



中旌认证（上海）有限公司

Zhongjing certification (Shanghai) Co., Ltd

商品售后完善度服务认证 要求

CTS ZJC/R 1001 :2025

（第3版）

编制	审查	批准
孙子君	葛龙歆	章弋
发布日期：2021年04月01日 实施日期：2025年08月27日 修改日期：2025年08月25日		

目 录

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

1. 前言：

本标准依据 GB/T 27922-2011《售后服务体系完善度认证评价体系》起草；

2. 范围：

本标准规定了构成商品售后服务完善度评价体系的基本要素，包括原则、指标和方法等方面的内容。

3. 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

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、适转机制,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质量方面不断改进。

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。

5.2.5 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，并有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

售后五星评分

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A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。

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X 100.

表 A 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

6.3 评分结果：

6.3.1 售后服务体系完善度须达到95分以上（含95分）后再进行下列列表B中的项目打分，总分原先未获得售后五星组织需按售后服务进行评价同时取值相关证书得分，总分在120分可获7星评价、130分可获8星评价、140分可获9星评价、150分可获10星评价、160分可获11星评价、170分及以上可获12星评价。

原先已获得售后五星组织，总分在70分可获得7星评价；总分在80分可获得8星评价；总分在90分可获得9星评价；总分在100分可获得10星评价；总分在110分可获得11星评价；总分在120分及以上可获得12星评价；

表B:

相关体系类别	总分	体系名称	分配分数
售后服务体系	45	五星级售后服务认证	45
质量管理体系	15	带 CNAS 标识的 ISO9001 认证	10
		不带 CNAS 标识的 ISO9001 认证	5
其他管理体系认证	50	ISO14001 认证	10
		ISO45001 认证	10
		诚信管理体系认证	15
		培训管理体系认证	15
		其他管理体系	每多一个加 10 分
其他服务认证	30	品牌服务认证	10
		批发零售服务认证	10
		网上销售服务认证	10
其他	20	服务管理师人数大于 6 人	10
		其他 AAA 评价等级证书	10
行业排名	40	有证据表明行业排名前 5(经济总量、综合实力)	40
总分	200 分		

6.4 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 卓越绩效评价准则
- [5] GB/T 19580—2004 服务标准制定导则考虑消费者需求
- [6] GB/T 27922—2011 售后服务体系完善度认证评价体系