

# 中国商业联合会团体标准

T/CGCCXXX-2016

---

## 定制商品售后服务规范

(公示稿)

2017-xx-xx 发布

2017-xx-xx 实施

---

中国商业联合会 发布

## 前 言

本标准依据GB/T1.1-2009的格式编制。

本标准由中国商业联合会零售供货商专业委员会提出。

本标准由中国商业联合会归口。

本标准起草单位：

本标准主要起草人：

本标准为首次发布。

# 定制商品售后服务规范

## 1 范围

本标准规定了定制商品的术语和定义、前期服务、配送安装、顾客关系等方面的内容。本标准适用于定制商品的经营服务和相关管理活动。

## 2 标准性引用文件

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，仅所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/T27922 商品售后服务评价体系

GB/T27925 商业企业品牌评价与企业文化建设指南

## 3 术语定义

下列术语定义适用于本文件。

### 3.1

#### 定制商品

根据用户需求进行订单式生产、交付的产品，包括批量定制和单一定制。

## 4 基础保障

4.1 企业具备合法的经营资质，配置专门的定制商品服务人员和售后服务管理师。

4.2 服务人员的技术资质应符合国家和行业特性的相关要求。

4.3 企业应健全服务网络，根据需求建立合理的办事处或网点，每处网点或办事处配备满足需求的服务人员。

4.4 建立售后服务保障部门，健全售后服务机制和追溯机制。

4.5 企业提供多种渠道的技术咨询服务，并采取多种方式提前告知顾客，以便及时解决问题。

4.6 为顾客提供信息充分的订单产品和服务介绍样本。

4.7 建立商品设备和服务的体验式环境。

## 5 前期服务

- 5.1 建立客户关系管理系统，形成数据库，并及时对客户信息进行完善，包括客户的使用情况、投诉处理、回访等信息，并有相关的顾客信息保密措施。
- 5.2 进行设计前测量时应提前与顾客进行沟通，按照规范化程序制定相应的设计方案。
- 5.3 对设计、测量相关人员的设计能力、诚信水平、满意度等方面的信息进行公开。
- 5.4 设计方案应符合实际情况，不能出现过度承诺或虚假承诺的情况。
- 5.5 设计费和有关的其他服务费应明确收费项目和价格，提前告知顾客并征求顾客的意见。
- 5.6 由于供应商的原因而造成的设计问题、方案缺陷等问题，应执行先行赔付。赔付标准须提前告知顾客。
- 5.7 定制商品所使用的原材料应有相关的材质说明、检测报告等信息，并且质量符合相应的国家标准和法律法规。
- 5.8 根据顾客需求使用进口原材料时，应提供相应的原产地等证明材料。
- 5.9 与顾客签订商品和服务的销售合同及附件应遵守相关的法律法规，明确收费标准和项目，内容规范，条理清晰，用词准确。

## 6 技术支持

- 6.1 商品包装应做到完整、安全并且便于运输，且有清晰的企业信息。
- 6.2 包装内应包含定制商品的技术文件、操作使用、保养要求及保修时间等信息，条款符合国家相应规定。
- 6.3 按照配送时间、范围兑现相应的承诺，在配送前及时与顾客进行相关配送信息的确认，如有特殊情况未能及时送到须提前与顾客进行协调，另行约定时间。
- 6.4 配送完成后由顾客确认无误进行签字，并对定制商品进行现场安装和调试，确保商品正常使用，且提供完善的使用指导和技术支持服务。
- 6.5 定制商品安装前应对安装环境和设施要求、安全使用信息等进行事先告知，需要时应提供相应的检测设备。
- 6.6 涉及到对安装场所的设施做调整时，应与顾客提前做好沟通并征求意见，双方在相应单据上签字确认。
- 6.7 在配送、安装时定制商品出现需要修改的情况，应及时记录信息并按照规范化流程进行修改。

## 7 维修服务

- 7.1 制定合理规范的维修流程。
- 7.2 维修承诺应明确为时间和效果上的，并通过多种方式提前告知顾客。
- 7.3 在定制商品有效期内确保商品原材料的备用。
- 7.4 易损件的注意事项等相关信息应让顾客知晓。

- 7.5 超出保修期的定制商品如存在有偿维修的情况,应明示维修价格标准并提前告知顾客。
- 7.6 企业应制定缺陷品预防措施,建立健全缺陷消费品召回制度,有效保护顾客的权益。

## 8 事件处理

- 8.1 开通多个投诉渠道。
- 8.2 建立具有可操作性的投诉流程并明确告知顾客,及时为客户解决问题。
- 8.3 管理部门或售后服务人员应及时记录顾客投诉,并在两小时内响应并在合理时间内解决问题。
- 8.4 若在问题响应后无法解决,应及时与顾客沟通协商,采取赔付、退换货等措施,最大限度维护顾客的权益。
- 8.5 由于定制商品特殊性,对退换货条件应提前告知顾客,并明确退换货流程,退换货过程中产生相应的收费应提前告知顾客。
- 8.6 需要返厂维修的定制商品,需明确维修时间和效果,必要时可为顾客提供代用品。
- 8.7 建立售后服务危机事件处理预案,成立应急小组,并依照相应的流程及时处理,同时追溯事情源头,必要时应采取公示、召回等措施。
- 8.8 对重大投诉问题或赔付情况,应建立有效公正的评估措施,保障顾客权益。

## 9 服务提升

- 9.1 建立顾客评价制度,顾客可对服务人员的技术能力、及时性等信息进行评价。
- 9.2 企业应建立内部服务评价机制,从服务网点、服务执行和服务人员能力、资质、资源等进行评价,并形成相应的奖惩机制。
- 9.3 企业定期进行服务相关专业知识的学习,建立完善的服务专业人员储备机制。
- 9.4 定期进行市场信息数据分析和顾客满意度调查。
- 9.5 企业向顾客宣传服务文化和理念,提升服务、品牌的知名度,创造文化价值。
- 9.6 按 GB/T27925 和 GB/T27922 进行品牌与服务评价。

## 10 评分

- 10.1 根据表 1 的评分指标和分值分配进行定制商品售后服务评价,满分为 100 分,具体分为基础保障 16 分,前期服务 19 分,技术支持 15 分,维修服务 13 分,事件处理 20 分,服务提升 17 分。
- 10.2 根据评分指标和评分标准,企业评分达到 90 分且配置有售后服务管理师为达标企业。

表 1 定制商品售后服务规范评分指标和分值

评分指标	分值	评分标准	分值
基础保障	16	4.1	4
		4.2	2
		4.3	2
		4.4	2
		4.5	2
		4.6	2
		4.7	2
前期服务	19	5.1	2
		5.2	2
		5.3	1
		5.4	2
		5.5	3
		5.6	3
		5.7	2
		5.8	2
技术支持	15	6.1	1
		6.2	2
		6.3	3
		6.4	2
		6.5	3
		6.6	2
		6.7	2
维修服务	13	7.1	2
		7.2	2
		7.3	2
		7.4	2
		7.5	2
		7.6	3
事件处理	20	8.1	2
		8.2	2
		8.3	2
		8.4	2
		8.5	3
		8.6	3
		8.7	3
		8.8	3
服务提升	17	9.1	2

		9.2	3
		9.3	2
		9.4	3
		9.5	3
		9.6	4