

QB

国衡华信（北京）认证有限公司标准

CTS GHX-CC-004-2022 (02)

商品售后服务 评价技术规范

2022-05-10 发布

2022-05-10 实施

国衡华信（北京）认证有限公司 发

引言

本规范以商品售后服务特性为核心，基于合格评定功能法，聚焦顾客需求与期望，给出了商品售后服务认证所需的相关技术指标。

本规范树立与提升国衡华信（北京）认证有限公司良好的信誉和品牌形象，提升服务能力，增强消费者的信任度。

本规范有助于促进消费者的认可。

目录

引言	2
1 范围	4
2 规范性引用文件	4
3 评价技术	4
3.1 评价依据标准	4
3.2 评价指标	4
3.2.1 服务管理审核评价指标	4
3.2.2 顾客调查（功能感知）服务特性测评指标	5
3.2.3 公开的服务特性检验服务特性测评指标	5
3.2.4 服务设计审核评价指标	6
3.3 评价结果	7
3.4.1 服务管理审核评价结果	7
3.4.2 服务特性测评结果	7
3.5 评价结论	7
3.6 其他合格评定结果的可接受性	8
4 星级表示	8
附录 A	9
服务管理审核（模式 I）评价标准	9
附录 B	13
顾客调查（功能感知）服务特性测评（模式 E）标准	13
附录 C	15
公开的服务特性检验服务特性测评（模式 A）标准	15
附录 D	17
服务设计审核评价（模式 H）标准	17

1 范围

本规范适用于国衡华信（北京）认证有限公司（简称“GHX”）实施的“商品售后服务”认证过程。

2 规范性引用文件

- 1) GB/T 24620 服务标准制定导则 考虑消费者需求》
- 2) GB/T 27000 《合格评定 词汇和通用原则》
- 3) RB/T 065 《合格评定 服务质量测量方法和应用指南》
- 4) GB/T 24620 服务标准制定导则 考虑消费者需求》
- 5) GB/T 27000 《合格评定 词汇和通用原则》
- 6) RB/T 065 《合格评定 服务质量测量方法和应用指南》
- 7) GB/T 27922-2011 《商品售后服务评价体系》
- 8) GB/T 24421.2 《服务业组织标准化工作指南 第二部分 标准体系》
- 9) GB/T 27423-2019 《合格评定 检验检测服务风险管理指南》

3 评价技术

3.1 评价依据标准

GB/T 27922-2016 商品售后服务评价体系

3.2 评价指标

3.2.1 服务管理审核评价指标

应依据附录 A 评价指标实施评价活动，指标评价结构如下：

指标大类	分值	指标	赋分标准
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	16
		投诉处理	9

3.2.2 顾客调查（功能感知）服务特性测评指标

应依据附录 B 特性测评指标实施测评活动

测评项目	分值	测评指标	赋分标准
服务规范	20	流程遵循度	12
		收费合理性	8
服务能力	25	故障解决能力	8
		专业知识水平	12
		应急处理能力	5
服务态度	20	热情友好度	6
		耐心倾听度	8
		积极主动性	6
服务响应	20	响应及时性	6
		预约准确性	8
		反馈速度	6
服务体验	15	整体满意度	15

3.2.3 公开的服务特性检验服务特性测评指标

应依据附录 C 特性测评指标实施测评活动

测评项目	分值	测评指标	赋分标准
接待和服务	50	接待的及时性	10
		询问需求/主动问好	10
		礼貌用语/普通话	10
		服务热情/有耐心	10

		适宜的服务情绪	10
业务能力	50	商品品牌和市场口碑	10
		商品独有特性,用途、舒适性、寿命等	10
		商品的使用方法或操作等	10
		商品使用的注意事项	10
		投诉、反馈的处理流程	10
		服务的印象	10
应变能力	50	施加个人情绪的应变力	10
		施加商品品牌、质量诋毁的应变力	10
		施加商品价格过高的应变力	10
		施加其他附加条件的应变力	10

