用户体验提升白皮书

2020年8月



FACEBOOK | vela

目录

背景信息 3

简介 4

网购体验历程 6

- 图像展示 7
- 商品描述 8
- 尺码 9
- 价格 10
- 配送信息 11
- 支付选项 13
- 客户沟通 14
- 退货与退款 16

商品质量 17

- 质量评估 18
- 了解供应商和卖家 19
- 卖家评估 20

物流 21

- 订单处理时间 22
- 空加派 23
- 本地退货 24

客户服务 25

- 借助科技手段 26
- 贴近客户需求的政策和流程 27
- 客户沟通 28
- 评分与点评 29
- 回复点评 30

改善清单 31

背景信息

自 2018 年起，Facebook 大中华区团队一直致力于解决该地区广告转化体验 (ACE) 中存在的各种问题，帮助提升中国电商的服务标准。本白皮书便是其中的一项行动。我们聘请外部商业顾问与部分广告主密切合作，多维度深入剖析他们的商业运营情况，包括但不限于：网站/应用设计、商品质量控制、物流和客户服务，继而对症下药，提出切实可行的改进方案。

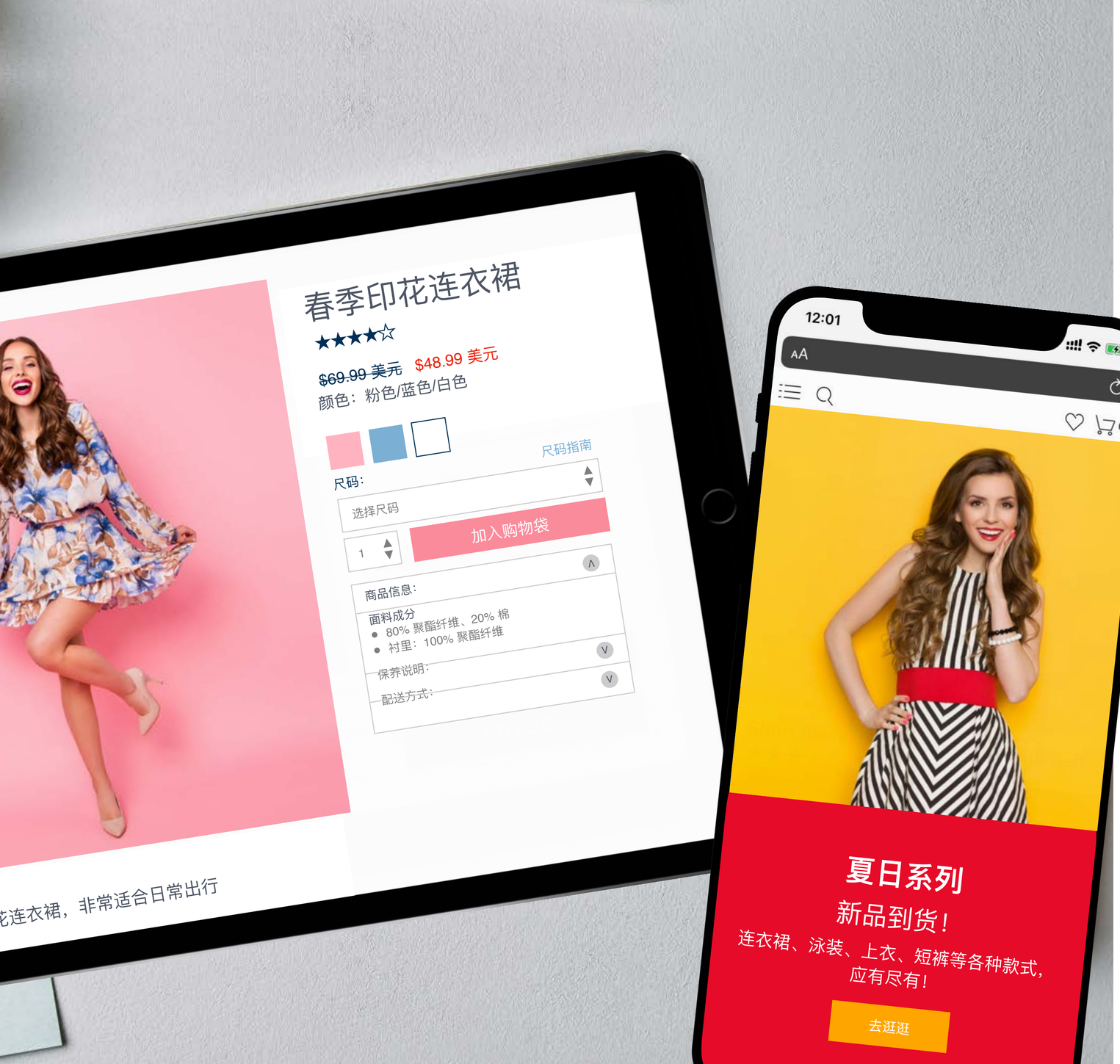
两大目标：

- 短期：改善中国电商广告主的广告转化体验表现
- 长期：提高中国电商广告主整体的客户体验水平和运营标准

本白皮书汇集了许多精华内容，包括从与广告主的各类交流中所总结的发现、常见问题的解答，以及可供所有电商广告主借鉴参考的最佳实践建议。我们希望以改善客户服务为切入点，推动电商经营朝着长青之路迈进。



简介



打造卓越的客户体验

现如今，打造紧贴客户需求的店铺，不仅要提供物美价优的商品，还需要给客户提供无可挑剔的购物和购后体验。

给客户一个合理的期望是关键。做好这一点有助赢得客户信任，消除他们的后顾之忧。对于网店而言尤其如此，特别是与新客户打交道时。

商家需要全方位满足客户的期望，包括从商品发现到下单要轻松简单，能及时发货和准时送达，并提供满意的商品质量和出色的购后支持。每个环节都攸关成败。本白皮书重点从以下四个方面着手，探索改善客户体验的方法：

- 网购体验历程
- 商品质量
- 物流
- 客户服务



网购体验历程

图像展示



展示商品时，图片的重要性不言而喻。图片不仅能直观展示商品的样式、功能，还有助客户对商品质量做出预判。相比借用供应商或工厂提供的照片，卖家自己拍摄照片为上策。拍摄商品照片的专业技巧：

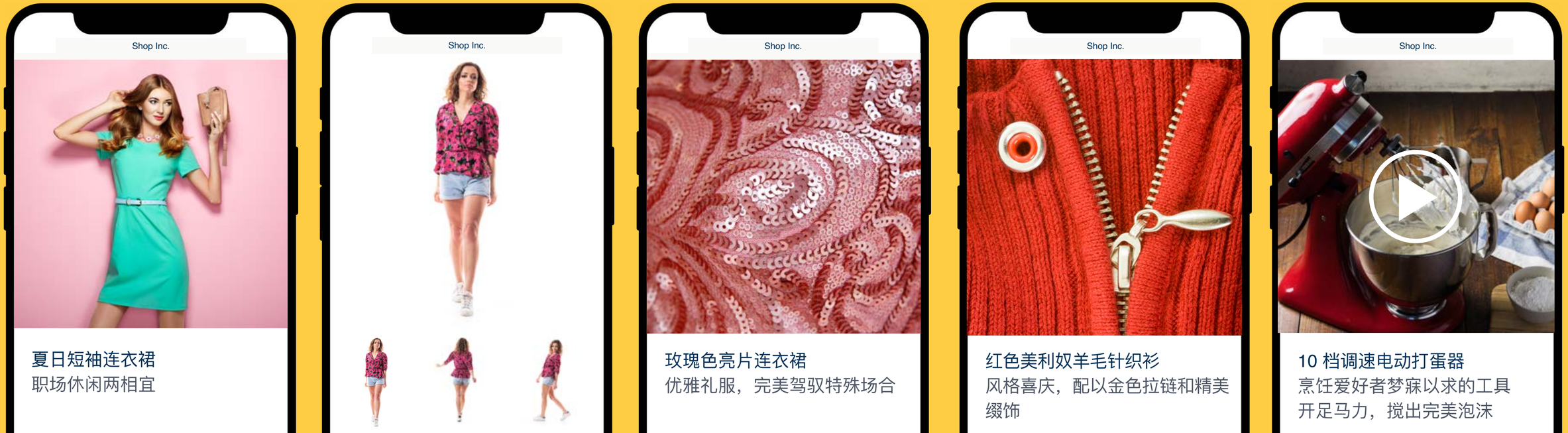
模特
时装类商品最好使用真人模特来展示上身效果，而不要挂在衣架上或平铺拍摄。

多角度
展示正面、背面、侧面效果，变换姿势，更换颜色。

特写
用特写镜头放大细节，详细展示商品的特征、质地和工艺。

高分辨率
使用高清图片，轻松呈现商品的细节。留意图片的加载时间。

视频
用视频生动展示使用中的商品，这尤其适合家电或工具类商品。



商品描述



明确提供下列关键商品信息至关重要，不仅能向客户详细介绍商品，还能展现商品的卖点，令其脱颖而出。



款式说明

简要介绍商品的款式，说明适合穿戴的场合。主要目的是介绍商品的风格特点。

商品特色

- 时装：衣袖、口袋、领口、款型
- 电子产品：摄像头数量、特殊滤镜
- 家居用品：形状

重要/技术细节

- 时装：尺码
- 电子产品：运行速度、内存，例如 8MB RAM、3.1 Mhz
- 家居用品：最高可耐 250°C 高温

材料和保养说明

网购消费者无法触摸和感受实物面料，因此卖家需要提供尽量详细的商品信息，以帮助判断材料质地。

- 时装：面料成分
- 电子产品：使用的材料
- 保养说明：例如：可用洗碗机清洗，或者仅干洗

尺码



尺码与合身度是服装零售商最头疼的一个问题，尤其是网店卖家，因为买家无法在下单前试穿。如果从多家供应商和工厂拿货，那么卖家面临的挑战会更大。建议卖家提供尽量详细的商品信息，帮助买家做出恰当的选择。例如提供尺码表、测量方法、模特身高三围参考值和买家反馈等。



