

售后服务完善成熟度认证依据

目录

[illegible]

Q/CUSC

企 业 标 准

Q/CUSC 03-2023

售后服务完善程度评价技术规范

Evaluation standard for the perfection degree of
after-sales service system

2023-12-29 发布

2023-12-29 实施

北京中联标认证服务有限公司 发布

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2020 的规则起草。

本文件提出了售后服务体系完善程度评价技术规范，与 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》共同作为北京中联标认证服务有限公司开展商品售后服务体系完善程度认证的依据。

本标准由北京中联标认证服务有限公司提出并归口。

本标准起草单位：北京中联标认证服务有限公司。

本标准主要起草人：景永、王芳、秦江波、郝立亚、和海波

请注意本文件的某些内容可能涉及专利，本文件的发布机构不承担识别这些专利的责任。

售后服务体系完善程度认证规范

1 范围

本文件规定了售后服务体系完善程度的规范性要求，包括在 GB/T 27922-2011 基础上补充的售后服务要求和服务管理要求及售后服务体系完善程度评价准则等内容。

本规范适用于认证机构对从事售后服务的组织（以下简称“组织”）开展售后服务体系完善程度认证，也适用于组织依据评价其自身售后服务体系的完善程度，或寻求组织的相关方（如行业协会）公开对其完善程度的确认。

如果本文件的全部要求适用于组织的服务范围，组织应实施本规范的全部要求。如果本文件的某些要求不适用于组织的服务范围，组织应确认不适用的要求并说明理由。

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。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 27922-2011 商品售后服务评价体系

RB/T 301-2016 合格评定服务认证技术通则

GB/T 16868-2009 商品经营服务质量管理规范

GB/T 18760-2002 消费品售后服务方法与要求

GB/Z 19579 卓越绩效评价准则实施指南

SB/T 14109-2007 商业服务业顾客满意度测评规范

GB/T 19000-2016 质量管理体系基础和术语

3 术语和定义

GB/T 27922、SB/T 14109、GB/T 18760、GB/T 16868 和 RB/T 301 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。为了便于使用，以下重复列出了上述标准中的某些术语和定义。

3.1

售后服务 after-sales service

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。

注：售后服务包括但不限于以下方面：

随合同签订而提供的活动，例如测量、规划、咨询、策划、设计等；

b) 在商品售出到投入正常使用期间所涉及的活动，例如送货、安装、技术咨询与培训等；

c) 商品质量涉及的活动，例如退换、召回、维修、保养、检测、配件供应等；

d) 为获得顾客反馈或维系顾客关系而开展的活动，例如满意度调查、顾客联谊、商品使用情况跟踪等；

e) 以商品为基础，为顾客提供相关信息的活动，例如商品使用知识宣传、商品或服务文化宣传、网站或短信传递服务、新品推荐等；

f) 在有形产品或设施基础上提供文化理念或相关服务的活动，例如景区、餐饮、酒店、商场的服务。

3.2

服务网点 the point network for after-sales services

直接为消费者提供服务的单位。

3.3

商品 commodity

用来交换，能满足人们某种需要的产品。

3.4

服务特性 service characteristic

由顾客服务体验感知的一项或一组可区分的特征，通常是无形的。

注 1：服务特性可以从功能性、安全性、时间性、舒适性、经济性、生态型等方面提出。

注 2：服务特性可以是定性的或定量的。

3.5

服务管理 service management

为实现特定目标，组织针对与顾客接触过程实施指挥、协调和控制的活动。

3.6

评价 evaluation

合格评定中选取和确定功能的组合的活动。

注：确定功能包括但不限于测定、检验、检测、审核活动。

3.7

测评 measurement

针对研究对象所进行的收集资料数据、综合测算与分析的过程。

4 服务要求

商品售后服务除满足 GB/T 27922 中的相关服务要求外，还应满足以下要求。

4.1 基础设施

4.1.1 功能区

4.1.1.1 对于有固定经营场所和服务场所（包括总部和服务网点）的组织，应根据组织和顾客需要，划分出不同的功能区域，如接待区、服务区、办公区、存储区、生活辅助区等。

4.1.1.2 功能区标识清晰规范，平面布局、装修材料及电器线路的铺设应符合相关环保、节能、安全法律法规和标准的要求。

4.1.2 标识

4.1.2.1 应在明显的位置悬挂工商营业执照、许可证等，明示服务项目、服务流程、收费标准、监督投诉电话等。

4.1.2.2 组织标识明显，装饰美观，字号牌匾应书写规范、醒目，图片内容健康、外型美观。

4.1.2.3 图形标志符合 GB/T 10001.1 的要求。

4.1.3 服务设施

应确定、提供并维护售后服务所需要的设施。包括：

- 工作场所和相关的设施（如试衣间、顾客休息区域等）；
- 过程设备（硬件、软件等）；
- 支持性服务（如运输、通讯等）。

4.1.4 环境设施

4.1.4.1 室内照明适度、通风良好，地面平整防滑无障碍，墙体保温、隔热、隔音，排水设施畅通。

4.1.4.2 室内空气质量应符合 GB/T 18883 及 GB/T 17093 的要求，污染物排放 等应符合国家相关标准。

4.1.4.3 无明显噪声，室内无异味和装修污染，空调安装符合 GB 17790 的要求。

4.1.5 安全设施

4.1.5.1 组织应配备必要的消防设备设施并保持有效，并设置无障碍设施。

4.1.5.2 组织应确保设备设施安全，在存在较大安全风险的位置设置安全警示标识。

4.1.5.3 组织应确保顾客人身安全，在必要区域设置安全警示标识，配备必要的急救用品和应急物资。

4.1.5.4 组织应建立有效的安全通道，制定紧急事件处理预案。

4.1.5.5 组织应确保顾客财产安全。

4.1.6 卫生设施

4.1.6.1 组织应保持功能区环境的整洁、明亮，无虫害鼠害；公共卫生间地面平整，设有防虫措施、冲洗设备及行动不便人士专用设施。

4.1.6.2 组织应保持公共“门前三包”责任区卫生整洁，无积水、冰雪及障碍物等。

4.1.6.3 垃圾收集设施齐全、设置合理无异味，并有专人及时收集、清理。

4.1.6.4 在传染病流行期间，组织应明示已对其重点部位实施消毒。

注：重点部位包括柜台、货架、卫生间、电梯扶手、门把手等。

4.2 员工形象

4.2.1 从事售后服务人员应穿着组织规定的工作服，并佩戴服务胸卡。

4.2.2 举止文明，语言礼貌，微笑主动。

4.2.3 使用文明服务用语，口齿清晰，语气亲切，说普通话，宜根据需要提供英语和口语服务。

4.3 接待服务

4.3.1 接待人员应热情迎送，主动招呼，适时适度适人提供服务。根据需提供饮用水、座椅、网络等基公本和辅助接待服务。

4.3.2 接待人员应与顾客有效沟通，向顾客介绍售后服务项目、渠道、收费标准、保修期限等，并认真年听取顾客的售后服务需求，耐心解答顾客问题。

4.3.3 适宜时，提供相应停车位和停车服务。

4.4 受理与方案制定（适用时）

4.4.1 受理人员应主动向顾客介绍相关受理条件、流程、需要提供的信息、证明文件等。根据需要指导顾客填写表单、提供资料。遇紧急情况时，应迅速处理。

4.4.2 受理人员应认真核查顾客提供的证明文件和资料并为顾客开具受理单。当顾客需求不符合受理条件时，受理人员应耐心解释，说明原因。

4.4.3 应按公开的收费项目和标准提供服务，不应向顾客强行或变相提供有偿服务。

4.4.4 受理后，应根据售后服务需要制定售后服务方案。应与顾客就方案内容保持沟通，确保服务方案适宜有效、顾客满意。方案应经顾客审核并签字确认后实施。不需要制定方案时，应迅速传递信息，安排售后服务。

4.5 提供服务的形式应满足客户不同需求，如：电话、计算机咨询，预约登记；上门维修、安装、调试；接受送修服务等。

4.5 售后服务提供总要求

4.5.1 售后服务提供人员应：

- a) 具备相应的专业资格和必备的技术能力；
- b) 按时抵达，并向顾客出示身份证明（如工作证）；
- c) 良好沟通，耐心解答顾客问题，讲解商品的使用保养事项；
- d) 服务完毕向顾客提供相应凭证（适用时）；
- e) 对顾客信息和隐私保密。

