

浙江省团体标准

T/ZJWL 002—2024

供应链系统解决方案客户满意度测评规范

Specification for Customer Satisfaction Evaluation of Supply Chain
System Solutions

浙江省物流协会 发布

2024-10-30 发布

2024-10-30 实施

目 次

前 言 1

1 范围 2

2 规范性引用文件 2

3 术语和定义 2

4 测评目标 4

5 测评内容 4

6 测评流程 5

6.1 测评方法 5

7 设定满意度改进标准 6

8 培训与改进机制 6

前 言

本标准按照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。

请注意本标准的某些内容可能涉及专利。本标准的发布机构不承担识别专利的责任。

本标准由浙江省物流协会提出并归口。

本标准起草单位：华瑞物流股份有限公司、杭州临港物流有限公司、平湖华瑞仓储有限公司、浙江省物流协会

本标准主要起草人：沈宏樑、赵曦、汪艳、王琦峰、龚海飞、朱海良、徐亚良、万佳、凌晓芳、杨少君

供应链系统解决方案客户满意度测评规范

1 范围

本文件规定了供应链系统解决方案客户满意度测评目标、测评内容、测评流程等，旨在通过科学、系统、规范的测评，全面评估供应链系统解决方案在各个环节的表现，确保能高效、准确地满足客户需求，提升供应链整体服务质量和客户满意度，并为持续改进提供依据。

本文件适用于所有使用供应链系统解决方案客户满意度的测评与改进。

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。

SB/T 10409-2007 商业服务业顾客满意度测评规范

GB/T 19000-2016 质量管理体系 基础和术语

GB/T18354-2021 物流术语

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 供应链 Supply Chain

生产及流通过程中，围绕核心企业的核心产品或服务，由所涉及的原材料供应商、制造商、分销商、零售商直到最终用户等形成的网链结构。

3.2 供应链管理 Supply Chain Management

从供应链整体目标出发，对供应链中采购、生产、销售各环节的商流、物流、信息流及资金流进行统一计划、组织、协调、控制的活动和过程。

3.3 供应链系统解决方案 Supply Chain System Solutions

供应链系统解决方案是指一系列的策略、工具、技术和流程，旨在优化供应链管理，提高效率，降低成本，并增强整个供应链的透明度和响应速度。包括：

①需求预测：使用历史数据、市场趋势、季节性因素等来预测产品需求，帮助公司更好地计划生产和库存。

②库存管理：确保库存水平与需求相匹配，避免过多或过少库存，减少资金占用和过时风险。

③供应商管理：选择合适的供应商，评估和管理供应商绩效，确保原材料和产品的质量 and 供应稳定性。

- ④订单处理：自动化订单处理流程，提高订单准确性和处理速度，减少错误和延误。
- ⑤物流和配送：优化运输路线和方法，减少运输成本和时间，确保产品及时送达。
- ⑥信息技术系统：使用 ERP（企业资源规划）、SCM（供应链管理）软件等信息技术工具来集成和管理供应链数据和流程。
- ⑦协作和整合：与供应链上下游企业建立紧密的合作关系，实现信息共享和流程协同。
- ⑧风险管理：识别供应链中的潜在风险，如供应中断、需求波动等，并制定应对策略。
- ⑨持续改进：通过数据分析和反馈机制，不断寻找改进供应链效率和效果的机会。

3.4 客户满意度测评 Customer Satisfaction Evaluation

客户满意度测评是一种系统化的过程，通过这一过程，企业可以收集、分析和解释客户反馈与数据，以此来评估客户对公司提供的产品、服务或整体体验的满意程度。

3.5 产品质量 Product Quality

是指为满足企业供应链管理需求而提供的各种服务和解决方案的产品质量，包括：

- ①第三方物流服务质量：提供仓储、运输、配送、包装等系列服务质量；
- ②第四方物流服务质量：提供战略规划、技术整合和流程优化等服务质量；
- ③供应链管理咨询质量：提供专业的建议和指导，改进供应链策略、流程设计、成本控制、风险管理等服务质量；
- ④供应链技术解决方案质量：帮助企业自动化和优化供应链操作等服务质量；
- ⑤定制物流解决方案质量：根据特定企业或企业需求，提供定制化的物流服务和解决方案，
- ⑥供应链金融服务质量：包括贸易融资、信用保险、应收账款管理等服务质量；
- ⑦逆向物流服务质量：处理退货、回收、维修和废物处理等供应链环节，帮助企业有效管理产品生命周期末端的服务质量。