尺码表

保持统一：为品牌使用统一标准的尺码表。例如，所有腰围 28 英寸的服装都应当对应着美码 6 码。

契合市场：针对不同市场使用本地化标准的尺码表。在英国，12 码服装的胸围通常最大为 36 或 37 英寸。如果服装胸围最大仅 32 英寸，则英码需标记为 6 码。



尺寸测量指南

无论是电子设备、服装还是家具，卖家都应说明商品大小的测量方法，帮助客户理解尺码表的具体含义，做到心中有数。



模特参考值

尺码表也有其局限性，无法直观展示不同体型的商品上身效果。提供模特的身高三围测量值和试穿尺码，让客户可以参考决定最适合自己的尺码。请注意，模特尺码要在目标市场具有代表性。



买家反馈

买家的体型身材不一。服装零售商可展示已购买家对商品整体合身度的反馈，帮助其他买家选择最适合自己的尺码。买家购买商品后，卖家可收集他们的体型和测量信息，邀请他们反馈商品的整体合身度是偏大还是偏小。汇总买家的意见，提供整体反馈。

价格



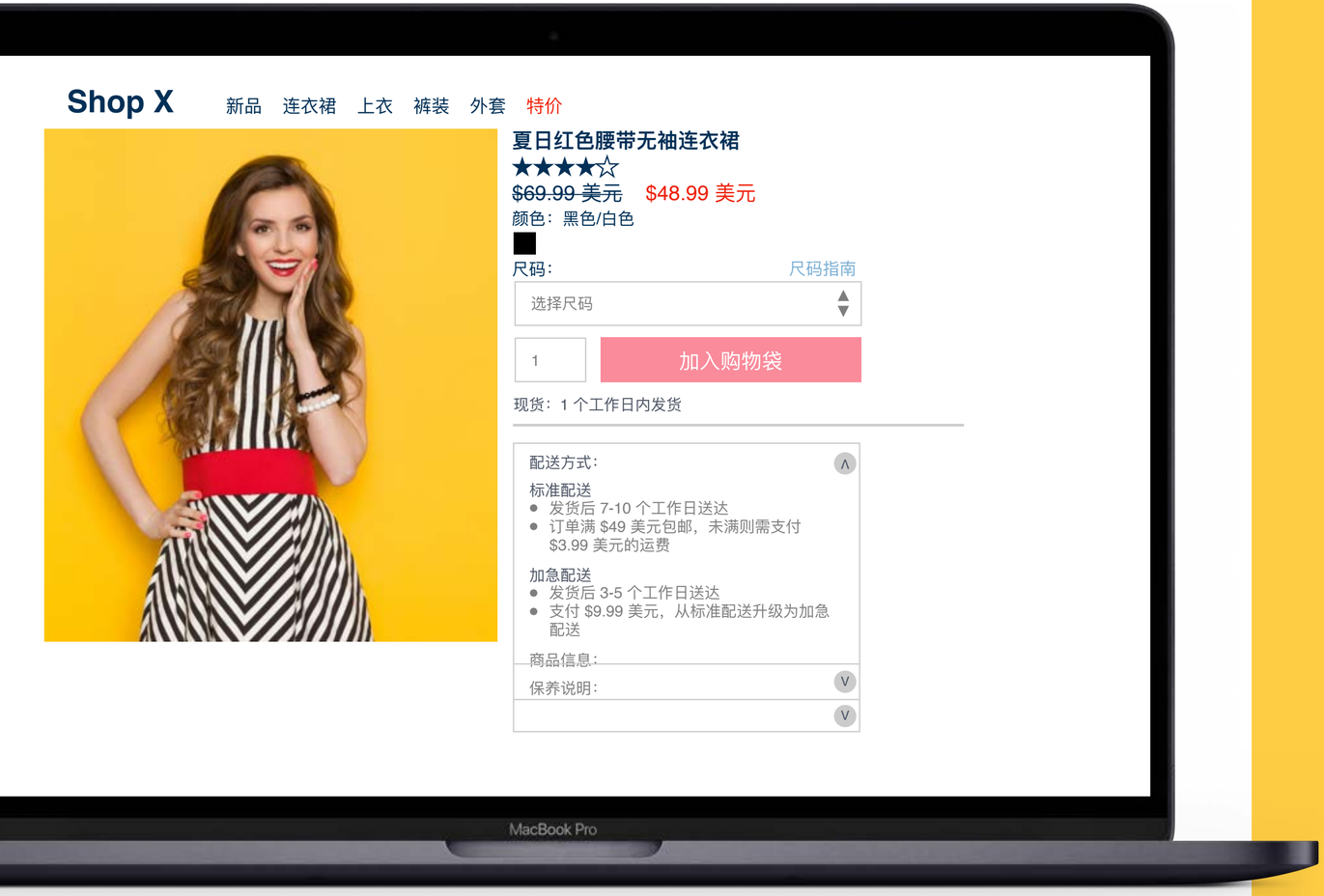
消费者通常会寻找价格最实惠的商品，尤其是网购时，因为货比三家更容易。价格高低也能体现质量的优劣。消费者通常会根据标注的原价来预判商品的质量。因此，店主应为每件商品合理定一个有竞争力的原价，以反映商品的实际质量。

许多零售商会用折扣优惠来吸引客户。部分零售商几乎将所有商品都标为打折出售，但如此一来，原价也就失去了意义，除非其特色就是折扣店。

在北美和欧洲，商家通常只会在清仓甩卖或“黑五”等特惠活动时打折。建议仅在特卖活动时才将商品打折出售。

在某些国家/地区，提高商品原价再打折的做法还会违反《商品说明条例》(Trade Descriptions Ordinance)。建议您咨询法律专业人士的意见。最好的做法是：标价真实且合理。

配送信息



图片 商品描述 尺码 价格 配送 支付 沟通 退货/退款

发货和送达时间也是影响客户作出购买决定的因素。下单后，买家往往都希望能尽快收货。建议提前为买家设置合适的等待预期。

库存状态：说明商品是否有货。如果缺货或正在补货，也要清楚表明相应的状态。

发货日期：现货商品应在 1-2 个工作日内发货，除非另有说明。对于缺货或正在补货的商品，也要清楚说明发货日期。

配送方式：买家往往需要决定收货地点或是收货人，例如办公室还是家庭住址，买家本人还是收礼物的人。交货期长短通常会决定买家对配送方式的选择。明确说明交货期有助减少购物阻力，避免买家在购物后发现与预期不符。

在商品页面明确提供下列信息：

- 订单的预计处理时间
- 可选的配送方式
- 预计发货时间
- 每种配送方式的预计运输时间
- 其他信息：展示预计的送达日期（例如，预计送达日期：2020 年 6 月 18 日 - 20 日）

