

# 用户反馈（评分）分析报告

---

报告生成于: 2025-05-30 18:50:50

## 分析目标

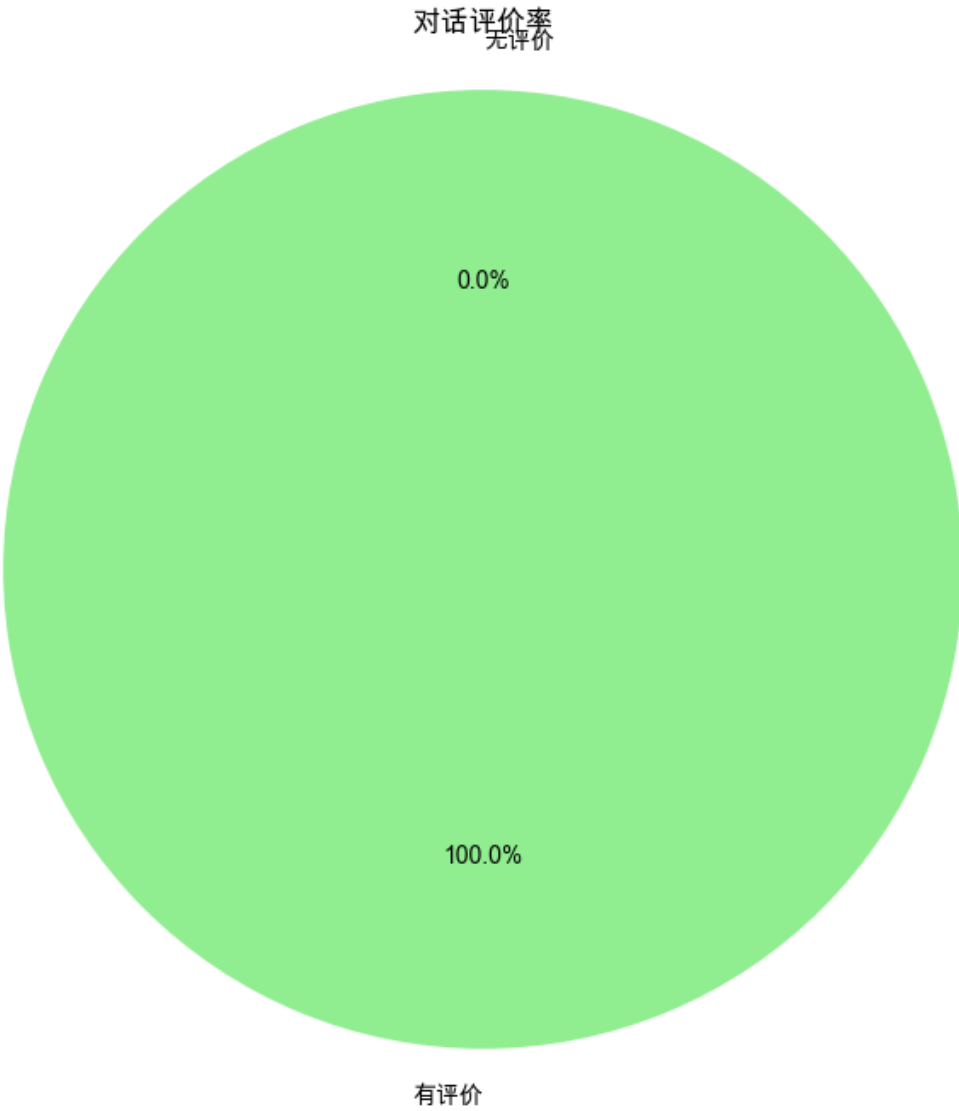
本报告基于提交的评价和评分分析用户反馈：

- **评价率：** 用户提交任何形式评价（文本或评分）的对话百分比。
- **低分（"总体感受"）百分比：** "总体感受"列中被视为低分（分数为: [1, 2]）的评分百分比。分别计算总体和各剧本的百分比。

