

团 体 标 准

(T/CAQP 033-2023)

优质通信服务规范

High quality communication service standards

征求意见稿

x'x'x'-x'x-x'x 发布

x' x' x' x-x'x-x'x 实施

中国质量万里行促进会 发 布

目 次

前 言	3
引 言	4
优质通信服务规范	5
1 适用范围	5
2 规范性引用文件	5
3 术语和定义	5
4 总体要求	6
5 网络服务	6
5.1 移动网络	6
5.2 宽带网络	6
5.3 政企网络	6
6 产品服务	7
6.1 产品研发	7
6.2 产品体验	7
6.3 产品宣传	7
6.4 产品办理	7
6.5 消费提醒	7
6.6 账单服务	7
7 渠道服务	7
7.1 营业大厅服务	7
7.2 家庭网络工程师服务	8
7.3 政企客户经理服务	9
7.4 客服热线服务	9
7.5 手机 APP 服务	10
7.6 VIP 客户经理服务	10
8 差异化服务	10
8.1 分级服务	10
8.2 积分服务	11

8.3 关爱服务	11
9 监督反馈	12
9.1 服务监测	12
9.2 服务预警	12
9.3 服务反馈	12
10 服务支撑	12
10.1 建立全国一体化服务运营体系	12
10.2 提升全国一体化客服运营能力	12
11 服务评价	12
11.1 评价依据	12
11.2 评价形式	12
11.3 评价实施	13
11.4 复核	13
11.5 证书	13

前 言

本文件按照 GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由中国质量万里行促进会提出并归口。

本文件起草单位：中国联合网络通信有限公司、中国质量万里行促进会、国家市场监督管理总局发展研究中心、新华网、质量与认证杂志社、北京信息科技大学、深圳市钛和巴伦技术股份有限公司、联通软件研究院、中国联通研究院

本文件主要起草人：巩颖、黄昌建、赵陕雄、梁雪松、裴会涛、姚予疆、梁艳、王晶、赵明、刘景卉、罗晓娜、闻忠、魏亮、刘颖、邹柳、崔燕、乔秀丽、张丽娇、宁文文、关伟光、刘雅静、霍峰、胡坤、牛欣怡、许海翔、陈非、史建浩、贺佳莹、范斌、邓浩东、郭腾飞、王霞、翟立柱、彭秀红、商治、李波、房建伟、卞姗姗、张作风、刘旭峰

本文件为首次发布。

引 言

01 优质通信服务内涵

优质通信服务通过个性化和超预期的高品质服务供给来创造完美极致的客户体验，是卓越企业的永恒追求，是企业核心竞争力、可持续发展能力和综合实力的体现。优质通信服务要遵循以人民为中心的发展思想，树立全程全网大服务理念，构建与主业相适配的服务体系，形成行业领先的智能化服务水平，做优用心服务，做精差异化服务，塑造高品质的服务品牌形象，让越来越多的客户感到企业品牌的更高价值，体验到优质通信服务的卓越文化、行为、结果和价值。

——洞察客户需求：夯实标线，做优用心服务。通过深化服务标准的一体化运营，强化以目标为导向的服务标准全面提升，以服务标准为引领，提升大服务体系效能。贯彻实施高品质服务标准，形成全方位的高品质智慧客服能力，实现以热线集约为纽带，线上线下协同运营的一站式敏捷服务，始终以高标准持续增强客户获得感和愉悦感，成为智慧服务的领航者。

——提升客户感知：打造高线，做精差异化服务。优化全量客户分类分级服务体系，强化客户全生命周期管理，全面升级客户星级+积分兑换服务，面向服务、网络、业务、终端、权益等全场景智慧赋能，使客户感到温暖、真诚、个性化、量身定制和创造更大价值的服务，满足客户个性化需求，塑造差异化服务口碑。

02 优质通信服务特点

优质通信服务始终坚持“为客户创造价值”的服务理念，将客户需求作为服务工作的出发点，将客户感知作为服务质量的判定标准。聚焦全量客户高频场景服务、差异化服务，全面深化面向客户的高品质服务要求。通过全面服务、全员服务、全时段服务，为客户提供全方位全生命周期的高品质服务，主要体现在以下四大特点。

