

商品售后服务认证 实施规则 (A/0)

企业名称：河北博奥认证服务有限公司

文件编号：HBBA-JSGZ-02

编写人员：技术委员会编写小组

审核人员：赵明雅

批准人员：张明

发布日期：2020.8.1

实施日期：2020.8.1

目 录

1 目的	2
2 适用范围	2
3 认证依据	2
4 引用文件	2
5 认证模式及方式	2
6 现场评审人员要求	2
7 服务认证流程	3
8 职责	4
9 认证程序和基本要求	4
10 认证标志的使用规定	12
11 认证的暂停、注销和撤销	12
12 延续换证（再评价）	12
13 收费	12
14 相关文件	12
15 记录	12
附录A	13
服务认证人日及收费标准	13
附录B	15
多场所审查程序规则	15
附录C	19
商品售后服务认证评价细则	19

1 目的

明确规定了与认证客户在合同规定的整个认证周期内,对认证客户服务满足标准要求所确定的一组审查活动方案以及针对特定服务的具体情况而调整的审查活动方案的管理工作内容和要求,加强审查方案实施过程的管理,提高认证的有效性。

2 适用范围

适用于本公司售后服务认证活动的控制与管理。

3 认证依据

- 3.1 GB/T27922-2011《商品售后服务评价体系》
- 3.2 本机构《商品售后服务认证现场评价实施评价细则》
- 3.3 SB/T10409-2007 商业服务业顾客满意度测评规范
- 3.4 GB/T 19001-2016《质量管理体系 要求》
- 3.5 相关的法律法规要求文件

4 引用文件

- 4.1 GB/T 19001《质量管理体系 要求》
- 4.2 GB/T 19011-2013《管理体系审核指南》
- 4.3 CNAS-CC01: 2011《管理体系认证机构要求》
- 4.4 CNAS-CC02: 2013《产品、过程和服务认证机构要求》

5 认证模式及方式

- 5.1 认证模式:售后服务认证的认证模式为服务特性测评+服务管理评价
- 5.2 评价方式:售后服务认证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。

