



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规则

ZJC-TC/R-24

（第3版）

编制	审查	批准
技术部	葛龙歆	章弋
发布日期：2021年04月05日		实施日期：2021年04月05日
		修订日期：2025年08月25日

## 目 录

1. 适用范围及领域划分
  2. 认证依据用技术规范、技术规范强制性要求或标准及内部引用文件
  3. 对认证机构的基本要求
  4. 对认证审核人员的基本要求
  5. 初次认证程序
  6. 监督审核程序
  7. 再认证程序
  8. 认证模式及抽样方法
  9. 服务管理要求及服务特性测评要求
  10. 认证证书状态管理规定及要求
  11. 认证证书及认证标志要求
  12. 与其他管理体系的结合审核
  13. 特殊审核
  14. 受理转换认证证书
  15. 受理组织的申投诉
  16. 认证记录的管理
  17. 其他
- 附录A 商品售后服务完善度认证评价时间要求  
附录B 评分要求

## 1. 适用范围

本规则适用于：依据 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》和 CTS ZJC/R 1001:2025《商品售后完善度服务体系认证要求》标准在中国境内开展的售后服务完善度认证评价活动。

本规则依据认证认可相关法律法规，结合相关技术标准，对售后服务完善度认证评价实施过程作出具体规定，明确ZJC对认证过程的管理责任，保证售后服务完善度认证评价活动的规范有效。

本规则是ZJC在售后服务完善度认证评价活动中的基本要求，机构在该项认证活动中应当遵守本规则。

**服务认证领域：SC03 批发业和零售业服务**

## 2. 认证依据用技术规范、技术规范强制性要求或标准：

GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》

CTS ZJC/R 1001:2025《商品售后完善度服务体系认证要求》

**内部参考引用文件（文件中的具体要求已在规则中详细描述）：**

QP-2024-03《公开信息管理程序》

QP-2024-05《认证申请评审管理程序》

QP-2024-06《人员能力评价与管理程序》

QP-2024-07《审核方案管理程序》

QP-2024-08《审核活动工作人日管理程序》

QP-2024-09《审核实施管理程序》

QP-2024-10《多场所认证管理程序》

QP-2024-11《认证证书转换管理程序》

QP-2024-12《授予、保持、更新、扩大、缩小、暂停和撤销认证的管理程序》

QP-2024-13《认证决定管理程序》

QP-2024-14《投诉和申诉处理程序》

QP-2024-15《认证证书和认证标志管理程序》

QP-2024-16《客户信息交流管理程序》

QP-2024-17《文件与记录控制程序》

QP-2024-21 《纠正和纠正措施管理程序》

3. 对认证机构的基本要求：

ZJC已获得国家认监委批准；取得从事SC03批发与零售服务体系认证的资质。

认证能力、内部管理和工作体系符合GB/T 27065《合格评定 产品、过程和服务认证机构要求》。

4. 对认证审查人员的基本要求

认证审查员应当取得国家认监委确定的认证人员注册机构颁发的服务审查员注册资格；

认证人员应当遵守与从业相关的法律法规，对认证审查活动及相关认证审查记录和认证审查报告的真实性承担相应的法律责任。

5. 初次认证程序

本机构应向申请组织至少公开以下信息：

- (1) 可开展认证业务的范围。
- (2) 本规则的完整内容。
- (3) 认证证书样式。
- (4) 对认证过程的申诉规定。

ZJC应当要求申请组织至少提交以下资料：

- (1) 认证申请书，申请书应包括申请认证的生产、经营或服务活动范围及活动情况的说明。
- (2) 法律地位的证明文件的复印件。若服务体系覆盖多场所活动，应附每个场所的法律地位证明文件的复印件（适用时）。
- (3) 商品售后完善度服务覆盖的活动所涉及法律法规要求的行政许可证明、资质证书、强制性认证证书等的复印件。
- (4) 商品售后完善度服务成文信息（适用时）。

ZJC应对申请组织提交的申请资料进行评审，根据申请认证的活动范围及场所、员工人数（限商品售后完善度服务人数：销售服务类企业应选取所有的人数；生产类企业涉及的服务人员应不低于总人数的30%）、完成审查所需时间和其他影响认证活动的因素，综合确定是否有能力受理认证申请。

对被执法监管部门责令停业整顿或在全国企业信用信息公示系统中被列入“严重违法企业名单”的申请组织，ZJC不应受理其认证申请。

对符合、要求的，ZJC可决定受理认证申请；对不符合上述要求的，ZJC应通知申请组织补充和完善，或者不受理认证申请。

签订认证合同：

在实施认证审查前，ZJC应与申请组织订立具有法律效力的书面认证合同，合同应至少包含以下内容：

(1) 申请组织获得认证后持续有效运行商品售后完善度服务的承诺。

(2) 申请组织对遵守认证认可相关法律法规，协助认证监管部门的监督检查，对有关事项的询问和调查如实提供相关材料和信息的承诺。

(3) 申请组织承诺获得认证后发生以下情况时，应及时向ZJC通报：

客户及相关方有重大投诉：

生产、销售的产品或提供的服务被质量或市场监管部门认定不合格。

发生产品和服务的质量安全事故。

相关情况发生变更，包括：法律地位、生产经营状况、组织状态或所有权变更；取得的行政许可资格、强制性认证或其他资质证书变更；法定代表人、最高管理者变更；生产经营或服务的工作场所变更；商品售后完善度服务覆盖的活动范围变更；商品售后完善度服务和重要过程的重大变更等。