配送信息

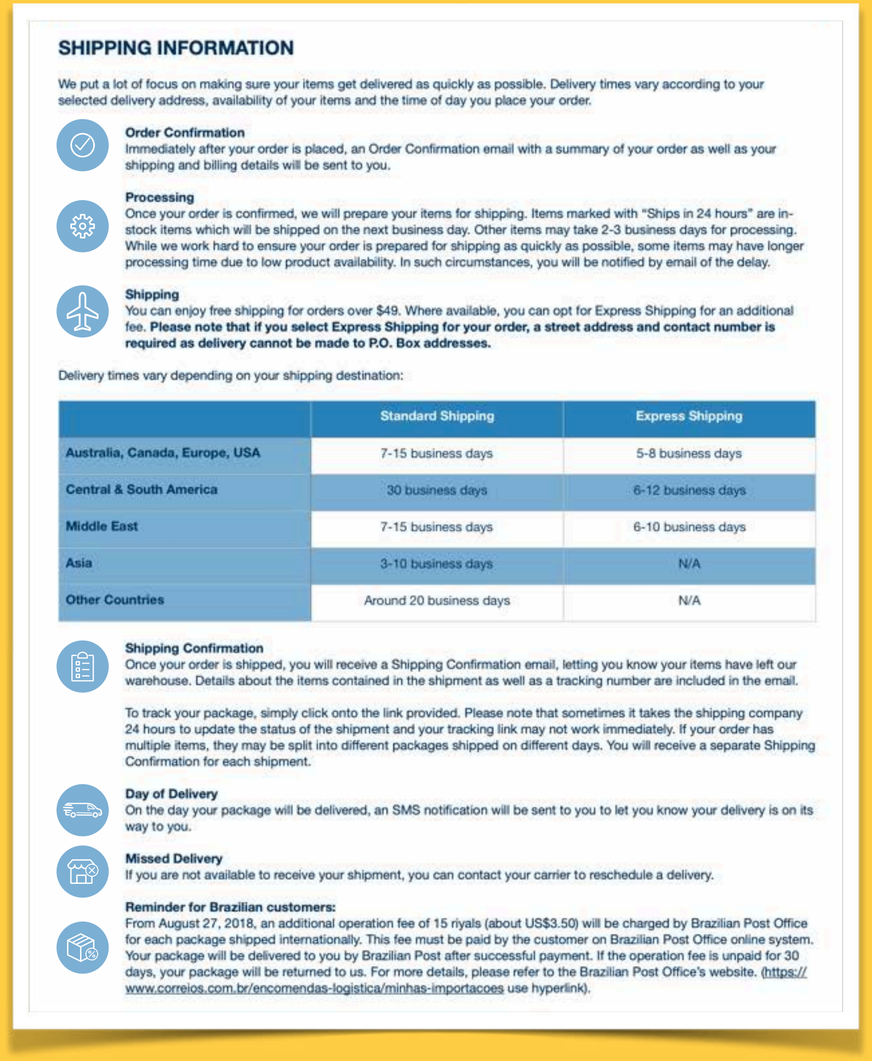
在配送信息页提供订单处理、发货和送达的时间和方式，以便客户全面了解相关详情。建议在此页面概要说明从下单到收货之间各个环节的注意事项。使用亲切的语气，缓解买家的焦虑情绪。您可选择在此页提供下列信息：

订单确认：告诉买家什么时候会发送订单确认邮件

配送方式：使用表格等一目了然的格式，简要说明有哪些不同的配送方式，以及每种方式的用时和运费

发货通知：告诉买家，一旦发货就会向其发送含物流追踪信息的通知邮件，要注意接收

投递失败：提醒买家错过收货应该怎么办



SHIPPING INFORMATION

We put a lot of focus on making sure your items get delivered as quickly as possible. Delivery times vary according to your selected delivery address, availability of your items and the time of day you place your order.

Order Confirmation
Immediately after your order is placed, an Order Confirmation email with a summary of your order as well as your shipping and billing details will be sent to you.

Processing
Once your order is confirmed, we will prepare your items for shipping. Items marked with "Ships in 24 hours" are in-stock items which will be shipped on the next business day. Other items may take 2-3 business days for processing. While we work hard to ensure your order is prepared for shipping as quickly as possible, some items may have longer processing time due to low product availability. In such circumstances, you will be notified by email of the delay.

Shipping
You can enjoy free shipping for orders over $49. Where available, you can opt for Express Shipping for an additional fee. **Please note that if you select Express Shipping for your order, a street address and contact number is required as delivery cannot be made to P.O. Box addresses.**

Delivery times vary depending on your shipping destination:

	Standard Shipping	Express Shipping
Australia, Canada, Europe, USA	7-15 business days	5-8 business days
Central & South America	30 business days	6-12 business days
Middle East	7-15 business days	6-10 business days
Asia	3-10 business days	N/A
Other Countries	Around 20 business days	N/A

Shipping Confirmation
Once your order is shipped, you will receive a Shipping Confirmation email, letting you know your items have left our warehouse. Details about the items contained in the shipment as well as a tracking number are included in the email.

To track your package, simply click onto the link provided. Please note that sometimes it takes the shipping company 24 hours to update the status of the shipment and your tracking link may not work immediately. If your order has multiple items, they may be split into different packages shipped on different days. You will receive a separate Shipping Confirmation for each shipment.

Day of Delivery
On the day your package will be delivered, an SMS notification will be sent to you to let you know your delivery is on its way to you.

Missed Delivery
If you are not available to receive your shipment, you can contact your carrier to reschedule a delivery.

Reminder for Brazilian customers:
From August 27, 2018, an additional operation fee of 15 riyals (about US$3.50) will be charged by Brazilian Post Office for each package shipped internationally. This fee must be paid by the customer on Brazilian Post Office online system. Your package will be delivered to you by Brazilian Post after successful payment. If the operation fee is unpaid for 30 days, your package will be returned to us. For more details, please refer to the Brazilian Post Office's website. (https://www.correios.com.br/encomendas-logistica/minhas-importacoes use hyperlink).

订单处理：说明发货前需要多长时间来处理订单

特别说明：说明任何特别信息，例如无法配送到邮政信箱

其他通知：如果会以邮件或短信形式发送其他重要配送信息，务必也向买家清楚说明，例如包裹准备好次日送达的通知

关税/增值税：说明商品的关税或增值税（如有）由谁承担，及缴纳方式

支付选项



许多网购消费者在选好商品加入购物车后，最终又放弃了购买。发生这种情况的原因有很多，没有适合他们的支付选项就是其中之一。建议卖家多了解目标市场，提供本地常用的支付方式。例如，在德国，PayPal 的使用率很高，因此建议为德国购物者提供这种支付选项。在巴西，2018 年有近一半的电商交易使用分期付款的支付方式*，因此商家应考虑与本地企业合作，提供分期付款的支付选项。

