

QB

国衡华信（北京）认证有限公司标准

CTS GHX-CC-006-2023 (01)

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

文件修定发布记录 4

1 范围5

2 规范性引用文件 5

3 术语和定义 5

4 技术规范要求 5

 4.1 售后服务综合评价技术（模式 I）5

 4.2 服务特性测评技术 6

5 评价结论6

 5.1 评价方式 6

 5.2 评价结果 7

 5.3 评价（测评）结论 7

 特别说明： 7

6 星级表示8

7 评价工具箱 8

科学研究技术售后服务管理审核评价（模式 I）9

服务特性测评（模式 H） 13

服务特性测评-满意度测评（模式 E） 14

文件修定发布记录

章节	修改状态	修改原因/内容	修订批准人	修改发布日期
5	修订	5.1、5.2 重新修订评价方式、评价结果内容	杜晓雨	20260612

1 范围

本规范适用于国衡华信（北京）认证有限公司（简称“GHHX”）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 科学研究技术服务

为用户提供科学研究、技术支持、技术咨询、成果转化等专业技术服务的过程。

3.2 技术实现

利用信息技术和其他新兴技术、融合到技术服务方案中，通过技术固化和优化服务成果。

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
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
技术服务	35 分	服务信息	6
		技术支持	10
		交付与实施	10
		质量保证	6
		持续跟踪	3
顾客服务	25 分	顾客关系	15
		投诉处理	10
备注：允许对“技术服务”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 评价方式

不同认证模式评价结果总分值，按照权重分配进行得分。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。

认证模式	权重比例
------	------

模式I	50%
模式H	25%
模式E	25%
1. 单个模式评价得分 实际评价（测评）得分：实际评价总得分/涉及项评价总标准分值*100% 2. 综合评价得分 实际综合评价（测评）得分=模式 I*权重比例+模式 H*权重比例+模式 E*权重比例 3. 特别说明 1) 当不涉及模式 H 时，模式 I 权重比例为 50%，模式 E 的权重为 25% 2) 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 3) 求的，在总得分基础上，附加扣除 5 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	

5.2 评价结果

监督审核存在多个认证模式且独立评价时，以评价结果为最低得分作为最终评价结果。

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

5.3 评价（测评）结论

评价（测评）得分	评价结论
评分得分率低于 70 分	不达标
达到 70 分以上（含 70 分）	三星级服务
达到 80 分以上（含 80 分）	四星级服务
达到 90 分以上（含 90 分）	五星级服务

- 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违规、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；涉及严重/重大事故的，直接评价为不达标；
 - 4. 评价总得分执行四舍五入法，最多保留一位小数

5.4 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, GHHX 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。

6 星级表示

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”	★★★★★

7 评价工具箱

- 附件一 科学研究技术售后服务管理审核（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

科学技术售后服务管理审核评价（模式 I）

指标大类	分值	指标	分值
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
技术服务	35 分	服务信息	6
		技术支持	10
		交付与实施	10
		质量保证	6
		持续跟踪	3
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 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。
		5.1.4.2 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 技术服务	5.2.1.1 向顾客明示技术服务的内容、流程、技术指标和依据等完整信息。(1)	2	符合性指标,不符合则扣除单项全部分值。
		5.2.1.2 技术服务附属文档应明确技术数据、操作使用及保养要求等,文档应便于顾客理解。	2	符合性指标,不符合则扣除单项全部分值。
		5.2.1.3 向顾客明示技术服务的收费依据和标准,涉及知识产权归属的应事先明示。	2	符合性指标,不符合则扣除单项全部分值。
		5.2.2.1 根据服务特点,在项目启动前提供及时、必要的方案设计、可行性分析和技术调试服务。	4	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
		5.2.2.2 提供服务使用所必需的技术指导或顾客培训，解答并解决顾客的疑问。	3	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		5.2.2.3 在服务有效期内为顾客提供持续各类技术支持服务。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。	3	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
	5.2.3 交付与实施 (10)	5.2.3.1 严格按照合同约定期限和计划节点完成技术服务的交付。	4	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		5.2.3.2 交付的科研成果、技术报告、数据等应符合约定的技术指标和质量要求。	4	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		5.2.3.3 在服务实施过程中，应妥善保管顾客的样品、原始数据等，确保其安全与保密。	2	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
	5.2.4 质量保证 (6)	5.2.4.1 所提供的技术服务质量应符合国家相关法规要求和质量标准要求。	2	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		5.2.4.2 对顾客明示的质保期和后续技术支持期应符合国家相关规定及合同承诺的要求。	2	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		5.2.4.3 技术服务存在缺陷或出现难以解决的问题时，应实施补救赔偿或其他弥补措施。	2	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
	5.2.5 持续跟踪 (3)	5.2.5.1 建立顾客回访机制，对交付后的技术效果和顾客满意度进行持续跟踪。(1)	3	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
	5.3 顾客服务 (25)	5.3.1.1 建立完善的顾客沟通渠道，设立专人负责咨询和业务接待	5	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		5.3.1.2 建立顾客档案和信息服务系统，对顾客信息进行有效管理和保密	5	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		5.3.1.3 定期开展顾客满意度调查，并对调查结果进行分析和改进。	5	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		5.3.2.1 建立科学有效的投诉处理机制，公布投诉渠道，安排专人负责。	4	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。
		5.3.2.2 及时响应顾客投诉，并在承诺的时限内给出处理结果	6	符合性指标，不符合则扣除单项全部分值。

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）	应基于科研服务设计的需求、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	☐ 访谈法	☐ 个别访谈 ☐ 集体访谈 ☐ 直接访谈 ☐ 其他：	
	☐ 问卷法	☐ 线上问卷 ☐ 当面问卷 ☐ 电话访问问卷 ☐ 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