

Q/ZHRZ

企 业 标 准

Q/ZHRZ 001-2024

售后服务管理水平评价准则

2024-03-10 发布

2024-03-10 实施

中凰认证服务（成都）有限公司 发布

目 录

前言	II
1 范围.....	4
2 规范性引用文件.....	4
3 术语和定义.....	4
4 管理原则.....	5
5 评价指标.....	6
5.1 服务文化.....	6
5.2 服务制度	7
5.3 服务体系.....	7
5.4 服务实施.....	8
5.5 顾客服务.....	10
5.6 服务改进.....	10
6 评价方法.....	11
6.1 总体要求.....	11
6.2 评分.....	11
6.3 评分结果.....	12

前　　言

本标准按照 GB/T 1.1-2009 给出的规则起草。

本标准由中凰认证服务（成都）有限公司制定。

本标准主要起草人：刘乾江、李琨龙。

售后服务管理水平评价准则

1 范围

本标准规定了售后服务管理的基本要素，包括原则、指标和方法等方面的内容。本标准适用于组织内部和外部（包括第三方机构）对售后服务管理水平进行分级评价，为提高售后服务水平提供参考。本标准可与其他标准一起使用。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。本文件所引用文件不标注日期或版本号，以现行有效版本为准。

GB/T 19001 质量管理体系 要求

GB/T 16868 商品经营服务质量管理规范

GB/T 22116 企业信用等级表示方法

GB/T 22117 信用基本术语

GB/T 27922 商品售后服务评价体系

GB/T 27925 商业企业品牌评价与企业文化建设指南

GB/T 23791 企业质量信用等级划分通则

GB/T 23794 企业信用评价指标

GB/T 29467 企业质量诚信管理实施规范

GB/T 31863 企业质量信用评价指标

GB/T 33718 企业合同信用指标指南

SB/T 10409 商业服务业客户满意度测评规范

3 术语和定义

GB/T 22117 界定的术语和定义及下列术语和定义适用于本文件。

3.1 服务 service

至少有一项活动必需在服务提供者和顾客之间进行的服务提供者的输出。

3.2 售后服务 after-sale services

向顾客售出商品或从顾客接受无形产品开始,所提供的有偿或无偿的服务。

3.3 顾客服务 customer service

在产品或服务的整个寿命周期内，组织与顾客之间的互动。

3.4 顾客 customer

能够或实际接受本人或本组织所需要或所要求的产品或服务的个人或组织。

3.5 消费者 consumer

为个人、家庭或家庭成员需要而购买或使用物品、房产或服务的个人。

3.6 生产型企业 products corporation

有自己的产品，并建立了销售系统的生产企业。

3.7 销售服务型企业 sales corporation

自己不生产产品，只销售其他企业产品的商业企业。

3.8 评价 evaluation

对事物在性质、数量、优劣、方向等方面做出的判断。

3.9 评价体系 evaluation system

以对事物进行评价为目的，依据指标体系、评价方法等要素构成的整体系统。

3.10 评价指标 evaluation index

具体的、可观察的、可测量的评价内容。

3.11 企业信用评价 enterprise credit evaluation

对企业履行社会承诺的意愿、能力和表现的评价活动。

3.12 服务成熟度 service maturity

服务实际绩效与理想状态绩效的相对值。

3.13 商品 commodity

用来交换、能满足人们某种需要的产品。

3.14 质保期 warranty period

指产品在一段时间内质量要合乎标准有保证，不会因除人为因素与不可抗、不可预测的因素之外的原因而毁坏。

3.15 保修期（保修） warranty time

指提供售后维修服务保障，有免费和付费两种方式。人为损坏和不在厂商协定标准服务政策之内的，需要收取维修成本；在标准服务政策之内的，则免费。

3.16 包修期（包修） warranty period

在包修期内维修商品可以不支付任何费用，厂商提供完全免费的维修行为。包修与包退、包换即为“三包”。

4 管理原则

4.1 科学性

指标内容包括影响企业信用的主要因素，能够反映企业诚信状况。

4.2 合理性

指标之间有机配合，结构合理，避免重复和矛盾。

4.3 适用性

各项指标便于理解、采集和使用。

4.4 客观性

以客观事实为基础，严格执行评价标准，坚持客观的、实事求是的态度。

4.5 公正性

评价应公平、公正，遵守 GB/T19011 中相关的要求。

4.6 关键性

遵循服务四项基本特征（通常是无形性、同时性、异质性和非储存性），分析服务接触方式，以顾客体验和互动的服务特性为核心价值，建立并保持服务认证技术制度、规则、方法和程序。