无论提供哪种支付选项，都应在结账流程中明确说明。



https://www.trade.gov/knowledge-product/brazil-ecommerce

购后沟通

图片 — 商品描述 — 尺码 — 价格 — 配送 — 支付 — 沟通 — 退货/退款

买家下单后，买卖双方的沟通并未就此结束。实际上，购后沟通的重要性更高。参考以下的标准沟通流程，向买家传递一些重要信息。

订单确认

- 订单详情
- 支付详情
- 预计发货/送达日期
- 收货地址

退款通知

- 退款商品详情
- 退款金额
- 退款日期

发货通知邮件

- 发货详情
- 物流信息
- 预计送达日期
- 收货地址
- 退款信息

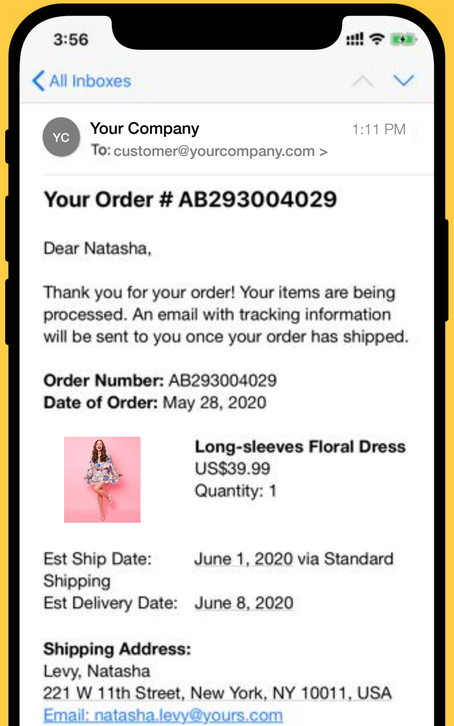
发货通知短信

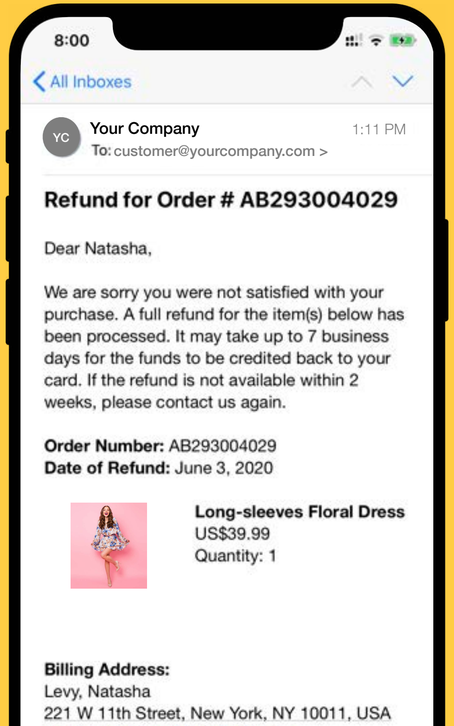
建议在以下三个时间点分别发送一条短信，提供订单编号和物流追踪链接：

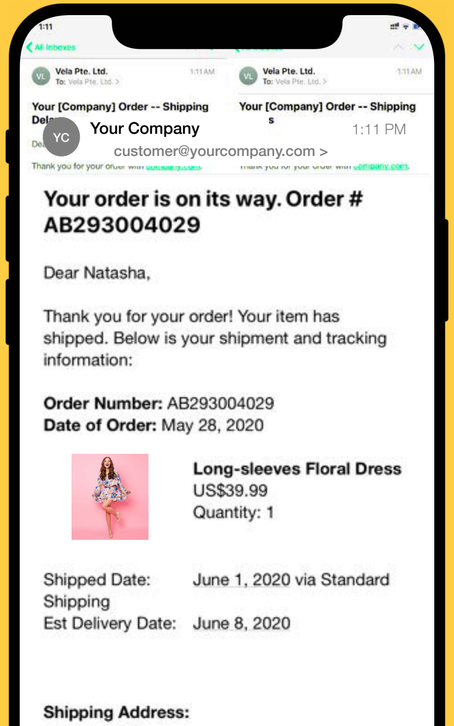
- 发货后
- 送达时
- 签收后

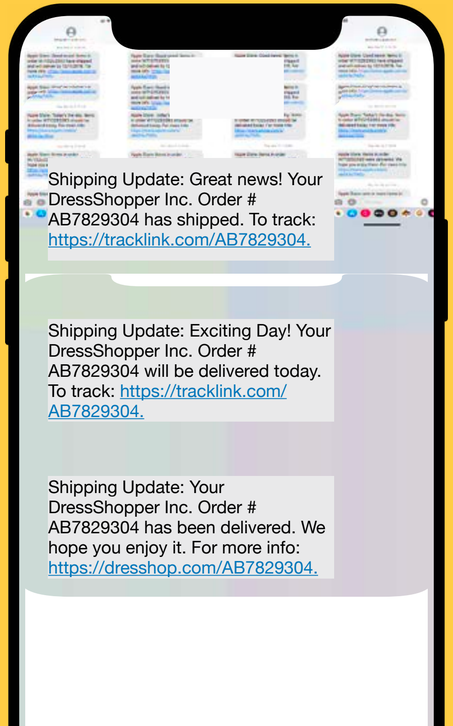
配送延迟

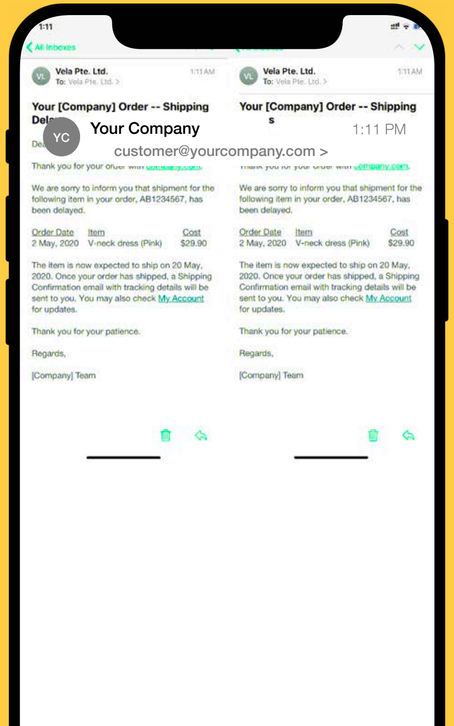
订单无法准时送达时，主动联系买家，及时告知最新情况。不推卸责任，真诚地向买家道歉，清楚说明采取了什么补救措施。