4.5.2 应根据不同的商品制定售后服务内容和方式，包括：

- a) 主动向顾客提供的售后服务，如：大件或重要商品送货到门、安装调试、技术指导和培训、定期维护、顾客意见征集、跟踪回访、主动回馈等；
- b) 处理顾客售后需要，如维修、退换、供应零配件、投诉处理等。
- c) 注：主动服务或回馈活动可包括商品使用情况跟踪、商品使用知识宣传、商品或服务文化宣传、网站或短信传递服务、新品推荐、顾客联谊、检测服务等。

4.5.3 售后服务时间，如修理、更换、退货时间，应符合国家有关法规的规定，提供服务到达时间应满足企业服务承诺的要求。

4.5.4 服务提供时，应确保满足售后服务知情权的要求，耐心解答顾客有关收费、服务承诺、服务项目、故障原因、投诉渠道等问题。售后服务涉及到收费时，应提前向顾客明示。

5 服务管理要求

5.1 组织应建立、实施并保持包含了顾客体验特性要求的管理目标，包括但不限于：

- a) 售后服务及时率；
- b) 退换货率；
- c) 顾客投诉率和投诉处理及时率；
- d) 售后服务满意度；
- e) 客户流失率。

5.2 识别批发零售服务的主要顾客接触点，确定服务接触面，建立服务总

蓝图和关键过程子蓝图。

5.3 针对组织所选择的任何影响售后服务符合要求的外部供方提供的过程或服务，组织应确保对其实施控制。

5.4 组织应针对售后服务中各项活动和流程制定相应的制度和规范，确保制度和规范的适宜、充分，并按规范要求有效实施。制度和规范包括但不限于：

- a) 物资采购管理制度；
- b) 配送管理制度；
- c) 售后服务规范和服务提供规范；
- d) 风险与应急预案管理机制；
- e) 关键岗位人员管理制度和职业化培育规划；
- f) 设备设施管理制度；
- g) 安全管理制度；
- h) 服务的补救措施管理程序。

6 评价准则

6.1 总则

售后服务体系完善程度的评价包括以下三部分，评价汇总三个部分的结果获得：

- a) 售后服务管理评价；
- b) 售后服务特性测评；
- c) 运行结果的评价。
- d) 将售后服务管理评价和服务特性测评分值总计设定为 150 分（其中 GB/T 27922 的要求保持为标准规定的 100 分，本规范第 4 章和第 5 章作为评价补充要求，分值为 50 分）。将全部内容分为服务管理要求和服务特性测评，其中服务管理要求 64 分，服务特性测评 86 分。服务管理评价和服务特性测评最终得分相加后折算（如有删减，分别按给定总分折算后相加），即为服务和管理要求的最终评价结果，详见 6.2、6.3。

运行结果的评价分值设定为 100 分，详见 6.4。

售后服务体系完善程度评价结果详见 6.5。

6.2 售后服务管理评价

6.2.1 服务管理评价内容包括 GB/T 29722 中的管理要求（详见表 1），以及本规范第 5 章的要求。依据表 1 给出的测评工具对服务管理进行评价。

表 1 售后服务管理评价表

标准/技术规范	指标大类(分值)	指标	分值
GB/T 27922	5.1 售后服务体系(40)	5.1.1 组织架构	4
		5.1.2 人员配置	6
		5.1.3 资源配置	6
		5.1.4 规范要求	6
		5.1.5 监督	7
		5.1.6 改进	5
		5.1.7 服务文化	6
	5.2 商品服务(4/10) 注:5.2 总分 10 分，其中管理要求 4 分。	5.2.4.4 设备设施检查维修	2
		5.2.4.5 维修材料、配件的质量和供应	2
	5.3.1 顾客关系(3/15) 注:5.3.1 总分 15 分，其中管理要求 3 分。	建立顾客信息档案和计算机化的服务管理系统	3
5.3.2 投诉处理(2/10) 注:5.3.2 总分 10 分，其中管理要求 2 分。	记录投诉，建立投诉档案	2	
《售后服务体系完善程度认证评价规范》	5.1 管理目标(2)	管理目标内容	2
	5.2 服务蓝图(3)	建立服务计划，包括关键过程的计划	3
	5.3 外部供方管理(2)	保证对外部供方的控制	2
	5.4 售后服务管理制度和规范(8)	制度和规范的适宜性	8
服务管理评价分值合计：			64

6.2.2 评分方法及原则：

采用 GB/T 27922 的评分方法及原则（GB/T 27922 条款 6.2）。

6.3 售后服务特性测评

6.3.1 测评内容

售后服务特性测评内容包括：

a)GB/T 27922 中的服务要求，即：

——5.2 商品服务（5.2.4.4、5.2.4.5 除外，识别为管理要求）；

——5.3 顾客服务（5.3.1.3、5.3.2.12022 除外，识别为管理要求）。

b) 本规范第 4 章的要求。

6.3.2 评价方法与工具

6.3.2.1 使用表 2 给出的测评工具对售后服务进行评价

表 2 服务特性测评表

依据标准/技术规范	评价指标	对应条款	给定分值
GB/T 27922	5.2.1 商品信息	5.2.1.1~5.2.1.5	6
	5.2.2 技术支持	5.2.2.1~5.2.2.4	6
	5.2.3 配送	5.2.3.1~5.2.3.2	4
	5.2.4 准修(6/10) 注:5.2.4 总分 10 分，其中服务要求占 6 分。	5.2.4.1~5.2.4.3	4
		5.2.4.6	2
	5.2.5 质量保证	5.2.5.1~5.2.5.5	7
	5.2.6 废弃商品回收	5.2.6.1~5.2.6.2	2
	5.3.1 顾客关系(12/15) 注:5.3.1 总分 15 分，其中服务要求占 12 分。	5.3.1.1~5.3.1.2	6
		5.3.1.4~5.3.1.5	6
	5.3.2 投诉处理(8/10) 注:5.3.2 总分 10 分，其中服务要求占 8 分。	5.3.2.2~5.3.2.3	8
《售后服务体系完善程度认证评价规范》	4.1.1 功能区	4.1.1	2
	4.1.2 标识	4.1.2	1.5
	4.1.3 服务设施	4.1.3	2
	4.1.4 环境设施	4.1.4	1.5
	4.1.5 安全设施	4.1.5	4
	4.1.6 卫生设施	4.1.6	2
	4.2 员工形象	4.2	2
	4.3 接待服务	4.3	3
	4.4 受理与方案制定(适用时)	4.4	5
	4.5 售后服务提供总要求	4.5	12
服务特性评测分值合计:			86

6.3.2.2 服务特性采用的评分方法:

a) 以评价过程中发现的不符合评价指标的情况为扣分依据，一般均为定性指标，不符合则扣除全部分值；

b) 测评内容除了 a) 情形外，如遇评价指标中有多个二级及以下条款时，

可按其不符合的比例扣除分值，要求如下表 3：

表 3 服务特性测评评分指南

评分比例	要点
0%~20%	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，或对比信息。
20%~40%	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%	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%	在该评分项要求的大多数方面有改进趋势和(或)良好水平。 在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%	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。 在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。

c) 评价表中含有本文件范围中描述的需组织说明的不适用要求时，按以上评分方法得出总分后按比例换算最后分值，即：（实际得分/删减后的给定分值总分）×100。

注：如多人对同一评价内容进行多次测评，其总分由计算每人（次）评价分的均值获得。

6.4 组织运行结果的评价

6.4.1 运行结果的评价包括售后服务结果和资源结果两部分。评价售后服务结果时，当售后服务涉及实物产品，实物产品的质量、创新等也应纳入评价中。售后服务结果和资源结果的评价详见表 4。

表 4 运行结果评价表运行结果

运行结果	给定分值	评价指标	给定分值
售后服务结果	70	关键绩效指标的水平和趋势	40
		与竞争对手对比的结果	20
		特色及创新成果	10
资源结果	30	人力资源	15
		基础设施	15
运行结果分值合计：			100