——网络更畅通：通过强化网络覆盖和网络运行维护质量，打造优质通信网络，保障快速、流畅的上网体验。

——产品更卓越：丰富产品内涵、完善产品功能，为客户提供更加卓越的产品，满足客户个性化、差异化产品需求。

——服务更愉悦：线上线下高效协同，一点受理、全网响应、跨域通办，提供智能化、便捷高效的窗口服务。

——权益更贴心：提供生活、终端、生日、积分等各项权益，体验更贴心、更舒心。

优质通信服务规范

1 适用范围

本文件规定了优质通信服务的总体要求、网络服务、产品服务、渠道服务、差异化服务、监督反馈和服务支撑的要求。

本文件适用于优质通信服务。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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/T 42185—2022 优质服务 原则与模型

SB/T 10409—2007 商业服务业顾客满意度测评

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

优质通信服务

通信服务提供者按照某种标准，为客户提供畅通的网络、优质的产品、便捷的服务,并得到接受者承认和满意的活动。

3.2

高品质的服务

由组织向顾客提供，使顾客获取极致顾客体验从而打动顾客的高阶服务输出。

[来源：GB/T 42185—2022，3.2]

3.3

顾客体验

顾客在与组织及其产品或服务的交互过程所形成的感知。

[来源：GB/T 42185—2022，3.6]

3.4

极致顾客体验

显著优于普通的顾客体验。

[来源：GB/T 42185—2022，3.7]

3.5

政企网

政府和企业客户利用通信服务提供者提供的互联网专线、组网专线等网络能力，组建的专用网络。

3.6

家庭网络工程师

开展家庭网络安装、维修、检验检测及相关服务的人员。

4 总体要求

优质通信服务应能够在网络服务、产品服务、渠道服务、差异化服务、监督反馈和服务支撑中体现出让客户产生极致体验的高品质服务。

- a) 明确移动、宽带、政企网络的网络覆盖和网络质量的要求。
- b) 明确产品研发、产品体验、产品宣传、产品办理、消费提醒、账单服务的要求。
- c) 明确营业大厅、家庭网络工程师、政企客户经理、客服热线、手机 APP、VIP 客户经理的要求。
- d) 明确积分服务、分级服务、关爱服务的要求。
- e) 明确服务监测、服务预警、服务反馈的要求。
- f) 明确全场景一体化智能化服务支撑的要求。