4.7 持续改进

服务管理水平评价应是持续性的，得出评价结果后，应至少按年度进行监督评价（包括客户、第三方的监督），至少每三年重新评价一次，达到保持和改进的目的。

5 评价指标

5.1 服务文化

5.1.1 服务理念

- a) 明确售后服务理念，且与售后服务模式、行业特点、经营宗旨相适宜。
- b) 售后服务理念在售后服务工作的所有环节得到贯彻。
- c) 售后服务人员熟知售后服务理念，并准确地向外宣传。

5.1.2 服务承诺

- a) 明确售后服务承诺，并有效地传递给客户。
- b) 售后服务承诺符合法规要求、体现承担社会责任和诚信经营形象、维护客户利益。
- c) 建立有效的措施，确保履行售后服务承诺。

5.1.3 服务策略

- a) 明确售后服务策略，且对所有售后服务工作起指导作用。
- b) 售后服务策略有助于实现服务承诺及目标。

5.1.4 服务目标

- a) 明确售后服务目标，必要时制定售后服务的长远目标或阶段发展的目标。
- b) 售后服务目标可评价，有具体实现人，建立考核计划和统计报告。
- c) 售后服务目标经过审批后及时调整，保留调整证据。

5.2 服务制度

5.2.1 服务规范

- a) 建立充分、适宜的售后服务规定，确保售后服务各环节有序、有效开展。
- b) 售后服务规定以规范的文件形式体现，建成完整高效的售后服务体系。
- c) 售后服务规范的文件依据相关管理要求得到有效管理。

5.2.2 服务流程

- a) 建立合理规范、具有操作性的售后服务流程，确保售后服务各环节有序、有效开展。
- b) 开展流程执行与优化的工作，确保流程运行高效。
- c) 必要时，应将服务流程对外公示、通知客户。

5.2.3 服务制度管理

- a) 制度制定经过审批、批准等过程，确保制度制定符合规定、内容科学合理。
- b) 制度通过宣传、培训等方式，确保相关员工理解、且具备实施的能力。
- c) 对制度的执行情况开展监督检查、效果评价。

5.3 服务体系

5.3.1 组织架构

5.3.1.1 组织管理

- a) 设立从事售后服务工作的组织机构，由高级管理人员担任机构负责人。
- b) 售后服务组织机构的目标明确、职责清晰。

5.3.1.2 服务网点

- a) 自建、撤销、委托设立售后服务网点时，应经过评估与审批。
- b) 重点市场区域、产品集中销售地区应设立售后服务网点。
- c) 必要时为重点客户设立售后服务网点或专职售后服务人员。
- d) 建立售后服务网点监督检查、考核评价机制。