3.2.4 服务设计审核评价指标

应依据附录 D 评价指标实施评价活动

评价指标	评价内容	分值
制度建设	制度完整性	4
	制度合规性	4
设计策划	目标设定	6
	资源规划	6
	进度安排	6
设计输入	顾客需求调研	4
	商品特性分析	4
设计输出	服务内容设计	6
	服务流程设计	6
	服务标准制定	6
设计验证	内部评审	6
	模拟测试	6
	数据分析	6
设计确认	顾客反馈	6
	实际运行评估	6
	管理层审批	6
设计更改	更改需求识别	4
	更改流程执行	4

	更改效果评估	4
--	--------	---

3.3 评价结果

3.4.1 服务管理审核评价结果

评价得分	评价结论
评分得分率低于 70 分	不达标
特别扣分项达到 5 个以上	不达标
达到 70 分以上 (含 70 分)	达标级售后服务
达到 80 分以上 (含 80 分)	三星级售后服务
达到 90 分以上 (含 90 分)	四星级售后服务
达到 95 分以上 (含 95 分)	五星级售后服务
计算方法 评价得分= (实际得分+特别加分项-特别扣分项) / 涉及项分值*100	
特别说明 1. 特别加分项: 高于国家法律法规的有关要求; 处于行业领先的情况 (可以产生 1 分评分值之外的加分项, 但该项不超过 1 个) 2. 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 (扣分项应在评分值之外扣除) 3. 发生事故或曝光、投诉、资质失效的情况以及证书和标志的使用、上次不符合项验证不满足要求的, 在总得分基础上, 附加扣除 3 分 4. 涉及严重/重大事故的, 直接评价为不达标 5. 评价总得分执行四舍五入法, 最多保留一位小数	

3.4.2 服务特性测评结果

测评得分	测评结论
评分低于 70 分	不达标
达到 70 分以上 (含 70 分)	达标级售后服务
达到 80 分以上 (含 80 分)	三星级售后服务
达到 90 分以上 (含 90 分)	四星级售后服务
达到 95 分以上 (含 95 分)	五星级售后服务
计算方法 评价得分= (实际测评总得分/测评标准总分值) *100%	

3.5 评价结论

当存在多个认证模式且独立评价时, 以评价结论为最低星级作为最终评价结论。

当存在一个认证模式中涉及多个独立的审核/测评场所时, 取最低评价得分场所结果作为该模式的最终评价结论。

3.6 其他合格评定结果的可接受性

若申请组织提供者在申请认证前,已经获得合格评定结果,此合格评定结果可能不是来自认证机构签约控制的资源,GHXX 在以下条件下可以接受该合格评定结果。

- 合格评定策划的有明确的的准则;
- 申请组织能够提供正式的结论性合格评定报告。

4 星级表示

评价服务等级	服务星级表示
达标级售后服务	达标级
三星级售后服务	★★★
四星级售后服务	★★★★
五星级售后服务	★★★★★

附录 A

服务管理审核（模式 I）评价标准

大类	指标	指标分解	分值	说明
5.1 售后服务体系 (40)	5.1.1 组织架构 (4)	5.1.1.1 设立或指定专门从事售后服务工作的部门 (0.5 分)，并有合理的职能划分和岗位设置 (0.5)。	1	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		5.1.1.2 根据需要，服务网点覆盖商品销售区域(1)，能够对服务网点进行有效管理(2)。	3	如涉及抽样，则按不符合样本比例进行扣分，如应配置 5 人，实际 3 人，此项扣 2 分，得 3 分。
	5.1.2 人员配置 (6)	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 (1)。	1	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		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)	5	如涉及抽样，则按不符合样本比例进行扣分，如应配置 5 人，实际 3 人，此项扣 2 分，得 3 分。
	5.1.3 资源配置 (6)	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。(1)	1	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		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 (1)； b) 定期或不定期的服务文化的培训 (1)； c) 有效的评优、奖励、晋升和员工关怀机制 (1)。	3	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		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 (0.5)； b) 售后服务设施，例如顾客信息系统、安全保障措施等 (1)； c) 售后服务活动中涉及的工具、备品备件等 (0.5)。	2	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
	5.1.4 规范要求 (6)	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 (1)，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 (1)，形成完整的售	3	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。