5 网络服务

5.1 移动网络

5.1.1 网络覆盖

乡镇及以上行政区域内 5G 网络应全覆盖。行政村 5G/4G 网络覆盖率应 $\geq 98\%$ ，人口覆盖率应 $\geq 99\%$ 。

5.1.2 网络质量

应优化网络，强化设备巡检，提升网络质量监测能力，保障移动网络稳定可靠、体验优良。

5.2 宽带网络

5.2.1 网络覆盖

优势区域城市住宅宽带覆盖率应 $\geq 99\%$ 、行政村宽带覆盖率应 $\geq 99\%$ 。

5.2.2 网络质量

通过管控宽带交付质量，以保证新增光宽带速率达到客户签约速率。优化线路和网络设备，强化网络故障处理能力，保障宽带网络稳定程度。

5.3 政企网络

5.3.1 网络覆盖

5.3.1.1 商企楼宇入楼覆盖率应 $\geq 80\%$ 。

5.3.2 网络质量

5.3.2.1 应符合客户签约网络质量和 service 要求。

5.3.2.2 互联网专线开通时限应 ≤ 3 个工作日、省内点对点专线开通时限应 ≤ 5 个工作日、跨省点对点专线开通时限应 ≤ 7 个工作日。

5.3.2.3 跨省、跨地市、本地互联网专线和组网专线故障自服务经理收到修障工单起修复时限 ≤ 4 小时。

6 产品服务

6.1 产品研发

6.1.1 满足客户基本需求，做到功能齐全、价格实惠、办理便捷。

6.1.2 满足客户个性需求，持续优化和丰富语音通信、互联网接入、信息服务、视讯服务等各类产品。

6.2 产品体验

6.2.1 建立产品端到端全流程验证机制，贯穿产品初期设计、上线前验证、上线后客户体验评价。

6.3 产品宣传

6.3.1 资费公示

6.3.1.1 资费应向社会公示，公示信息应全面准确、清晰易懂。公示内容应包括资费标准、服务内容、监督电话等。

6.3.1.2 公示渠道：营业厅、手机 APP 和网上营业厅。

6.3.2 产品营销

6.3.2.1 营销过程中采用电话外呼、短信、企业微信推送时应合理设计时间和频次，若客户明确表示不可打扰时，不应再进行推送。

6.3.2.2 营销宣传时，宣传内容清晰易懂，明确表达办理条件。

6.4 产品办理

6.4.1 办理时应保证本异地的业务变更、退订、销户办理途径的畅通。

6.4.2 办理过程中应按业务流程高效便捷地为客户办理业务。

6.4.3 办理各类业务时，应采用短信、含办理说明的手机验证码、签字确认三种方式之一，确保客户知情同意。办理完成后，应实时发送短信告知业务办理的必要信息。

6.4.4 切实履行宣传或承诺事项。

6.5 消费提醒

6.5.1 客户在使用通信产品和服务过程中，当其通信资费、账户、消费、流量、服务等信息发生变化时应及时提醒，内容简单、清晰、易懂、全面。

6.5.2 客户订购的产品、参加的活动、办理的合约到期，应提前以短信等方式提醒客户，并在服务期内提供便捷的续订、退订方式及产品政策。

6.6 账单服务

6.6.1 账单应能够通过手机 APP、营业厅、客服热线、短信等方式进行查询。

6.6.2 查询类型：月度消费账单、历史账单、交费记录和消费详单。

6.6.3 查询内容：客户信息、账户信息、产品信息、消费信息等。消费信息包含套餐、流量、语音、增值业务等实际消费内容，以及违约金、赠款、减免金等其他内容。

6.6.4 应根据客户需求，提供电子账单推送服务。

7 渠道服务

7.1 营业大厅服务

7.1.1 服务内容

应为客户提供业务咨询和查询、业务办理、充值交费、投诉处理、客户关怀、业务体验、终端销售等服务。

7.1.2 服务环境

- 7.1.2.1 大厅建设应形式统一，厅外门楣和厅内引导提示牌应醒目且易于识别。
- 7.1.2.2 大厅内外整洁，环境温馨，厅外门口畅通，厅内整洁明亮，物品摆放有序。
- 7.1.2.3 便民、暖民设施完好，有爱心专席。

7.1.3 服务礼仪

- 7.1.3.1 着装统一规范，佩戴工号牌。
- 7.1.3.2 仪容仪表整洁大方，行为举止礼貌得体。
- 7.1.3.3 站姿、坐姿、行姿、物品递送规范，微笑服务，主动热情。
- 7.1.3.4 服务语言以普通话为主，必要时可使用民族语言或特定方言。服务用语规范，态度和蔼可亲，语调自然柔和，语气平稳适宜。

7.1.4 业务办理

- 7.1.4.1 业务介绍准确全面，业务办理高效便捷，客户到达柜台单项业务办理时长应 ≤ 15 min。
- 7.1.4.2 能够为客户提供预约取号服务。到厅取号后等候时间应 ≤ 15 min，客户等候期间宜主动提供业务体验服务。
- 7.1.4.3 客户办理业务时，服务人员应耐心倾听和正确理解客户需求，业务介绍应全面具体，真实有效，精准推荐适合客户的业务。

7.2 家庭网络工程师服务

7.2.1 服务内容

- 7.2.1.1 宽带、固话、IPTV 的安装和维修服务。
- 7.2.1.2 家庭组网、网络终端调测、Wi-Fi 信号检测等上门服务。
- 7.2.1.3 公司提供的终端设备维保期内的维修、更换、调测服务，提出客户自购设备的故障解决方案，根据客户需求提供组网解决方案及一站式服务。

7.2.2 上门预约

- 7.2.2.1 应为客户提供方便的预约渠道，可包括热线电话、在线留言等方式。
- 7.2.2.2 实时接收客户上门服务预约，工作时间内接收到预约单，应在 30 min 内与客户确认上门服务时间，宜以客户提出的预约时间为准；若在非工作时间内接收到预约单，则在进入工作时间内第一时间同客户确定上门服务时间。

