

用指甲抠一下 #2021.10.9

原创 日记 道典日记 2021-10-09

收录于话题 #随库 #日记



道典日记

用指甲抠一下 #2021.10.9

我买了一个空气炸锅。

又又又退货了。

一) 大促销

本篇非广告。

话说“空气炸锅”，据说是白领神物，21世纪新时代微波炉。

可以拿来炸鸡翅，炸薯条，炸薯片。

喂饱欧米莱的小嘴巴，终于不用买昂贵的Calbee了。

(安利一下，神器)



这事说来话长，一直要回溯至四个月前，“6.18”京东活动大促。

当时买1500，减免500元的给力活动。

象哥哥这样的购物宅男，不把优惠券用完，浑身难受。

左思右想，买个空气炸锅吧。

看介绍很好，促销也给力，韩国的牌子。

这牌子很多人都用过。

热空气循环加热原理设计

通过空气循环加热锅内空气，在大功率的风扇下快速加热和脆化食材，真正无需用油烹饪出健康美味的美食。



①螺旋式技术发热管设计



②发热管上方风扇设计

道典日记

三天之后，屏息静气，炸锅送来了。

哥哥煞有其事地，切了一叠土豆丝，还在油里浸泡了一会。放进空气炸锅，全家人见证“奇迹的诞生”。

电源开不了机。

电源开不了机。

二张小嘴巴张大着，等待迎接“传说中”的美味薯条，比麦叔叔更美味的爸比薯条。

俺又按了一下。

又按了一下。

红色按钮，不停地闪烁，就是开不了机。后面的各种高超操作，更是无从施展。



“咳咳，可能是质量问题”。

“退换货吧，七天无理由”。

灰头土脸的我，申请了京东退换货。然后出差去了。

二) 第二次退货

全国飞来飞去，“空气炸锅”送来后，被阿姨扔进了仓库。

谁都忘了这事，一直过了三四个月。

昨天奶奶来了，隆重其事地调制了“可乐鸡翅”。

可乐鸡翅的秘诀，要用“黑松沙士”。

最难喝最难喝的那种可乐，胡彦斌代言的，仅次于“崂山白蛇水”。

为了在小孩子面前露脸，又从库房里找出了“全新的空气炸锅”。

见证奇迹的时候到了。

红点闪了一下，二下。

一下，二下。

电源开不了机。

整个面板，把指纹都按酸了，可就是开不了机。
用力点，长按，用纸背敲，断电再重启，无论如何开不了机。

我找到了包装箱上的“客服电话”。

- 请问是否烤箱塞紧

去找了京东客服。

- 请问是否烤箱塞紧

废话，烤箱塞紧还用你说么。

空气炸锅这么简单，一共就二三个零件。傻子都会摆弄，除非连傻子不如。

那怎么办，只能再选“退换货”，质量问题180天内保修。

三) 第三次退货

京东的效率，非常之快。昨天晚餐时选的“退换货”。

今天早上，还没睡醒。“新的空气炸锅”，已经送来了。

这次我留了一个心。

什么也没放。

难保电脑，对鸡翅、薯条之类“过敏”呢。

打开包装，端端正正，先鞠一个躬。

接上电源，“急急如律令”，开。

电源开不了机。

红点闪啊闪，一闪，二闪，三闪。

面板上都快按出指纹了，死活没反应。就是不开机。

你再好的“国际品牌”，再复杂的功能，再细致的烘烤氛围。

开不了机，全部完蛋。拿去评比，就是零分。

这下子我都火了。韩国牌子就是不行。

连续换了三部，都开机不了。

搞啥呢，“退货”吧重新买。

结果店员哭丧着脸，“哥，你这锅子退不了”。

“啥，为啥退不了”。

“因为你上一个锅，还没有回物流仓库呢”。

“按这个情况，系统bug，是不允许退货的”。

“您催圆通吧”。

四) 糟心的锅

等“快递员”2锅回基地，至少还要二三个小时。

只能白白等待，血压不断升高。

哥哥坐在躺椅上，一摇一晃。

“韩国牌子就是不行”。