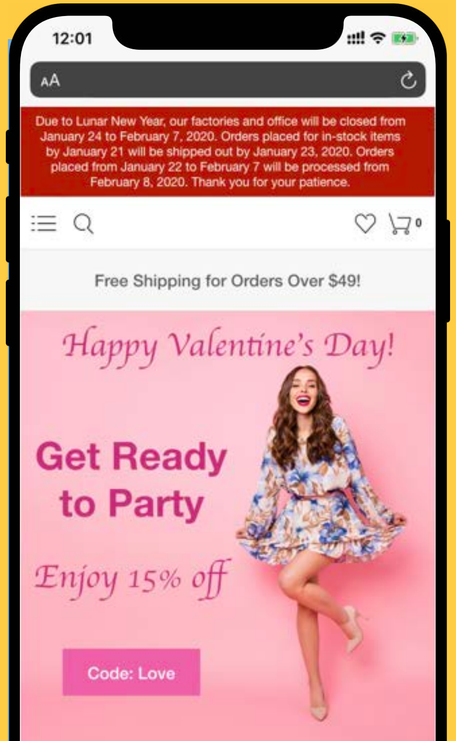


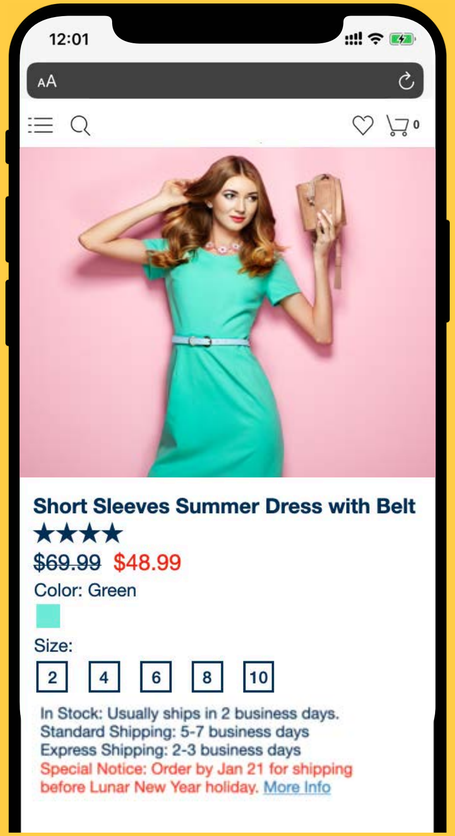
特别信息

图片 商品描述 尺码 价格 配送 支付 沟通 退货/退款

如果预计订单处理或发货时间会出现延迟，例如恰逢中国春节、黑色星期五或其他任何特殊节日或促销活动前，建议提前通知买家，说明大概要延迟多久。可在下列界面显示通知：

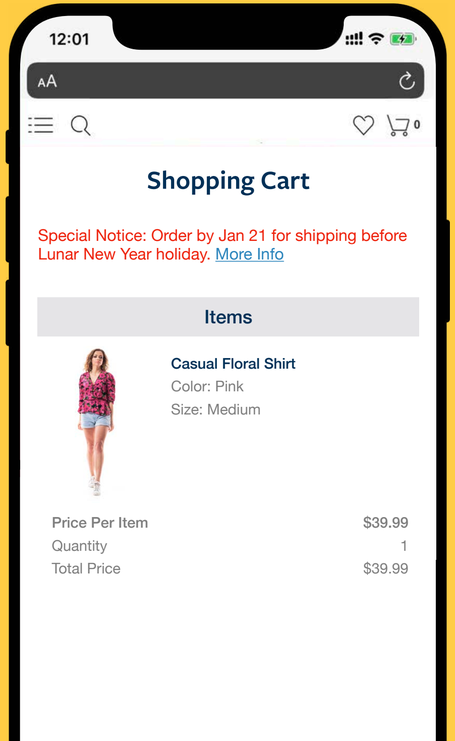
首页：
发布特别公告





商品页面：
调整预计的发货和送达时间范围，或显示延迟提醒

购物车/结账页面：
告知可能出现延迟的简短提醒



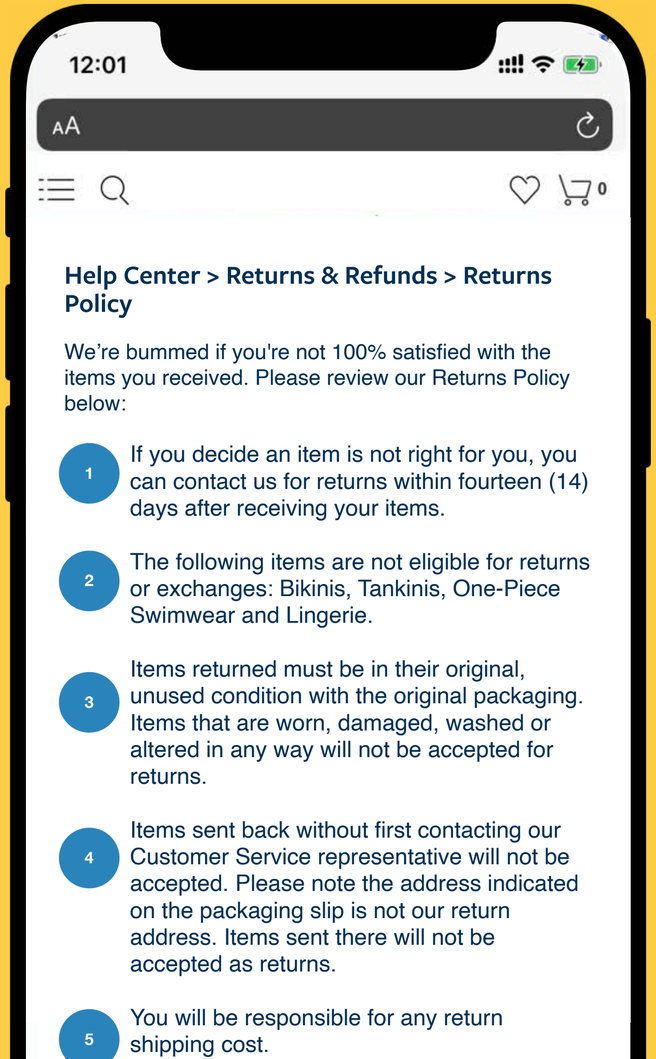


配送信息页：
详细说明可能出现的延迟情况

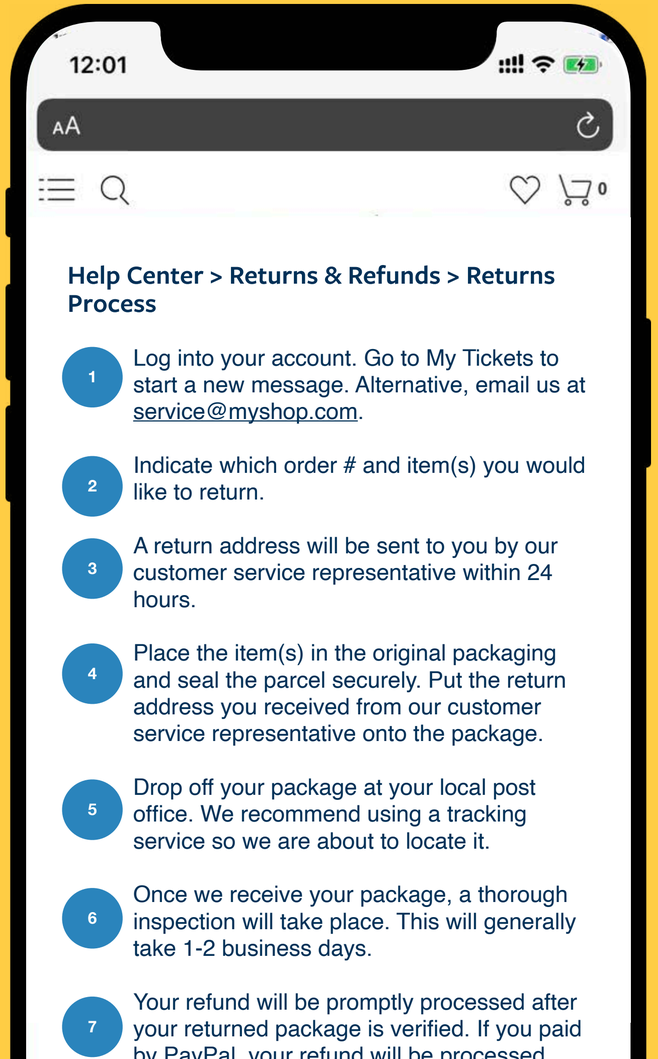
退货与退款

图片 商品描述 尺码 价格 配送 支付 沟通 退货/退款

48% 的消费者在购买前会查询了解退货事宜*。宽松的退货政策会赢得许多消费者的信任。建议换位思考，站在买家的立场来说，他们大部分人其实都不愿意退货。清楚说明您的退货政策和流程，让买家能一目了然。提供下列信息：



- **退货政策**：买家必须在哪个规定的时间范围内发起退货或寄回商品？
- **特例情况**：是否有任何例外情况不接受退货？例如有穿过痕迹的商品，或已开箱的电子产品。
- **退货流程**：如何发起退货？退货地址是什么？
- **物流追踪**：如何追踪包裹的物流状态？
- **包裹验收**：仓库收到退货包裹后会如何处理？会如何检查退货商品？验货需要多长时间？
- **退款流程**：确认退货没有问题后，多久才会退款？



* “How to Communicate Throughout the Customer Journey”，Narvar，2017 年



商品质量

质量评估

为确保向买家提供的每一件商品都品质优良，上新前务必要认真做好商品质检，保证质量过关。商家可依据多个标准来评估不同类型商品的质量。建议从以下四个方面来评估商品质量。



材料

- 合理用料
- 不褪色、防水等
- 装饰品



工艺

- 车线整齐美观
- 剪裁干净利落
- 细节完美呈现



尺码

- 标准统一
- 比例协调
- 契合市场



功能

- 可正常发挥作用
- 没有夸大功能
- 合理的使用寿命

供应商/卖家问卷示例

经验：
- 贵司在行业内已有多少年的从业经验?
- 能否提供任何参考资料?

质控：
- 贵司采购原材料的渠道是什么?
- 请描述贵司的质控流程。
- 贵司的退货率有多高?
- 贵司发出货物的破损率（包括有污渍或损坏）有多高?
- 贵司对破损货物有何政策?

及时准确：
- 贵司的及时发货率有多高?
- 需求高峰期，紧急订单的交货期是多久?
- 发货出错率有多高?

定制化服务：
- 能否针对我们的市场定制商品?
- 能否定制尺码标?

了解供应商和卖家

卖家想要生意兴隆、长盛不衰，选对商品供应商和工厂非常重要。对于网购平台而言，挑选合格卖家的重要性也毋庸赘述。建议参考以下四类标准来评估潜在合作伙伴的资质：

经验：评估供应商或卖家是否拥有商品制造或销售方面的经验。良好的声誉和经营记录是不错的信号。

质控：选择供应商或卖家时，质量是一项重要的参考指标。劣质的商品买家避之唯恐不及，更别提成为其忠实宣传者。了解供应商或卖家如何确保配送质量过关的商品，以及为此制定了怎样的质量控制流程。

及时准确：工厂或卖家按约定履行订单的速度如何？发货准确率有多高？交货延迟最容易惹恼买家，缺货也会导致客户另寻他家。

定制化服务：如有需要，工厂或供应商愿意配合提供定制化服务吗?

卖家评估

建议网购平台定期评估平台卖家及其销售的商品。
常见的评估标准如下：

- 客户对卖家的评分
- 商品库存状态
- 履单及时率
- 履单准确率
- 退货率
- 投诉率

评分低于特定分值可能导致下列惩罚：

- 曝光度降低
- 移除质量和服务不达标的商品




物流



订单处理时间

买家下单后，卖家需尽快发货，缩短买家的等待时间。建议参考下列指示：

现货商品：将订单处理时间限制在 1-2 个工作日内。

- 预测需求，充足备货，另外再准备一批缓冲库存。
- 在前端使用自动库存计算器。库存为零时，及时下架商品。

定制化或按需生产商品：确保供应链能在合理的时间范围内准时交付商品。在高峰期或促销期做出准确预测，确保材料和生产力充足，能满足较高的需求量。在购物历程中向客户清楚说明配送时间安排，为客户设置合理的期望值。