出现影响商品售后完善度服务运行的其他重要情况。

(4) 申请组织承诺获得认证后正确使用认证证书、认证标志和有关信息，不利用商品售后完善度服务评价证书和相关文字、符号误导公众认为其产品或服务通过认证。

(5) 拟认证的商品售后完善度服务覆盖的生产或服务的活动范围。

(6) 在认证审查实施过程及认证证书有效期内，ZJC和申请组织各自应当承担的责任、权利和义务。

(7) 认证服务的费用、付费方式及违约条款。

审查策划：

审查时间为确保证书审查的完整有效，ZJC应以附录 A 所规定的审查时间为基础，根据申请组织商品售后完善度服务覆盖的活动范围、特性、技术复杂程度、商品售后完善度服务风险程度、认证要求和体系覆盖范围内的有效人数等情况，核算并拟定完成审查工作需要的时间。

审查组：ZJC应当选择具备审查员资格的审查人员组成审查组，必要时可以选择技术专家参加审查组。审查组中的审查员承担审查任务和责任。

审查组可以有实习审查员，其要在审查员的指导下参与审查，不计入审查时间，不单独出具记录等审查文件，其在审查过程中的活动由审查组中的审查员承担责任。

审查准备：审查组收到委派及文件后应在正式现场审查前完成多文件的审查至少0.5人天；该时间不计入现场审查时间。

审查计划：ZJC应为每次审查制定书面的审查计划（一阶段审查可以为非现场审查）。审查计划至少包括以下内容：审查目的，审查规则，审查范围，服务认证模式的选择、现场审查的日期和场所，现场审查持续时间，审查组成员（其中：审查员应标明认证人员注册号）。

如果商品售后完善度服务覆盖范围包括在多个场所进行相同或相近的活动，且这些场所都处于申请组织授权和控制下，ZJC可以在审查中对这些场所进行抽样，但应根据相关要求实施抽样以确保对所抽样本进行的审查对商品售后完善度服务包含的所有场所具有代表性。如果不同场所的活动存在明显差异、或不同场所间存在可能对服务有显著影响的区域性因素，则不能采用抽样审查的方法，应当逐一到各现场进行审查。

如有不在同一场所的多场所，则如路途距离在40公里之内的，合同评审中不体现增加百分比，审核人员需要计划中体现，其中路途 $\leq 10$ 公里的可包括在8小时工作时间内，在计划中需写清多现场审核地址，如路途时间 $\geq 10$ 公里 $\leq 30$ 公里，不能包括在8小时审核时间内：10-30公里增加2小时；30-100公里增加4小时；100-300公里增加6小时；300公里以上增加8小时；；审核人员安排计划时可按实际里程时间安排计划；如实际需超出1人天的路程的则按实际时间增加人日。

在审查活动开始前，审查组应将审查计划交申请组织确认，遇特殊情况临时变更计划时，应及时将变更情况通知申请组织，并协商一致。

#### 实施审查

审查组应当按照审查计划的安排完成审查工作。除不可预见的特殊情况外，审查过程中不得更换审查计划确定的审查员。

审查组应当会同申请组织按照程序顺序召开首、末次会议，申请组织的最高管理者及与商品售后完善度服务相关的职能部门负责人员应该参加会议。参会人员应签到，审查组应当保留首、末次会议签到表。申请组织要求时，审查组成员应向申请组织出示身份证明文件。

### 审查过程及环节

初次认证审查，现场按一个阶段实施审查。审查方式可以是：查阅文件和记录、询问工作人员、观察现场、特定的认证模式。

审查应至少覆盖以下内容：

(1) 结合现场情况，确认申请组织实际情况与商品售后完善度服务成文信息描述的一致性，特别是体系成文信息中描述产品和服务、部门设置和职责与权限、生产或服务过程等是否与申请组织的实际情况相一致。

(2) 结合现场情况，审查申请组织理解和实施 GB/T 27922和CTS ZJC/R 1001:2025 标准要求的情况，评价商品售后完善度服务运行过程中是否实施了内部审查与管理评审，确认商品售后完善度服务是否已运行并且超过 3个月。

(3) 确认申请组织建立的商品售后完善度服务覆盖的活动内容和范围、体系覆盖范围内有效人数、过程和场所，遵守适用的法律法规及强制性标准的情况。

(4) 结合商品售后完善度服务覆盖产品和服务的特点识别对质量目标的实现具有重要影响的关键点，并结合其他因素，科学确定重要审查点。

(5) 审查服务管理管理体系符合 GB/T 27922和CTS ZJC/R 1001:2025 标准要求和有效运行情况；

发生以下情况时，审查组应向ZJC报告，经ZJC同意后终止审查。

- (1) 受审查方对审查活动不予配合，审查活动无法进行。
- (2) 受审查方实际情况与申请材料有重大不一致。
- (3) 其他导致审查程序无法完成的情况。

审查报告：审查组应对审查活动形成书面审查报告，由审查组组长签字。审查报告应准确、简明和清晰地描述审查活动的主要内容，至少包括以下内容：

- (1) 申请组织的名称和地址。
- (2) 申请组织活动范围和场所。
- (3) 审查的类型、规则和目的。
- (4) 审查组组长、审查组成员及其个人注册信息。
- (5) 审查活动的实施日期和地点，包括固定现场和临时现场；对偏离审查计划情况的说明，包括对审查风险及影响审查结论的不确定性的客观陈述。

(6) 叙述各个程序及各项要求的审查工作情况，其中：各项审查要求应逐项描述或引用审查证据、审查发现和审查结论；对服务目标和过程及服务绩效实现情况进行评价。

(7) 识别出的不符合项。

(8) 审查组对服务特性测评结果、综合评分及星级的意见建议。ZJC应保留用于证实审查报告中相关信息的证据。ZJC应在作出认证决定后 30 个工作日内将审查报告提交申请组织，并保留签收或提交的证据。