“难道是家里电路有问题”。

目前这个插头三眼，会不会接地线坏了。

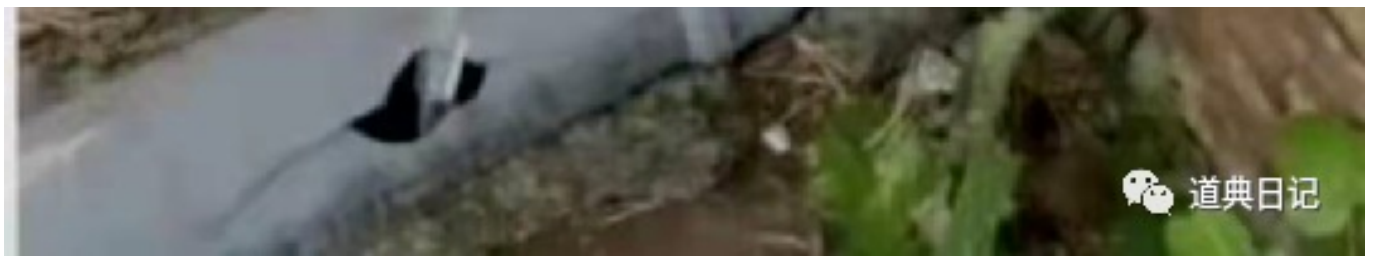
我换一个插座，把炸锅搬到书房里，能不能行。

于是这个“三锅”，我放在了书房地板上，接上电源。

“哗”的一声，锅亮了。

误删了一大段代码后发现软件还能跑起来，
这个时候我们一定不要动他





我再按一下，锅灭了。

再按一下，锅亮了。

哈，你们知道是什么原因么。

因为书房的地板，你是“弯下腰”的。当你第一次接触开关，你触碰的是手指甲，而不是手指。

而放在厨房桌面时，无论你开关多少次。

你触碰的是手指，食指指腹。

我们目前使用的“主流”触摸屏，成本费效比最高的，是“电容屏”。

电容屏的原理，必须要手指接触“手机屏幕”。形成电势差，才有信号。

- 无论android, iphone手机，形成习惯

因此你湿手洗脸时，用牙签戳屏幕都是无效的。紧急接电话，刷抖音，都只能用手指背。

而另一种“触摸屏”，是“接触式”。

具体来说，就是用尖锐物体，形成局部压强。你用手指甲，尖尖地抠一下就行。

但是用手指腹，无论按多少下都没用。

LockLock这个小型面板，他用的是“接触式”。

只要你每次都用指甲去戳，就开关顺利。

五) 产品的失败

这本来是一件很“微小”的生活小事。根本不值得写一篇文章。

但是从marketing的角度，整个事件，最让你“印象深刻”的是什么。
是体系的失灵。

我连续换了三次“开机不了”。打电话过去问。可是无论京东的旗舰店，还是制造商专属的“400服务热线”。

服务人员能做的回答是什么。
只有一句“塞紧”“重启”。

什么也解决不了。

“面板”开不了机，应该不止是我一个人的问题。俺不相信，我智商有这么蠢。

如果有1000个用户，买了之后，无法用。
他们电话咨询。

退换货的反馈，**有没有“传达”**到企业中枢。

有没有传到“产品经理”的耳中，归纳总结。
并重新发放至“客服人员”的工作手册中？

再近一步讲，任何一件商品，“上街”之前，一定经过反复的产品设计，测试。

测试，不能够是“专业人员”。

熟到闭着眼睛都能摸出形状的人。

测试，应该选“老阿姨”。

完全什么都不懂，纯粹初小水平的买菜阿姨。看看她们会不会操作。

如果买菜阿姨，摸了半天，跟你说“机器打不亮”。

机器开不亮，还有什么后续操作。再强的功率瓦数，纳米黑科技都没用。

客户大量的“换货”“退单”。

损失不可避免。

在说明书中，加一句“本产品为压敏式触感”。
有那么难么。

的确很难。

因为你没有正规的“科班”出身，**你就没有“规矩和严谨”**。

- 压根不知道，问题出在哪里。

很多人做生意，莫名其妙“没有流量”，莫名其妙“做失败了”。

别人做得成的事，你就偏偏不成。

好的产品也卖不出去。

你的生意，有多少是因为“开不了机”而损失的。

(知名不具，冷夜辉)

7月6日，我们开售的“Marketing不传之秘”，目前已录制完毕。购买用户，可以从链接观看。时常1小时12分钟，以后都保持这个长度。

“买课”的朋友，如果有不懂和反馈，可以在链接中提出。我们会再补30分钟左右“答疑”。

MKT 1收尾时，最后我们提出了一个“疑问”：
怎样降低成本。

在现有的科技下，所有人的科技水平是同级的。
你能做到的事，你的竞争对手也可以做到。

那么，“怎样降低成本”。

凭什么可以击败对手？

这一道未解之谜，想不通的永远想不通，因为它“不合逻辑”，是一个悖论。

想破头也没用。答案在第二节课。

