果你有一个追踪编号，能证明该物品已发货，EBay也将取消对这种情况的投诉。



### 便利性和退货成本

买家在线购物时关注的另一个关键问题就是：如果发现货物不合适或有缺陷，退货流程有多简单。

在商品刊登和沟通中，一定要强调买家如何退货。如果一件货物被认为有缺陷或者与描述不符，你应承担退货成本。

eBay在退货流程中要求必须支持退货。

顶级卖家也必须提供至少14天无理由退货政策。一定要根据客户需求灵活处理退货。在圣诞节期间，始终要为作为礼物而购买的商品延长退货期。

## 5. 专注于客户服务

当客户遇到售后查询或问题时，客服是第一个寻求帮助的地方。如果客户与你联系，你就有机会为客户提供他们所寻求的信息或在出差错时纠正情况。

### 对于退货，你应做到：

- 在24小时内回应，随时打开对话大门。
- 非常了解你所销售的商品，快速为客户提供建议。
- 如有可能，提供手机号码和电子邮件地址。
- 为有缺陷的商品或与描述不符的商品提供退款或部分退款。
- 发送关于邮政或系统延迟的电子邮件，以便让客户随时了解情况。
- 如有可能，试着个性化处理回复。客户能够判断你是否给他们的是模板答案。
- 倾听客户的反馈，了解他们的所需所想。向更广泛的团队详细叙述任何趋势，这样他们就能在必要时进行更改。
- 联系那些留下中差评的客户，看看哪些地方出问题了，你是否能予以纠正。

牢记一点：eBay也防护那些故意或给出威胁性评论的买家。上报这些买家，eBay将删除其评论。但是总体来看大多数客户都是真诚坦率的。

## 小结

评论是客户查看eBay商品刊登时凭借的最重要的信息，改进和保持这一指标是所有eBay卖家的重点。努力提供卓越的服务、定期审核商品刊登以确保它们都是最新的，鼓励客户在购买流程的各个阶段提供反馈。这样你就能从容不迫地看到评价级别上升了。

欲进一步了解如何改进你的eBay销售，你可以致电：021-23291888或发送电子邮件至：[Chinasales@channeladvisor.com](mailto:Chinasales@channeladvisor.com)，联系我们。