对终止审查的项目，审查组应将已开展的工作情况形成报告，ZJC应将此报告及终止审查的原因提交给申请组织，并保留签收或提交的证据。

**认证复核：**ZJC安排专门人员进行案卷复核，复核人员需是有2年以上工作经历的注册审核员或通过培训符合要求的专职办公室人员。案卷复核需再次确认被审核组织的相关信息、范围、审核组成员、审核计划、审核实施过程的有效性、不符合整改、审核报告的有效性进行再次确认；并提出相关问题，由组长进行案卷整改，原则上不得修改原记录，如有范围等原则性的问题不符，根据实际情况进行补充审核或特殊审核。

**认证决定：**ZJC应该在对审查报告、评价结果进行综合评价基础上，作出认证决定。

认证决定人员应为ZJC管理控制下的人员，审核组成员不得参与对审查项目的认证决定。

ZJC在作出认证决定前应确认如下情形：

审查报告符合本规则要求，审查组提供的审查报告及其他信息能够满足作出认证决定所需要的信息。

在满足条要求的基础上，ZJC有充分的客观证据证明申请组织满足下列要求的，评定该申请组织符合认证要求，向其颁发认证证书。

(1) 申请组织的商品售后完善度服务符合标准要求且运行有效。

(2) 认证范围覆盖的产品和服务符合相关法律法规要求。

(3) 申请组织按照认证合同规定履行了相关义务。

申请组织不能满足上述要求或者存在以下情况的，评定该申请组织不符合认证要求，以书面形式告知申请组织并说明其未通过认证的原因。

(1) 受审查方的商品售后完善度服务有重大缺陷，不符合 GB/T 27922和CTS ZJC/R 1001:2025 标准的要求。

(2)发现受审查方存在重大质量安全问题或有其他与产品和服务质量相关严重违法违规行为。

ZJC在颁发认证证书后，应当在 30 个工作日内按照规定的要求将认证结果相关信息报送国家认监委。

#### 6. 监督审查程序：

ZJC应对持有其颁发的商品售后完善度服务评价证书的组织（以下称获证组织）进行有效跟踪，监督获证组织持续运行商品售后完善度服务并符合认证要求。

ZJC应根据获证组织的产品和服务的质量风险程度或其他特性，确定对获证组织的监督审查的频次。

作为最低要求，初次认证后的第一次监督审查应在认证证书签发日起 12个月内进行。此后，监督审查应至少每个日历年（应进行再认证的年份除外）进行一次，且两次监督审查的时间间隔不得超过15个月。

超过期限而未能实施监督审查的，应及时予以暂停或撤销处理。

获证企业的产品在产品质量国家监督抽查中被查出不合格时，自国家市场监督管理总局发出通报起 30 日内，ZJC应对该企业实施监督审查。

监督审查的时间，应不少于初次审查时间人日数的 1/3 。

监督审查的审查组，应符合审查组成组要求。

监督审查应在获证组织现场进行，且应满足相关条件。由于市场、季节性等原因，在每次监督审查时难以覆盖所有产品和服务的，在认证证书有效期内的监督审查需覆盖认证范围内的所有产品和服务。

监督审查时至少应审查以下内容：

(1)上次审查以来商品售后完善度服务覆盖的活动及影响体系的重要变更及运行体系的资源是否有变更。

(2)按(3)条要求已识别的重要关键点是否按商品售后完善度服务的要求在正常和有效运行。

(3)商品售后完善度服务覆盖的活动涉及法律法规规定的，是否持续符合相关规定。

(5)质量目标及质量绩效是否达到商品售后完善度服务确定值。如果没有达到，获证组织是否运行内审机制识别了原因、是否运行管理评审机制确定并实施了改进措施。

(6) 获证组织对认证标志的使用或对认证资格的引用是否符合《认证认可条例》及其他相关规定。

(7) 内部审查和管理评审是否规范和有效。

(8) 是否及时接受和处理投诉。

(9) 针对体系运行中发现的问题或投诉，及时制定并实施了有效的改进措施。

监督审查的审查报告，应按审查要求逐项描述或引用审查证据、审查发现和审查结论。

ZJC根据监督审查报告及其他相关信息，作出继续保持或暂停、撤销认证证书的决定。

#### 7. 再认证程序：

认证证书期满前，若获证组织申请继续持有认证证书，ZJC应当实施再认证审查，并决定是否延续认证证书。

ZJC应按要求组成审查组。按照要求并结合历次监督审查情况，制定再认证审查计划交审查组实施。

在商品售后完善度服务及获证组织的内部和外部质量无重大变更时，审查时间应不少于初次审查人日数的 2/3

ZJC按照审查评定结果作出再认证决定。如获证组织继续满足原评分要求并履行认证合同义务的，向其换发原星级认证证书；如获证组织不能继续满足原评分要求但履行认证合同义务的，向其换发降级后的星级认证证书；如获证组织原为低星级证书现通过审查能够满足高星级评分要求还履行认证合同义务的，向其换发升级后的星级认证证书；

如果在当前认证证书的终止日期前完成了再认证活动并决定换发证书，新认证证书的终止日期可以基于当前认证证书的终止日期。新认证证书上的颁证日期应不早于再认证决定日期。

如果在当前认证证书终止日期前，则不应予以再认证，也不应延长原认证证书的有效期。

在当前认证证书到期后，如果ZJC能够在6个月内完成未尽的再认证活动，则可以恢复认证，否则应至少进行全面审查才能恢复认证。认证证书的生效日期应不早于再认证决定日期，终止日期应基于上一个认证周期。

