



# 团 体 标 准

T/ZZB 8075—2025

## 物业服务客户关系管理规范

Specification for customer relationship management in property service

2025 - 10 - 09 发布

2025 - 11 - 09 实施



## 目 次

前言 .....	II
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 总体原则 .....	2
5 客户信息管理 .....	2
6 物业服务 .....	3
7 客户沟通管理 .....	3
8 客户投诉管理 .....	4
9 客户满意度管理 .....	4
10 客户关系维护 .....	5
11 评价与改进 .....	5

## 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。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利，本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由舟山兴港城市服务有限公司提出。

本文件由浙江省质量协会归口。

本文件起草单位：舟山兴港城市服务有限公司、浙江仁本生活服务集团有限公司、舟山技师协会物业分会。

本文件主要起草人：张效亮、洪玲、盛敏艳、单建忠、柴丰丰。

# 物业服务客户关系管理规范

## 1 范围

本文件规定了物业服务客户关系管理的术语和定义、总体原则、客户信息管理、物业服务、客户沟通管理、客户投诉管理、客户满意度管理、客户关系维护及评价与改进要求。

本文件适用于物业服务的客户关系管理。

## 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 20647.9 社区服务指南 第九部分：物业服务

GB/T 20299.3 建筑及居住区数字化技术应用 第3部分：物业管理

GB/T 35273 信息安全技术 个人信息安全规范

GB/T 43542 机关办公区域物业服务监管和评价规范

GB/T 45698 物业服务客户满意度测评

GB/T 45700 物业管理术语

## 3 术语和定义

GB/T 45700界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**业主 owner**

物业的所有权人。

[来源：GB/T 45700-2025, 3.3.2]

### 3.2

**物业使用人 property user**

取得物业专有部分的占有权、使用权、收益权的自然人、法人或其他组织。

[来源：GB/T 45700-2025, 3.3.3, 有修改]

### 3.3

**客户 customer**

购买产品或服务的个人或组织。

注1：包括业主和物业使用人。

注2：他们可能是消费者，即最终使用产品或服务的个人；也可能是企业或机构，即为了商业目的而购买产品或服务的组织。

### 3.4

**客户关系管理 customer relationship management:CRM**

物业服务企业通过与客户建立长期稳定的合作关系，运用信息技术和科学管理方法，对客户信息进行收集、整理、分析和利用，为客户提供个性化、优质化的服务，以满足客户需求、解决客户问题、提高客户满意度和忠诚度的管理活动。

### 3.5

**客户信息管理 customer information management**

基于物业管理活动需求，对业主或物业使用人信息开展收集、整理、存储、保护、使用和更新的综合管理活动。

[来源：GB/T 45700-2025, 7.1.2]

### 3.6

#### 客户满意度 customer satisfaction

业主或物业使用人对物业管理服务感知结果与期望或需求比较后所感受的满意程度。

[来源：GB/T 45700-2025, 7.1.8]

## 4 总体原则

### 4.1 客户导向

以客户为中心，充分了解客户需求，为客户提供优质高效的物业服务，根据对客户的分类、分级管理提高物业服务的针对性，以满足客户的共性和个性化需求、解决客户的困难和问题、提升客户的物业服务体验、提高客户的满意度和忠诚度。

### 4.2 依法合规

严格遵守国家法律法规和行业相关规定，确保客户关系管理工作的合法性和规范性。

### 4.3 信息保密

对客户信息进行严格保密，不得泄露客户信息，严格保护客户隐私。

### 4.4 全程管理

对客户关系进行全程管理，包括物业服务、客户信息管理、客户沟通管理、客户投诉管理、客户满意度管理、客户关系维护等各个环节，确保客户关系管理工作的全面性和系统性。

## 5 客户信息管理

### 5.1 客户信息收集

5.1.1 物业服务企业应建立客户信息收集机制，对服务范围内业主单位移交的客户信息进行集中收集建档，并结合日常物业服务过程持续收集补充，完善和优化客户信息。

5.1.2 客户信息包括但不限于：

- a) 客户基本信息：名称、联系方式、地址等；
- b) 物业合同信息：服务内容、期限、金额、权利义务等；
- c) 服务过程信息：报事、报修、投诉、建议、咨询、表扬、拜访等记录信息；
- d) 客户信用信息：注册信息、财务数据、交易记录、信用状况、信用分析评价等。