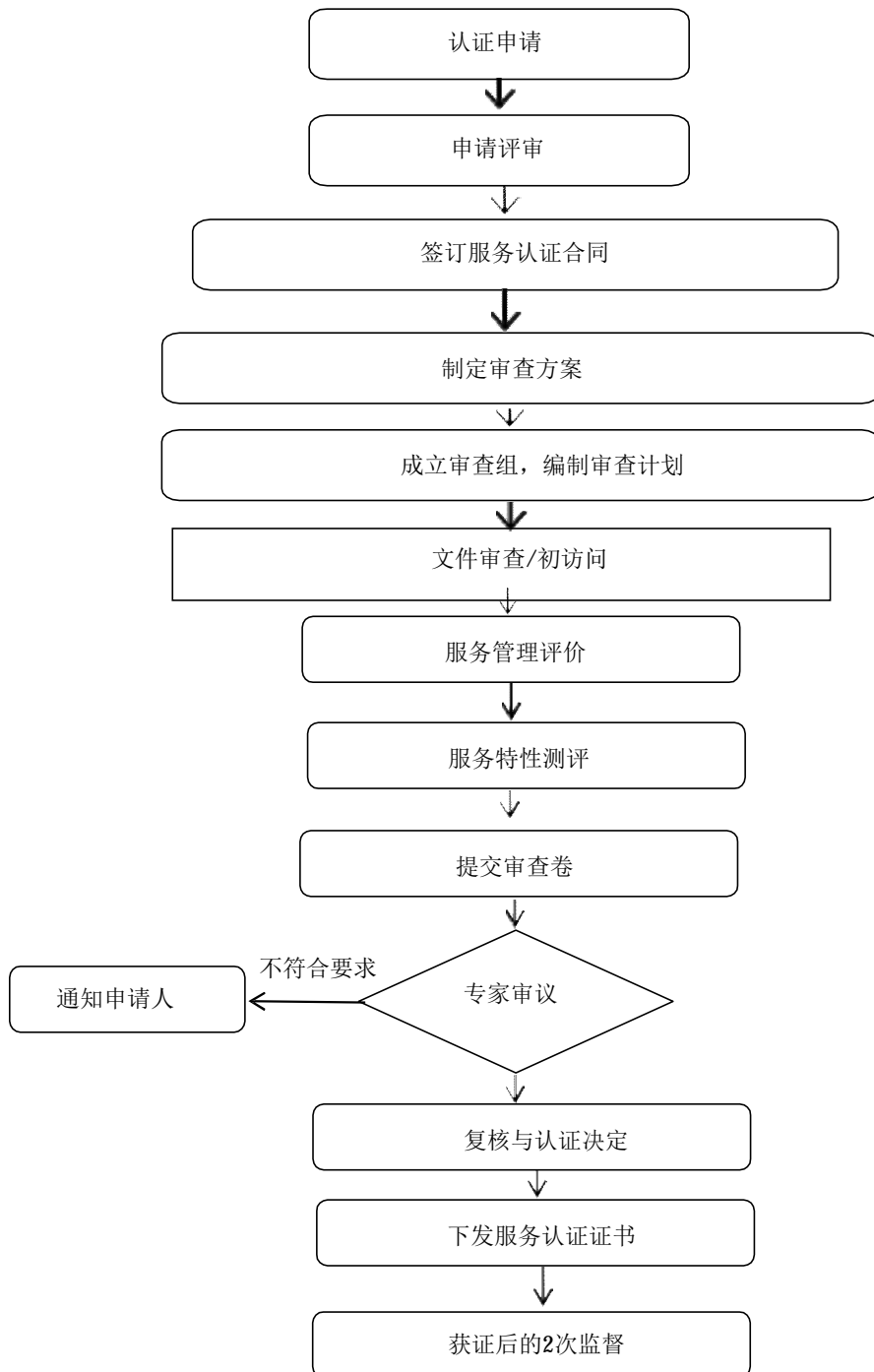
6 现场评审人员要求

- a. 大专及以上学历,具备至少 2 年以上与售后服务提供有关的理论、技术、实践、测量、评价、管理等相关工作经验;

b. 取得CCAA 审查员的注册资格；

c. 具备按照认证要求对申请人的服务过程实施服务特性测评和服务保证能力审查的能力。

7 服务认证流程



8 职责

8.1 综合部（市场）

- 8.1.1 负责售后服务认证合同的受理和评审
- 8.1.2 负责获取认证客户体系的变更情况收集。
- 8.1.3 负责售后服务认证人员的招聘、培训

8.2 审核部

- 8.2.1 负责售后服务认证审查方案的策划；
- 8.2.2 负责售后服务认证审查方案实施过程中的管理；
- 8.2.3 审查组长负责审查现场审查方案实施与协调工作；
- 8.2.4 审查员负责按照审查计划实施现场审查工作；

8.3 技术部

- 8.3.1 负责监视审查方案的实施效果和评审；
- 8.3.2 负责审查案卷的复核，认证决定，颁发证书，对于证书信息上报认监委进行公示
- 8.3.3 负责认证评定审查方案变更的确认；
- 8.3.4 负责审查员、审查组长的专业能力培训、评价

9 认证程序和基本要求

9.1 认证申请

9.1.1 申请人应按要求向综合部（市场）提交以下材料和与拟认证活动的有关信息：

- a. 《管理体系/服务认证申请书》；
- b. 营业执照、组织机构代码证或“三证合一”营业执照复印件或扫描件，若服务覆盖多场所活动，适用时，应附带每个场所的法律地位证明文件的复印件；行政许可证明、资质证书、强制性认证证书等的复印件（适用时）
- c. 企业简介（包括组织名称、注册地址、注册资金；经营场所名称、地址、从业人员、主要设施设备的配置、主要检测设备和检测手段、从事的业务等基本情况介绍）；
- d. 商品售后服务涉及的主要标准和（或）其他规范性文件（清单）；
- e. 已获得的第三方认证证书复印件（如有时）；
- f. 最近一年内国家、地方或行业监督抽查报告（如发生）；
- g. 适用时的任何特殊要求（如特殊的语言、环境、安全要求等）；
- h. 服务流程图，以及使用时为服务运作提供支持的主要服务设施；

i. 以及寻求认证的标准或服务规范建立并实施的相关文件；如服务规范、服务提供规范和服务检验规范等；

j. 有独立法人地位的分部委托申请方签订认证协议的委托书或证明申请方有权代表其分部签订认证协议的证明文件（适用时）；

9.2 申请评审

9.2.1 综合部（市场）自收到申请人提交的书面申请之日起，应当在3个工作日内对申请材料进行评审，以确保：

a. 认证过程所需的客户信息和产品信息是充分的；

b. 双方任何已知的理解上的分歧已经得到解决，包括在相关标准或规范性文件方面达成一致；

c. 认证范围得到确定；

d. 实施所有审核活动的方法是可行的；

e. 确认本机构有能力并能够实施认证活动。

9.2.2 评审结论为同意受理，综合部（市场）应与申请人签订认证合同。并根据组织特点、规模、运作的复杂程度、服务场所的数量等内容，确定评价人日数和初步评价时间；若评审结论为不予受理，综合部（市场）应当以书面形式通知申请人。

