关于平台型电商企业客户信任方面的未来趋势

随着平台型电商企业越做越大，它们与客户间的信任问题也越来越明显，最典型的是大数据杀熟带来的客户与平台之间的信任危机。而这种问题目前还没有具体有效的方案来防范，因为平台的各种商业行为在法律上的性质界定相对模糊，举证也相对困难。但是，未来这种平台型电商企业要做好做强，离不开与客户建立信任关系。

首先，我认为此类企业未来发展中需要做到的第一点就是合理监管，以技术手段预防信任危机。我认为有两种方式来解决这个问题：第一，利用技术类的监控平台，通过模拟不同的设备、账户、行为等方式，去判断平台是否存在大数据杀熟，就像安全软件公布漏洞一样，对发现的情况 进行公布，给平台施加压力；第二，开发反杀熟应用，帮助用户实施一些“反向用户画像”的操作，包括卸载重装应用、跨地域搜寻商品、搜索一些不相关的信息，模糊用户的喜好和消费习惯，使平台的大数据分析失效，并将这种手段告诉客户以博取信任。

其次，可以利用政府的权威性建立起平台与客户间的双重信任。政府作为第三方组织，，模拟使用不同价格的终端、使用会员与非会员、在不同地点，查询同一家店铺的同一款物品，查询出链接相应价格，自动截图拍照留存，并做好记录哪个终端、是否使用会员、在哪个位置取得了哪个价格，自动挑选最便宜的价格进行购买，同时自动将这些材料作为证据举报价格欺诈，或将这些数据公布。如此不仅能规范企业进行信任欺诈和大数据杀熟，也能让客户放心。

另外，建立起完善的举报机制也是平台型电商企业发展的关键之处。现阶段我们已经建立了反垄断机构，并制定了《个人信息保护法》《反垄断法》等相关法律。发挥行业协会的作用，完善电商品牌发展环境。建立电商质量监督机制，在电商中积极推广实体企业生产的规范化与标准化。目前消费者进行举报的路径一般是提起诉讼，而不能直接前往反垄断机构进行举报。

最后，企业也应当采取措施。企业应正确地使用算法权利和数据，公开促销措施、价格信息和算法规则，保护消费者的知情权和公平交易权。在企业内部制定有效的规则，建立起公认的规范。如像保险行业一样制定行规行约，或者召开例会，利用此会议机会检查各会员组织的工作，或要求讲年度报表及有关资料呈送行业组织以供查核。如英国劳埃德保险人协会的委员会就定期举行会议，讨论劳埃德保险市场出现的各种业务问题和带普遍性的行政管理问题，并将讨论结果以建议书的形式递交全体会员审批。

总的来说，该类行为不应被直接禁止，实践中导致不同用户面对不同价格的因素众多，不宜直接推定平台进行差异化定价是违法和侵犯用户权益。从企业信誉与客户认可度这个问题上来看，我国的平台型电商企业还有较大的发展空间。国家关于反垄断和大数据杀熟等方面的相关规定还不够成熟。只有政府、企业、客户共同监管，法律不断完善，我国的平台型电商企业才能在更稳定的环境中成长。