大类	指标	指标分解	分值	说明
		后服务手册（1）。		
		5.1.4.2 制订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。	3	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
	5.1.5 监督（7）	5.1.5.1 设立服务监督机构（1），由专职人员负责（1），监督企业售后服务系统的运转情况。	2	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		5.1.5.2 以监督有效奖惩（1），持续修正各项服务目标（1），并通过内部和外部的监督评价活动促进服务品质提升（3）。	5	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
	5.1.6 改进（5）	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（1），并在商品质量或服务品质方面不断改进（1）。	2	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		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。（1）	1	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		5.1.6.3 通过国家认可的相关品牌、安全或管理认证。（1）	1	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		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。（1）	1	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
	5.1.7 服务文化（6）	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（1），并保证员工理解（2）。	3	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。员工理解按抽样比例计分。
		5.1.7.2 对售后服务的目标或水平做出承诺（0.5），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（0.5）。	1	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		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（1），形成有效的顾客认知和口碑（1）。	2	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。顾客认知和口碑按抽样比例计分。
5.2 商品服务	5.2.1 商品信息（6）	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。（1）	1	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。

大类	指标	指标分解	分值	说明
		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（0.5）。文档应便于顾客理解，各条款符合国家有关规定要求（1）。	1.5	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		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。（0.5）	0.5	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		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。（2）	2	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		5.2.1.5 建立商品系统性缺陷信息公开机制（0.5），及时告知顾客（0.5）。	1	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
	5.2.2 技术支持（6）	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。（2）	2	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		5.2.2.2 提供商品使用所必需的使用指导或顾客培训（0.5），解答并解决顾客的疑问（0.5）。	1	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		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（1）。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（1）。	2	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		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。（1）	1	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
	5.2.3 配送（4）	5.2.3.1 所售商品的包装应完整、安全，便于运输或携带。（1）	1	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		5.2.3.2 对顾客所承诺的送货范围、送货时间及时兑现。（3）	3	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
	5.2.4 维修（10）	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。（1）	1	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		5.2.4.2 按国家法律法规有关要求提供包修和保修服务。（0.5）	0.5	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		5.2.4.3 服务人员应注意个人卫生和形象（0.5分），有效执行报修、送修或上门维修的服务程序和服务规范（2），及时进行维修（2），并向顾客如实提供维修记录（0.5）。	5	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。涉及抽样的按不符合样本比例进行扣分。
		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。（1）	1	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。

大类	指标	指标分解	分值	说明
		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。(2)	2	符合性指标, 不符合则扣除单项全部分值。
		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。(0.5)	0.5	符合性指标, 不符合则扣除单项全部分值。
	5.2.5 质量保证 (7)	5.2.5.1 所销售的产品质量应符合国家相关法规要求和质量标准要求。(1)	1	符合性指标, 不符合则扣除单项全部分值。
		5.2.5.2 对客户明示的质保期和保修期应符合国家相关规定的要求。(1)	1	符合性指标, 不符合则扣除单项全部分值。
		5.2.5.3 对有质量问题的产品,是否按照有关规定办理退换(1.5),如退换(非企业商品质量或服务问题造成的)涉及收费的,是否想顾客明示(1.5)。	3	符合性指标, 不符合则扣除单项全部分值。
		5.2.5.4 商品存在缺陷或出现难以解决的问题(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。(1)	1	符合性指标, 不符合则扣除单项全部分值。
		5.2.5.5 对于贸易型企业,应配合生产厂家爱,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。(1)	1	符合性指标, 不符合则扣除单项全部分值。
	5.2.6 废弃商品回收 (2)	5.2.6.1 向顾客明示废弃商品回收的有关注意事项(0.5),其内容应符合安全和环保的要求。(0.5)	1	符合性指标, 不符合则扣除单项全部分值。
		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。(1)	1	符合性指标, 不符合则扣除单项全部分值。
	不适用说明	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		当删减发生时,该指标分值不计算(总分仍按100分计算)