9.2.3 申请人对不予受理有异议的，可以向本机构申诉。对本机构处理结果仍有异议的，可以向国家认监委申诉或投诉。

9.2.3 评价活动的时间

综合部（市场）应按照机构编制的《服务认证人日及收费标准》附录A的要求，确定各项评价任务需要的人日，确定人日时应考虑（但不限于）以下方面：

a. 组织的 service 特点、规模和运作的复杂程度；

b. 服务场所的数量；

c. 商品售后的类别、数量及认证范围；

d. 技术和法规环境；

e. 服务接触方式；

f. 所使用的测评方法和技术；

g. 服务活动的外包情况；

h. 与服务活动相关联的风险。

9.3 评价准备

9.3.1 评价策划

审核部方案策划人员应根据组织的规模、运作的复杂程度、服务场所的数量、服务认证范围、审查依据等内容，对评价的全过程进行策划，制定服务认证方案。

9.3.2 组建评价组

9.3.2.1 审核部审核计调人员根据服务认证方案的要求组建现场审查组，现场审查组的规模和组成，应基于服务认证范围、服务特性及其服务提供过程的技术特点，并考虑审查人员所具有的专业背景和实践经验来确定。应考虑下列因素：

- a. 认证目的、范围、要求和预计的评价时间；
- b. 实现认证目的所需的评价组整体能力；
- c. 认证要求（包括任何适用的法律、法规或合同要求）；
- d. 语言和文化。

9.2.3.2 现场评价组中至少一名成员应具备以下的特定知识和能力：

- a. 熟悉该类商品售后服务行业的专业术语和服务特性；
- b. 理解适用于商品售后服务组织的法律法规及其运用；
- c. 熟悉商品售后服务领域的标准、技术规范及相关要求；

9.3.3 编制评价计划

9.3.3.1 审查组长负责与受审核方就现场审查事宜进行联系，收集相关资料和信息，在现场审查实施前编制现场审核计划，提交认证审核部进行审查后，于现场审查实施前一周告知受审核方确认。

9.3.3.2 现场评审计划至少应包括：审查目的、范围、依据、评价线路、时间安排、审查组分工、服务认证审查所涉及的部门、条款等内容。

9.4 初次审查要求

9.4.1 总则

初次审查分为资料审查（非现场）和现场审查两个阶段进行。

9.4.2 资料审查

在实施现场审查前，现场审查组对申请人提交的资料进行审查，确认文件资料是否符合认证实施标准、规范及相关法律法规的要求，并形成资料审查报告。审查的资料应包括：

- a. 企业简介（包括组织名称、注册地址、注册资金；经营场所名称、地址、组织框架、人

员配置、资源配置、服务文化主要设施设备的配置、主要检测设备和检测手段、从事的业务等基本情况介绍）；

b. 商品售后服务涉及的主要标准和或其他规范性文件（清单）；

c. 企业商品售后过程管理制度文件（手册、规范、制度（配送、维修、质量保证、废旧回收））；

d. 商品信息（包含基本信息、技术支持、配送和维修方式）

e. 工艺流程图；

g. 关键工序及特殊工序作业指导书；

h. 主要合格供应商/协作方名单；

i. 关键岗位人员名单（包括管理人员及主要技术人员、操作人员）及职称证、上岗操作证；

j. 主要设备台账；

k. 检测设备、仪表、工具台账及必备定期校准或检定证书复印件；主

l. 近期销售产品的合规性证明材料，检测报告；

m. 近期开展内部评价的相关资料（日常监督）；

n. 持续改进及落实（日常监督、投诉处理出现的不符合的改进）

n. 最近一年内国家、地方或行业监督抽查报告（如发生）。

当不符合要求时，应书面通知申请人采取纠正措施，审查组再次确认符合后，进行现场审查。

9.4.3 现场审查实施

9.4.3.1 首次会议

现场评价正式开始前，应由审查组长召开首次会议。首次会议主要内容为：确认评价计划、介绍评价活动如何实施、确认沟通渠道、向受评价方提供询问的机会等。首次会议参会人员应该包含受审核方高层管理人员、各部门负责人员、各重要岗位人员，参会人员应签到，并保留记录。