### 5.2 客户信息整理

5.2.1 应对收集到的客户信息按 10.1 客户分类进行分级整理，建立客户信息数据库，确保客户信息的完整性和准确性。

5.2.2 客户信息应按照分类分级等进行编码和存储，便于查询和管理。

### 5.3 客户信息分析

5.3.1 应定期对客户信息进行分析，了解客户需求、关注热点、满意度等信息，为制定客户服务策略提供依据。

5.3.2 分析客户信息时，应采用科学的方法和工具，如数据分析软件、统计分析方法等，提高分析结果的准确性和可靠性。

### 5.4 客户信息存储

应采取安全可靠的方式存储客户信息，防止信息泄露、丢失或损坏。客户信息安全管理应符合GB/T 35273等相关规定。

### 5.5 客户信息更新

5.5.1 客户信息应动态变化，物业服务企业应定期对客户信息进行更新，确保客户信息的及时性和有

效性。

5.5.2 客户信息更新应通过多种渠道进行，如电话回访、上门走访、客户自主更新等。

## 5.6 客户信息保密

物业服务企业应制定客户信息保密制度，加强对员工的保密教育，提高员工的保密意识。对纸质或电子存档的客户信息应采取不同保密措施，建立客户信息查询和使用的分类、分级管理和授权机制，避免客户信息的泄露或不当使用。

# 6 物业服务

## 6.1 基础物业服务

物业服务企业应按照物业服务合同约定，对房屋及配套设施、设备和相关场地进行管理、维修、养护，维护相关区域内的环境卫生、绿化景观和秩序，并符合GB/T 43542、GB/T 20299.3、GB/T 20647.9等相关要求。

## 6.2 客户服务与社区管理

物业服务企业应做好客服接待、费用收缴、便民服务等日常服务，通过组织节日庆祝等各类活动以及协调园区关系等开展社区文化建设。如办公楼、商业综合体、学校、医院、场馆、产业园区、机场、码头、物流基地等不同物业类型的项目还应根据合同约定提供如会务服务、商业运营、教学配合、病人转运、产业运营、仓储管理、客运安检等相关配套服务。

## 6.3 延伸服务

物业服务企业可开展健康养老、商业配套、家政清洁等各类超出物业服务合同约定的延伸服务（分为有偿服务和无偿服务），通过特约服务满足客户的个性需求，通过增值服务提升客户满意度。

# 7 客户沟通管理

## 7.1 沟通渠道建设

7.1.1 物业服务企业应建立多样化的客户沟通渠道，包括但不限于电话、短信、邮件、面谈、社交媒体等，方便客户与企业进行沟通和交流。

7.1.2 各沟通渠道应通过公共宣传栏、网站等方式进行公示，满足客户不同的沟通需求。涉及全体客户利益的相关事项必须确保公开透明、沟通渠道顺畅。

## 7.2 沟通机制建立

7.2.1 应建立沟通机制，识别主动沟通和被动沟通的区别，对于经常性发生的沟通情景给出典型的沟通方式规定，规范沟通流程和语言表达，确保客户沟通的及时性、准确性和有效性。

7.2.2 负责客户沟通的人员应通过充分的培训和考核，以确保具备良好的沟通能力和专业知识。

7.2.3 物业服务企业应通过法律法规、管理规约、文明素养等各方面的持续性宣传和针对性沟通，引导客户更好地理解、配合、支持公共秩序和环境的维护和管理，以化解潜在矛盾、营造和谐氛围。

## 7.3 沟通记录管理

7.3.1 应建立客户沟通档案，对客户沟通情况进行记录，包括沟通时间、沟通渠道、沟通内容、处理结果等。

7.3.2 客户沟通记录应按照一定的规则进行存储和管理，便于查询和分析。

## 7.4 沟通效果评估

应定期对客户沟通效果进行评估，了解客户对沟通渠道、沟通人员、沟通内容等方面的意见建议，及时发现和解决问题。

## 8 客户投诉管理

### 8.1 投诉受理

8.1.1 物业服务企业应建立客户投诉受理机制，明确投诉受理的范围、渠道、流程和时限，确保客户投诉能够得到及时、有效的受理。

8.1.2 投诉受理人员应具备良好的服务态度和专业知识，能够为客户提供热情、周到的服务。

### 8.2 调查核实

对客户投诉事项进行调查核实，了解事情的真相和原因，确定投诉的性质和分类。调查过程中，应客观、公正、实事求是。

### 8.3 投诉处理

8.3.1 应按照投诉处理流程，对客户投诉进行分析、调查和处理，及时解决客户所投诉的问题。

8.3.2 宜根据投诉的责任、性质和严重程度等情况，按重大、一般、紧急等进行分层级处理，配置和明确各层级相应的投诉处理人员，并确保处理人员具备足够的能力和权限。

8.3.3 投诉处理过程中，应注重与客户的沟通和交流，缓解客户的不良情绪，了解客户的真实需求，及时调整处理方案。

### 8.4 跟进回访

8.4.1 投诉处理完毕后，应做好跟进回访，在承诺时效内向客户反馈处理结果。如遇处理周期较长（大于3个工作日）的问题，应在处理过程中按约定频次反馈相关进度或困难，保持良性的沟通互动。