#### 8. 认证模式及抽样方法：

商品售后完善度服务体系认证模式：

服务特性检测：

指采用规定的方法和标准，对售后服务的“固有特性”进行量化或定性测量，以判断其是否达到设定要求。

**检测对象：**服务响应时间、一次修复率、投诉关闭周期、备件可用率等可测量的服务指标。

**检测方式：**现场实测、系统抽数、文件核对、公开检验/检测等。

**服务能力确认：**

指对组织在资源、流程、管理等方面“能否持续交付合格服务”的整体能力进行系统验证。

**确认对象：**人员资质与数量、网点布局、设施设备、信息系统、备件储备、服务流程与应急预案等。

**确认方式：**文件审核、现场巡视、关键岗位访谈、供应链核查等。

**神秘顾客暗访：**

指由经过培训的调查员以普通顾客身份，在不通知被评估方的情况下，对服务全过程进行体验式评价。

**暗访内容：**服务礼仪、专业技能、环境设施、流程合规、情感体验等。

**暗访特点：**场景真实、即时记录、结果直观；常与 KPI 或奖罚制度挂钩。

**顾客调查：**

指向真实顾客发放问卷、电话或在线访谈，收集其对售后服务的主观满意度和期望。

**调查维度：**总体满意度、NPS（净推荐值）、CSI（顾客满意指数）、抱怨率等。

**调查方式：**电话（CATI）、在线问卷、短信/微信推送、面访等。

**使用时机：**

**（1）服务特性检测+服务能力确认：**

认证模式	必做时机	触发时机
服务特性检测	初次审查、年度监督	投诉、抽检异常、范围变更
服务能力确认	体系建立、投标前	资源重大变化、认证审查

**（2）神秘顾客暗访+服务能力确认：**

场景	神秘顾客暗访	服务能力确认
初次审查	必做	必做

年度监督	必做	抽查
投诉/舆情	触发式	触发式
资源变动	必要时	必做
投标/甲方审核	可叠加	必做
内控改进	周期性	周期性

(3) 顾客调查+服务能力确认:

场景	顾客调查	服务能力确认
初次审查	根据实际情况与暗访之间选一	必做
年度监督	根据实际情况与暗访之间选一	抽查
投诉/舆情	触发式	触发式
资源变动	必要时	必做
投标/甲方审核	可叠加	必做
内控改进	周期性	周期性

(4) 服务特性检测+神秘顾客暗访+服务能力确认:

场景	神秘顾客暗访	服务能力确认	服务特性检测
初次审查	必做(与顾客调查二选一)	必做	必做
年度监督	必做	抽查	必做
投诉/舆情	触发式	触发式	触发式
资源变动	必要时	必做	触发式
投标/甲方审核	可叠加	必做	触发式
内控改进	周期性	周期性	触发式

(5) 服务特性检测+顾客调查+服务能力确认:

场景	顾客调查	服务能力确认	服务特性检测
初次审查	必做(与神秘顾客暗访)	必做	必做

	二选一)		
年度监督	必做	抽查	必做
投诉/舆情	触发式	触发式	触发式
资源变动	必要时	必做	触发式
投标/甲方审核	可叠加	必做	触发式
内控改进	周期式	周期式	触发式

(6) 神秘顾客暗访+顾客调查+服务能力确认

场景	神秘顾客暗访	顾客调查	服务能力确认
初次审查	必做	必做	必做
年度监督	必做	必做	抽查
投诉/舆情	触发式	触发式	触发式
资源变动	必要时	必要时	必做
投标/甲方审核	可叠加	可叠加	必做
内控改进	周期式	周期式	周期式