9.4.3.2 现场评价

9.4.3.2.1 总则

现场评价包括服务特性测评和服务管理审查。

9.4.3.2.2 服务特性测评

针对商品售后服务的特点依据服务认证方案、GB/T27922-2011《商品售后服务评价体系》

SB/T10409商业服务业顾客满意度测评规范等制定“测评方案”，现场评价组应基于测评方案和《商品售后服务认证现场评价实施评价细则》附录C的要求和方法对抽取的样本进行测评，抽样的样本参考《样本抽样细则》附录B

9.4.3.2.3服务管理审查

现场审查组至少对下列活动进行审查确认：

- a. 对申请人服务能力的评价，包括对与申请人管理体系相关的结构、方针、过程、程序、记录及文件的现场评价；
- b. 人员配置、资源配置与管理；包含人员素质、职业形象、职业健康、专业技能、培训和继续教育；
- c. 服务特性控制及其运行管理；
- d. 用于支持服务的设施设备、服务用品、信息技术及相应的环境条件（如安全、环境）；
- e. 商品管理（商品信息、技术支持、售后过程中的运输、配送、维修、管理）
- f. 服务承诺和顾客服务；
- g. 对服务中断或意外事件的响应和服务补救措施；
- h. 争议的处置管理；
- i. 服务投诉的处理；
- j. 顾客关系；

9.4.3.3末次会议

在现场审查组按照审查计划完成了所有现场取证活动，获得了审查证据并做出现场审查初步结论之后，审查组长应安排召开末次会议。末次会议的主要目的是：向受审核方报告审查情况、宣布现场审查的星级结论（必要时提出存在问题及跟踪验证要求）、介绍以后年度监督的规定、宣布结束现场审查，末次会议应包含受审核方高层管理人员、各部门负责人员、各重要岗位人员，参会人员应签到，并保留记录。

9.4.4审查报告

9.4.4.1现场审查组应根据服务特性测评和服务管理审查的结果形成审查结论，编制审查报告。

9.4.4.2现场审查结束后5个工作日内，审查组长负责向审核部提交本次审查的报告及与审核项目有关且符合标准的全部案卷资料。

9.4.4.3报告应包括但不限于以下内容：

- a. 受审核方的基本情况（包括名称、地址、覆盖的场所等）；
- b. 审查的目的、范围、星级和准则；
- c. 审查组的基本信息
- c. 抽样及样本信息；
- d. 服务特性测评结果及其说明；
- e. 与有关认证要求符合性的陈述（包括发现和任何不符合）；
- f. 发现的问题及纠正措施；
- g. 报告覆盖的时间段；
- h. 结论。

9.4.5 认证决定

9.4.5.1 机构技术部负责组织认证决定人员对审查组提交的评价材料进行复核，评价材料符合要求后，5个工作日内做出认证决定。

- a. 对经评定合格的申请人，颁发认证证书，准予使用认证标志。
- b. 对经评定不合格的审查案卷，如果是审查组审查不到位，证据不全，返回审查组长进行整改，二次评定，如果是受审核方各个方面显示不满足标准要求，应沟通进行降星级、或者应做出不予以认证注册的决定，并将不能注册的原因书面通知申请人。

9.4.5.2 申请人对认证决定有异议的，可以向本机构申诉。对本机构处理结果仍有异议的，可以向国家认监委申诉或投诉。

9.5 认证证书

9.5.1 根据认证决定批准结果向满足认证要求的申请组织颁发正式的商品售后服务认证证书，其证书的内容包括

- a) 本机构认证的名称、认证标志
- b) 获证组织的名称、地址及其服务提供场所的地址
- c) 认证范围
- d) 星级等级
- e) 认证依据的标准
- f) 发证日期和认证有效期
- g) 证书编号
- h) 证书查询渠道说明及证书使用说明

9.5.2商品售后服务认证证书有效期三年，证书的有效性通过公司对获证组织定期的监督获得保持。获证组织对于认证证书和认证标志的使用应参照《认证证书和认证标志使用规定》，对于持证者应正确使用认证证书，不得转让、出售、超期使用等，对于不能按时完成监督评审或者再认证审查的，机构将按照按《认证证书、标志管理及认证资格处理程序》执行，作出暂停、撤销、注销认证证书的决定。

9.6获证后监督

9.6.1监督频次

9.6.1.1在证书有效期内，每年至少进行一次监督审查。第一次监督审查日期从做出决定日开始计算，在 9—12 月内进行。第二次监督审查也是在前次监督审查完成日之后 12 月内完成。确保相邻两次监督审查时间间隔不超过十二个月。