8.4.2 投诉回访时客户对处理结果满意的，应做好记录，总结相关经验教训避免问题重复发生。

8.4.3 投诉回访时客户对处理结果不满意的，如属于物业服务范围或物业服务企业责任的，应重新调查处理，直至客户满意为止；如属于物业服务范围或责任以外的问题，经过协调后仍无法解决或客户仍不满意的，也应做好相应沟通解释工作争取客户的理解。

8.4.4 涉及群体性投诉或多数客户关切的问题，除了单独跟进回访外还应将处理结果告知业主委员会、政府相关部门并进行公示。

### 8.5 统计分析

8.5.1 至少每季度对客户投诉情况进行一次统计分析，了解投诉的类型、原因、频率等信息，关注投诉处理率、满意率等关键数据。

8.5.2 根据投诉统计分析结果，对投诉较多的问题进行重点整改，对处理率、及时率、满意率等指标偏低的情况进行原因分析、制定改进措施。

## 9 客户满意度管理

### 9.1 满意度指标

物业服务企业应按GB/T 45698建立客户满意度指标评价体系并进行测评。适宜时，可根据自身规模、服务业态、服务内容等实际情况进行调整。满意度指标应涵盖服务质量、服务态度、服务效率、服务设施等多个方面，以全面反映客户对物业服务的满意程度。

### 9.2 满意度调查

9.2.1 应至少每年开展一次客户满意度调查，收集客户意见和建议，为改进服务提供依据。

9.2.2 满意度调查应采用科学的方法和工具，如问卷调查、电话调查、网络调查等，确保调查结果的准确性和可靠性。

### 9.3 满意度评估

9.3.1 根据客户满意度调查结果，对客户满意度进行评估，计算满意度得分，分析满意度较高的方面和需要改进的方面，编写满意度评估报告。

9.3.2 满意度评估应采用科学的方法和工具，如统计分析方法、数据挖掘技术等，提高评估结果的准确性和可靠性。

#### 9.4 满意度改进

9.4.1 根据客户满意度评估结果，制定满意度改进计划，明确改进目标、措施和时限，对满意度较低的方面进行重点改进。

9.4.2 满意度改进计划应明确责任人和监督机制，确保改进措施的有效实施。

#### 9.5 满意度回访

满意度调查结果应根据合同约定或相关要求，以合理的形式反馈给客户。调查发现的问题改进后需对提出意见建议的客户进行持续的专项回访，以验证整改措施的实际效果并促进满意度的提升。

### 10 客户关系维护

#### 10.1 客户分类

物业服务企业应根据客户属性、项目业态、服务需求等对客户进行分类管理，可按以下进行分类：

- a) 客户属性：个人、企业、政府机关等；
- b) 项目业态：住宅客户、非住宅客户等；
- c) 房态情况：空关客户、装修客户、入住客户等；
- d) 特殊人群：空巢老人、独居老人、残疾人、智力障碍人员等。

#### 10.2 客户维护

根据客户分类制定针对性的客户维护策略，应在充分了解客户共性的基础上注重个性化和人性化，根据不同客户的喜好和需求，设计并提供相应的关怀服务，提高客户维护的精细化水平。尤其对物业服务区域内的弱势群体，应当有所侧重和关注。

#### 10.3 客户关怀

物业服务企业应定期开展各类客户关怀活动，如邻里联谊、文体娱乐、生日祝福等，增强与客户的互动和联系，持续提升客户满意度和品牌粘性。

#### 10.4 客户流失管理

10.4.1 建立客户流失预警机制，及时发现可能流失的客户，采取相应的措施进行挽留。

10.4.2 对退出项目和已流失的客户进行重点回访和分析，了解真实原因，总结经验教训。

### 11 评价与改进

#### 11.1 评价机制

11.1.1 物业服务企业应建立客户关系管理评价机制，定期对客户关系管理工作进行全面评价。

11.1.2 评价宜采用内部评价和外部评价相结合的方式，内部评价由企业管理层和客户关系管理部门组织实施，外部评价可邀请行业协会、客户代表等参与。

#### 11.2 评价指标

11.2.1 评价指标应包括客户满意度、投诉处理及时率和满意率、客户信息准确率和更新率等。

11.2.2 具体评价指标和评价标准可根据企业实际情况和行业要求确定。

#### 11.3 持续改进

11.3.1 应根据评价结果，进行总结分析，并进行改进。

11.3.2 定期对改进措施的实施效果进行跟踪评估，完善客户关系管理。

11.3.3 应将客户关系管理工作纳入企业的持续改进体系，制定符合物业服务企业定位、文化等自身特点的客户关系管理策略和工作计划并组织实施，优化客户关系管理流程、方法和措施，提高客户关系管理水平和服务质量，满足客户日益增长的服务需求。

11.3.4 物业服务企业可借助信息化手段，建立和完善数字化 CRM 平台，将客户关系管理的各项内容和流程进行固化和优化，利用大数据分析和 AI 工具，提升物业服务客户关系管理的智能化水平。



国家标准  
团体标准  
信用