注 1：企业的售后服务结果的评价主要包括：

a) 售后服务的关键绩效指标（如服务水平指标和产品质量指标（如有）等）的当前水平和趋势；

b) 售后服务的关键绩效指标与竞争对手对比的结果，与国内、国际同类服务和产品的对比结果；

c) 主要服务和产品所具有的特色及创新成果。

注 2：人力资源管理方面的关键绩效指标可包括：员工流失率、人均培训时间和经费投入等；

注 3：基础设施及测量资源的主要测量指标及其当前水平和趋势，如经营和服务场所面积、关键设备设施配备率和完好性、基础设施相关投资等。

6.4.2 组织运行结果的评分方法

a) 以评价过程中发现的不符合评价指标的情况为扣分依据，一般均为定性指标，不符合则扣除全部分值；

b) 测评内容除了 a) 情形外，可按其不符合的比例扣除分值，以判定企业结果的成熟度，要求如下表 5：

表 5 组织运行结果评分指南

评分比例	结果
0%~10%	没有报告结果，或结果很差。 没有显示趋势的数据，或大多为不良的趋势。没有对比性信息。 在对于达成组织使命、愿景和战略目标重要的任何方面，均没有报告结果。
10%~25%	结果很少，在少数方面有一些早期的良好绩效水平。 有一些显示趋势的数据，其中部分呈不良的趋势。没有或极少对比性信息。 在对于达成使命、愿景和战略目标重要的少数方面，报告了结果。
25%~45%	在对该评分条款要求重要的一些方面，有良好的绩效水平。 有一些显示趋势的数据，其中多半呈有利的趋势。 处于获得对比性信息的早期阶段。 在对于达成使命、愿景和战略目标重要的多数方面，报告了结果。
45%~65%	在对该评分条款要求重要的大多数方面，有良好的绩效水平。 在对达成组织使命、愿景和战略目标重要的方面，呈有利的趋势。 与有关竞争对手和(或)标杆进行对比评价，部分指标具有良好的相对绩效水平。 结果对应了大多数关键的顾客、市场和过程要求。
65%~85%	在对该评分条款要求重要的大多数方面，有良好到卓越的绩效水平。 在对达成使命、愿景和战略目标重要的大多数方面，呈可持续的有利趋势。 与有关竞争对手和(或)标杆进行对比评价，多数乃至大多数指标具有非常好的相对绩效水平。 结果对应了大多数关键的顾客、市场、过程和战略实施计划要求。
85%~100%	在对该评分条款要求重要的大多数方面，有卓越的绩效水平。 在对达成使命、愿景和战略目标重要的所有方面，呈可持续的有利趋势。 在多数方面都表明处于行业领导地位和标杆水准。

结果完全对应了关键的顾客、市场、过程和战略实施计划要求。

6.5 售后服务体系完善程度评价结果

售后服务体系完善程度评价结果见表 6。

表 6 售后服务体系完善程度评价结果示意

服务和管理要求综合得分	运行结果得分	完善程度级别
≥90 分	≥80 分	十二星级
≥85 分	≥70 分	十星级
≥80 分	≥60 分	七星级

说明：

a) 表 6 中的“服务和管理要求综合得分”的计算方法：

服务和管理要求综合得分 = (服务管理评价最终得分 + 服务特性测评最终得分) ÷ 150 × 100；

仅当“服务和管理要求综合得分”、“运行结果得分”同时满足要求时，才能授予相应的“完善程度级别”。当其中一项不满足时，降低级别，采取就低原则。

附录 A

(规范性附录)

服务和管理要求评分表

A.1 服务评价管理表

表 A.1 售后服务管理评价评分表

标准/技术规范	指标大类(分值)	指标	分值	实际得分
GB/T 27922	5.1 售后服务体系(40)	3.1.1 组织架构	4	
		5.1.2 人员配置	6	
		5.1.3 资源配置	6	
		5.1.4 规范要求	6	
		5.1.5 监督	7	
		5.1.6 改进	5	
		5.1.7 服务文化	6	
	5.2 商品服务(4/ 10) 注:5.2 总分 10 分, 其中管理要求 4 分。	5.2.4.4 设备设施检查维修	2	
		5.2.4.5 维修材料、配件的质量和供应	2	
	5.3.1 顾客关系(3/ 15) 注:5.3.1 总分 15 分, 其中管理要求 3 分。	建立顾客信息档案和计算机化的服务管理系统	3	
	5.3.2 投诉处理(2/ 10) 注:5.3.2 总分 10 分, 其中管理要求 2 分。	记录投诉, 建立投诉档案	2	
本规范	5.1 管理目标(2)	管理目标内容	2	
	5.2 服务蓝图(3)	建立服务计划, 包括关键过程的计划	3	
	5.3 外部供方管理(2)	保证对外部供方的控制	2	
	5.4 售后服务管理制度和规范(8)	制度和规范的适宜性	8	
服务管理评价分值合计:			64	

A.2 服务特性测评表

表 A.2 服务特性测评价评分表

依据标准/技术规范	评价指标	对应条款	给定分值	实际得分
GB/T 27922	5.2.1 商品信息	5.2.1.1~5.2.1.5	6	
	5.2.2 技术支持	5.2.2.1~5.2.2.4	6	
	5.2.3 配送	5.2.3.1~5.2.3.2	4	
	5.2.4 维修(6/ 10) 注:5.2.4 总分 10 分, 其中 服务要求占 6 分。	5.2.4.1~5.2.4.3	4	
		5.2.4.6	2	
	5.2.5 质量保证	5.2.5.1~5.2.5.5	7	
	5.2.6 废弃商品回收	5.2.6.1~5.2.6.2	2	
	5.3.1 顾客关系(12/ 15) 注:5.3.1 总分 15 分, 其中 服务要求占 12 分。	5.3.1.1~5.3.1.2	6	
		5.3.1.4~5.3.1.5	6	
	5.3.2 投诉处理(8/ 10) 注:5.3.2 分 10 分, 其中服 务要求占 8 分。	5.3.2.2~5.3.2.3	8	
《售后服务体系完 善程度认证评价规 范》	4.1.1 功能区	4.1.1	2	
	4.1.2 标识	4.1.2	1.5	
	4.1.3 服务设施	4.1.3	2	
	4.1.4 环境设施	4.1.4	1.5	
	4.1.5 安全设施	4.1.5	4	
	4.1.6 卫生设施	4.1.6	2	
	4.2 员工形象	4.2	2	
	4.3 接待服务	4.3	3	
	4.4 受理与方案制定(适用 时)	4.4	5	
	4.5 售后服务提供总要求	4.5	12	
服务特性测评分值合计:			86	

附录 B

(规范性附录)

运行结果评价工具

B.1 评分实施方法

B.1.1 运行结果评价表

表 B.1 运行结果评分表

运行结果	给定分值	评价指标	给定分值	实际得分
售后服务结果	70	关键绩效指标的水平 and 趋势	40	
		与竞争对手对比的结果	20	
		特色及创新成果	10	
资源结果	30	人力资源	15	
		基础设施	15	
运行结果分值合计:			100	

B.1.2 参照表 5 组织运行结果评分指南，对某一条款评分时，首先判定哪个分数范围档次（如 65%-85%）总体上“最符合”组织在本评分条款达到的水平。总体上“最符合”是综合地从总体上的一个观察。并不要求与分数范围档次内的每一句话完全一致，允许在个别要素上有所差距。

B.1.3 当结果条款的评分比例为 45-65%时，表示具有良好的绩效水平、有利的趋势，在该评分条款所覆盖的方面具有适宜的对比数据，部分绩效达到良好水平，且满足大多数关键的顾客、市场和过程要求。更高的分数反映了更好的绩效水平、趋势和对比绩效，更广泛的覆盖和整合。

参考文献

- [1] GB/T 27922-2011 商品售后服务评价体系
- [2] GB/T 19000-2016 质量管理体系基础和术语
- [3] GB/T 16868-2009 商品经营服务质量管理规范
- [4] GB/T 18760-2002 消费品售后服务方法与要求
- [5] GB/T 16784-2008 工业产品售后服务总则
- [6] GB/T 17093-1997 室内空气中细菌总数卫生标准
- [7] GB/T 18883-2002 室内空气质量标准
- [8] GB/T 17790-2008 家用和类似用途空调器安装规范
- [9] GB/T 10001.1-2012 公共信息图形符号第 1 部分：通用符号
- [10] GB/T 1.1-2020 标准化工作导则第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则
- [11] GB/T 36733-2018 服务质量评价通则
- [12] GB/Z 19579-2012 卓越绩效评价准则实施指南
- [13] RB/T 301-2016 合格评定服务认证技术通则
- [14] SB/T 10401-2006 商品售后服务评价体系
- [15] SB/T 10409-2007 商业服务业顾客满意度测评规范