多场所抽样方法：

抽样要求：

抽样审核适用条件

当认证范围覆盖的多个场所均处于申请组织授权和控制下，且开展相同或相近业务活动时，认证机构可采用抽样审核方式。抽样需满足以下要求：

抽样应具有统计学代表性，能反映所有场所的体系运行状况；

不同场所的活动流程、风险控制措施需高度一致；

不存在显著的区域性影响因素（如法规差异、自然灾害风险等）。

如多个场所的产品一致，生产或服务过程均相同或相似，则3个场所及以下的全部抽样；3个场所以上的可采取开根号方式抽样，但需要一个周期内完成全部多场所抽样。

禁止抽样的例外情况

出现以下情形时必须进行逐一场所审核：

各场所业务活动存在明显差异（如服务类型）；

存在区域性因素可能对业务连续性产生重大影响（如不同地区的供应链风险）；

场所间地理位置跨度导致应急响应机制存在本质区别。

实施注意事项

抽样比例需结合场所数量、风险等级动态调整，高风险场所不得抽样；

审核计划需明确标注抽样场所及未抽样场所的审核依据；

若抽样审核中发现系统性问题，应扩大审核范围至所有场所。

为使现场审查活动能够观察到服务活动情况，现场审查应安排在认证范围覆盖的服务活动正常运行时进行。

## 9. 服务管理要求及服务特性测评要求：

服务管理要求：

商品售后完善度服务管理体系审查中的“服务管理要求”主要围绕制度建立、资源配置、过程控制、持续改进和顾客满意五大维度展开，具体审查要点归纳如下：

(1) 制度与文件化要求：

a. 必须形成《售后服务手册》，明确服务范围、职能、流程、服务蓝图及关键接触点。

b. 建立并保持《文件和记录控制程序》，确保所有服务规范、作业指导书、记录表单受控、现行有效。

c. 识别并贯彻适用法律法规（如《消费者权益保护法》《产品质量法》），形成合规义务清单。

(2) 组织架构与资源配置

a. 设立独立售后服务职能部门，职责、权限清晰，并形成组织架构图；至少配备2名售后服务管理师（按售后人数的10%配备）。

b. 人员：专职售后人员（不含销售、管理人员）比例 $\geq$ 企业职工总数的3%，具备大专以上学历且2年以上相关经验。

c. 设施：固定服务场所、维修及检测设备、配送车辆、信息系统（热线、CRM、追溯系统）和良好的接待环境。

d. 经费：设立赔偿保证金、保险等专项服务经费，并纳入年度预算。

(3) 服务过程管理

a. 服务设计

— 绘制服务蓝图，识别并控制顾客关键接触点（咨询、接单、维修、配送、回访等）。

b. 服务提供

- 建立作业指导书，覆盖技术支持、配送、安装、维修、退换货、召回、废弃商品回收等全过程。

- 收费项目须明示并签订服务合同；中止或变更服务须履行赔偿义务。

c. 应急与补救

- 制定服务中断、重大投诉、产品召回等应急预案，明确响应时间、补救措施及记录要求。

(4) 监视、测量与改进

a. 绩效指标：顾客满意度、投诉关闭率、一次修复率、服务及时率等量化目标纳入年度考核。

b. 内部审核：每年至少组织一次内部售后服务管理体系审核，覆盖所有部门和服务网点，形成审核报告及整改跟踪。

c. 管理评审：最高管理者每年主持管理评审，评价体系适宜性、有效性并决定改进资源。

(5) 顾客沟通与投诉管理

a. 7×24小时多渠道受理（电话、网站、微信、APP等），公开投诉处理流程与时限。

b. 依据 GB/T 17242《投诉处理指南》建立闭环流程：登记→调查→处理→反馈→回访→关闭，所有记录可追溯。

c. 对重大投诉、集中投诉进行统计分析，制定纠正措施并纳入持续改进计划。

**服务特性测评要求：**

商品售后完善度服务评价中的服务特性测评围绕服务体系、响应效率、解决方案质量及客户感知等多维度展开，旨在通过标准化指标量化企业服务能力，确保服务质量可控且持续优化。以下从体系建设、执行效率、质量保障及认证规范四个层面详细说明相关要求。

服务体系基础特性要求

服务体系的完整性是测评的首要环节，需从组织架构、网点覆盖、人员与资源配置等方面构建标准化框架。

a. 服务体系架构

**专门部门设置：**需设立或指定售后服务部门，明确职能划分，覆盖服务文化宣贯、策略制定、网点管理、投诉处理等全环节，确保各岗位与产品特性适配，例如家电行业需单独设置维修执行部门，快消品行业需配置退换货处理人员。

**服务网点覆盖：**根据行业特性在销售区域建立网点，覆盖形式包括自建、外包、加盟等。例如汽车行业需在销售区域设立兼具销售与维修功能的网点，银行业需设置专门理赔投诉机构；评价时需考核网点技术人员数量、派工效率及及时率管控能力。

#### b. 人员与资源配置

**人员资质要求：**技术人员需具备行业资质（如国家认证或企业培训合格证书），服务管理人员中需按10%比例配置售后服务管理师，负责统筹与指导工作。

**资源保障：**提供充足经费（含日常运营与专项经费，如安全问题赔偿准备金），配备必要的办公场所、工具及信息系统，例如通过AI客服分流压力或CRM系统优化流程。

#### 服务执行效率特性要求

执行效率直接影响客户体验，测评聚焦响应速度与问题解决周期，通过明确时间节点与渠道多样性提升服务及时性。

##### a. 响应与解决时效

**24小时响应机制：**客户咨询或投诉需在24小时内响应，72小时内提供确切解决方案，超时将影响评分（如24小时内响应得8-10分，超48小时仅得0-3分）。

**多渠道沟通保障：**需提供电话、在线客服、邮件等至少两种沟通渠道，例如引入智能客服缩短高峰时段响应时间，或通过实时在线客服将等待时间缩短40%。

##### b. 流程优化案例

某电子产品品牌通过自动化工单系统将响应时间压缩至12小时，在线教育平台优化流程后平均解决时间达45小时，客户首次问题解决率提升至95%。

#### 服务质量与客户感知特性要求

服务质量测评从解决方案有效性、人员专业性及客户满意度三方面量化，结合客观指标与主观反馈综合评估。

##### a. 解决方案质量

**技术能力与效果：**满分10分，考核方案有效性及客服专业知识（掌握全面得4-5分，一般得2-3分），例如通过定期培训提升客服问题解决能力20%。

客户满意度调查：占评分30%，采用5分制，4-5分对应满分10分，同时评估服务态度（友好礼貌得8-10分）、沟通技巧及耐心程度。

b. 改进机制

基于客户反馈优化流程，例如针对35%客户反映的“等待不耐烦”问题，企业可简化反馈流程或增加在线渠道；通过CRM系统识别重复性问题并从源头预防。

服务质量认证与测评规范

通过国家标准认证可量化服务能力，认证结果为企业竞争力与客户信任的重要依据。

a. 认证依据与意义

认证标准：依据GB/T 27922和CTS ZJC/R 1001:2025《商品售后完善度服务》，对服务体系、商品服务及客户感知进行量化测评。

认证价值：通过认证的企业可在招投标中获得优势，产品包装使用认证标志增强消费者信任，同时证明服务能力达到国家标准。

b. 测评流程

认证过程包括体系文件审核、现场评审、客户感知测评等环节，最终通过量化评分确定服务等级，推动企业持续改进服务短板

10. 认证证书状态管理规定及要求：

ZJC应制定暂停、撤销、**注销**、**恢复**认证证书或缩小认证范围的规定和文件化的管理制度，规定和管理制度应满足本规则相关要求。ZJC对认证证书的暂停和撤销处理应符合其管理制度，不得随意暂停或撤销认证证书。