9.6.1.2如果出现下列情况之一，随时增加审查的频次：

- a)获证组织发生严重的事故、媒体曝光或顾客投诉，经证实为获证组织责任的
- b)获证组织发生重大变更时，包括法人、组织机构、有关职能、服务资源等
- c)认证依据发生变化时
- d)相关方对获证组织进行多次投诉，发生其他特殊情况时。

9.6.2监督程序

监督审查的现场审查程序与初次认证现场审查程序基本相同。

9.6.3监督审查的内容

监督审查应重点关注以下内容：

- a. 适宜的服务特性测评和服务管理审查；
- b. 以往不合格项的跟踪验证；
- c. 认证证书、标志的使用情况。

在认证证书有效期内，监督审查应覆盖本规则对符合服务要求和能力的全部内容。

9.6.4监督审查人日数及费用

9.6.4.1通常监督现场审查时间不应少于初始现场审查人日的30%。特殊情况下，可以合理的增加审查时间，理由应充分，如进行星级提升评价时。

9.6.4.2监督审查费用根据审查人日数核算，监督费用包括审查费、年金含标志使用费具体费用详见《服务认证收费及评价人日表》。

9.6.5监督结果的评定

9.6.5.1 公司认证评定人员对监督审查的结果进行审定，审定为合格者，公司将批准其继续保持认证资格、使用认证标志。如果审定时查出不合格项，应通知审查组组长告知获证组织两个月内限期整改，逾期将停止使用认证证书和认证标志或者视情况对于星级进行降级处理。

9.6.5.2 机构对于做出暂停认证资格、暂停认证标志、标牌使用的证书持有人，要求其在规定的时间内完成纠正措施并经机构验证。经验证合格的，恢复其认证资格，准许使用认证标志和标牌。经验证不合格的，将撤销其认证证书、停止使用认证标志和标牌，并对外公告。

9.6.6 再评价

9.6.6.1 商品售后服务认证证书有效期三年，若获证组织申请继续持有认证证书，则应在认证证书有效期满前三个月向本机构提出再评价申请，并提交相关资料。

9.6.6.2 当商品售后服务认证体系及获证组织的内部和外部环境无重大变化时，再认证可省略文件审查过程，可直接进行现场审查。但现场审查时间不应少于初始现场审查人日的70%。特殊情况下，可适时合理增加人日数，增加理由应充分。但商品售后服务认证体系或组织管理机构的运作质量、环境、安全有重大变更时，再认证应该安排文件审查。

9.6.7. 认证的变更

9.6.7.1 认证星级提升

当获证组织有提升认证星级的需求时，应向公司综合部（市场）提交正式的申请资料，经确认后，可安排审查活动，按《受理认证申请及合同评审程序》和《获证组织认证范围变更控制程序》实施。

9.6.7.2 认证星级降低

当认证证书持有者有降低认证星级的需求时，原则上应提出书面申请，经确认后予以换发证书。按《获证组织认证范围变更控制程序》实施，认证证书持有者应退还原认证证书。

9.6.7.3 特殊变更

当认证证书持有者特殊变更的需求时，比如：经营地、经营模式、经营范围等，应向公司综合部（市场）提交正式的申请资料，经确认后，可安排审查活动，按《受理认证申请及合同评审程序》和《获证组织认证范围变更控制程序》实施。认证证书持有者应退还原认证证书。

9.6.7.3其他变更

获证组织提出证书内容的变更申请时（如获证组织名称、注册地发生变更的），应根据机构《获证组织认证范围变更控制程序》实施，待确认符合后，批准原有证书内容变更，换发证书，认证证书持有者应退还原认证证书。

9.6.7.4特殊审查与补充审查

必要时，为调查投诉、主管部门产品监督抽查不合格、社会曝光情况等做出回应或对被暂停的客户进行追踪，需进行特殊审查；为需要进行全面或部分的补充，或需要形成文件的证据（在将来的监督审查中予以确认），以验证纠正和纠正措施的有效性，需进行补充审查。