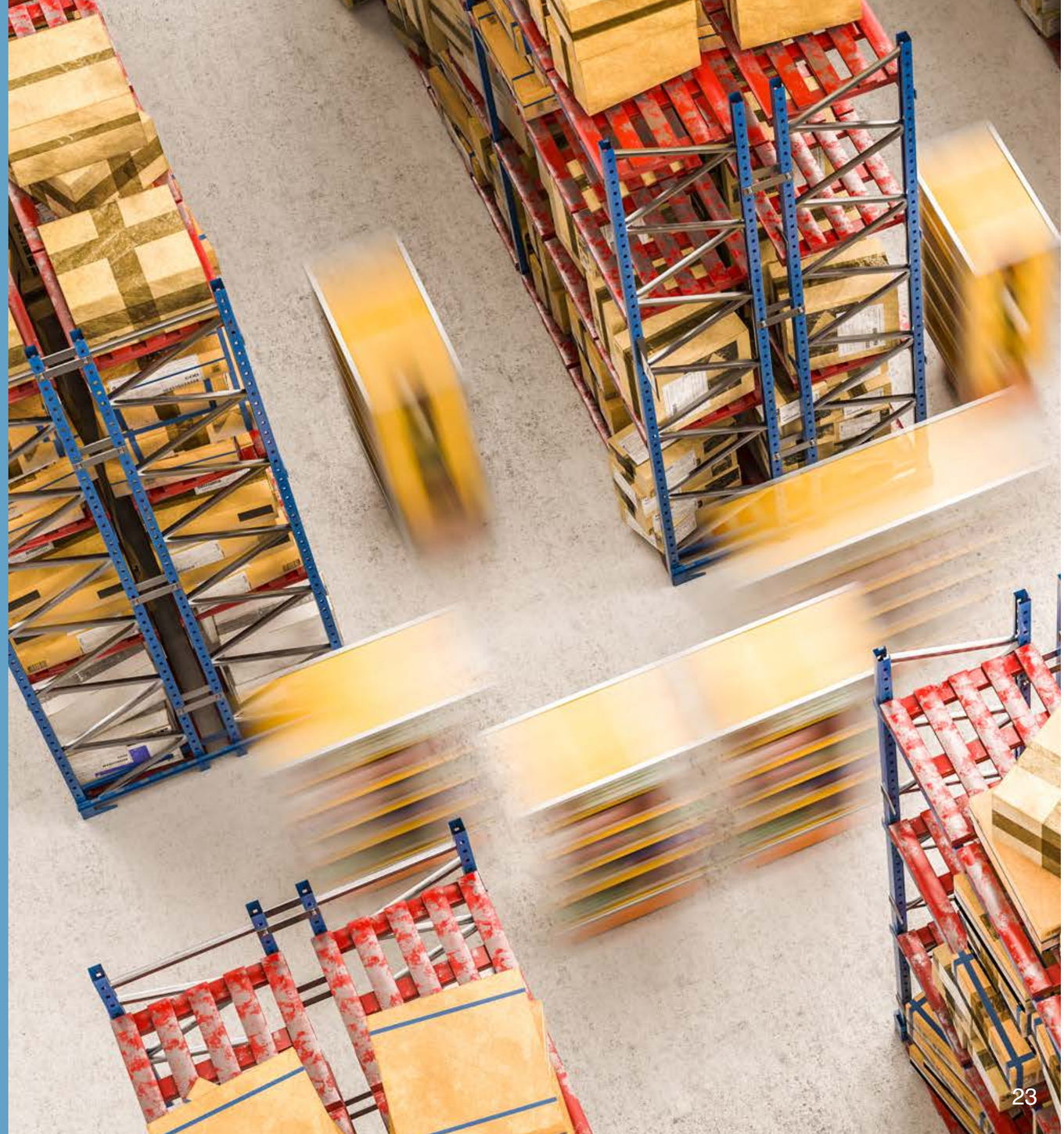
空加派

在成本和物流速度之间寻求平衡是许多跨境商家面临的艰难抉择。航空邮寄通常最便宜，但转寄时间最长。快递公司运输包裹的速度最快，但是成本很高。空加派是不错的折中方案。

什么是空加派?

空加派是指将多批发往同一目的地的货物同车/同船装运。如此一来，物流公司可以将多批货物汇成一批进行处理和清关。这种运输方式能为托运人节省时间成本。货物运抵目的地国家/地区后，将拆分为一个个零散的包裹，再进行下一步配送。

相比航空邮寄，使用空加派通常能将运输时间缩短好几天。





本地退货

假设经过一段时间的等待，买家终于收到了跨境配送的货物，但是令买家失望的是，商品不符合其需求，因此需要退货。

您的退货政策是否要求买家跨境寄回商品？漫长的运输时间、海关和物流追踪问题可能导致退换货或退款流程出现延迟，最终让客户失望无比，购物体验更是大打折扣。

对消费者而言，简单的退货流程是一个关键价值点。跨境商家在重要市场设置本地退货点，这能为买家提供巨大便利。

- 在重要市场设置本地退货点。
- 或与物流公司合作，提供简单的本地逆向物流支持。
- 提供免费退货服务（如可行）。如果退货包裹由买家承担运费，则应在退货政策中清楚说明。

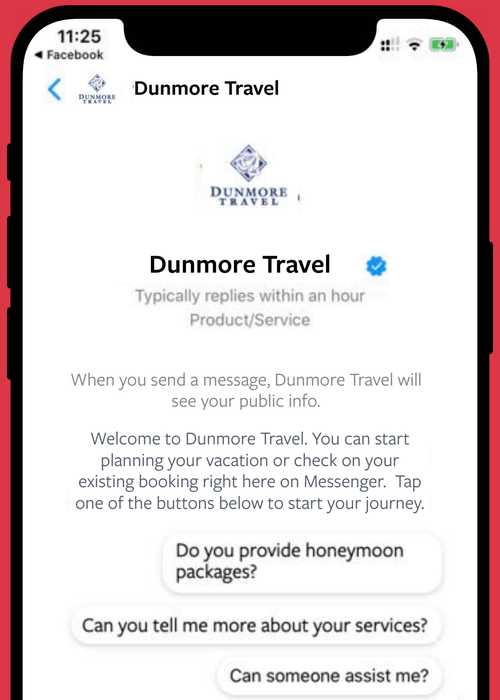

客户服务

借助科技手段



多个沟通渠道
买家咨询相关信息时，会通过多个渠道联系卖家，包括邮件、聊天工具和 Facebook Messenger 等。建议卖家使用 API 将不同的沟通渠道整合进一个平台，以便轻松管理客户沟通和维系客户关系，让客服团队能更有效地跟进客户请求，追踪了解问题的处理情况。

自动回复
使用人工智能 (AI) 或智能聊天助手自动回复常见问题，减少工作量和对人手的需求。





收集和分析数据
统筹整合各个系统，收集和分析客户请求数据，以便更准确地侦测预警信号，积极做出改善。例如从以下方面着手：

- 解决问题所用的时间
- 首次联系时问题是否得到解决
- 投诉原因
- 退款率
- 退款延迟

贴近客户需求的政策和流程



合理协调客服在线时间
组建客服团队时考虑买家所在的时区，确保能在买家方便的时间段内提供服务。我们建议在买家所在的时区提供“朝九晚五”的客服服务，最好是“朝八晚九”。



轻松退货
考虑以下几个方面，制定贴近客户需求的退货政策：

- 全额退款：退货期内，接受买家对未使用的全新商品提出的全额退款申请；
- 反悔期：在最短 14 - 30 天的期限内接受买家提出的全额退款申请，最好能延长至 90 天。
- 退货运费：提供免费退货。



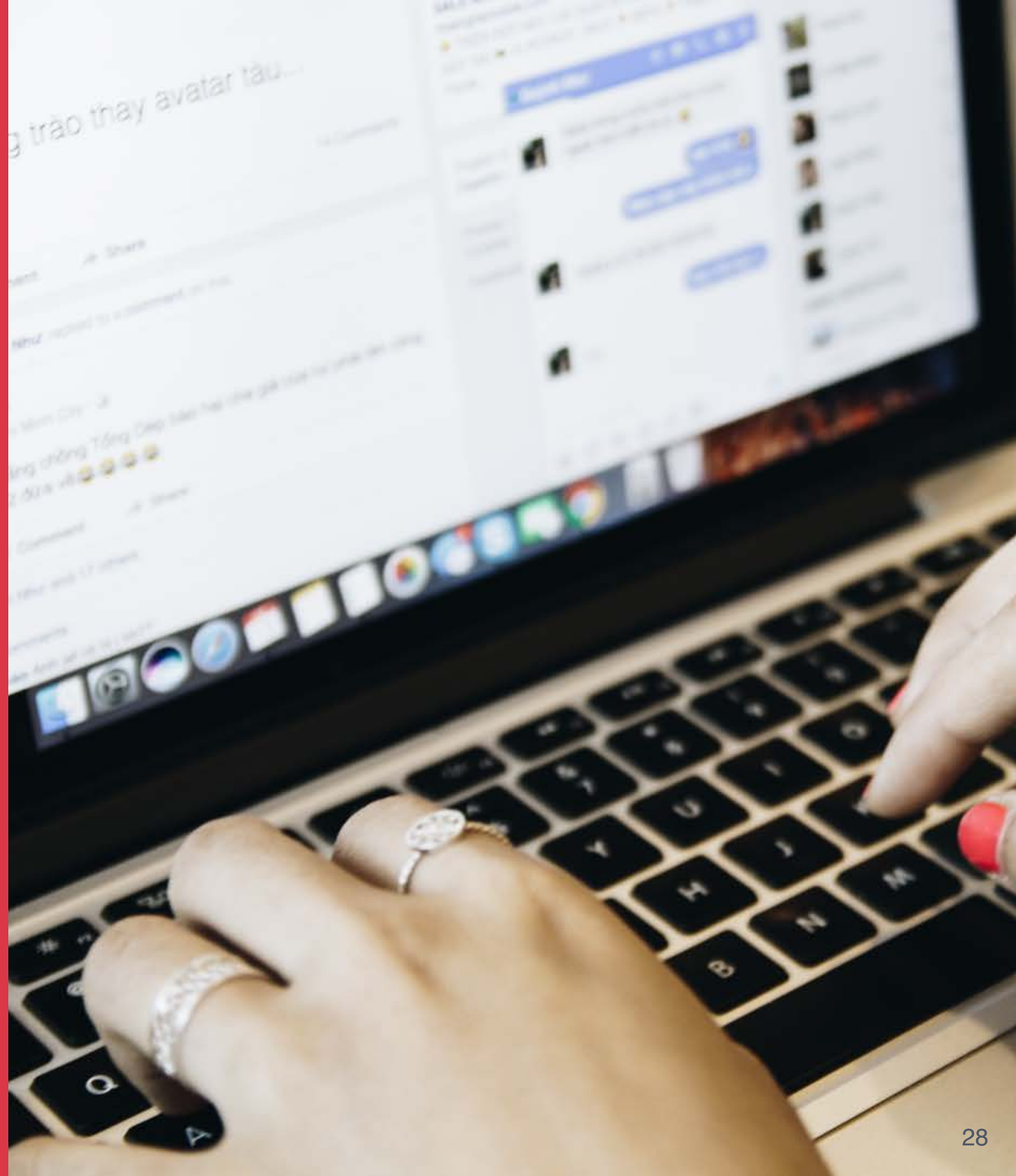
客户调查
在发货后的 2-3 周内，向买家发送一份简短的调查，不超过 10 个问题。问及以下方面：