## 数据来源

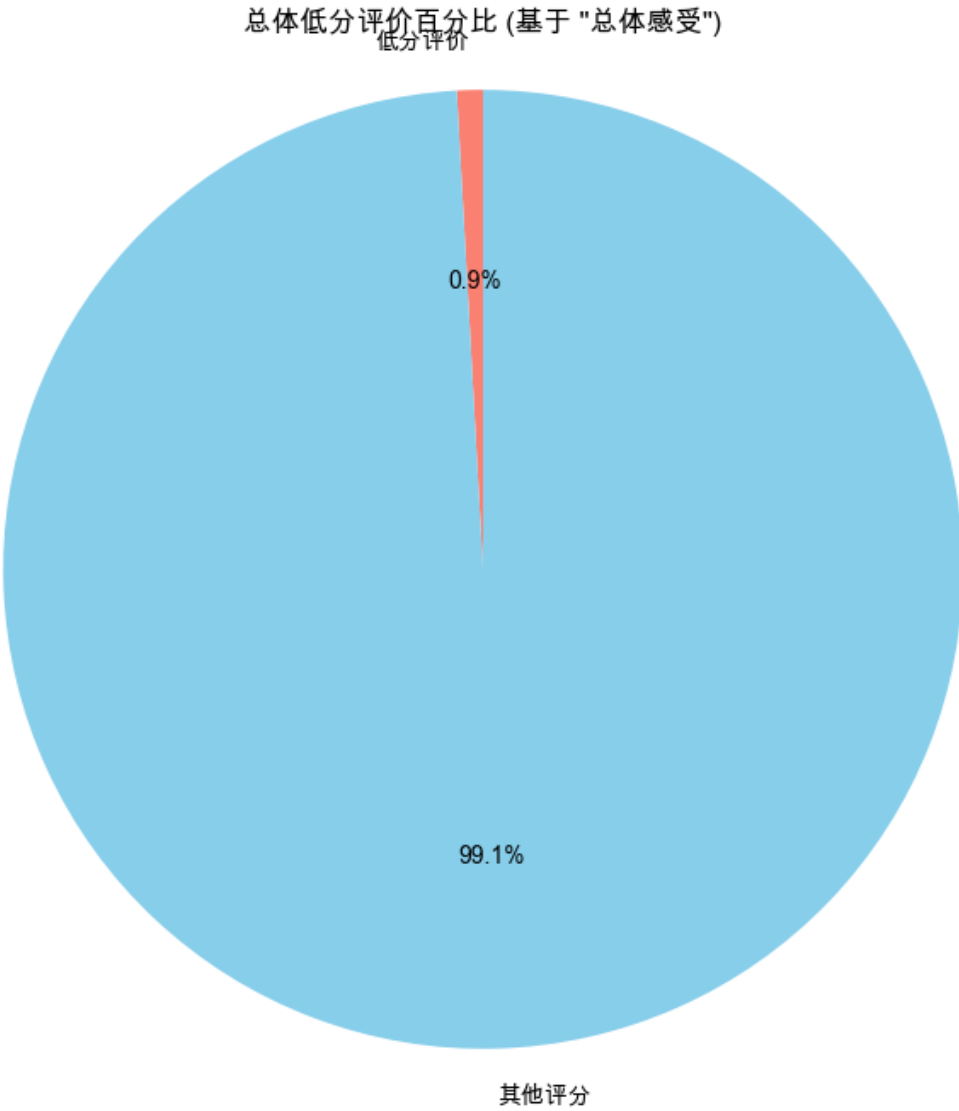
- 输入数据文件: `filtered_online_data.xlsx` (路径: `data_for_analysis/online_data_20250529/filtered_data/filtered_online_data.xlsx`)
- 评价由以下任一列中的非空值指示: ['用户评价', '总体感受', '业务帮助', '客户拟人', '体验流畅']。
- "总体感受"的低分定义为 [1, 2]。
- 各剧本分析使用 `challenge_id` (挑战名称) 。