中华人民共和国国家标准

GB/T 16868—2009
代替 GB/T 16868—1997

商品经营服务质量管理规范

Commodity and service quality management specification

2009-05-06 发布

2009-10-01 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会

发布

目 次

前言 I

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 基础设施要求 2

5 文件管理要求 3

6 质量管理要求 3

7 商品管理要求 5

8 服务质量控制 7

9 从业人员岗位要求 8

参考文献 10

前 言

本标准代替 GB/T 16868—1997《商品经营质量管理规范》。

本标准与 GB/T 16868—1997 相比主要修改如下：

- 标准名称用“商品经营服务质量管理规范”代替“商品经营质量管理规范”；
- 删除原标准中“商品经营的特性、管理职责”，增加了“基础设施要求”的内容；
- 本标准用“文件管理要求”代替“质量文件和记录”；
- 本标准用“质量管理要求”代替“与顾客的接触”；
- 删除原标准中“图 1、质量体系结构、质量体系文件、内部质量审核、质量体系评审”；
- 本标准用“商品管理要求”、“服务质量控制”代替“质量体系运行要素”；
- 增加了“食品经营管理”；
- 删除原标准中“数据收集、分析和应用”；
- 本标准用“从业人员岗位要求”代替“人员技能与交往联络”。

本标准由中国商业联合会提出。

本标准由中华人民共和国商务部归口。

本标准起草单位：中国商业联合会培训部。

本标准主要起草人：衡虹、赵霞、杨晓燕、刘璟琳、王凤宏、徐民。

商品经营服务质量管理规范

1 范围

本标准规定了商品经营服务质量管理的相关术语和定义,基础设施要求、文件管理要求、质量管理要求、商品管理要求、服务质量控制、从业人员岗位要求。

本标准适用于从事各类商品经营及服务的企业和组织。

2 规范性引用文件

下列文件中的条款通过本标准的引用而成为本标准的条款。凡是注日期的引用文件,其随后所有的修改单(不包括勘误的内容)或修订版均不适用于本标准,然而,鼓励根据本标准达成协议的各方研究是否可使用这些文件的最新版本。凡是不注日期的引用文件,其最新版本适用于本标准。

GB 8978 污水综合排放标准

GB/T 10001.1 标志用公共信息图形符号 第1部分:通用符号(GB/T 10001.1—2006, ISO 7001:1990, NEQ)

GB 10070 城市区域环境振动标准

GB 12348 工业企业厂界噪声标准

GB/T 17093 室内空气中细菌总数卫生标准

GB/T 17242 投诉处理指南

GB 17790 家用和类似用途空调器安装规范

GB 18580 室内装饰装修材料 人造板及其制品中甲醛释放限量

GB 18584 室内装饰装修材料 木家具中有害物质限量

GB/T 18883 室内空气质量标准

GB 50222 建筑内部装修设计防火规范

SB/T 10401 商品售后服务评价体系

SB/T 10409 商业服务业顾客满意度测评规范

SB/T 10427 大型商场、超市空调制冷的节能要求

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本标准。

3.1

商品 commodity

用来交换、能满足人们某种需要的产品。

[GB/T 18184—2000, 定义 3.1.4]

3.2

服务 service

为满足顾客的需要,供方和顾客之间接触的活动以及供方内部活动所产生的结果。包括供方为顾客提供人员劳务活动完成的结果;供方为顾客提供通过人员对实物付出劳务活动完成的结果;供方为顾客提供实物使用活动完成的结果。

服务的提供可涉及,例如:

——在顾客提供的有形产品(如维修的汽车)上完成的活动;

- 在顾客提供的无形产品(如为准备税款申报书所需的收益表)上完成的活动;
- 无形产品的交付(如知识传授方面的信息提供);
- 为顾客创造氛围(如在宾馆饭店)。

注: 改写自 GB/T 19000—2000 的定义 3.4.2。

[GB/T 15624.1—2003, 定义 3.1]

3.3

质量 quality

一组固有特性满足要求的程度。

注 1: 术语“质量”可使用形容词如差、好或优秀来修饰。

注 2: “固有的”(其反义是“赋予的”)就是指在某事或某物中本来就有的, 尤其是那种永久的特性。

[GB/T 19000—2000, 定义 3.1.1]

4 基础设施要求

4.1 标识

4.1.1 工商营业执照、税务登记证、卫生许可证等应悬挂明示, 物价部门审查批准的服务项目及收费标准应明示。

4.1.2 企业标识明显, 装饰美观, 字号牌匾应书写规范、醒目, 图片内容健康、外型美观, 服务标志设置、安装、改装等要求参见《城市市容和环境卫生管理条例》规定。

4.1.3 图形标志应符合 GB/T 10001.1 的要求。

4.2 服务设施

应确定、提供并维护商品经营所需要的设施。包括:

- 工作场所和相关的设施(如试衣间、顾客休息区域等);
- 过程设备(硬件、软件等);
- 支持性服务(如运输、通讯等)。

4.3 环境设施

4.3.1 室内照明适度、通风良好, 地面平整防滑无障碍, 墙壁保温、隔热、隔音, 排水设施畅通。

4.3.2 室内空气质量应符合 GB/T 18883 以及 GB/T 17093 的要求; 污染物排放应符合国家相关标准的规定。

4.3.3 边界噪声要求除参见《中华人民共和国环境噪声污染防治法》的规定还应符合 GB 12348 的要求; 如有振动影响的, 应符合 GB 10070 的要求。

4.3.4 室内装修装饰材料应符合 GB 18580 以及 GB 18584 的要求。

4.3.5 空调安装使用应符合 GB 17790 以及 SB/T 10427 的要求。

4.4 安全设施

4.4.1 消防设施要求除参见《中华人民共和国消防法》的规定还应符合 GB 50222 的要求。

4.4.2 污水应经预处理后纳入城市污水管道集中处理, 不能纳管的应自行处理达到 GB 8978 的要求。

4.4.3 应建立有效的安全通道, 制定紧急事件处理预案。

4.4.4 应设立无障碍设施。

4.5 卫生设施

4.5.1 公共卫生间的地点应因地制宜, 合理规划, 并符合公共卫生要求, 内部应空气流通、光线充足、沟通路平; 并应有防臭、防蛆、防蝇、防鼠等技术措施, 应设置冲洗设备、插销、洗手盆和挂衣钩以及老人残疾人专用蹲位、扶手和无障碍通道, 应注意防冻和排水。

4.5.2 垃圾收集设施齐全、设置合理并无异味; 垃圾废弃物应有专人及时收集、清理。

5 文件管理要求

5.1 管理文件

应字迹清晰、整洁、易于识别,注明颁布时间并按规定的方法予以标识和保存。

应主要包括:

- 经营服务质量计划;
- 管理手册;
- 程序规范(含岗位规范);
- 检查指导书。

5.2 记录控制

应依据管理特点进行准确记录,以保证所提供的商品和服务达到规定的要求。编制形成的文件应包括:

- 服务质量计划完成情况;
- 顾客对服务质量满意和不满意的程度;
- 有关体系评价和经营改进的结果;
- 为识别质量趋势所进行的分析;
- 纠正措施及其结果;
- 预防措施及其结果;
- 相关外包方的质量情况记录以及处理结果;
- 从业人员的技能和培训;
- 市场分析(包括与竞争对手的比较)。

6 质量管理要求

6.1 服务管理

6.1.1 服务规范

6.1.1.1 服务用语

熟练运用文明服务用语。口齿清晰、语气亲切、说普通话,能提供英语和手语的服务。

6.1.1.2 接待服务

应微笑服务,主动招呼,适时适度适人提供服务。

6.1.1.3 收银服务

收款时应唱收唱付,开具购物票据,填写内容要如实规范,并提供银行卡服务。

6.1.1.4 辅助服务

应根据顾客需要和企业条件,设立辅助服务项目,并向顾客公示服务内容和收费标准。可包括:

- 咨询导购;
- 邮购函购;
- 预订服务;
- 缺货登记;
- 小修小配;
- 广播服务;
- 无障碍服务等。

6.1.2 有效沟通

应对商品和服务的信息与顾客进行及时有效的沟通。

6.1.3 顾客财产

在商品销售期间,经营组织对其负责的顾客财产的搬运、贮存、包装、交付实施有效控制。

6.2 标识标注管理

6.2.1 应在服务实现的全过程中,使用适宜的方法对服务和商品进行标识标注,商标标识标注的使用参见《中华人民共和国产品质量法》以及《产品标识标注规定》的规定。

6.2.2 应控制并记录服务和商品的标识标注,以便于追溯。

标识标注包括:

- 服务场所相关标识标注,如服务人员工牌;
- 商品相关标识标注,如卖场标价签、仓储用标签等;
- 服务标识标注:安全警示标识、标牌、指示标识、卖场布局图等。

6.2.3 在自选销售方式的零售业态中销售的商品,应当有规范的商品自身标识。

6.3 卫生安全管理

6.3.1 卫生管理

6.3.1.1 卖场及仓库的场地卫生管理

场地卫生包括以下几个方面:

- 作业场前设置更衣室,方便所有从业人员在作业前换穿工作服及整理仪容;
- 进口处应设置个人消毒设施;
- 作业场地内应有防止病媒侵入的设施,如纱门纱窗防范蚊虫,以及冷藏库贮存易腐烂变质产品等;
- 仓库定期打扫、通风,应该区隔处理不同类别的产品。

6.3.1.2 设备卫生管理

设备卫生是产品安全卫生的重要保障,包括以下几个方面:

- 定期清洗各项设备;
- 注重作业工作台的卫生,对刀具、容器等要及时清洗、消毒;
- 配置高温及高压热水冲洗设备。

6.3.1.3 卫生检验管理

应设有简易检验设备,检查商品的品质与卫生,保障消费者的合法权益。

6.3.2 安全管理

6.3.2.1 治安安全管理

应建立专门的保卫组织,负责日常的治安安全,并安装必要的防盗安全系统。

6.3.2.2 消防安全管理

区域内必须配置必要的消防器材,消防安全要求参见《中华人民共和国消防法》的规定。

6.3.2.3 作业安全管理

作业安全管理包括卖场安全作业管理以及物流、仓储安全作业管理。

应设置符合安全标准的作业场地设施,并且培训员工使用正确的作业方式进行作业。特殊项目的员工应配备防护用品,以保障员工的作业安全。

6.3.2.4 关键部位安全管理

关键部位的安全防范工作应做到职责明确,制度落实。关键部位包括:

- 存放现金、票证和贵重商品的部位;
- 配电室、空调室、锅炉房、液化气设备管道等特殊部位;
- 存放易燃易爆品的场所。

6.4 售后服务管理

6.4.1 售后服务管理应符合 SB/T 10401 的要求。

6.4.2 应根据出售的不同商品制定售后服务的内容和服务方式,其中包括:

- 大件商品、重要商品的送货到户;
- 预约登门服务;
- 商品的修、换、退;
- 售后的技术服务等。

6.4.3 投诉处理

6.4.3.1 售后服务应与顾客建立有效的联系,规定对顾客投诉的处理程序和要求,应建立受理客户投诉的管(通)道,设立投诉电话,受理顾客投诉。

6.4.3.2 对售出的商品,当顾客提出异议时应参照《中华人民共和国消费者权益保障法》的规定,予以妥善解决,对商品质量问题实行先行负责制。除此之外,还应符合 GB/T 17242 的要求。

6.4.3.3 对于具有侵害消费者权益行为的不法商家,应参照《关于处理侵害消费者权益行为的若干规定》予以处置。

6.4.4 服务跟踪

根据商品的不同特点和销售对象,可采取不同的跟踪方式:定向跟踪、柜台调查、走访用户(顾客)等多种方法。应记录跟踪的结果及销售中的信息,并及时整理反馈有关部门和相关方。

6.5 信息化管理

为提高自身服务水平以及运营效率,应建立符合本企业实际的高效实用的信息化管理系统,培养专业人员掌握信息系统的管理操作。

7 商品管理要求

7.1 商品采购质量管理

7.1.1 供应商的管理

与供货商及相关业务单位签定采购合同应参见《中华人民共和国合同法》的规定,并建立对供应商的企业资质、信用、质量、经营、服务表现等的评价体系。

7.1.2 采购商品质量安全控制

7.1.2.1 商品验收

- 严格执行商品进货验收制度;
- 各类商品必须有明确的验收标准;
- 进货前,须验明商品名称、包装、标签、数量、质量、合格证、必要的检测报告、各类标志及其他有效证明,依法签定采购合同;
- 应向有关部门备案的商品,必须提供备案证明材料;
- 商品未经验收不得销售。

7.1.2.2 商品跟踪管理制度

对库存商品及销售商品进行环节跟踪检查和验收,建立商品进销台账,对流通领域十类商品进行建档备案。防止过期、失效、变质、破损及受污染商品进入货架和柜台,发现问题及时处理。对临近保质期的商品,应及时确认、下架。

7.1.2.3 进口商品要提供海关报关单、商检证明、相关的进口依据等必备的资证材料,对在国内未进行商标注册的,进口商要出示承诺书。

7.2 商品运输质量管理

7.2.1 应制定商品运输质量控制文件和操作规程。

7.2.2 商品运输工具、器具应具备防晒、防雨、防尘、防火、防爆等条件。商品运输操作规程应符合相关国家规定。

7.3 商品贮存质量管理

7.3.1 应制定完善的仓储管理和质量控制范围、要求,根据商品的性质和外界因素对商品的影响,确定适宜的保管条件和养护措施,防止商品的损耗和质量降低。贮存商品应符合相关国家规定。

7.3.2 应制定完善的仓储管理规范,包括检查制度和记录表单。

7.4 商品分销质量管理

商品分销包括批发商将商品分发给经销商、组织内部的商品分发和连锁企业的配送,分发商品时应根据相关单据进行查验,并核对是否符合分发程序,分发商品的运输和装卸应符合 7.2.2 要求。收货人应对商品质量进行检查,发现不符合的应隔离、记录并报告相关部门处理。

7.5 商品销售服务质量管理

7.5.1 介绍商品

说明商品的性能、质量特点、使用方法及使用中应注意的问题,同时提供有效的联络方式。

7.5.2 价格控制

销售商品或提供服务时,企业内部应制定价格管理规范,严格执行属于政府监管的价格,合理制定属于企业自管的价格。应明码标价。具体参见《中华人民共和国价格法》以及《关于商品和服务实行明码标价的规定》的规定。

7.5.3 计量控制

销售商品或提供服务时,如果产品能够量化,企业应提供衡量标准。具体参见《中华人民共和国计量法》、《定量包装商品计量监督管理办法》以及《商业 服务业诚信计量行为规范》的规定。

7.5.4 促销管理

零售商不得以促销为由拒绝退换货,限量商品售完后应即时明示,促销活动不得损害消费者的合法权益,应保证人身、财产的安全。具体参见《零售商促销行为管理办法》以及《关于制止低价倾销行为的规定》的规定。

零售商做促销活动时,必须同时制定顾客安全预警方案,防止发生人员过于集中造成的拥堵、踩踏等事故。

7.5.5 环保要求

经营者向消费者提供有偿塑料购物袋的具体要求参见《商品零售场所塑料购物袋有偿使用管理办法》。

7.6 食品经营管理

食品经营管理的相关规定,除参见《中华人民共和国食品卫生法》、《中华人民共和国食品安全法》、《中华人民共和国食品包装法》、《流通领域食品安全管理办法》、《食品标识管理规定》的规定外,还应符合商品管理要求。

7.6.1 食品经营的采购

- 食品经营的采购应确保满足食品安全性、合法性;
- 应加强对采购食品的安全监督工作,具体要求参见《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》。

7.6.2 食品经营的运输

- 食品运输包装材料必须有批号和生产厂家的卫生注册号,以及食品检验检疫证明;
- 生鲜和冷冻冷藏食品必须使用冷藏车运输,并且做好冷冻保鲜措施和清洁标准。

7.6.3 食品经营的贮存

- 食品储存场所必须符合食品卫生法要求,保持通风、干燥;
- 食品储存必须码放在栈板上并且隔墙离地;
- 食品储存必须具有明显的标签标注,如:名称(货号)日期等;
- 根据商品储藏要求进行相应的湿度控制。

7.6.3.1 冷藏贮存根据要求不同,分为立风柜贮存、冷柜贮存和冷库贮存:

- 蔬菜、水果的储存温度一般控制在 $0^{\circ}\text{C}\sim 15^{\circ}\text{C}$, (根据具体果实情况合理调整);
- 熟食、乳制品等食品应在 $-4^{\circ}\text{C}\sim 0^{\circ}\text{C}$ 条件下冷藏贮存;
- 水产品、畜禽制品、速冻食品等应在 $-23^{\circ}\text{C}\sim 0^{\circ}\text{C}$ 条件下冷冻贮存。

7.6.3.2 常温贮存基本的要求是:

- 贮存场所应清洁卫生、阴凉干燥;
- 避免高温、潮湿;
- 无蟑螂、老鼠、虫害等。

7.6.4 食品经营的分销

食品分销商必须跟踪、甚至召回特定的货物,同时不停地监视易腐烂产品的到期日,并向客户和地方当局提供其所需的信息。

7.6.5 食品经营的销售

- 经营单位进行经营活动的相关要求参见《食品卫生法》和《保健食品管理办法》;
- 经营的食物必须拥有产品检验合格证等相关证明,并且在食品标签上予以反映,具体应符合《食品标识管理规定》的规定;
- 加工和自制食品,应当取得卫生许可证,并符合相应的卫生、环保要求。

7.7 药品经营管理

药品经营管理的有关规定参见《药品经营质量管理规范》。

7.8 其他商品经营管理

其他类商品经营管理的有关规定参见国家现行的相关规范。

8 服务质量控制

8.1 服务质量控制的策划

为商品服务的实施提供所需的规划和目标,商品服务质量控制的目标应与质量管理体系其他过程要求相一致。制定策划时应注意:

- 应针对目标顾客确定需求定位;
- 应参照与商品服务有关的法律法规要求;
- 应针对顾客需求确定服务过程、职责和资源要求(包括流动资金);
- 应确定商品服务全过程所需要的服务质量控制规范;
- 应确定服务质量控制所需要的记录。

8.2 服务质量控制的实施

在服务质量控制的实施的过程中,应做到:

- 确保依照服务规范与顾客接触;
- 明确运行控制的信息、票据、现金、物质、价格等控制流程;
- 时时收集顾客反馈的信息;
- 确保所有测量(检测)工具的测量结果准确;
- 对服务及其相关运营各类活动的检查监控;
- 对商品质量实施现场检查,有问题的商品不得销售;
- 依据约定开展交付后的活动,包括:运输、仓储、配送和安装。

8.3 服务质量控制的检查和评估

8.3.1 对服务质量控制的实施过程(包括售后服务)要进行监督和检查。应包括:

- 过程评审和批准所规定的准则;
- 适用设备设施的提供和确认;

- 从业人员能力和资格的确定；
- 对其服务特性开展检查监督；
- 应保持相关的记录。

8.3.2 对服务质量的测量和评估。通过对服务经营各个环节的检查、验证和评估,确定经营活动得到有效控制,应建立服务质量评估系统,实行考核评估制度。

8.3.2.1 服务质量标准化评估

应实行服务质量标准化,内容应包括:

- 服务的标准;
- 实施的方法;
- 绩效评估与持续改进的方法。

8.3.2.2 顾客满意程度测量

应建立顾客满意测量体系,建立时应注意:

- 明确测量的目的;
- 设计测量的具体方法、流程和工具;
- 运用适宜的统计分析方法;
- 编写评测报告并持续改进。

8.4 服务质量的改进

8.4.1 服务补救

当发现服务失误,分析失误原因之后,在定量分析的基础上,对服务失误进行评估并采取恰当的管理措施予以解决。服务补救应当注意的内容:

- 要建立有效的服务补救系统,派专人负责服务补救系统的高效运行;
- 出现失误,不要拖延;
- 要主动解决失误问题;
- 补救过程中要让顾客了解进展情况。

8.4.2 服务提高

为持续提高服务质量,保持并提升企业优质服务形象所采取的一系列活动过程中,应注意:

- 建立质量提升团队;
- 定期测量服务质量;
- 正确评估质量成本;
- 不断培训,提升服务质量意识;
- 明确目标并加以设定;
- 查询服务漏洞并立即纠正。

9 从业人员岗位要求

9.1 人员素质

9.1.1 职业守则

以顾客为本,具有良好的职业道德和职业素养。

9.1.2 职业形象

从业人员的面貌、礼仪、行为、态度等应符合行业或企业要求。

9.1.3 职业健康

从事食品经营的从业人员应符合国家现行的相关管理规定,并建立从业人员健康档案。

9.2 培训和教育

9.2.1 培训

要求企业建立完善的服务质量管理培训体系,并配有相应的培训计划、培训课程。

对企业所有从业人员提供教育培训,建立岗位培训和考核晋升制度。根据不同人员层次和岗位要求,持续、滚动地进行针对服务态度、知识、技能等方面的培训,对从业人员的教育、培训、技能和经验保持记录,并有达到要求的证明。

9.2.2 继续教育

实行继续教育制度,统筹安排自学与集中培训计划,每年应接受后续教育培训。对专业人员和管理者建立教育和诚信档案,持续提高行业的服务质量和管理水平。

参 考 文 献

- [1] GB/T 15624—2003 服务标准化工作指南第1部分:总则.
- [2] GB/T 18184—2000 商业自动化术语.
- [3] GB/T 19000—2000 质量管理体系基础和术语.
- [4] SB/T 10382—2004 服务管理体系规范及实施指南.
- [5] 《中华人民共和国反不正当竞争法》 1993年09月2日,第八届全国人大常委会第三次会议决定通过,自1993年12月1日起施行.
- [6] 《中华人民共和国食品卫生法》 1995年10月30日,第八届全国人民代表大会第十六次会议通过,自1995年10月30日起施行.
- [7] 《中华人民共和国食品安全法》 2008年04月20日,十一届全国人大常委会第二次委员长会议的决定,全国人大常委会办公厅二十日向社会全文公布食品安全法草案.
- [8] 《中华人民共和国产品质量法》 由中华人民共和国第九届全国人民代表大会常务委员会第十六次会议于2000年7月8日通过《关于修改〈中华人民共和国产品质量法〉的决定》修正.
- [9] 《中华人民共和国商标法》 2001年10月27日,中华人民共和国第九届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议通过,自2001年12月1日起施行.
- [10] 《中华人民共和国消费者权益保障法》 1993年10月31日,中华人民共和国第八届全国人民代表大会常务委员会第四次会议通过,自1994年1月1日起施行.
- [11] 《中华人民共和国价格法》 1997年12月29日,中华人民共和国第八届全国人民代表大会常务委员会第二十九次会议通过,自1998年5月1日起施行.
- [12] 《中华人民共和国消防法》 1998年4月29日,中华人民共和国第九届全国人民代表大会常务委员会第二次会议通过,自1998年9月1日起施行.
- [13] 《中华人民共和国合同法》 1999年3月15日,中华人民共和国第九届全国人民代表大会第二次会议通过,自1999年10月1日起施行.
- [14] 《中华人民共和国环境噪声污染防治法》 1996年10月29日,中华人民共和国第八届全国人民代表大会常务委员会第二十次会议通过,自1997年3月1日起施行.
- [15] 《中华人民共和国计量法》 1985年9月6日,中华人民共和国第六届全国人民代表大会常务委员会第十二次会议通过,自1986年7月1日起施行.
- [16] 《国务院关于加强食品等安全监督管理的特别规定》 2007年7月25日,国务院第一百八十六次常务会议通过,自公布之日起施行.
- [17] 《产品标识标注规定》 由国家技术监督局1997年11月07日通过,自1997年11月07日起施行.
- [18] 《关于处理侵害消费者权益行为的若干规定》 由国家工商行政管理总局于2004年03月12日公布,自2004年3月16日起施行.
- [19] 《关于商品和服务实行明码标价的规定》 国家发展计划委员会于2000年10月31日通过,自发布之日起施行.
- [20] 《关于制止低价倾销行为的规定》 由国家发展计划委员会1999年03月12日公布,自发布之日起施行.
- [21] 《食品召回管理规定》(质检总局令第98号) 由国家质量监督检验检疫总局2007年7月24日通过,自公布之日起施行.
- [22] 《食品标识管理规定》 国家质量监督检验检疫总局于2007年7月24日通过,自2008年9月1日起施行.