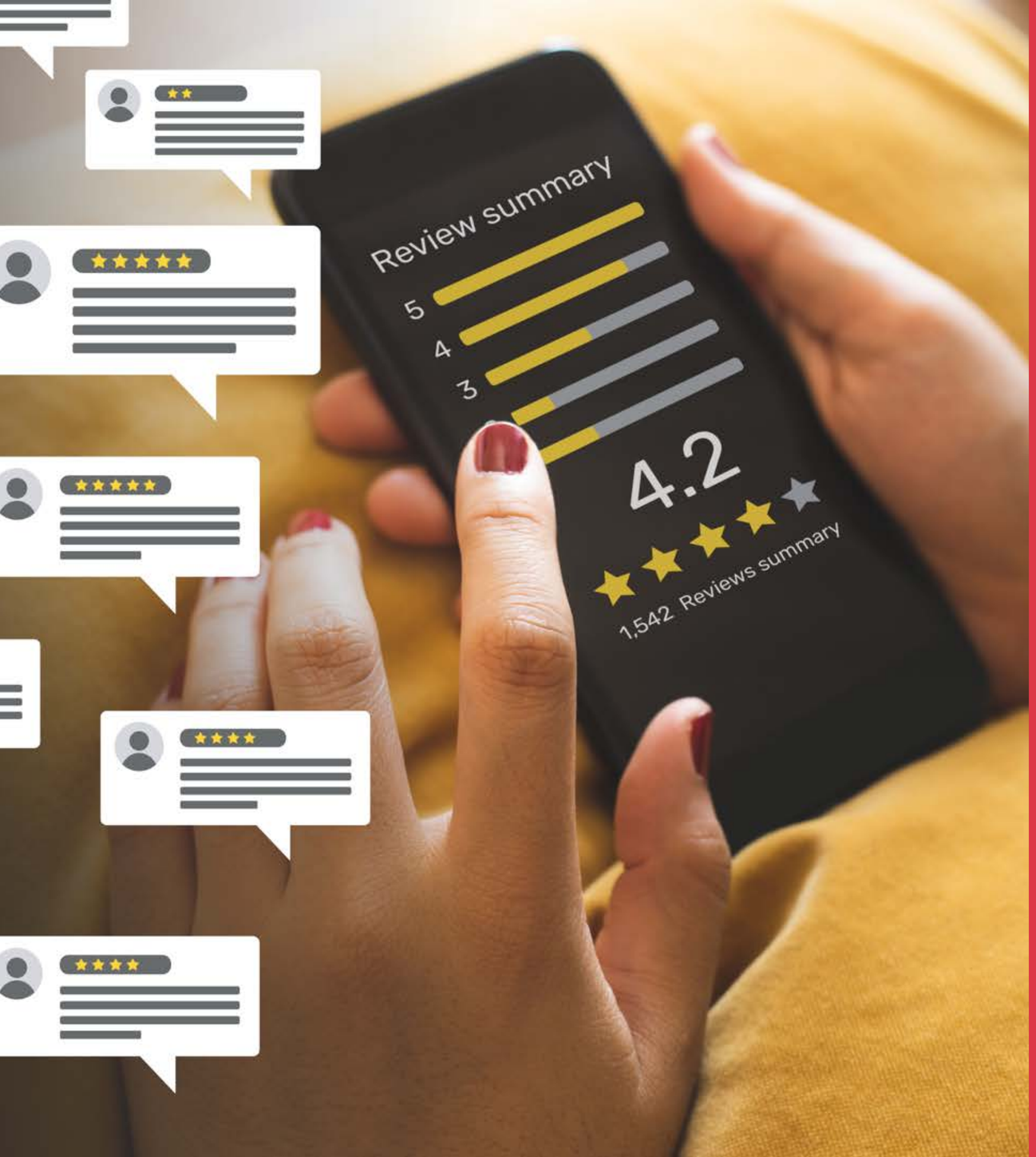
- 网站/应用购物体验
- 商品满意度
- 履单体验
- 客户服务

客户沟通

与买家沟通不仅仅是提供信息那么简单，还需要在这个过程中主动建立良好的客户关系。即便遇到棘手的情况，客服也要有“化危为机”的魄力，积极与买家沟通解决，改善他们的购物体验。参考下列建议，改善您与客户的沟通：

- **亲切问候**：亲切地称呼买家的姓名。语气要友好，态度要和蔼。
- **表达感谢**：售前，感谢客户对您店铺/商品的关注；售后，感谢买家购买您的商品。
- **换位思考**：如果买家表示不满意，要对此表示关切与理解。
- **明确回复**：完整、明确地回答买家提出的问题。
- **备选方案**：提供其他建议供买家选择（如可行）。
- **态度积极**：针对买家需求，为其提供解决方案。化干戈为玉帛，将买家的消极体验转变为超预期的积极体验。
- **母语客服**：在重要市场组建以母语服务的客服团队，不建议依赖在线翻译服务与买家沟通。确保由专业人士来翻译邮件或其他沟通要用的模板。





评分与点评

点评不仅仅是买家和零售商之间的一次简单对话，还能从侧面向潜在客户展示零售商的客服水平。其他诸如旅游、酒店和活动承办等行业的商家都会积极公开地回应客户的点评，抓住这一机会，向潜在客户展示他们贴心周到的客服。

好评或积极反馈是商家或商品值得信赖的有力证明。回应获得优质购物体验的买家，不仅能建立品牌忠诚度，最终还能将他们转化为商家或商品的口碑传播者。

不要惧怕遇到差评。巧妙处理差评将能破解矛盾，提升客户满意度。回应差评或负面反馈时，不仅要解决客户不满意的地方，而且要借此机会，向潜在客户表明您处理此类情形的方法，展现您对客户体验一丝不苟的专业态度。

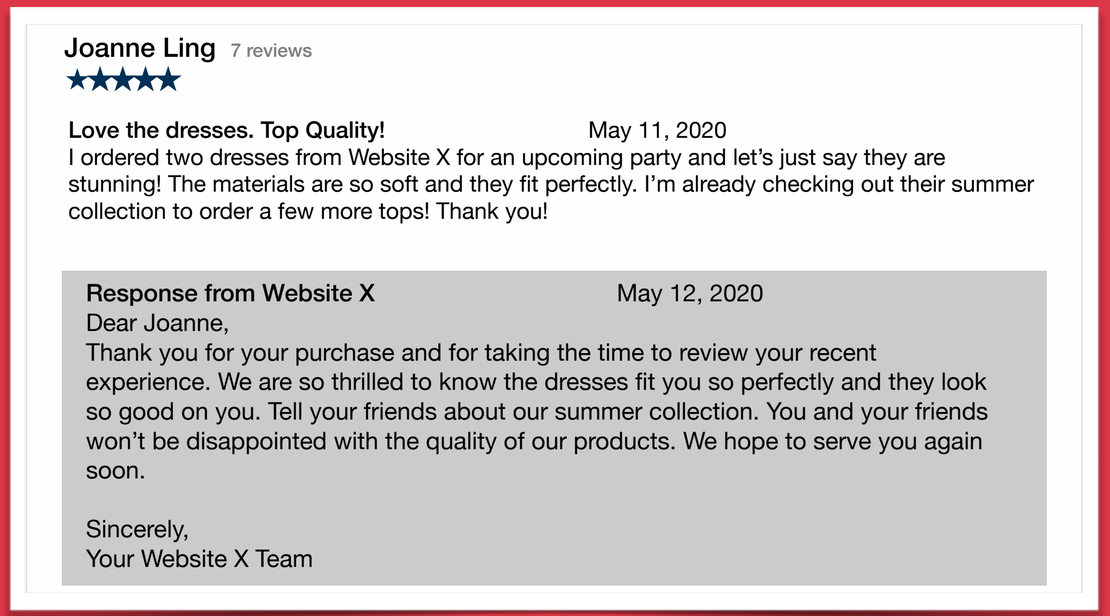
建议不要删除差评或负面反馈。满屏都是好评的网站或页面缺乏真实性，可能导致客户对您的商品和品牌产生怀疑。

回复点评

★★★★★

好评

- 热情亲和：语气要友好，态度要和蔼。亲切地称呼买家的姓名（如果知道）。
- 表达感谢：客户留下评论后，一定要表示感谢。
- 分享与激励：分享好评，提高团队士气。鼓舞大家再接再厉！



Joanne Ling 7 reviews

★★★★★

Love the dresses. Top Quality! May 11, 2020

I ordered two dresses from Website X for an upcoming party and let's just say they are stunning! The materials are so soft and they fit perfectly. I'm already checking out their summer collection to order a few more tops! Thank you!