## 评价率



总对话数	有评价的对话数	评价率 (%):
23115	23115	100

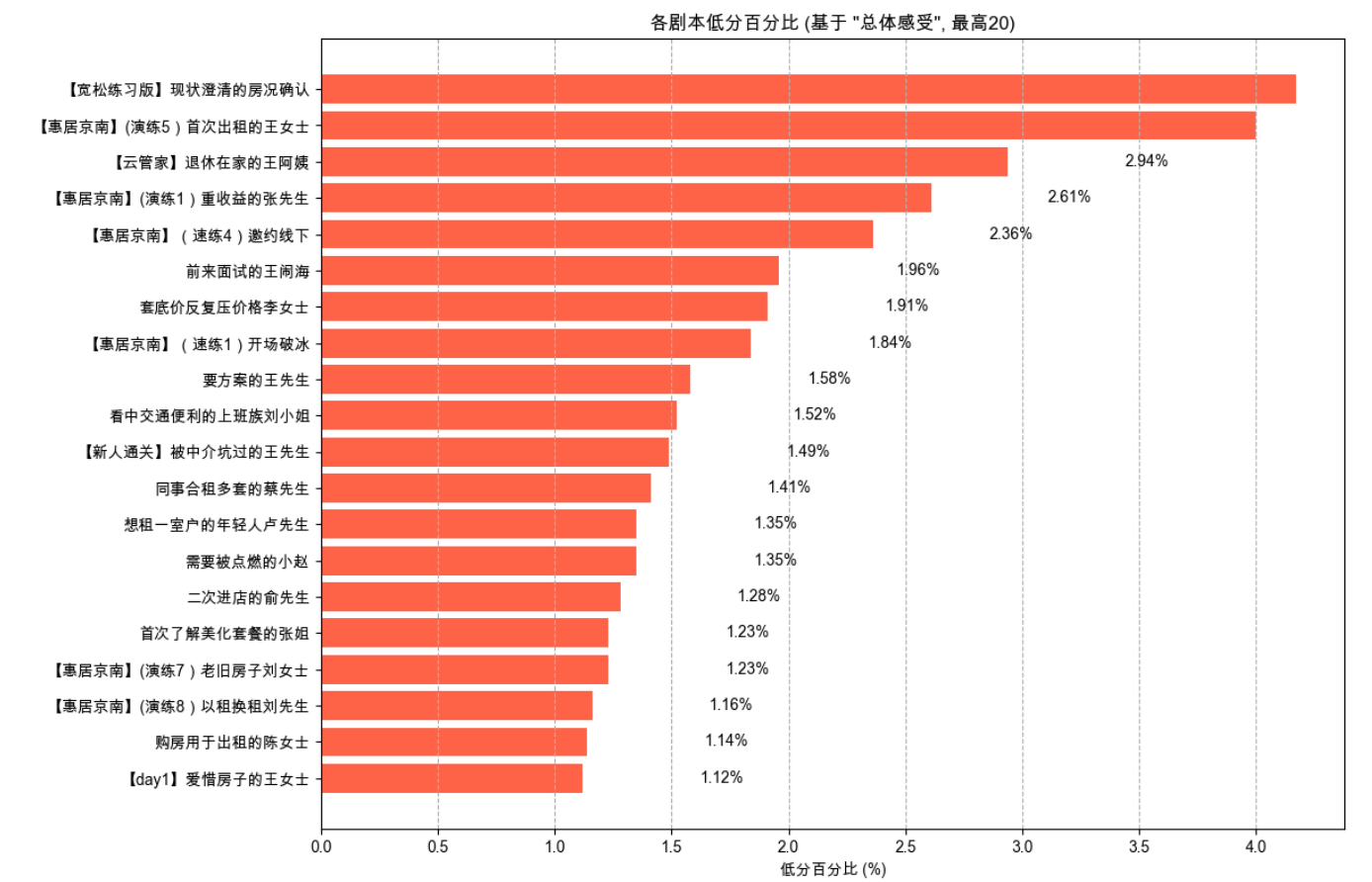
总体低分百分比 ("总体感受")



评分列	总有效评分数	低分数	低分定义	低分百分比 (%):
总体感受	23115	202	[1, 2]	0.87

各剧本低分百分比 ("总体感受")

(按低分百分比降序排列)