[23] 《城市市容和环境卫生管理条例》(国务院令第101号) 由中华人民共和国国务院1992年发布第101号令,自1992年08月01日起施行。

[24] 《包装资源回收利用暂行管理办法》 由中国技术包装协会、中国包装总公司于1999年01月01日公布,自公布之日起施行。

[25] 《定量包装商品计量监督管理办法》 由国家质量监督检验检疫总局于2005年05月16日通过,自2006年1月1日起施行。

[26] 《流通领域食品安全管理办法》 由商务部于2007年1月19日发布,自2007年5月1日起施行。

[27] 《零售商促销行为管理办法》 商务部、发展改革委员会、公安部、税务总局、工商总局于2006年9月12日发布,自2006年10月15日起施行。

[28] 《商品条码管理办法》 由国家质量监督检验检疫总局于2005年05月16日通过,自2005年10月1日起施行。

[29] 《商品零售场所塑料购物袋有偿使用管理办法》 由商务部办公厅、国家发展改革委办公厅、工商总局办公厅于2008年05月15日公布,自2008年6月1日起施行。

[30] 《商业 服务业诚信计量行为规范》 由国家质量监督检验检疫总局于2007年11月08日公布,自公布之日起施行。

[31] 《药品经营质量管理规范》 由经国家药品监督管理局于2000年3月17日通过,自2000年7月1日起施行。

中 华 人 民 共 和 国
国 家 标 准
商品经营服务质量管理规范
GB/T 16868—2009

*

中国标准出版社出版发行
北京复兴门外三里河北街16号
邮政编码:100045

网址 www.spc.net.cn

电话:68523946 68517548

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷
各地新华书店经销

*

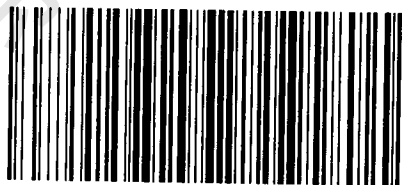
开本 880×1230 1/16 印张 1 字数 22 千字
2009年8月第一版 2009年8月第一次印刷

*

书号: 155066·1-37989 定价 18.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换
版权专有 侵权必究

举报电话:(010)68533533



GB/T 16868—2009

打印日期: 2009年8月21日



中华人民共和国国家标准

GB/T 27922—2011

商品售后服务评价体系

Evaluation system for after-sales service of commodity

2011-12-30 发布

2012-02-01 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言	I
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 评价原则	2
5 评价指标	2
6 评价的方式与方法	4
参考文献.....	7

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由中国商业联合会提出。

本标准由中华人民共和国商务部归口。

本标准起草单位：中国商业联合会商业标准中心、北京五洲天宇认证中心、中国认证认可协会、海尔集团、康佳集团股份有限公司、佛山市顺德区美的微波电器制造有限公司、广东美的精品电器制造有限公司、广州中标联检验认证技术开发有限公司、长沙中联重工科技发展股份有限公司、五粮液股份公司、合肥美菱股份有限公司、淮海车辆集团有限公司、江苏雅迪科技发展有限公司、北京城乡贸易中心股份有限公司、山东梦金园珠宝首饰有限公司、广东志高空调有限公司、北京金殿友谊商城、浙江金洲管道科技股份有限公司、博洛尼家居用品(北京)有限公司、江苏威腾母线有限公司。

本标准主要起草人：谭新政、褚峻、邱建国、焦根强、齐云山、谢伟锦、侯义刚、乐泽亚、洪海庭、陈蓉、倪旭东、安继文、田凯、周和平、王忠善、计群、郭新峰、郭天雨、顾苏民、闫芳。

商品售后服务评价体系

1 范围

本标准规定了构成商品售后服务评价体系的基本要素,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)对售后服务水平进行评价,以及为企业建立售后服务体系提供参考。

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。凡是注日期的引用文件,仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 19011—2003 质量和(或)环境管理体系审核指南(ISO 19011:2002, IDT)

SB/T 10409 商业服务业顾客满意度测评规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

售后服务 after-sales service

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。

注:售后服务包括但不限于以下方面:

- 1) 随合同签订而提供的活动,例如测量、规划、咨询、策划、设计等;
- 2) 在商品售出到投入正常使用期间所涉及的活动,例如送货、安装、技术咨询与培训等;
- 3) 商品质量涉及的活动,例如退换、召回、维修、保养、检测、配件供应等;
- 4) 为获得顾客反馈或维系顾客关系而开展的活动,例如满意度调查、顾客联谊、商品使用情况跟踪等;
- 5) 以商品为基础,为顾客提供相关信息的活动,例如商品使用知识宣传、商品或服务文化宣传、网站或短信传递服务、新品推荐等;
- 6) 在有形产品或设施基础上提供文化理念或相关服务的活动,例如景区、餐饮、酒店、商场的服务。

3.2

售后服务管理师 after-sales service management professional

通过有培训资质的机构培训并考试合格,获得售后服务管理师职业资质的管理人员。

3.3

评审员 auditor

具备资质、从事评价审查的专业人员。

3.4

评价 evaluation

对事物在性质、数量、优劣、方向等方面做出的判断。

3.5

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。

3.6

评价指标 evaluation index

具体的、可观察的、可测量的评价内容。

4 评价原则

4.1 公正性

评价应公平、公正,遵守 GB/T 19011—2003 中第 4 章的要求。

4.2 持续改进

售后服务评价应是持续性的,得出评价结果后,应至少按年度进行监督评价(包括顾客、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 售后服务体系

5.1.1 组织架构

5.1.1.1 设立或指定专门从事售后服务工作的部门,并有合理的职能划分和岗位设置。

5.1.1.2 根据需要,服务网点覆盖商品销售区域,能够对服务网点进行有效管理。

5.1.1.3 可通过自建或委托设立服务网点。

5.1.2 人员配置

5.1.2.1 根据行业特性,配置符合岗位要求并有相应资质水平的售后服务技术或业务人员。

5.1.2.2 按服务管理人员总数的 10% 配置售后服务管理师,负责对售后服务工作的管理和对售后服务活动的指导。

5.1.3 资源配置

5.1.3.1 应提供充足的经费保障,并能提前准备应对特定问题的专项经费。

注:当商品涉及安全问题或批次质量问题时,需要提供专项经费,例如赔偿准备金、保险等。

5.1.3.2 售后服务组织应提供内部保证,具体包括:

- a) 长期保持服务专业技术培训和业务人员的业务技能培训,使其有良好的素质和能力;
- b) 定期或不定期的服务文化的培训;
- c) 有效的评优、奖励、晋升和员工关怀机制。

5.1.3.3 售后服务组织应提供基础设施,具体包括:

- a) 办公场所和服务场所;
- b) 售后服务设施,例如顾客信息系统、安全保障措施等;
- c) 售后服务活动中涉及的工具、备品备件等。

5.1.4 规范要求

5.1.4.1 针对售后服务中的各项活动和流程,制定相应的制度和规范,明确产品/服务范围、职能设计、组织分工、运转机制,并以企业文件形式体现,形成完整的售后服务手册。