附录 B

顾客调查（功能感知）服务特性测评（模式 E）标准

测评方法和形式	<input type="checkbox"/> 访谈法	<input type="checkbox"/> 个别访谈 <input type="checkbox"/> 集体访谈 <input type="checkbox"/> 直接访谈 <input type="checkbox"/> 其他：	
	<input type="checkbox"/> 问卷法	<input type="checkbox"/> 线上问卷 <input type="checkbox"/> 当面问卷 <input type="checkbox"/> 电话访问问卷 <input type="checkbox"/> 其他：	
得分标准	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。		
测评项目	测评指标	测评内容	测评分值
服务规范	流程遵循度	在您发起售后服务请求时，售后人员是否： 1.详细询问商品故障的具体表现、使用情况以及之前是否有过类似问题等信息（3分） 2.准确记录您反馈的内容（3分） 在安排维修或处理方案时，售后人员： 3.按照规定的审批流程进行（3分） 4.及时告知您处理进度和预计完成时间（3分）	12分
	收费合理性	售后人员在告知您维修或服务费用时，是否： 1.清晰地列出各项收费明细，比如零件费用、人工费用、上门服务费 etc（3分） 2.这些收费标准在您了解市场行情后合理公正，不存在乱收费或者过高收费的情况（3分） 3.收费方式是否透明，提供正规的发票（2分）	8分
服务能力	故障解决能力	售后人员在对您的商品进行检查维修后，是否： 1.成功解决最初的故障问题（3分） 2.商品在维修后经过一段时间的使用，是否还出现过类似或者新的问题呢（3分） 3.如果故障比较复杂，售后人员是否有能力逐步排查并找到根本原因，而不是简单地进行表面处理（2分）	8分
	专业知识水平	当您向售后人员咨询关于商品的技术参数、使用方法、保养知识等问题时，他们是否： 1.能够准确、详细地进行解答（3分） 2.在维修过程中，他们对商品的结构、原理是否熟悉（3分） 3.能否运用专业知识选择最合适的维修方案（3分） 4.对于一些行业内的新技术、新趋势，他们是否有所了解并能应用到实际服务中（3分）	12分
	应急处理能力	如果遇到商品突发紧急故障，比如电器突然冒烟、设备突然停机等情况，售后人员是否： 1.能够迅速做出反应，第一时间赶到现场或者提供有效的远程指导（3分） 2.在处理应急情况时能够冷静、果断地采取措施，避免故障进一步扩大，保障您的人身和财产安全（2分）	5分
服务态度	热情友好度	从您与售后人员接触的一开始，他们是否： 1.面带微笑、语气亲切，主动与您打招呼并询问需求（3分） 2.在整个服务过程中，始终保持积极的态度，让您感受到被重视和	6分

		关心 (3 分)	
	耐心倾听度	当您详细描述商品故障的经过和现象时, 售后人员: 1. 有没有认真倾听, 不打断您的发言 (3 分) 2. 对于您反复强调的重点问题, 是否给予了足够的关注和回应 (3 分) 3. 在您表达不满或者提出疑问时, 是否能够耐心解释, 而不是表现出不耐烦 (2 分)	8 分
	积极主动性	售后人员在了解您的问题后, 是否: 1. 主动提出多种解决方案供您选择, 而不是等待您来询问 (3 分) 2. 在维修过程中, 主动检查商品的其他部件, 看是否存在潜在的问题, 并及时告知您 (3 分)	6 分
服务响应	响应及时性	您通过电话、在线客服或者其他渠道提出售后需求后, 售后人员是否: 1. 在承诺的时间内与您取得联系 (3 分) 2. 在您等待响应的过程中, 有相关人员及时向您反馈处理进度 (3 分)	6 分
	预约准确性	当与您预约上门服务的时间和地点时, 售后人员是否: 1. 提前再次与您确认, 确保信息准确无误 (3 分) 2. 严格按照预约时间到达现场, 没有出现迟到或者提前过长时间到达的情况 (3 分) 3. 如果因为特殊原因需要更改预约, 提前通知您并与您协商新的时间 (2 分)	8 分
	反馈速度	在处理您的售后问题过程中, 售后人员是否: 1. 定期向您反馈维修进度, 比如已经完成了哪些步骤、遇到了什么问题、预计还需要多长时间等 (3 分) 2. 对于您询问的进度情况, 他们是否能够及时给予准确的回复 (3 分)	6 分
服务体验	整体满意度	1. 综合这次售后服务的各个方面, 包括服务规范、服务能力、服务态度和服务响应等, 您对整个服务过程的满意度是否达到了您的期望 (5 分) 2. 基于这次的服务体验, 如果您以后再次遇到类似的商品售后问题, 您是否还会选择该企业的售后服务 (5 分) 3. 您是否愿意将该企业的售后服务推荐给身边有需要的亲戚、朋友或者同事 (5 分)	15 分