10 认证标志的使用规定

按《认证证书、标志管理及认证资格处理程序》执行。

11 认证的暂停、注销和撤销

按《认证证书、标志管理及认证资格处理程序》执行。

12 延续换证（再评价）

认证证书有效期满前三个月，获证组织可申请延续换证（再评价）。延续换证程序与初次评价程序基本一致。

13 收费

认证费用参照本公司制定的《服务认证人日及服务认证收费标准》收费标准进行收费，详见机构有关公开文件。

14 相关文件

《受理认证申请及合同评审程序》

《获证组织认证范围变更控制程序》

《认证证书、标志管理及认证资格处理程序》

15 记录

《合同评审记录表》

《服务认证审查方案》

《不予受理通知》

附录A

服务认证人日及收费标准

1 服务收费标准

- 1.1 申请费：1500 元。
- 1.2 审查费：审查费按人·日收取，每个人·日的收费标准为3000 元, 申请基础人日参考附件（人日见附件）根据具体企业情况适当增加/减少人日。
- 1.3 审定、注册、证书（中英文一套）、公告费：2000 元。
- 1.4 监督审查费：在证书三年有效期内的二次监督审查费，每次收取初次审查费的 40%。
- 1.5 年金（含标志使用费）：2000 元，每年交纳一次。
- 1.6 预审费：申请方要求预审时，预审费标准不超过初次审查费标准的 70%，不低于两个人日费。
- 1.7 再认证费：再认证费为初次审查费的 75%， 审定与注册费(含证书费)、年金不变，免收申请费。
- 1.8 验证与复审费

对审查中不合格报告纠正措施的现场验证不再另外收取费用，对审查中没有通过现场审查而重新提出认证申请时，免收申请费，审查费按原费用 60%收取，其他费用不变。

2 需要增加人日的情况（在基本收费标准上加人日）

- 2.1 审查现场分散在不同地点，每多一处增加 1 个人日。
- 2.2 服务类型、提供过程复杂，加收 1—2 个人日。
- 2.3 扩大认证范围时，对要求单独进行审查的审查费按第 2 条标准收取，申请费免收；对要求在年度监督审查时进行的，可按 2 条审查费收取标准同档次加收 1—4 个人日， 申请费免收，审定与注册费和年金不再重复收取，其后的监督审查费合并收取；
- 2.4 获证后由于甲方信息变更需换发认证证书的，每体系收取换发证书费：200 元/套

3 收费方式

- 3.1 申请费、预付款（审查费的 50%）在合同签署之日起 3 天内支付机构。
- 3.2 审查费、审定、注册、证书、公告费、预审费、监督审查费在现场审查前两周内支付给机构。
- 3.3 年金与每年的监督审查费一并交纳，应于每次监督审查前 30天支付。
- 3.4 审查员现场审查发生的差旅费、食宿费按实际支出由申请方承担。

3.5 由于申请方的原因而需要增加审查时间时由申请方承担。

3.6 经现场审查，如不能一次通过，需现场验证的，每增加一个人日 3000 元。

3.7 增加监督审查的费用，按照正常监督收，监督前15天缴纳。

4 人日附件A

与服务相关的 员工人数	初次审查		监督审查		再认证审查	
	审查 (人日)	现场审查 (人日)	审查 (人日)	现场审查 (人日)	审查 (人日)	现场审查(人 日)
1-20	3	2	1.5	1	2	1.5
21-50人	4	3	1.5	1	3	2.5
51-80人	5	4	2	1.5	3.5	3
81-100人	6	5	2	1.5	4	3.5
101-200人	7	6	2.5	2	5	4.5
201-300人	8	7	3	2.5	5.5	5
301-500人	9	8	3	2.5	6.5	6
501-1000人	10	9	4.5	3	7	6.5
1001人以上	11	10	4.5	3	7.5	7

附录B

多场所审查程序规则

1 目的

规定多场所组织管理要求，保证认证审查的有效性。

2 范围

本规则适用于具有多场所的组织。

3 定义

3.1多场所组织：具有对有关活动进行策划、控制或管理的一个明确的核心职能（通常被叫做总部）和进行全部或部分活动的分支机构或分部的网络的组织，比如办公设备售后服务具备多个门店等。

3.2 多场所有固定多场所和临时场所两类。

4、基本要求

4.1 对于具有多场所的组织，只有在满足以下基本要求前提下，才能接受机构的审查：

a)组织的全部场所提供的服务本质上应是同一种类，应基本上是按相同的方法和程序进行生产和服务提供；

b)应证明组织总部已按照认证标准建立了服务系统，并且整个组织满足标准要求，包括适用法规的要求；

c)组织的服务系统应按集中控制计划进行统一管理并接受总部的管理评审；

d)全部相关场所（包括机构管理职能）在接受机构的审查前应按照组织的内部审查方案进行了审查。

5抽样方法

5.1场所的选择应在审核方案策划时考虑，首次审查方案确认时，策划一个周期的抽样，且确认抽样场所。

5.2在每次认证审查（初审、监督审查、再认证）过程中都应安排对总部实施检查，并且每年至少安排现场监督审查一次，保证一个认证周期内覆盖全部的场所，对于认证范围不能抽样。