剧本 ID	剧本名称	总评分数	低分数	低分百分比 (%):
202	【宽松练习版】现状澄清的房况确认	24	1	4.17
220	【惠居京南】(演练5) 首次出租的王女士	175	7	4
241	【云管家】退休在家的王阿姨	34	1	2.94
216	【惠居京南】(演练1) 重收益的张先生	153	4	2.61
226	【惠居京南】(速练4) 邀约线下	127	3	2.36
162	前来面试的王闹海	818	16	1.96
200	套底价反复压价格李女士	157	3	1.91
215	【惠居京南】(速练1) 开场破冰	217	4	1.84
3	要方案的王先生	2348	37	1.58
33	看中交通便利的上班族刘小姐	328	5	1.52
151	【新人通关】被中介坑过的王先生	67	1	1.49
43	同事合租多套的蔡先生	71	1	1.41
42	想租一室户的年轻人卢先生	371	5	1.35
45	需要被点燃的小赵	74	1	1.35

剧本ID	剧本名称	总评分数	低分数	低分百分比(%):
38	二次进店的俞先生	78	1	1.28
222	【惠居京南】(演练7) 老旧房子刘女士	81	1	1.23
72	首次了解美化套餐的张姐	324	4	1.23
223	【惠居京南】(演练8) 以租换租刘先生	86	1	1.16
199	购房用于出租的陈女士	88	1	1.14
113	【day1】 爱惜房子的王女士	447	5	1.12
219	【惠居京南】(演练4) 在自如托管过的李先生	98	1	1.02
30	不自住不急售的周女士	522	5	0.96
34	预期偏高的张女士	217	2	0.92
112	【day1】 重收益的张先生	1094	10	0.91
39	看好装修公司的王女士	112	1	0.89
41	在乎优惠活动的丁先生	237	2	0.84
1	工作繁忙的林小姐	2768	23	0.83
232	史今哥带你逛展厅样板房（91m²）	508	4	0.79
198	购房用于即将新婚的李先生	126	1	0.79
73	了解美化后有疑问的胡女士	128	1	0.78
119	【day3】 学区房的孙女士	270	2	0.74
4	想要报价的陈女士	1430	10	0.7
6	要效果图的刘先生	798	5	0.63
159	【云管家】 朋友被包租公司坑过，担心没保障的苏女士	352	2	0.57
121	【day5】 首次出租的王女士	174	1	0.57
31	自住认为总会涨价的李姐	533	3	0.56
37	对全包公司失望的杜先生	189	1	0.53
158	【云管家】 首次了解省心租，看重收益的李先生	194	1	0.52
36	置换养老的李女士	1750	8	0.46
2	做不了主的张女士	1110	5	0.45
5	强势的李女士	699	3	0.43
157	【云管家】 在外地首次了解省心租的王女士	264	1	0.38
35	希望快速成交的李先生	276	1	0.36

剧本ID	剧本名称	总评分数	低分数	低分百分比(%):
32	兼顾上学和居住品质的王先生	452	1	0.22
114	谨慎装修的王先生	472	1	0.21
194	【上海测试】重收益的李先生	93	0	0
195	【上海测试】换租的赵女士	51	0	0
242	【云管家】非常爱惜房屋，对租客挑剔的郭女士	38	0	0
240	新房团装-申请退款的黄小姐	46	0	0
227	【惠居京南】（速练5）总结跟进	99	0	0
40	首次服务失望的李阿姨	153	0	0
225	【惠居京南】（速练3）产品匹配	173	0	0
224	【惠居京南】（速练2）现状澄清	113	0	0
44	大姑的春节热线	179	0	0
221	【惠居京南】（演练6）替人出租的李女士	85	0	0
120	【day4】在自如托管过的李先生	180	0	0
122	【day6】替人出租的李女士	105	0	0
218	【惠居京南】（演练3）学区房的孙女士	87	0	0
217	【惠居京南】（演练2）爱惜房子的王女士	79	0	0
150	【新人通关】时间紧迫的赵女士	119	0	0
152	【新人通关】看中居住质量的刘小姐	93	0	0
210	【新版温和】注重养老的蔡叔叔	12	0	0
209	【新版暴躁】注重养老的蔡叔叔	7	0	0
208	【台词版】注重养老的蔡叔叔	14	0	0
204	【西安测试】对省心租服务价值存疑的王先生	34	0	0
203	（改1）愿意尝试的包子铺老板娘李姐	8	0	0
154	【新人通关】出租转出售的李女士	29	0	0
201	【速练体验】现状澄清的房况确认考察	42	0	0
155	【新人通关】再次委托出租的钱女士	59	0	0
156	【新人通关】在乎性价比的张先生	79	0	0
168	曹叔带你逛展厅new	37	0	0
197	【上海测试】老旧房子的刘阿姨（推荐美租）	50	0	0