5.3.2 人员配置

- a) 配备数量充足、能力充分，能够胜任的售后服务工作人员，人员结构和特征符合

实际需求。

b) 售后服务涉及特殊作业的，上岗前应取得相应的资格证书，且经过内部考核合格。

c) 对人员能力、工作表现进行考核与评价，必要时采取措施，确保人员能力、工作表现持续符合要求。

5.3.3 业务培训

a) 建立完善、适宜的售后服务培训体系。

b) 每年至少 1 次制定培训计划，明确培训目标、方式、对象等，并在每次培训后开展效果评价。

c) 重点做好售后服务的上岗前培训、技能培训、制度与法规的培训。

5.3.4 资源配置

a) 为售后服务工作开展配备舒适的工作场所，配备充足适宜的办公设备设施、专业工具仪器。

b) 采用信息化手段建立商品管理系统、客户管理系统、信息反馈系统等，以提高售后服务水平、保证售后服务质量。

c) 为售后服务培训、赔偿、产品保险、回馈活动、办公运营等准备充足的经费。

d) 为产品的运输、安装、调试、维修、保养、回收等提供数量充足、完好可用的专业工具、备品配件、辅助耗材等。

5.3.5 监督与奖惩

a) 对售后服务工作由专职人员定期开展监督、专业团队定期开展评价，及时发现并改正售后服务工作中的不足。

b) 建立长期有效的售后服务奖惩机制，确保对售后服务人员奖罚分明且具有激励作用。

5.4 服务实施

5.4.1 实施要素

5.4.1.1 商品及其包装

a) 为所售商品建立包装规范，保证商品运输或携带过程的完整、安全。

b) 所售商品的外包装有完整的厂家和产品信息，便于客户识别和了解。

c) 建立商品维修材料、配件的保障体系，确保售后服务快捷、有效完成。

5.4.1.2 专业设施

- a) 配备售后服务所需的专业设备、设施。
- b) 定期对设备、设施检查维护，保证售后服务正常进行。

5.4.1.3 办公运营设施

- a) 为售后服务人员提供舒适的工作场所及相关的办公设备、设施。
- b) 为售后服务人员提供必要的、符合法规要求的安全设施、卫生设施。
- c) 为售后服务人员、顾客提供休息区域、茶水及其他人性化服务。

5.4.2 配送服务

- a) 明确配送的责任人与方式，制定配送规定与收费标准等。
- b) 采取的配送方式确保能按承诺、客户要求或合同约定将商品完好无损配送到位。
- c) 建立配送、收货的记录，记录清晰、完整。

5.4.3 安装与调试

- a) 先后依据法律规定、合同约定、行业通俗做法，为客户提供安装、调试服务。
- b) 安装、调试涉及收费的应参照法律规定制定收费标准，无法律规定的，应明确收费内容及计费标准。
- c) 安装、调试完成后应经过客户验收与确认，建立安装与调试记录。

5.4.4 技术支持

- a) 长期为客户免费提供远程的技术支持服务，如维修意见、使用疑问、定期提醒客户保养等的各类技术支持服务。
- b) 在质保期内为客户免费提供专业培训、使用指导等技术支持服务。
- c) 对系统性缺陷产品：
 - 在条件允许时到客户现场提供免费的维修服务。
 - 采取有效的通知方式，及时通知客户到售后服务网点进行免费维修。
 - 对系统性缺陷产品的免费维修不应设立截至日期、使用年限等限制。
- d) 必要时制定技术服务手册，向客户免费提供。

5.4.5 维修保障

- a) 及时登记报修或送修信息，记录客户期望或诉求。
- b) 详细记录维修过程及内容，确保客户明白维修原因、维修措施及相关成本。
- c) 制定详细的收费标准，实现明码标价且收费合理。
- d) 保修期内为客户提供免费检测，仅收取零部件的成本费。
- e) 包修期内为客户提供免费的检测、维修服务。

- f) 维修现场整洁有序、卫生舒适。
- g) 维修人员技能娴熟、业务精通。
- h) 制定服务失败的补救措施，确保遇到难以修复的产品，处理后使客户满意。
- i) 制定维修的技术规范、工作程序等，并确保贯彻执行。

5.4.6 退货与换货

- a) 按法律规定、合同要求、服务承诺等接受客户退货或换货要求，并按约定承担相关费用。
- b) 制定退货、换货的条件并公开公示、产品销售时告知客户。

5.5 顾客服务

5.5.1 沟通渠道

- a) 设立专职人员维护反馈与沟通的渠道，确保渠道畅通、随时可用。
- b) 反馈与沟通渠道主要为客户服务，不得设置客观条件外的各种限制，以保证客户随时随地可以反馈、沟通。
- c) 必要时设立多种的、在线的反馈与沟通的渠道，公开公示并告知客户。
- d) 建立反馈与沟通的记录、建立内部处理与回复的机制。

5.5.2 投诉处理

- a) 制定投诉接待制度，为客户提供多种形式的投诉渠道。
- b) 建立完整的投诉记录，投诉得到及时处理、及时回复客户。
- c) 投诉受理及处理的责任人、纠纷调解人应经过适当的培训、具备相应的能力。
- d) 投诉处理要求
 - 及时、客观、公平、有效处理客户的投诉。
 - 确保不发生客户诉讼事件，确保不发生引起社会关注的负面影响事件。
 - 采取措施，减少客户投诉的发生。