3.6 交货准时性 Delivery Timeliness

是供应链系统能够按照与客户事先约定的时间、地点和数量，准确无误地完成产品（服务）交付的能力。它不仅要求产品（服务）按时到达（兑现），还强调交付过程的可靠性和稳定性，以减少因延误或错误交付而产生的额外成本和损失。

3.7 售后服务 After-sales Service

是指客户在使用产品过程中遇到问题时，他们期望能够得到及时、有效的解决方案，包括客户服务热线、技术支持、产品维修等，以提高客户的满意度和忠诚度。

3.8 价格合理性 Price Reasonableness

是指在保证产品质量和交货准时性的前提下，合理控制成本所提供的价格和为客户带来的价值相匹配的程度。这是供应链管理中的核心要素之一，直接影响到企业的市场定位、客户满意度以及长期发展的可持续性。

3.9 信息透明度 Information Transparency

是指在整个供应链运作过程中，相关信息（如库存状态、订单进度、物流追踪、成本数据等）对供应链参与者可见和可获取的程度。

3.10 响应速度 Responsiveness

是指供应链各环节在接收到内外部需求或信息后，能够迅速做出反应，并调整自身运作状态以满足这些需求或处理信息的能力，体现了供应链系统的灵活性、敏捷性和协调性。

3.11 投诉处理能力 Complaint Handling Capability

是指系统及其服务提供商在面对客户投诉时，能够迅速、有效地解决问题的能力。这是衡量供应链系统服务质量的重要标准。供应链系统需要建立有效的投诉处理机制，及时响应客户投诉，并采取有效措施解决问题，以恢复客户的信任和满意度。

3.12 服务柔性 Service Flexibility

随着市场需求的不断变化和客户需求的日益多样化，供应链系统解决方案能够灵活适应客户需求变化、市场波动和业务扩展的能力，快速调整资源配置和供应链流程，以满足客户个性化需求。

3.13 供应链韧性 Supply Chain Resilience

在面对各种内外部干扰或冲击时，能够快速恢复原有运作状态或适应新状态的能力。

3.14 数据编码 Data Encoding

是将文本数据转化为可用于分析的数字或分类数据的过程。

3.15 重要性-满意度分析（importance-satisfaction analysis）（IPA）

是指一种评估各指标重要性和满意度水平，确定改进优先级的有效工具。

4 测评目标

4.1 测评客户对供应链系统解决方案的整体满意度，具体包括产品（服务）质量、交货准时性、售后服务、价格合理性、信息透明度、响应速度、服务柔性和投诉处理能力等方面。

4.2 识别供应链系统解决方案的优势和需要改进的领域，具体包括技术创新与整合、可持续发展、供应链韧性、数据共享与协作等方面的持续改进与提升。

5 测评内容

5.1 供应链系统解决方案客户满意度测评内容应涵盖服务效率、服务准确性、服务态度、服务创新等方面。

5.2 测评内容应包括但不限于：

5.2.1 客户对产品或服务质量的满意度，包括对供应链各环节供应商服务质量的满意度、对供应链整体服务质量的满意度等。

5.2.2 客户对交付时效性的满意度，包括对供应链系统各环节的时间规划与管理、需求预测分析、库存优化管理、物流运输协同、数字化技术应用等。

5.2.3 客户对供应链服务价格合理性的满意度，包括对成本透明化、服务质量匹配、定制与差异化以及合同条款公平等。

5.2.4 客户对信息透明度的满意度，包括对供应链运作中各个信息节点（如库存状态、订单进度、物流追踪、成本数据等）可见性与可获得性等方面的满意度。

5.2.5 客户对供应链响应速度的满意度，包括对供应链各环节中的订单处理速度、采购与

供应商响应速度、库存周转速度、物流运输速度以及供应链中各个系统（如 ERP、CRM、WMS、TMS 等）之间的数据传输和处理速度等方面的满意度。

5.2.6 客户对供应链个性化服务的满意度，包括根据需求开展的可变性、资源配置灵活性、风险应急管理能力、供应链韧性、绿色可持续发展能力等方面的满意度。

5.2.7 客户对投诉处理能力的满意度，包括在建立投诉接收机制、投诉处理流程、处理时效、投诉反馈与跟踪、投诉预防与改进等方面的满意度。

6 测评流程

6.1 测评方法

6.1.1 问卷测评

宜通过设计结构合理、问题明确、易于理解的问卷，大规模开展顾客满意度测评，收集反馈数据。

问卷内容宜覆盖满意度指标体系中的各个方面，包括但不限于服务质量、信息透明度、技术支持等。

宜采用线上（如电子邮件、在线问卷平台）或线下（如纸质问卷、面对面调查）的方式进行问卷收集，提高问卷的回收率和有效性。

6.1.2 深度访谈

宜在问卷调研结果的基础上，选择部分客户，通过面对面、电话、视频会议等交流方式，深入了解客户对供应链系统解决方案的实际使用感受及潜在需求。

6.1.3 焦点小组讨论

宜通过组织一群具有相似背景或需求的顾客进行讨论测评，集中了解客户共同关注点、意见分歧和潜在需求。

6.2 数据收集

6.2.1 宜制定详细的数据收集计划，明确收集流程，包括收集时间、收集方式（线上或线下）、收集渠道（如邮件、电话、访谈等）以及收集人员的培训，确保每位参与人员了解并遵循既定流程。