7.2.3 服务礼仪

- 7.2.3.1 入户人员应统一着装、佩戴企业标识，工具物品携带齐全。
- 7.2.3.2 应按预约时间到达指定地点进行上门服务。
- 7.2.3.3 入户前主动自我介绍并说明上门原因，出示工作证明，得到客户允许后方可入户。
- 7.2.3.4 进入时应穿鞋套，所携带设施设备应轻拿轻放。
- 7.2.3.5 服务时应爱护客户设施，保持环境整洁。服务过程中工具放置在工作台布上，打孔作业时应铺盖防尘布，布线应整齐规范。
- 7.2.3.6 服务态度应真诚亲切，遇到特殊情况应耐心解释。
- 7.2.3.7 服务结束后应做到垃圾清、地面清、现场清，并恢复原状。离开时，应礼貌道别。

7.2.4 装机修障

7.2.4.1 客户预约安装当日装通。客户报障当日修复，当日 16:00 以后报障次日修复。

7.2.4.2 安装维修完成后，进行线路质量测试、有线和 Wi-Fi 信号测速，线路质量要满足正常使用标准，网络速率要与宽带网速承诺标准一致，应向客户展示测试结果，请客户确认。

7.3 政企客户经理服务

7.3.1 服务内容

7.3.1.1 预约受理服务：应提前了解客户需求，按照客户的要求确定预约时间和办理渠道，并安排及时协调办理。

7.3.1.2 上门服务：应提前了解客户需求，提供上门洽谈合同、受理业务等服务，并及时反馈办理结果。

7.3.1.3 代客报障投诉：当发生故障或突发事件时，应及时帮助客户拨打政企专线报障或投诉，并及时跟进处理进度，向客户反馈处理结果。

7.3.1.4 重要通信保障：应及时了解客户重保需求，提供相应重保服务。

7.3.2 服务礼仪

7.3.2.1 着装统一规范，佩戴工号牌，行为举止礼貌得体。

7.3.2.2 服务语言以普通话为主，必要时使用民族语言或特定方言。

7.3.3 上门服务

7.3.3.1 上门服务出示工作证明或佩戴本企业标识，爱护客户设施，保持环境整洁。

7.3.3.2 与客户首次见面，向客户递上名片；服务结束后，礼貌道别。

7.4 客服热线服务

7.4.1 服务内容

7.4.1.1 全业务查询、交费、办理、咨询、投诉和报障服务。

7.4.1.2 5G 业务、宽带排障、物联网、云联网专家坐席服务。

7.4.1.3 投诉工单处理进度实时查询，实时回复客户问题，不能实时答复的 48 小时内处理完成并回复。

7.4.2 服务响应

7.4.2.1 服务响应包括客服热线和政企专线，应实现一号接入，异地呼入。

7.4.2.2 全国客服热线，应能实现 7 d×24 h 智能服务，人工服务时间≥7 d×10 h，自助服务应 100% 响应，人工诉求接通率应≥95%，人工服务 15 s 接通率应≥85%。