暂停证书

获证组织有以下情形之一的，ZJC应在调查核实后的 5 个工作日内暂停其认证证书。

(1) 商品售后完善度服务持续或严重不满足认证要求， 包括对商品售后完善度服务运行有效性要求的。

(2) 不承担、履行认证合同约定的责任和义务的。

(3) 被有关执法监管部门责令停业整顿的。

(4) 持有的与商品售后完善度服务范围有关的行政许可证明、 资质证书、强制性认证证书等过期失效，重新提交的申请已 被受理但尚未换证的。

(5) 主动请求暂停的。

(6) 其他应当暂停认证证书的。

认证证书暂停期不得超过 6 个月。但属于第 (4) 项情形的暂停期可至相关单位作出许可决定之日。

ZJC应以适当方式公开暂停认证证书的信息，明确暂停的起始日期和暂停期限，并声明在暂停期间获证组织不得以任何方式使用认证证书、认证标识或引用认证信息。

撤销证书 获证组织有以下情形之一的，ZJC应在获得相关信息并调查核实后 5 个工作日内撤销其认证证书。

(1) 被注销或撤销法律地位证明文件的。

(2) 被国家质量监督检验检疫总局列入质量信用严重失信企业名单

(3) 拒绝配合认证监管部门实施的监督检查， 或者对有关事项的询问和调查提供了虚假材料或信息的。

(4) 拒绝接受国家产品质量监督抽查的。

(5) 出现重大的产品和服务等质量安全事故， 经执法监管部门确认是获证组织违规造成的。

(6) 有其他严重违反法律法规行为的。

(7) 暂停认证证书的期限已满但导致暂停的问题未得到 解决或纠正的（包括持有的与商品售后完善度服务范围有关的行政 许可证明、资质证书、强制性认证证书等已经过期失效但申请未获批准）。

(8) 没有运行商品售后完善度服务或者已不具备运行条件的。

(9) 不按相关规定正确引用和宣传获得的认证信息，造成严重影响或后果，或者ZJC已要求其纠正但超过 2 个月仍未纠正的。

(10) 其他应当撤销认证证书的。

撤销认证证书后， ZJC应及时收回撤销的认证证书。 若无法收回，ZJC应及时在相关媒体和网站上公布或声 明撤销决定。

ZJC暂停或撤销认证证书应当在其网站上公布相关信息，同时按规定程序和要求报国家认监委。

ZJC应采取有效措施避免各类无效的认证证书和认证标志被继续使用。

**注销证书：**

(1) 一般情况下，如被审核方不再需要使用证书、不再维持相关体系、公司注销停业等客观原因所造成的，由被审核方主动提出的注销申请。

(2) 因机构原因，相关体系不能再维持有效的（如资格注销、备案注销、审核能力不够等）则由机构向被审核组织予以说明，并注销相关证书。

(3) 其他应当注销认证证书的。

恢复证书：

(1) 暂停期间的限制要求

暂停期限：一般不超过6个月，但涉及行政许可失效的情形可暂停至相关单位作出许可决定之日；

使用限制：暂停期间不得以任何方式使用认证证书、标识或引用认证信息。

(2) 恢复条件

问题整改：导致暂停的问题已完全解决（如及时支付认证费用、数智化绿色低碳管理体系恢复有效运行、重新取得有效的行政许可等）；

纠正措施验证：需向ZJC提交整改证据，包括：

不符合项的根源分析；

纠正措施实施方案；

内部验证有效性证明（如内审/管理评审记录）；

现场审核要求：ZJC可能通过现场审核验证整改效果，尤其是涉及重大不符合项时。

(3) 恢复程序

申请恢复：获证组织需正式向ZJC提出恢复申请；

审核决策：ZJC在接受恢复申请后的5个工作日内应完成确认并正式告知结果；

证书状态更新：确认具备恢复条件的，ZJC将立即更新证书有效状态信息，包括全国认证认可公共服务平台信息。

(4) 特殊情形处理

若暂停期满未完成整改，ZJC将直接撤销证书，且6个月内不得以同一原因重新申请认证。

注：恢复过程中如需补充审核，审核时间可能计入原认证周期。

## 11. 认证证书及认证标志要求

认证证书应至少包含以下信息：

(1) 获证组织名称、地址和统一社会信用代码（或组织机构代码）。该信息应与其法律地位证明文件的信息一致。

(2) 商品售后完善度服务覆盖的生产经营或服务的地址和业务范围。若认证的商品售后完善度服务覆盖多场所，表述覆盖的相关场所的名称和地址信息。

(3) 商品售后完善度服务符合 GB/T 27922和CTS ZJC/R 1001:2025 标准的表述。

(4) 证书编号。

(5) ZJC名称。

(6) 有效期的起止年月日。证书应注明：获证组织必须定期接受监督审查并经审查合格此证书方继续有效的提示信息。

(7) 相关的认可标识及认可注册号（适用时）。

(8) 证书查询方式。ZJC除公布认证证书在本机构网站（www.zjcert.com.cn）上的查询方式外，还应当在证书上注明：“本证书信息可在国家认证认可监督管理委员会官方网站（<http://cx.cnca.cn/CertECloud/result/skipResultList>）上查询”，以便于社会监督。