5.3 随机方式抽取的样本量至少占样本量的60%（多场所对于3个及以上）。

5.4 样本量基于下列因素有选择地抽取，并使在证书有效期内选择的场所之间有尽可能大的差异：

（1）内部审查、管理评审或以前认证审查的结果；

（2）投诉及与其相关的纠正和预防措施记录；

- (3) 场所规模显著差异的程度；
- (4) 倒班安排和工作程序的差异程度；
- (5) 场所的管理体系和过程的复杂程度；
- (6) 上次认证审查以来的变更情况；
- (7) 体系的成熟度和组织的理解程度；
- (8) 覆盖的售后服务产品
- (9) 占公司的业务范畴多少
- (10) 文化、语言和法律法规方面的差异；
- (11) 地域上的分布。

5.5 样本量

(1) 对于低至中等风险的活动且每个场所员工数少于50人时，需要访问的最少场所数为：

- ①初审：一般样本量应当为场所数量的平方根 ($y=$)，上入成整数。
- ②监督审查：每年度的样本量为场所数量的平方根乘以系数0.6 ($y=0.6$)，上入成整数。
- ③再认证审查：样本的数量为 $y=0.8$ ，上入成整数。

(2) 每次审查时，都应审查公司办公室；

(3) 对于涉及下列因素的特殊情况时，应根据实际情况适当增加抽样的数量和频率：

- ①场所的规模和员工的数量；
- ②活动和管理体系的复杂程度和风险水平；
- ③是否有倒班；
- ④所从事活动的差异；
- ⑤投诉记录，以及纠正和预防措施的其他相关方面；
- ⑥与跨国经营有关的任何方面；
- ⑦内部审查和管理评审的结果。

(4) 考虑到以上所有的因素后，特制定以下方法来确定多场所的抽样数量：

初次审查：样本的数量宜为分场所数量的平方根，计算结果向上取整为最接近的整数。

监督审查：每年的抽样数量为分场所数量的平方根乘以 0.6，计算结果向上取整为最接近的整数。

再认证审查：样本的数量宜与初次审查相同。

(5) 组织的分支机构为不同等级时，初次审查抽样模式适用于每个等级的场所。

5.6. 审查人日数

- (1) 通常情况下，每个场所的审查人日数应附录A表中计算
- (2) 当考虑到那些与具体场所无关而只对总部进行审查的条款时，可减少审查时间。
- (3) 活动的复杂性是需要考虑的另一个因素。
- (4) 不允许减少对中心办公室的审查时间。
- (5) 初次审查及监督审查的总时间(可理解为对每个场所的审查时间与对总部的审查时间的总和)不宜少于如果将同样规模和复杂程度的活动集中在单一场所(即：公司的全部雇员在同一场所)所计算出的审查时间。

5.7 添加场所

在新的一批场所申请纳入已获证的多场所网络时，每批新的场所宜被视为独立的一组以确定抽样量。在这批新场所添加到证书后，宜将新的场所合计在以前的场所内，以确定以后的监督审查和再认证的样本量。

6 抽样审查和不合格的处理

6.1 机构对多场所组织的审查通常采用抽样的方式进行，但不是所有的场所都适于抽样，抽样方法由机构审核方案管理人员根据公司文件和企业具体情况确定。

6.2 对组织而言，无论初审、监审还是再认证审查，总部每次都要接受审查，分支机构可以被抽样审查，在证书有效期内，监督审查应覆盖所有的固定场所。

6.3 通过组织自查或机构审查，在任何一个场所发现不合格时，应调查并确定其它场所是否受到影响，并在总部和每个场所采取纠正措施。

6.4 组织不得为了克服由某一场所存在的不合格造成的认证障碍，在认证过程中力图把有“问题”的场所排除在认证范围之外。

7 认证证书

7.1. 通常情况下，机构向受审核方颁发的是主认证证书及其多场所清单，主证书注明的是其总部的名称、地址和认证范围，与认证相关所有固定场所的名单发布在证书附件上。

7.2. 必要时，可以向认证组织的每一个固定场所发放一份子认证证书，它注明该场所的名称、地址和认证范围。该认证范围可以包含与主认证证书相同的范围或部分范围，子证书和主证书通过证书编号“-1、2、3、4、5、6、7、8、9”来表明之间的关系。