7.4.2.3 政企专线，应能实现 7d×24h 人工服务，人工诉求满足率 100%。

7.4.3 服务礼仪

7.4.3.1 使用规范服务用语，态度和蔼可亲，语调自然柔和，语气平稳适宜。

7.4.3.2 原则上使用普通话，可根据客户要求使用方言或民族语言。

7.4.3.3 耐心倾听，并正确理解客户需求，详细记录并细心解答客户问题，首问负责。

7.4.3.4 服务过程中，因故让客户等待时应提前告知原因，因意外原因导致通话中断时应及时回拨客户。

7.4.3.5 服务结束后，礼貌告别，经客户同意后方可挂机；挂断后应根据客户需求向客户手机发送相关信息。

7.5 手机 APP 服务

7.5.1 服务内容

应提供业务介绍、信息查询、业务办理、交费充值、权益领取、积分兑换、投诉报障、在线客服等服务。

7.5.2 连接服务

可通过手机APP连接营业员、家庭网络工程师、VIP客户经理，支持业务咨询、查询、办理服务。

7.5.3 智慧运营

7.5.3.1 业务介绍：展示内容应真实有效，信息齐全；弹窗页面关闭按钮明显，方便关闭；过期信息应及时撤销或标注。

7.5.3.2 业务办理：应实现移网、宽带、固话、流量包、增值业务办理服务，可查询办理记录，信息提示清晰易懂。

7.5.3.3 信息查询：应实现话费/详单、资料/记录、积分、投诉报障进度查询服务，页面操作步骤 ≤ 3 步，内容完整准确、更新及时。

7.5.3.4 交费充值：支持银行卡、微信、支付宝等多种支付方式，实时到账；可实现话费自动代扣服务，话费代付服务。交费成功后，按客户需要提供电子发票。

7.5.4 便捷生活

提供积分商城兑换、会员权益兑换、优惠购机、促销打折、智慧助老等特色服务。

7.6 VIP 客户经理服务

7.6.1 服务内容

7.6.1.1 业务咨询、查询、办理，以及投诉处理等基础服务。

7.6.1.2 报障、紧急开机等代办服务。

7.6.1.3 主动关怀、优惠购机等增值服务。

7.6.1.4 提供预约服务。

7.6.2 服务响应

7.6.2.1 应通过手机 APP、企业微信、VIP 客服热线等多种渠道为 VIP 客户提供专属服务。

7.6.2.2 工作时间内，若接到手机 APP、企业微信中客户留言，应 100%及时回复。

7.6.2.3 VIP 客户经理接通率应 $\geq 85\%$ ，未能接听客户电话时应第一时间回拨。

7.6.2.4 客户问题应在线实时处理，疑难问题处理并回复时间应 ≤ 24 h。

8 差异化服务

8.1 分级服务

8.1.1 客户分级

8.1.1.1 依据客户通信业务的消费价值、在网时长等要素对客户综合价值进行评定，并为客户赋予相应星级，客户价值越高，星级越高。

8.1.1.2 根据客户不同的星级分别匹配差异化服务，满足不同星级客户的个性化服务需求。

8.1.1.3 客户星级根据客户消费情况动态评定、动态调整；服务产品根据客户需求定期优化、定期迭代。

8.1.2 通信产品

8.1.2.1 在渠道服务场景，为高星级客户提供营业厅优先办理、热线快速接通、专属客户经理等尊享服务产品。

8.1.2.2 在业务办理场景，为高星级客户提供业务体验、智慧停开机、移网补换卡等便捷服务产品。

8.1.2.3 在网络服务场景，为高星级客户优先提供网络测速、宽带装移修等专业服务产品。

8.1.3 生态产品

8.1.3.1 在积分服务场景，为高星级客户提供积分兑换、积分倍增等回馈服务产品。

8.1.3.2 在会员活动场景，为高星级客户提供线上、线下的专属活动，如会员星享日等。

8.1.3.3 在生活权益场景，为高星级客户提供生日礼包、终端优惠等权益服务产品。

8.1.4 服务告知与查询

8.1.4.1 主动告知：在客户首次参与星级评定、客户星级发生调整等关键时间点，主动提醒告知客户星级及可享受的服务产品内容等。

8.1.4.2 客户查询：在营业厅、手机 APP、短信、客服热线等渠道，为客户提供星级及相关服务产品的查询服务。

8.2 积分服务

8.2.1 积分查询

8.2.1.1 应能通过营业厅、手机 APP、短信、客服热线等渠道查询积分。

8.2.1.2 提供不少于 6 个月的积分变化明细和积分应用明细查询。

8.2.1.3 应提供商品查询服务和兑换品物流配送信息。

8.2.2 积分应用