初次认证认证证书有效期最长为 3 年。再认证的认证证书有效期不超过最近一次有效认证证书截止期再加3年。

ZJC应当建立证书信息披露制度。除向申请组织、认证监管部门等执法监管部门提供认证证书信息外，还应当根据社会相关方的请求向其提供证书信息，接受社会监督。

#### 获证组织误用/滥用证书的主要形式

a) 错误使用证书或误用于证书覆盖范围外的体系；

b) 在任何资料中有对证书的不正确宣传，利用管理体系认证证书和相关文字、符号，误导公众认为认证证书覆盖范围外的管理体系、产品或服务获得认证；宣传认证结果时损害 ZJC 的声誉。

c) 未经中心批准，擅自更改证书内容。

d) 证书被伪造、涂改、出借、出租、转让、倒卖、部分出示、部分复印。

#### 认证证书的监督检查程序

获证客户应按规定使用认证证书并进行有效的控制，保存使用的有关记录。

ZJC在对获证客户的监督、再认证审核或其他检查时，应根据法律法规、方案所有者要求、认可规范、ZJC程序文件等规定对认证证书使用情况进行监督检查。

发现证书被误用/滥用时 ZJC 采取的纠正措施

- a) ZJC 向误用/滥用证书单位发出《误用/滥用认证证书处理通知书》，责令其纠正；
- b) 按公开文件说明中有关暂停、撤销认证的规定暂停或撤销该证书；
- c) 必要时按相关法律追究该单位的法律责任。

管理体系认证证书有效期为三年，但获证组织每年必须接受 ZJC 的监督检查符合 ZJC 的要求并获得 ZJC 颁发的《证书保持通知书》后方可继续使用该证书；证书复印件不具有法律效力。

由于未妥善保管造成证书遗失的，获证组织可以向ZJC 提出证书补发申请。

认证标志使用管理规定

获证组织标志使用程序

- a) 获证组织标志包括 ZJC 获证组织标志。
- b) 获证组织在获得 ZJC 管理体系认证证书可自愿选择 ZJC 获证组织标志。
- c) 获证组织可以在相应的管理体系认证证书覆盖的领域和业务范围内相关的场合有条件使用获证组织标志。如在有关文件、文具、办公场所展示、销售场所展示和出版物上使用，但不得将获证组织标志加施在产品上，只有在同时注明“本组织或企业通过\*\*\*\*管理体系认证”的情况下，方可将获证组织标志标注在运输产品的大包装上，但应当保证此包装不会到达最终用户手中。（\*\*\*\*：应为获证组织获得的相应管理体系认证名称）。
- d) 获证组织在使用获证组织标志时不可使公众误认为ZJC对获证组织的特定的产品或服务进行了认证。
- e) 获证组织不得将获证组织标志使用在与被认证领域和业务范围无关的各类业务及各类宣传媒体上进行误导宣传。
- f) 获证组织在使用获证组织标志时只能使用与ZJC所提供色调一致、排列方式一致的标志。
- g) 获证组织在使用获证组织标志时可按比例放大或缩小，但字迹必须清晰，标志必须完整，也不得将其变形使用。

获证组织误用/滥用标志的主要方式：

- a) 获证组织未按规定错误的使用获证组织标志，误用于证书覆盖范围外的体系和业务；

b) 在任何资料中发现有对获证组织标志的不正确宣传，利用获证组织标志误导公众认为认证证书覆盖范围外的管理体系或服务获得认证；宣传认证结果时损害 ZJC 的声誉；

c) 未获 ZJC 管理体系认证证书而使用获证组织标志。

d) 超范围使用产品认证标志

认证标志的监督检查程序

获证客户应按规定使用认证标志，并进行有效的控制，保存使用的有关记录。

ZJC 在对获证客户的监督、再认证审核或其他检查时，应根据法律法规、方案所有者要求、认可规范、ZJC 程序文件等规定对认证标志使用情况进行监督检查。

必要时 ZJC 可以通过市场抽样的方式，对获证企业认证标志的使用进行监督检查。

发现标志被误用/滥用时 ZJC 采取的纠正措施

a) 向误用/滥用认证标志单位发出《误用/滥用认证标志/认可标识处理通知书》，责令其限期采取纠正措施；

b) 按公开文件说明中有关暂停、撤销认证的规定暂停或撤销该证书；

c) 必要时按相关法律追究该单位的法律责任。

认证标志的中止使用

被ZJC 暂停获证资格时，获证组织应立即在暂停认证的范围内停止使用和发放带有认证标志的文件、文具和宣传资料或上述有关部分。当获证组织被 ZJC 撤销认证资格时，获证组织应立即在撤销的范围内停止发放和使用带有认证标志的文件、文具和宣传资料或上述有关部分。

ZJC 获证组织标志

ZJC 管理体系认证获证组织标志（简称 ZJC 获证组织标志）如图 1 所示。该标志包括获证组织图标和相应的管理体系认证注册号。

色号：Dark Blue #00008B



认证注册号：

图标1

a) ZJC 获证组织标志是 ZJC 准许获证组织在特定场合有条件使用以表示其获证范围内管理体系符合相关管理体系标准或技术规范的可证明性标记。

b) 获证组织使用ZJC 获证组织标志必须将获证组织图标和相应的管理体系认证注册号一起使用。

获证组织在使用获证组织标志时还应当遵守以下规定：

- a) 保证在涉及证书所限定的范围的场合使用获证组织标志；
- b) 接受机构对标志使用情况的监督检查；
- c) 认证有效期内的管理体系不符合认证要求，机构将责令认证供方限期改正，在纠正期间不得使用获证组织标志。

#### 12. 与其他管理体系的结合审查：

暂不能与其他体系结合审核。

#### 13. 特殊审核：

对于已经发证的组织，在发证后申请扩（缩）项，则需填写《申请变更单》，如涉及价格变动则需与机构签订补充协议；

合同评审人员接到申请后，即进行特殊审核评审工作；确定扩（缩）项补充审核等任何必要的审核活动，以做出是否可予扩大的决定；如在监督或再认证时申请扩大范围可与监督或再认证同时进行；