附录 C

公开的服务特性检验服务特性测评（模式 A）标准

序号	测评项目	体验内容	评价内容	暗访技巧（参考）	满分
1	接待和服务	接待的及时性	<input type="checkbox"/> 及时（10） <input type="checkbox"/> 可接受（8） <input type="checkbox"/> 不可接受（5）	访问的时机，考虑非正常作息的时间段，能充分判断服务接待的及时性	10
2		询问需求 主动问好	<input type="checkbox"/> 满意（10） <input type="checkbox"/> 一般（8） <input type="checkbox"/> 不满意（5）	被动回答，能更好的判断服务人员的吸引力和魅力	10
3		礼貌用语 普通话	<input type="checkbox"/> 标准（10） <input type="checkbox"/> 一般（8） <input type="checkbox"/> 不标准（5）	普通话沟通，判断服务人员是否适用礼貌用语，如“您”	10
4		服务热情 有耐心	<input type="checkbox"/> 满意（10） <input type="checkbox"/> 一般（8） <input type="checkbox"/> 不满意（5）	间断性回答和适宜的无视，能够真实判断服务人员的热情和耐心	10
5		适宜的服务情绪	<input type="checkbox"/> 满意（10） <input type="checkbox"/> 一般（8） <input type="checkbox"/> 不满意（5）	通过沟通过程的心理感觉，判断服务人员的情绪状态	10
6	业务能力	商品品牌和市场口碑	<input type="checkbox"/> 熟悉（10） <input type="checkbox"/> 不熟悉（8） <input type="checkbox"/> 没听过（5）	引导服务人员介绍商品品牌和市场口碑	10
7		商品独有特性，用途、舒适性、寿命等	<input type="checkbox"/> 熟悉（10） <input type="checkbox"/> 不熟悉（8） <input type="checkbox"/> 没听过（5）	引导服务人员介绍商品独有特性，用途、舒适性、寿命等	10
8		商品的使用方法或操作等	<input type="checkbox"/> 熟悉（10） <input type="checkbox"/> 不熟悉（8） <input type="checkbox"/> 没听过（5）	引导服务人员介绍商品的使用方法或操作等	10
9		商品使用的注意事项	<input type="checkbox"/> 熟悉（10） <input type="checkbox"/> 不熟悉（8） <input type="checkbox"/> 没听过（5）	引导服务人员介绍商品使用的注意事项	10
10		投诉、反馈的处理流程	<input type="checkbox"/> 熟悉（10） <input type="checkbox"/> 不熟悉（8） <input type="checkbox"/> 没听过（5）	引导服务人员介绍投诉、反馈的处理流程	10
11		服务的印象	<input type="checkbox"/> 满意（10） <input type="checkbox"/> 一般（8） <input type="checkbox"/> 不满意（5）	对服务人员接待、业务能力的第一印象如何	10
12	应变能力	施加个人情绪的应变力	<input type="checkbox"/> 满意（10） <input type="checkbox"/> 一般（8） <input type="checkbox"/> 不满意（5）	适当的附带个人情绪（如语言攻击、态度不端等）影响，判断服务人员的应变能力（服务补救技术）	10
13		施加商品品牌、质量诋毁的应变力	<input type="checkbox"/> 满意（10） <input type="checkbox"/> 一般（8） <input type="checkbox"/> 不满意（5）	适当的附带商品诋毁（如品牌差、质量低等）影响，判断服务人员的应变能力（服务补救技术）	10

序号	测评项目	体验内容	评价内容	暗访技巧（参考）	满分
14		施加商品价格过高的应变力	<input type="checkbox"/> 满意（10） <input type="checkbox"/> 一般（8） <input type="checkbox"/> 不满意（5）	适当的附带商品价格过高，同行价格低等影响，判断服务人员的应变能力（服务补救技术）	10
15		施加其他附加条件的应变力	<input type="checkbox"/> 满意（10） <input type="checkbox"/> 一般（8） <input type="checkbox"/> 不满意（5）	适当的附加商品交易条件，如礼品、折扣、私交等。判断服务人员的应变能力	10