7.3. 如果组织总部或任何场所没有满足维持认证证书的必要条件，认证证书将被全部撤销，即主证书失效，其所有的证书附件将失效。

7.4. 组织应及时向机构通报任何场所的关闭，未能提供这些信息将被机构视为对认证证书的误用，机构将按照《认证证书、标志管理及认证资格处理程序》规定采取相应的措施。

7.5. 由组织申请，经机构监督、扩大范围补充审核/再认证后，新的固定场所可以添加在现有证书上。

7.6. 为完成特定的工作而由组织建立的临时性场所，对于这类场所的活动进行的任何抽样的目的是为了确认拟认证的服务系统常设部门的活动，而不是为了给这些临时场所颁发证书。

附录C

商品售后服务认证评价细则

1. 本商品售后服务认证评价细则适用于本机构开展商品售后服务认证现场评判
2. 评分依据标准 SB/T10409 《商业服务业顾客满意度测评规范》和 GBT27922-2011 《商品售后服务评价体系》
3. 本评价细则采用评分法，按照 GBT27922-2011 标准要求进行细化，同等转化为满分为 100 分。
4. 本评价细则分七个模块，第一模块为“售后服务体系”（分值 40 分），第二模块为“商品服务”（分值 35 分），第三模块为“顾客服务”（分值 25 分）
5. 服务认证的评分包含服务特性测评和服务管理测评，对于服务特性测评根据各个企业具有的特点制定不同的测评比例，涉及“及时性、经济性、安全性、文明性等维度”，同样按照 100 分法来打分，对于总体的分数由服务管理评分*70%+服务特性*30%
6. 认证结果将根据现场评审分数，分数：小于 70 或者特别扣分项达到 5 个以上（含 5 个），审查不通过；分数：70（含）-80，达标级售后服务；分数：80（含）-90，三星级售后服务，评为：★★★；分数：90（含）-95，四星级售后服务，评为：★★★★★；分数：95（含）-100，五星级售后服务，评为：★★★★★
7. 每一项审查需在该项的“审查记录要点”写出抽样的情况和抽查的记录。
8. 评审小组分别在“现场评分栏”进行评分。

售后服务测评检查表

售后服务测评检查表						审查员/日期:	
组织名称							
板块	序号	标题	检查内容	小类分值	分项得分%	现场检查记录	得分
5.1 售后服务体系(40分)	5.1.1	组织架构(4分)	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	1			
			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	3			
	5.1.2	人员配置(6分)	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人员和业务人员	1			
			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			
	5.1.3	资源配置(6分)	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	2			
			5.1.3.2 售后服务组织应提供内部保障, 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。	2			
			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。	2			

	5.1.4	规范要求 (6分)	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、运转机制，并以企业文件形式体现，形成完整的售后服务手册	4			
			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	2			
	5.1.5	监督(7分)	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	1			
			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	6			
	5.1.6	改进(5分)	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品质方面不断改进	2			
			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			
			5.1.6.3 通过国家认可的相关品牌、安全或管理认证	1			
			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			
	5.1.7	服务文化 (6分)	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	1			

			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	2			
			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	3			
5.2 商品服务 (35分)	5.2.1	商品信息 (6分)	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			
			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	2			
			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	1			
			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	1			
			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	1			
	5.2.2	技术支持 (6分)	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	1.5			
			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	1.5			

		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	1.5		
		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	1.5		
5.2.3	配送(4分)	5.2.3.1 所售商品的包装应完整、安全，便于运输或携带	1		
		5.2.3.2 对顾客所承诺的送货范围、送货时间及时兑现	3		
5.2.4	维修(10分)	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		
		5.2.4.2 按国家法律法规有关要求提供包修和保修服务	1		
		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	3		
		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		
		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	3		
		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	1		

	5.2.5	质量保证 (7分)	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	1				
			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	1				
			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	2				
			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。	1				
			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	2				
	5.2.6	废弃商品 回收(2分)	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	1				
			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				
	5.3 顾客服务 (25分)	5.3.1	顾客关系 (15分)	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。	3			

			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	2			
			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	3			
			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/T10409执行	5			
			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	2			
	5.3.2	投诉处理 (10分)	5.3.2.1 专职部门记录顾客投诉，建立完整的投诉档案	2			
5.3.2.2 及时反馈和处理顾客投诉，有效解决顾客投诉			7				
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			1				
特别项	特别扣分项	超过5分不通过	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	0			
	特别加分项	最多1分	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	0			