

海底捞深陷“标签门”漩涡，你的用户标签打对了吗？

产品名称	海底捞深陷“标签门”漩涡，你的用户标签打对了吗？
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	微三云:软件定制开发 云平台:源码交付 东莞:松山湖
公司地址	东莞市石排镇瑞和路南东莞生态园松山湖高新技术创新园B栋2-5楼
联系电话	159****4030

产品详情

近海底捞又“出圈”了，不过这次不是因为他的“ ”服务，也不是因为食品安全问题，而是给用户贴标签。实情到底是怎样的？

海底捞“标签门”事件始末。据悉一位李小姐在海底捞消费时，不经意间发现自己被海底捞内部会员系统打上了“吃胡萝卜；20-30岁，安静”“1.68米左右，戴眼镜，长头发，圆脸型，25岁左右，喜欢在APP上投诉”的标签。此事一出，瞬间引起了社会热议。即使海底捞已经在时间出面澄清，此举也是在提升和优化服务质量，门店管理人员可以在会员系统中对顾客就餐的个性化需求进行补充，但还是遭到了众多网友的强烈抵制。为何网民朋友们对这一举措较为反感呢？原因无外乎以下两点：一是随着使用语境的变迁，“标签”一词在日常生活中往往带有贬义；二是许多人认为海底捞此举有侵犯客户隐私之嫌，因而产生较大的抵触。

从海底捞“标签门”事件来看，到底什么是标签？标签，是指对用户群体的某项特征共性的抽象提炼和概括，对用户打标签，实际上由标签维度，标签或标签值组成。比如，这段话，“20多岁，瓜子脸，嘴巴长得很好看，板栗色头发，大学生，喜欢番茄锅”。我可以打这样的标签，职业（标签维度）：大学生（标签）性别（标签维度）：男（标签）。再比如，一家企业，发现用户购买时，有些特别在意价格，总是想各种办法跟导购要些优惠和赠品，另一些不在意价格，但是强调后续的服务，你对它的关怀。这样就根据购买用户类型分为，价格敏感型，重视服务型。客户类型是标签维度，价格敏感型就是标签。所以标签是共性的提炼，并非是一句描述的话。以后企业根据标签来做好关怀动作。从截图中这一点来看，海底捞给用户打标签的能力还需要提升。

有了标签，那到底如何应用呢？在打标签这个事情上，很多人会存在这样的误区，那就是标签越多越好，企图把整个消费者形象完美复刻出来。但是这就会导致你写的标签系统十分累赘，用户信息杂乱无章。此外需要注重的是我们的服务群体不是单一的客户，某一共同标签下的广大用户群体。因此打标签不是标签越多越好，也不是越少越好，主要是根据业务场景应用打某个标签，一定是这个标签有用的。所以设计标签的前提是：想好做什么用。因为搜集用户的职业标签，是需要业务人员要花精力跟用户聊天获取的，也是要成本的。连用都没想好，那何必浪费时间精力的。当然，拿到用户的职业信息，不仅可以分析用户群体画像，便于我们投放，还可以针对性地进行关怀，比如职业是老师，教师节就可以送关怀，护士的，5月12国际护士节可以关怀啊。再像程序员，会计，行政职业等，我还可以用在做活动，发布内容方面有针对性和个性化营销关怀，自然比端午中秋统一发信息有效多。