Response from Website X May 12, 2020

Dear Joanne,

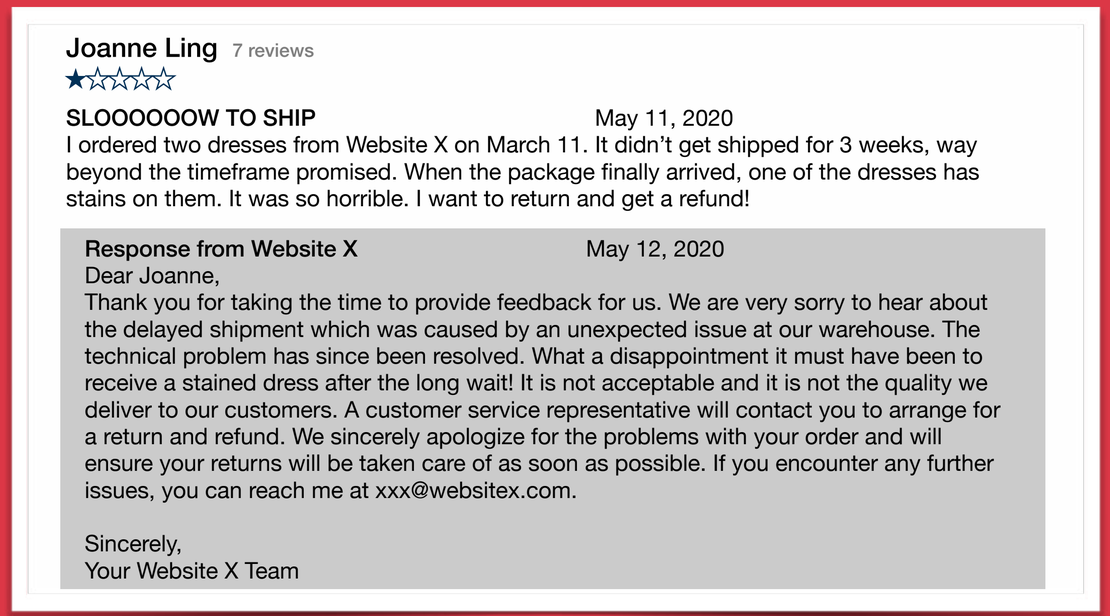
Thank you for your purchase and for taking the time to review your recent experience. We are so thrilled to know the dresses fit you so perfectly and they look so good on you. Tell your friends about our summer collection. You and your friends won't be disappointed with the quality of our products. We hope to serve you again soon.

Sincerely,
Your Website X Team

★☆☆☆☆

差评

- 除了采取回应积极反馈的所有做法外，还需要：
- 换位思考：理解买家失望的心情，懂得他们的感受。千万不要逃避或删除差评，也不要视而不见。
- 承担责任：真诚地向买家道歉。
- 采取措施：提供解决办法，强调会采取的措施。
- 主动跟进：提供联系人信息，以便进一步协商解决问题。建议最好提供高级管理人员的邮箱地址。



Joanne Ling 7 reviews

★☆☆☆☆

SLOOOOOOW TO SHIP May 11, 2020

I ordered two dresses from Website X on March 11. It didn't get shipped for 3 weeks, way beyond the timeframe promised. When the package finally arrived, one of the dresses has stains on them. It was so horrible. I want to return and get a refund!

Response from Website X May 12, 2020

Dear Joanne,

Thank you for taking the time to provide feedback for us. We are very sorry to hear about the delayed shipment which was caused by an unexpected issue at our warehouse. The technical problem has since been resolved. What a disappointment it must have been to receive a stained dress after the long wait! It is not acceptable and it is not the quality we deliver to our customers. A customer service representative will contact you to arrange for a return and refund. We sincerely apologize for the problems with your order and will ensure your returns will be taken care of as soon as possible. If you encounter any further issues, you can reach me at xxx@websitex.com.

Sincerely,
Your Website X Team

改善清单

请阅读以下清单，快速回顾可通过哪些行动改善客户体验

改善清单

网站/应用购物历程

- [ ] 使用高清照片展示商品细节。
- [ ] 在商品描述页突出展示关键信息。
- [ ] 提供详细的尺码表、尺寸测量指南、模特身高三围参考值和点评者对尺码的反馈。
- [ ] 合理定价商品，仅在促销或清仓时才提供折扣优惠。
- [ ] 明确说明库存状态、处理订单的时间、配送方式和时间范围。
- [ ] 在结账时提供本地市场常用的支付选项。
- [ ] 向买家及时发送言简意赅的信息，例如订单确认、发货通知、退款状态等。
- [ ] 发布公告说明特殊情况，例如因节假日临近而延迟发货。
- [ ] 明确说明退货和退款政策。
- [ ]

商品质量

- [ ] 评估商品的用料、工艺、尺码和功能。
- [ ] 评估供应商/卖家的从业经验、质控流程、履单的及时性和准确度，以及是否能灵活提供定制化服务。
- [ ] 定期检查供应商的关键指标表现，针对服务水平未达标的情况实施惩罚措施。

物流

- [ ] 为需求旺盛的商品备足货，减少订单处理所需的时间。
- [ ] 使用自动库存计算器，在库存为零时及时下架商品。
- [ ] 管理订单处理时间。现货商品 2 天内发货。对于按需生产的商品，确保供应链可以准时交货，在网站/应用中明确告诉买家所需的时间。
- [ ] 明确说明库存状态、处理订单的时间、配送方式和时间范围。
- [ ] 考虑使用空加派服务，加快配送速度。
- [ ] 在重要市场为客户提供本地退货选项。
- [ ]

客户服务

- [ ] 通过邮件、聊天工具、Messenger 等多个渠道与客户沟通。
- [ ] 统筹整合各个系统，使用自动化工具。收集并分析数据。
- [ ] 在目标市场客户方便的时间段内提供服务。
- [ ] 制定贴合客户需求的退货政策，包括宽松的“反悔期”和免费退货服务。
- [ ] 调查客户对购物体验的满意度，发现有待改善的地方。
- [ ] 与客户沟通时语气亲和，回答问题要直接明了，提供让客户满意的解决办法。
- [ ] 征集买家的真实评价。回复好评和差评的方法要适当。
- [ ]

免责声明

1. 一般免责声明和责任限制。本文所有内容（以下简称“内容”）均按“现状”和“现有资料”提供。您使用本内容完全是出于您的个人选择并且自担风险。无论是 Vela Pte.Ltd. （以下简称“Vela”），还是其关联公司、员工、高级职员、代理、内容提供商或其中任何一方的许可方，皆不作任何明示或默示的声明或保证，包括但不限于对适销性、适合特定用途或不侵权的保证，以及内容将满足您的要求、不间断、及时、安全或无错误的保证。虽然 Vela 会尽一切合理努力提供准确且最新的信息，但我们不会就内容的准确性作出保证或声明，也不会就本内容上的任何错误或遗漏承担任何责任或义务。Vela 不是医学顾问。本内容仅供参考，不能替代您应向医疗专业人员寻求的任何医疗建议。

2. 免责。对于因以下原因所引起或与之相关的任何及所有责任、费用索赔、第三方索赔、损失及损害（包括律师费和诉讼费），您同意对 Vela 及其所有受让人、关联公司、高级职员、董事、股东、投资者、员工、许可方、承包商、代理、代表、律师及其各自的继承人进行赔偿和辩护，并使其免受损害：(1) 您对此内容的使用及 (2) 您违反本协议的任何行为。

3. 知识产权。 所有内容皆归 Vela 和/或其关联组织、许可方和/或供应商所有。未经 Vela 事先书面许可，您不得：(i) 在任何互联网、内网或外网网站上重新发布本内容的任何部分，或将内容纳入任何数据库、汇编、存档或缓存文件中；(ii) 将任何内容分发给他人（无论是否收取利益还是出于其他考虑），(iii) 修改、复制、编排、缓存、转载、出售、发布、传输、展示或以其他方式使用内容的任何部分，或 (iv) 在未经许可的情况下抓取或以其他方式复制我们的内容。如需将内容用于除本协议所允许目的之外的任何用途，请发送请求至 info@vela.com.sg。