

QB

# 国衡华信（北京）认证有限公司标准

CTS GHX-CC-006-2023 (00)

---

## 科学研究技术服务 评价技术规范

2023-06-06 发布

2023-06-06 实施

---

国衡华信（北京）认证有限公司

## 引言

本规范以科学研究技术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，给出了科学研究技术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 术语和定义 .....4

4 技术规范要求 .....4

    4.1 售后服务综合评价技术（模式 I） .....4

    4.2 服务特性测评技术 .....5

5 评价结论 .....5

    5.1 服务管理审核评价结论 .....5

    5.2 服务特性测评评价结论 .....6

    5.1 等级表示 .....6

    5.2 其他合格评定结果的可接受性 .....6

6 证书样本 .....7

7 评价工具箱 .....8

    售后服务管理审核评价（模式 I） .....9

    服务特性测评（模式 H） .....14

    服务特性测评-满意度测评（模式 E） .....15

1 范围

本规范适用于国衡华信（北京）认证有限公司（简称“GHXX”）在“科学研究技术服务”领域内实施的各类科学研究技术售后服务认证过程。

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》

3 术语和定义

3.1 管理咨询服务

通过调研发现并确认制约组织管理、发展和经营活动的关键问题，提供相应的解决方案，并通过培训、指导实施或运用技术手段，帮助各类组织解决相关问题的过程。

3.2 管理咨询机构

提供管理咨询服务的组织。

3.3 技术实现

利用信息技术和其他新兴技术，融合到管理咨询方案中，通过技术固化和优化咨询成果，把管理咨询成果转变成咨询方案的结果交付方式。

3.4 效果评估

衡量规划、项目、服务机构经过实施活动所达到的预定目标和指标的实现程度

4 技术规范要求

4.1 售后服务综合评价技术（模式 I）

4.1.1 评价指标和标准分

服务管理审核评价指标			
指标大类	分值	指标	分值
售后服务体系	40 分	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 分	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 分	顾客关系	15
		投诉处理	10
备注：允许对“商品服务”有关指标项进行删减，删减指标得分不计，应有充分理由说明该指标项的删减是合理的。			

4.1.2 评价方法

获取审核证据，对照 GB/T 27922-2011 标准要求规定的评价指标内容，得出评价分值。评价指标内容见附件一。

4.2 服务特性测评技术

可选认证模式	样本选取对象	样本选取场所
模式 H：服务设计审核	服务提供和交付过程	中心职能场所（含分场所）
模式 E：顾客调查（功能感知）	服务提供者的顾客	中心职能场所（含分场所）

4.2.1 测评方法

获取测评信息，对照标准本规范要求规定的测评指标内容实施测评，得出测评分值。测评指标内容见附件二、附件三。

5 评价结论

5.1 服务管理审核评价结论

评分得分	评价结论	特别说明
评分得分率低于 70 分	不达标	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
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	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
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		

## 5.2 服务特性测评评价结论

评价得分	评价结论	特别说明
评分低于 70 分	不达标	1. 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，在总得分基础上，附加扣除 3 分 2. 涉及严重/重大事故的，直接评价为不达标 3. 评价总得分执行四舍五入法，最多保留一位小数
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 93 分以上（含 93 分）	五星级售后服务	
评价结论： 评价总得分=（实际得分/总分值）*100%		

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

## 5.1 等级表示

评价服务等级	星级表示
科学研究技术售后服务“合格”	★★★
科学研究技术售后服务“良”	★★★★
科学研究技术售后服务“优”	★★★★★

## 5.2 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, GHX 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。



## 7 评价工具箱

附件一 售后服务管理审核（模式 I）

附件二 服务特性测评（模式 H）

附件三 服务特性测评（模式 E）



附件一

售后服务管理审核评价（模式 I）

指标大类	分值	指标	分值
售后服务体系	40 分	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 分	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 分	顾客关系	15
		投诉处理	10

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。
		5.1.4.1 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), 形成完整的售后服务手册 (1)。	3	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)	5.1.4.2 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。

大类	指标	指标分解	分值	说明
	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。
		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。

大类	指标	指标分解	分值	说明
		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。
		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。

大类	指标	指标分解	分值	说明
	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)

附件二

服务特性测评（模式H）

测评指标	测评指标分解	得分	扣分说明
设计需求 (20 分)	通过观察、访谈、调查、市场研究、体验等方法，深入了解服务设计的需求、期望、服务特性等。（10 分）		
	根据业务目标和用户需求，确定服务设计要达成的具体目标（10 分）		
设计实施 (40 分)	应基于服务设计的需求、期望、服务特性信息，定位服务方式/类型。（10 分）		
	应基于客户需求、服务目标、服务环节、服务人员、服务资源、服务质量控制等方面，确定具体的服务流程及要求（20 分）		
	识别服务接触点，针对服务接触点详细策划，如有关的人员要素、物理环境要素、信息要素、流程要素、技术要素等（10 分）		
设计评估 (40 分)	服务流程简洁、高效，避免不必要的环节和延误（10 分）		
	服务蓝图清晰，明确用户与服务在各个环节的接触点，包括人员、设备、环境等（10 分）		
	服务资源配置合理、充分，能够满足设计需求需要（10 分）		
	可以围绕用户的需求、期望和感受展开服务，能够满足用户在功能、情感或社会层面的需求，符合国家法律法规和行业规范要求。（10 分）		
总得分	总得分		

## 附件三

## 服务特性测评-满意度测评（模式E）

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。	
序号	测评内容	测评分值
1	具备的技术资源、企业资质、总体服务水平如何？	10
2	服务人员素质、态度、礼貌礼仪如何？	10
3	服务收费合理、透明、无捆绑和诱导消费	10
4	在服务洽谈、方案设计、技术指导方面的专业性如何？	10
5	具备技术服务质量的保障能力如何？	10
6	具备分析和解决问题的能力如何	10
7	服务响应的及时性和高效程度如何？	10
8	按约定期限完成服务交付	10
9	服务成果质量是否达到您的期望？	10
10	售后咨询、反馈和技术支持等服务质量如何？	10