附录 D

服务设计审核评价（模式 H）标准

评价项目	评价指标	评价标准	评分标准
制度建设	制度完整性	建立并实施商品售后服务全设计流程相关制度	2
		制度包括但不限于顾客需求分析、商品特性分析、服务流程设计、服务标准设计、设计质量控制等。	2
	制度合规性	符合国家相关法律法规，如《消费者权益保护法》《产品质量法》等。	2
		遵循行业规范和标准，包括行业售后服务有关标准或商品质量标准	2
设计策划	目标设定	明确售后服务设计目标，如提高顾客满意度至一定百分比、降低投诉率等，目标可量化。	3
		目标与商品特性和顾客需求相契合	3
	资源规划	合理规划人力、物力和财力资源。	3
		资源配置与目标设定相匹配，避免资源浪费或不足。	3
	进度安排	制定详细的设计进度计划，明确各阶段的时间节点和交付成果。	3
		服务时间节点考虑商品质量和顾客需求的及时性	3
设计输入	顾客需求调研	通过多种渠道（如问卷调查、访谈、在线反馈等）广泛收集顾客对售后服务的期望和需求。	2
		对不同顾客群体（年龄、地域、消费习惯等）的需求进行分类分析。	2
	商品特性分析	全面了解商品的性能、质量、使用寿命、常见故障等特性。	2
		分析商品在不同使用场景下的售后需求，如户外使用商品的防护和维修需求。	2
设计输出	服务内容设计	根据顾客需求和商品特性，设计多样化的服务内容，如安装调试、维修保养、技术支持、培训指导等。	3
		服务内容设计具有针对性和实用性，能切实解决顾客问题	3
	服务流程设计	设计简洁、高效的服务流程，减少顾客等待时间和手续繁琐度。	3
		流程体现以顾客为中心的理念，如提供线上预约、上门服务等便捷方式。	3

评价项目	评价指标	评价标准	评分标准
	服务标准制定	明确各项服务的质量标准，如维修时间、响应时间、服务态度等。	3
		标准具有可衡量性和可操作性，便于监督和考核。	3
设计验证	内部评审	组织跨部门团队对售后服务设计进行评审，包括销售、技术、客服等部门。	3
		评审内容涵盖服务内容、流程、标准的合理性和可行性。	3
	模拟测试	对设计的服务流程进行模拟操作，检验流程的顺畅性和员工的操作熟练度。	3
		模拟不同类型的顾客需求和问题，评估服务的应对能力。	3
	数据分析	收集相关数据，如历史售后数据、顾客满意度调查数据等。	3
		运用数据分析方法，验证设计是否能有效解决现有问题和满足顾客需求。	3
设计确认	顾客反馈	邀请部分典型顾客对售后服务设计进行试用和评价，收集顾客的意见和建议。	3
		根据顾客反馈，对设计进行必要的调整和优化。	3
	实际运行评估	在实际业务中运行售后服务设计，观察服务效果和顾客反应。	3
		评估设计是否达到预期目标，如顾客满意度提升、投诉率降低等。	3
	管理层审批	售后服务设计经过公司管理层的审批，确保设计符合公司战略和整体利益。	3
		审批过程充分考虑商品特性、顾客需求和市场竞争等因素。	3
设计更改	更改需求识别	建立有效的机制，及时识别售后服务设计需要更改的情况，如顾客需求变化、商品升级等。	2
		对更改需求进行分类和评估，确定更改的必要性和优先级。	2
	更改流程执行	按照规定的更改流程进行操作，包括申请、审批、实施和验证等环节。	2
		更改过程中做好沟通和协调工作，确保相关部门和人员及时了解更改内容。	2
	更改效果评估	对设计更改后的效果进行评估，对比更改前后的关键指标（如顾客满意度、成本等	2

评价项目	评价指标	评价标准	评分标准
		根据评估结果，决定是否需要进一步调整或优化。	2