8.2.2.1 应为客户提供通过营业厅、手机 APP、短信等渠道使用积分进行兑换。

8.2.2.2 兑换商品应满足客户个性化需求。

8.2.2.3 提供以客户为单位的积分合并，合并积分统一使用。

8.3 关爱服务

8.3.1 老年人关爱服务

8.3.1.1 营业厅应有爱心通道、优先办理窗口、老花镜等助老设备设施。提供协助取号、打印账单等服务。

8.3.1.2 老年人拨打客服热线时，可直接进入人工服务。若其通过客户热线进行宽带/固话/IPTV 报障，可优先安排上门服务。

8.3.1.3 手机 APP 应设置助老专区，提供银龄公益大讲堂服务。同时，还应具有为老年人提供关怀模式，如大字展示、语音播报等服务功能。

8.3.1.4 应提供老年专属产品，为老年人提供享有常用社交平台免流或定向流量优惠的服务。

8.3.1.5 应提供助老终端产品，提供紧急求助、一键通话、提醒记事等服务等。

8.3.2 残疾人关爱服务

8.3.2.1 营业厅应设置残障客户服务爱心通道、优先办理业务窗口，同时提供代客取号、打印账单服务。

8.3.2.2 应提供助残业务，满足听障人士无障碍通话需求。

9 监督反馈

9.1 服务监测

9.1.1 监测内容：网络服务、产品服务、渠道服务、差异化服务以及日常运作、整体运营。

9.1.2 监测方式：采用网络化、数字化、智能化的方式，采集实时测评、客户体验、客户监督等数据。

9.2 服务预警

建立预警机制，通过服务标准数字化监控和闭环运营等方式，发现问题并快速解决。

9.3 服务反馈

9.3.1 反馈渠道：为客户提供多种渠道多种方式相结合的反馈渠道，如客服热线、APP、邮箱、短信等通信方式。

9.3.2 反馈内容：客户接受各项服务过程中，感受到的服务执行不到位情况。

9.3.3 反馈方式：上传客户感受不满意服务相关的文字、图片、音视频文件。

9.3.4 问题处理：客户反馈的内容应转交专人认真处理，48小时内反馈。

9.3.5 整改提升：应通过服务反馈信息的收集、分析和综合利用，进一步促进服务质量的改进和提升。

10 服务支撑

10.1 建立全国一体化服务运营体系

10.1.1 依托大数据、AI、云计算等技术，构建全国集约的智慧客服平台，具有异地双活容灾、全国跨区域混席等能力，达到“一点接入、服务全网”的功能。

10.1.2 基于智慧客服平台，不断完善服务流程，构建一体化的运营体系。

10.1.3 规范各生产环节规定动作和量化评定标准，不断向一线赋权赋能、提升在线问题解决能力。

10.1.4 提升全国一体化纵向贯通运营能力，实现客户诉求的快速接通、高效解决。

10.1.5 依托客服热线的集约化运营能力，整合各渠道资源，实现服务资源共享，优化内部协同机制，提供全渠道一站式服务体验，高效解决客户各类问题。

10.2 提升全国一体化客服运营能力

10.2.1 面向客户提感知。持续优化智能服务，拓展前置服务、视频客服等场景，打造拟人化、智能化、温情化的服务体验；

10.2.2 面向一线提效率。强化智能技术支撑和工具赋能，打造更多一键诊断、一键办理、智能知识等辅助工具，提升一线问题解决效率；

10.2.3 面向管理提效能。强化各渠道服务数据监测应用，依托客户和服务画像能力，实现服务监测预警、资源精准匹配，一体化运营调度，助力运营管理水平大幅提升。

11 服务评价

11.1 评价依据

评价依据包括以下内容：

a) 标准化及相关法律法规、强制性标准、通信行业相关规定；

b) 本文件以及相关标准化文件；

11.2 评价形式

服务组织自行组织评价，或由中国质量万里行促进会组织开展第三方评价。

11.3 评价实施

通过现场、文件评价等多种方式对规范执行情况进行评价。

a) 文件评价：对服务组织提供的申请评价材料、证明材料（文件、报告、图片、音视频材料等）进行审查、评估。

b) 现场评价：采用查看、询问、操作演示等多种方法进行现场评审，针对评价中发现的不符合项提出整改建议，并形成评价结论和报告。

11.4 复核

应安排独立的专家对文件评价和现场评价所涉及的记录、证据以及资料是否符合要求进行评审，并针对存在的问题以及措施的有效性，形成复核结论。

11.5 证书

a) 第三方机构组织可根据被评价服务组织的申请, 按照评价结果颁发证书。

b) 被评价服务组织可按照管理要求, 合理合法使用第三方评价机构核发的证书。