6.2.2 在收集数据前，应向客户明确告知数据收集的目的、范围、使用方式及保护措施，并征得客户同意。在数据收集过程中，应确保不泄露客户的敏感信息，如个人身份、商业机密等。

6.2.3 对于问卷、访谈等收集方式，应确保收集到的数据完整无遗漏，对于缺失的数据，宜根据实际情况进行补充或剔除。

6.2.4 在数据收集后，宜对数据进行初步验证，检查数据的合理性、一致性和逻辑性，剔除明显错误的信息。

6.3 数据清洗

6.3.1 应根据预设的筛选条件（如问卷完成度、数据有效性等）筛选数据，剔除不符合要求的数据。

6.3.2 应检查数据中是否存在重复记录，对于重复的数据进行合并或删除，避免对后续分析产生干扰。

6.3.3 应对于数据中的错误信息进行纠正，如打字错误、逻辑错误等。对于无法确定准确性的数据，可选择保留或标记为待查证。

6.3.4 对于缺失的数据，宜根据实际情况选择合适的处理方法，如插值、删除或保留等。

插值方法包括均值插值、中位数插值、回归插值等，宜根据数据特点和分析需求进行选择。

6.4 数据编码

6.4.1 宜根据调研目的和满意度目标，制定详细的编码规则。编码规则需明确每个指标的分类标准、编码方式及注意事项。

6.4.2 宜按照编码规则对文本数据进行逐一编码。编码过程中应保持客观、准确，避免主观臆断和误判。

6.4.3 完成编码后，宜采用随机抽查、交叉校验等方式对编码结果进行校验，确保编码的准确性和一致性。

6.5 统计分析

6.5.1 应根据收集到的数据，计算各项指标的平均值、标准差、中位数、众数等统计量。

6.5.2 应利用图表（如柱状图、饼图、箱线图）直观展示统计结果，便于理解和分析。

6.6 交叉分析

6.6.1 宜根据调研目的和满意度要求，确定需要交叉分析的维度，如客户群体（行业、规模、合作年限等）、功能模块（物流运输、库存管理、订单处理等）等。

6.6.2 宜利用统计软件构建交叉表，展示不同维度之间的满意度差异。

6.6.3 宜根据交叉表的结果，分析不同群体或模块之间满意度差异的原因，提出针对性的改进建议。

6.7 重要性-满意度分析（IPA）

6.7.1 应通过问卷调查、专家评估等方式，确定各项指标的重要性权重。

6.7.2 应以满意度水平为横轴，重要性为纵轴，绘制 IPA 图，将各项指标按照其重要性和满意度水平的高低进行定位。

6.7.3 宜根据 IPA 图的结果，将指标分为四个象限（高重要性高满意度、高重要性低满意度、低重要性高满意度、低重要性低满意度），确定不同象限内指标的改进优先级。

7 设定满意度改进标准

7.1 宜充分调研并分析行业内其他企业的顾客满意度标准和实际水平，了解行业内的最佳实践和普遍标准。

7.2 宜结合企业自身业务特点、服务质量、顾客需求和企业战略目标，确定满意度改进标准，确保合理性和可操作性。

7.3 满意度改进标准包括量化指标（如满意度评分的具体数值范围）和定性描述（如服务响应速度、问题解决效率等），对于不同客户群体或功能模块，宜设定差异化的满意度标准，以更好地满足特定需求。

7.4 满意度改进标准内容宜随着市场环境、技术发展和顾客需求的变化，定期进行调整优化，确保与企业战略目标和顾客期望保持一致。

8 培训与改进机制

- 8.1 宜将设定的满意度改进标准与相关部门和人员进行沟通和培训，确保他们了解并认同这些标准。
- 8.2 宜采取各种方式鼓励员工积极参与顾客满意度提升工作，将标准转化为实际行动和改进措施。
- 8.3 宜建立相应的激励机制，如奖励制度、晋升机制等，激励员工持续改进和提升顾客满意度。
- 8.4 宜将顾客满意度与员工绩效挂钩，激发员工的积极性和创造力，推动供应链服务质量持续提升。