机构在接到投诉后应即刻启动调查程序，如需现场取证追踪，则需至少提前24小时书面通知客户进行现场核实；通知中应明确投诉内容、对象、调查人员等信息；

如因客户进行变更、对被暂停的客户进行追踪而需要提前较短时间进行通知审核的，则应在至少提前24小时书面通知客户，应让客户了解：对整个审核过程的详细说明，包括：审核原因、认证依据、产生的费用、审核人员、客户需提供资源的要求、投诉和申诉处理过程的信息等；

不通知获证客户的审核：一般为机构内部的随机抽查，相关监督部门的飞行检查，和随机检查等；机构在对客户的合同中已经明确了规定，客户需无条件进行配合；

提前较短时间通知获证客户进行的审核，由于客户缺乏对审核组成员的任命表示反对的机会，所以无特殊情况下一般安排前一任组长或组员担任组长；如因处理投诉而进行的调查，则应提前与客户沟通调查组成员的情况。

#### 14. 受理转换认证证书：

ZJC应当履行社会责任，严禁以牟利为目的受理不符合 GB/T 27922和CTS ZJC/R 1001:2025 标准、不能有效执行商品售后完善度服务的组织申请认证证书的转换。

ZJC受理组织申请转换为本机构的认证证书，应该详细了解申请转换的原因，必要时进行现场审查。

目前售后无需向认监委备案转换机构。

被发证的ZJC撤销证书的，除非该组织进行彻底整改，导致暂停或撤销认证证书的情形已消除，否则不应受理其认证申请。

#### 15. 受理组织的申诉：

申请组织或获证组织对认证决定有异议时，可通过电话：021-60882565进行申述；ZJC接受申诉并且及时进行处理，在 60 日内将处理结果形成书面通知送交申诉人。

书面通知应当告知申诉人，若认为ZJC未遵守认证相关法律法规或本规则并导致自身合法权益受到严重侵害的，可以直接向所在地认证监管部门或国家认监委投诉，也可以向相关认可机构投诉。

#### 16. 认证记录的管理：

ZJC应当建立认证记录保持制度，记录认证活动全过程并妥善保存。

记录应当真实准确以证实认证活动得到有效实施。记录资料应当使用中文，保存时间至少应当与认证证书有效期一致。

以电子文档方式保存记录的，应采用不可编辑的电子文档格式。

所有具有相关人员签字的书面记录，可以制作成电子文档保存使用，但是原件必须妥善保存，保存时间至少应当与认证证书有效期一致。

#### 17. 其他

本规则内容提及 GB/T 27922和CTS ZJC/R 1001:2025 标准时均指认证活动时该标准的有效版本。认证活动及认证证书中描述该标准号时，应采用当时有效版本的完整标准号

本规则所提及的各类证明文件的复印件应是在原件上复印的，并经审查员签字确认与原件一致。

ZJC可开展商品售后完善度服务及相关技术标准的宣贯培训，促使组织的全体员工正确理解和执行商品售后完善度服务标准。

## 附录 A

## 商品售后完善度服务审查时间要求

有效人数	文审	现场管理审核/评价		暗访（体验）
		1 个固定场所	多个（相同）固定场所	
1-25	0.5	2	开根号数*0.5 日	计入现场审核时间
26-50	0.5	3	开根号数*0.5 日	
51-100	0.5	4	开根号数*0.5 日	
101-200	0.5	5	开根号数*0.5 日	
201-400	0.5	6	开根号数*0.5 日	
401-700	0.5	7	开根号数*0.5 日	
701-1000	0.5	8	开根号数*0.5 日	
101-1500	0.5	9	开根号数*0.5 日	
1501-2000	0.5	10	开根号数*0.5 日	
2001-3000	0.5	11	开根号数*0.5 日	
3001-4000	0.5	12	开根号数*0.5 日	
4001-5000	0.5	13	开根号数*0.5 日	

注：

- 有效人数包括售后服务涉及的所有人员（含每个班次的人员）。覆盖于认证范围内的非固定人员（如：承包商人员）和兼职人员也应包括在有效人数内；服务类企业涉及的售后服务人数应为企业所有人数（最低不少于社保人数）；生产类企业所涉及的售后服务人数不低于企业所有人数（或社保人数）的 30%。
- 对非固定人员（包括季节性人员、临时人员和分包商人员）和兼职人员的有效人数核定，可根据其实际工作小时数予以适当减少或换算成等效的全职人员数。
- 组织正常工作期间（如轮班制组织）安排的审查时间可以计入有效的管理体系认证审查时间，但往返多审查场所之间所花费的时间不计入有效的管理体系认证审查时间。

## 附录B

## 评分要求：

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1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：

120-130分可获售后完善度服务3星（卓越级）；

131-160分可获售后完善度服务4星（卓越级）；

161及以上可获售后完善度服务5星（卓越级）。

原先已获得售后五星组织，总分在：

70分-80分可获售后完善度服务3星（卓越级）；

81分-110分可获售后完善度服务4星（卓越级）；

111分及以上可获售后完善度服务5星（卓越级）。

表1：

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		



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
		<b>资源配置</b>	6
		规范要求	6
		<b>监督</b>	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
客户服务	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：

120-130分可获售后完善度服务3星（卓越级）；

131-160分可获售后完善度服务4星（卓越级）；

161及以上可获售后完善度服务5星（卓越级）。

原先已获得售后五星组织，总分在：

70分-80分可获售后完善度服务3星（卓越级）；

81分-110分可获售后完善度服务4星（卓越级）；

111分及以上可获售后完善度服务5星（卓越级）。

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