5.1.4.2 制定售后服务规范要求时应识别国家有关法律法规的要求,并使员工了解。

5.1.5 监督

5.1.5.1 设立服务监督机构,由专职人员负责,监督企业售后服务系统的运转情况。

5.1.5.2 以监督有效奖惩,持续修正各项服务目标,并通过内部和外部的监督评价活动促进服务品质提升。

5.1.6 改进

5.1.6.1 生产、销售、服务等部门之间有良好的市场信息反馈机制,并在商品质量或服务品质方面不断改进。

5.1.6.2 对售后服务中发现的难以解决的问题,设立有关的服务研究部门或委托专业机构进行研究和咨询。

5.1.6.3 通过国家认可的相关品牌、安全或管理认证。

5.1.6.4 重视服务标准化工作,鼓励参与国家、行业有关标准的制定工作。

5.1.7 服务文化

5.1.7.1 有明确的服务理念,作为售后服务工作的指导思想,并保证员工理解。

5.1.7.2 对售后服务的目标或水平做出承诺,服务承诺在广告、宣传品、保修卡、销售合同等各种文档材料中的表述准确一致,并有效地传递给顾客。

5.1.7.3 以多种方式向社会公众做服务文化和活动的宣传,形成有效的顾客认知和口碑。

5.2 商品服务

5.2.1 商品信息

5.2.1.1 商品包装有完整、准确的企业和商品有关信息,便于顾客识别和了解。

5.2.1.2 商品附属文档中应明确技术数据、操作使用及保养要求等。文档应便于顾客理解,各条款符合国家有关规定要求。

5.2.1.3 向顾客明示商品的保修期限、维修收费、主要部件和易损配件等信息。

5.2.1.4 涉及顾客使用安全的商品,应在商品上做安全提示,并明示安全使用年限。

5.2.1.5 建立商品系统性缺陷信息公开机制,及时告知顾客。

注:系统性缺陷指商品出现的结构性的、批次性的质量缺陷。

5.2.2 技术支持

5.2.2.1 根据商品的特点,在售出后提供及时、必要的安装和调试服务。

5.2.2.2 提供商品使用所必需的使用指导或顾客培训,解答并解决顾客的疑问。

5.2.2.3 在商品有效期内为顾客提供持续的各类技术支持服务。对于有保养要求的商品,应按法律法规要求和服务承诺提供相应的保养服务。

5.2.2.4 相关服务活动涉及收费的,应按国家有关规定合理收取,并事先明示。

5.2.3 配送

5.2.3.1 所售商品的包装应完整、安全,便于运输或携带。

5.2.3.2 对顾客所承诺的送货范围、送货时间及时兑现。

5.2.4 维修

5.2.4.1 售后服务网点和服务部门应安排专人负责报修登记和接待服务。

- 5.2.4.2 按国家法律法规有关要求提供包修和保修服务。
- 5.2.4.3 服务人员应注意个人卫生和形象,有效执行报修、送修或上门维修的服务程序和服务规范,及时进行维修,并向顾客如实提供维修记录。
- 5.2.4.4 定期对维修设施、设备和器材进行检查,保证维修服务的正常进行。
- 5.2.4.5 保证商品维修所必需的材料和配件的质量以及及时供应。
- 5.2.4.6 对于维修期限较长,或因维修方原因延误维修时间的,可为顾客提供相应的代用品。

5.2.5 质量保证

- 5.2.5.1 所售商品质量应符合国家相关法规要求和质量标准。
- 5.2.5.2 对顾客明示的质保期和保修期应符合国家相关规定的要求。
- 5.2.5.3 对于有质量问题的商品,应按国家有关规定办理退换。如退换(非企业商品质量或服务问题造成的)涉及到收费的,应事先向顾客明示。
- 5.2.5.4 当商品存在缺陷或出现难以解决的问题(例如:配件停产无法维修、服务场所歇业或地址迁移造成服务中断等)时,应实施商品召回或其他补救赔偿措施。
- 5.2.5.5 对于贸易型企业,应配合生产厂家,及时完成报修、登记、维修、收费、退换、召回等服务,并按国家有关规定,执行先行赔付制度。

5.2.6 废弃商品回收

- 5.2.6.1 向顾客明示废弃商品回收的有关注意事项,其内容应符合安全和环保的要求。
- 5.2.6.2 按国家有关安全和环保的规定,对废弃商品进行回收和处置。

5.3 顾客服务

5.3.1 顾客关系

- 5.3.1.1 设立有预约、咨询、报修、投诉、防伪查询功能的顾客反馈渠道,建立顾客服务热线或呼叫中心,并明示受理时间。
- 5.3.1.2 设立网站,包含售后服务的页面和内容,能够提供在线服务功能。
- 5.3.1.3 建立顾客信息档案和计算机化的服务管理系统,能够有效进行顾客使用情况跟踪和回访,并对顾客信息和隐私的保密措施。
- 5.3.1.4 定期进行顾客满意度调查(包括售后服务满意度调查),及时掌握顾客意见。顾客满意度调查可按照 SB/T 10409 执行。
- 5.3.1.5 定期为顾客提供有针对性的主动服务或回馈活动。

5.3.2 投诉处理

- 5.3.2.1 专职部门记录顾客投诉,建立完整的投诉档案。
- 5.3.2.2 及时反馈和处理顾客投诉,有效解决顾客投诉。
- 5.3.2.3 配备服务调解人员,并有对突发事件进行及时处理、对服务失误进行补救的措施。

6 评价的方式与方法

6.1 总体要求

- 6.1.1 依据本标准开展售后服务评价时,需组织专门的评价小组执行具体工作,由评审员组成。企业内部的评价可由售后服务管理师进行。

- 6.1.2 评价应有计划,计划中应包括对服务管理、服务执行、顾客反馈等不同层面的调查,得出综合性的评价结果。
- 6.1.3 评价时应识别评价指标适用于不同行业时的特定要求。对不同企业售后服务水平的对比评价,应在相同行业范围内进行。
- 6.1.4 评价相同类型和职能的服务执行场所时,应根据企业特性和规模,抽取有代表性的区域进行检查。
- 6.1.5 评价时采用文件调查和现场调查的方式,包括查阅文件和记录、询问工作人员、观察现场、访问顾客等,宜按 GB/T 19011—2003 中 6.5 规定的方法进行。

6.2 评分

- 6.2.1 依据本标准进行售后服务评价时,对各项指标采取评分的方法,满分为 100 分,具体分为售后服务体系 40 分,商品服务 35 分,顾客服务 25 分。评分的依据是调查中发现的按照本标准规定的评价指标的实施情况。
- 6.2.2 本标准给出评分的基本要求,见表 1。在实际评价中,应根据本标准规定的要求制定有关细则。当任何要求因企业及其商品的特点(例如:部分快速消费品、无形产品等)而不适用时,可以考虑对其进行删减。删减仅限于 5.2 中根据实际商品性质和服务性质而不涉及的项目,否则不能声称符合本标准。

表 1 售后服务评价指标评分要求

指标大类	分值	指标	分值
售后服务体系	40	组织架构	4
		人员配置	6
		资源配置	6
		规范要求	6
		监督	7
		改进	5
		服务文化	6
商品服务	35	商品信息	6
		技术支持	6
		配送	4
		维修	10
		质量保证	7
		废弃商品回收	2
顾客服务	25	顾客关系	15
		投诉处理	10

- 6.2.3 评分时应包含以下原则性要求:
- a) 以评价过程中发现的不符合评价指标的情况为扣分依据,一般均为定性指标,不符合则扣除全部分值。
 - b) 遇到需要抽取多个同类型样本验证评分的指标时(例如:人员资质、能力、行为态度、服务记录、设施完善度、投诉解决情况等),可按其不符合的比例扣除分值。
 - c) 发现以下情况时应产生一项特别扣分项:不符合国家法律、法规的要求;不符合企业有关服务

制度的要求;不符合行业专业性的特殊要求;对服务系统运行有影响的情况。每个特别扣分项在评分值之外扣除 1 分,且应进行整改(见 4.2)。

- d) 在评价过程中发现企业售后服务的特别优势时(高于国家法律、法规的有关要求,处于行业领先的情况),可产生 1 分的特别加分项,但该项不超过 1 个。
- e) 当删减发生时(见 6.2.2),该指标分值不进行计算。除此之外的分值总和称为涉及项分值。评分计算方法为:评分=实际得分/涉及项总分值 $\times 100$ 。

6.3 评分结果

6.3.1 根据评分值评定企业售后服务水平,并以不同级别区分优质程度。

6.3.2 评分达到 70 分以上(含 70 分)为本标准的最低要求。70 分以下,或特别扣分项达到 5 个以上(含 5 个),为评价不合格。

6.3.3 对于评分达到 70 分以上(含 70 分),且特别扣分项低于 5 个的企业,按照以下要求进行级别划分:

- a) 达到 70 分以上(含 70 分),达标级售后服务;
- b) 达到 80 分以上(含 80 分),三星级售后服务;
- c) 达到 90 分以上(含 90 分),四星级售后服务;
- d) 达到 95 分以上(含 95 分),五星级售后服务。

参 考 文 献

- [1] GB/T 19000—2008 质量管理体系 基础和术语
 - [2] GB/T 19001—2008 质量管理体系 要求
 - [3] GB/T 19012—2008 质量管理 顾客满意 组织处理投诉指南
 - [4] GB/T 19013—2009 质量管理 顾客满意 组织外部争议解决指南
 - [5] GB/T 19580—2004 卓越绩效评价准则
 - [6] GB/T 24620—2009 服务标准制定导则 考虑消费者需求
-