剧本ID	剧本名称	总评分数	低分数	低分百分比(%):
196	【上海测试】在自如托管过的金先生	41	0	0
243	【云管家】打算卖房，担心省心租签约年限太长的张先生	24	0	0

输出文件

- 评价率数据: `evaluation_rate.xlsx` (路径: `data_for_analysis/online_data_20250529/basic_analysis_outputs/user_feedback_ratings_analysis/evaluation_rate.xlsx`)
- 总体低分百分比数据: `low_score_percentage_overall.xlsx` (路径: `data_for_analysis/online_data_20250529/basic_analysis_outputs/user_feedback_ratings_analysis/low_score_percentage_overall.xlsx`)
- 各剧本低分百分比数据: `low_score_percentage_per_script.xlsx` (路径: `data_for_analysis/online_data_20250529/basic_analysis_outputs/user_feedback_ratings_analysis/low_score_percentage_per_script.xlsx`)
- 本报告: `user_feedback_ratings_report.md` (路径: `data_for_analysis/online_data_20250529/basic_analysis_outputs/user_feedback_ratings_analysis/user_feedback_ratings_report.md`)

深度分析

1. 核心洞察：评分数据与行为数据存在巨大"温差"

- **总体满意度高得反常**: 0.87% 的总体低分率与我们在先前分析中看到的 **43.27%** 的总体失败率形成了鲜明对比。这揭示了一个核心问题：**用户在行为上的挫败感（如反复失败）并未转化为评分上的不满。**
- **评价率指标失效**: 100%的评价率表明评分是产品流程中的强制环节，或未评分的记录已被过滤。因此，该指标无法用于衡量用户提供反馈的意愿，不具备分析价值。

2. 对评分数据的解读与警示

- **评分无法有效识别"差内容"**:
  - 即便是失败率高达80%-100%的剧本，如"要方案的王先生"、"前来面试的王闹海"以及"注重养老的蔡叔叔"系列，其"总体感受"低分率也仅在1-2%左右，甚至为0。
  - **结论：绝对不能依赖"总体感受"的评分来衡量剧本的质量或用户的真实体验。**
- **产生"温差"的可能原因**:
  1. **用户心态**: 用户可能将产品定位为"训练工具"，认为"失败"是学习过程的一部分，而非产品体验差。
  2. **反馈惰性**: 用户可能为了快速结束流程而随手给出默认好评，懒于表达真实的不满。
  3. **"幸存者偏差"**: 能够完成对话并进行评分的用户，本身可能就是体验尚可的用户。因体验过差而中途退出的用户，其负面感受并未被捕获。
  4. **反馈渠道错位**: 用户的真实负面反馈可能更多地体现在主观评价的文本中，而非量化评分里。

3. 策略建议

- **弱化评分指标的权重:** 在衡量用户满意度和内容质量时，应大幅降低"总体感受"等评分指标的权重。行为指标（如失败率、通关尝试次数、用户留存）和主观文本反馈是更可靠的"温度计"。
- **聚焦主观文本分析:** 分析的重心必须转向 **user\_feedback\_keywords\_analysis**。从用户自己的语言中挖掘出的高频关键词（特别是负面词汇），是定位问题的最宝贵线索。
- **优化反馈机制:**
  - **在失败时收集反馈:** 考虑在用户挑战"失败"的节点，主动弹出简短的反馈窗口，询问失败原因（例如，"对话难度过高"、"AI回复不合理"、"场景目标不明确"等选项），这样能更精准地收集针对性反馈。
  - **区分"产品体验"与"内容体验":** 在评分设计上，可考虑将评分维度拆分得更细，如"你对本次对话的流畅度是否满意？"（产品体验）和"你认为本次挑战的难度是否合理？"（内容体验），以获得更明确的指向性。