5.5.3 客户关系

- a) 客户关系建立与管理贯穿售前、售中、售后全过程。
- b) 建立完善的客户管理档案，包含客户意见、满意度调查、回访等记录。
- c) 动态跟踪、获取客户当前或潜在的需求，转化为服务工作的方向。
- d) 及时与客户沟通、交流，听取客户心声，为客户提供增值服务。
- e) 定期分析客户意见、满意度情况，评价与客户关系进展情况，作为改进的依据。

5.6 服务改进

5.6.1 产品改进

- a) 建立产品优化与升级的工作机制，通过相关的质量、安全认证。
- b) 鼓励产品实现的技术标准高于国家或行业标准，鼓励接受第三方的鉴定检测。
- c) 不断提高产品质量水平，减少产品故障率。

5.6.2 服务改进

- a) 不断优化售后服务的工作流程、提高售后服务工作的效率。
- b) 提升客户对售后服务的满意度。
- c) 每年制定售后服务的改进目标，并采取措施实现。

5.6.3 管理改进

- a) 定期评审售后服务管理体系，确定改进方向、明确责任部门。
- b) 在法律政策、标准规范、市场趋势等发生变化时，及时审视售后服务体系，确保售后服务各项工作的适宜性和有效性。

6 评价方法

6.1 总体要求

- a) 组织具有相应能力的评价小组依据本标准开展服务管理水平评价。
- b) 评价计划应包括对管理文件、服务执行、监督改进等不同层面的调查，得出综合性的评价结果。
- c) 评价时采用文件审核和现场审查方式，包括查阅文件和记录、询问服务人员、观察现场、访问客户等，宜按 GB/T 19011 中的方法开展。

6.2 评分

- a) 采取评分法，本标准 5.1~5.3 条款为基本指标，5.4~5.6 条款或其他标准结合为专项指标，基本指标和专项指标之和为综合服务水平，满分为 100 分，评分方法见表 1。
- b) 在实际评价中，当任何要求因服务特点不适用时，可以考虑对其进行删减。当删减发生时，该指标分值不进行计算，除此之外的分值总和称为涉及项总分值。计算方法为：售后服务管理水平=实际得分/涉及项总分值（%）。
- c) 以评价过程中发现的不符合评价指标的情况为扣分依据，对于定性指标，不符合则扣除全部分值；遇到需要抽取多个同类型样本验证评分的指标时（例如：人员能力、记录、投诉解决情况等），需要调查多个层面或样本才能得出结论，可按其不符合的比例扣除分值。表 1 给出了评分的参考方法。

表 1 评分方法

评分比例	要点
0%~20%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在该评分项要求中水平很差，或没有描述结果，或结果很差 ■ 在该评分项要求中没有或极少显示趋势的数据，或显示了总体不良的趋势 ■ 在该评分项要求中没有或极少的相关数据信息，或对比性信息
20%~40%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在该评分项要求中结果很少，或在少数方面有一些改进和（或）处于初期绩效水平 ■ 在该评分项要求中有少量显示趋势的数据，或处于较低水平 ■ 在该评分项要求中有少量相关数据信息，或对比性信息
40%~60%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在该评分项要求的多数方面有改进和（或）良好水平 ■ 在该评分项要求的多数方面处于取得良好趋势的初期阶段，或处于一般水平 ■ 在该评分项要求中能够获得相关数据，或对比性信息
60%~80%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在该评分项要求的大多数方面有改进趋势和（或）良好水平 ■ 与该评分项要求中一些趋势和（或）当前显示了良好到优秀的水平 ■ 在该评分项要求中处于获得大量相关数据，或对比性信息。
80%~100%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在该评分项要求重要的大多数方面，当前结果/水平/绩效达到优良水平 ■ 与该评分项要求中大多数的趋势显示了领先和优秀的水平 ■ 在该评分项要求中能够获得充分相关数据，或对比性信息

注：表来源于 GB/T27925-2011 中附录 C。

6.3 评分结果

- a) 根据评分值评定综合服务水平，并以不同级别区分。
- b) 水平达到 70%（含 70%）为本标准的最低要求。70%以下，为评价不合格。
- c) 水平达到 70%（含 70%），按照以下要求进行级别划分：
 - 达到 70%（含 70%）以上，二星或 2A 级服务水平；
 - 达到 80%（含 80%）以上，三星或 3A 级服务水平；
 - 达到 90%（含 90%）以上，四星或 4A 级服务水平；
 - 达到 95%（含 95%）以上，五星或 5A 级服务水平。