

团 体 标 准

T/GDMA XX-2021

直播电商售后服务规范

Specification for after-sales service of live-broadcast electronic
commerce

（征求意见稿）

2021 - XX - XX 发布

2021- XX -XX 实施

广东省市场协会 发布

目 次

前言..... II

1 范围..... 1

2 规范性引用文件..... 1

3 术语及定义..... 1

4 基本要求..... 2

5 售后服务管理..... 2

 5.1 直播前准备..... 2

 5.2 直播中服务..... 2

 5.3 直播后服务..... 2

 5.4 舆情监控与处理..... 3

6 直播电商服务评价..... 3

附录 A（资料性） 投诉处理流程图 3

参考文献..... 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。

本文件由广东省市场协会提出。

本文件由广东省市场协会归口。

本文件起草单位：.....

本文件主要起草人：

直播电商售后服务规范

1 范围

本文件规定了直播电商售后服务的基本要求、售后服务管理和直播电商服务评价。
本文件适用于直播电商的售后服务工作开展。

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 18760-2002 消费品售后服务方法与要求

3 术语及定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

直播 live-streaming

通过互联网，把信息用视频、音频、图文等形式发布给公众的活动。

3.2

商家 supplier

直接向平台提供商品及相应服务的企业及其分支机构或个体工商户。

注：商家可包括生产商、经销商和其他中介商。

3.3

直播间运营者 Live room operator

在直播营销平台上注册账号或者通过自建网站等其他网络服务，开设直播间从事网络直播营销活动的个人、法人和其他组织。

3.4

直播营销人员 live streaming marketers

在网络直播营销中直接向社会公众开展营销的个人。

3.5

消费者 consumer

选购商品与服务的组织或个人。

3.6

售后服务 after-sale service

产品出售后，生产者或销售者对消费者，承担合同约定的有关内容和履行有关法律责任的活动。

[来源：GB/T 18760-2002，3.1]

4 基本要求

- 4.1 积极保护消费者享有的合法权益。
- 4.2 配备专业服务人员，积极响应消费者诉求，处理应公平、公正、公开、合理。
- 4.3 建立售后服务制度并提供不少于一种渠道供给消费者进行售后行权。

5 售后服务管理

5.1 直播前准备

5.1.1 商家

商家直播前准备工作包括但不限于以下内容：

- a) 应提前与直播方确定交付时间，现货数量，预售数量，物流方式，退换货方式等服务方案；
- b) 应根据服务方案，提报的现货数量，预售数量，预售日期等评估配置相应数量的客服人员；
- c) 宜根据产品特性，提前准备售后保障方案，以快速解决消费者提出的商品，售后，物流，购买等相关问题的咨询；
- d) 宜对客服人员提前进行岗前培训。

5.1.2 直播方

直播方¹⁾直播前准备工作包括但不限于以下内容：

- a) 可与商家签订相关的服务质量协议，以明确商家提供的售前，售中，售后服务；
- b) 可对商家提报的售后保障方案进行评估，确保商家的客服人力配置，人员服务能力；
- c) 可开通商家销售载体账户的监控权限，监控商家的服务履约能力；
- d) 宜建立应急处理机制，积极解决消费者投诉。

5.2 直播中服务

5.2.1 商家

商家应按照服务方案组织客服人员在线积极的解决消费者的诉求，确保订单顺利完成。

5.2.2 直播方

直播方在直播过程中服务内容如下：

- a) 应准确，清晰的介绍交付时间，现货数量，预售数量，物流方式，退换货方式等服务方案；
- b) 应积极解答消费者咨询的问题，必要时进行演示；
- c) 可监控商家的服务能力。

5.3 直播后服务

5.3.1 投诉处理

商家和直播方宜建立投诉处理制度，明确处理流程、节点和各方责任，可参考附录A。

5.3.2 商家

1) 直播方指直播间运营者和直播营销人员。

商家的直播后服务包括但不限于以下内容：

- a) 依法经营，履行消费者权益保护、知识产权保护、网络安全与个人信息保护等方面的义务；
- b) 应根据服务方案，平台规则，与直播方签订的售后协议及相关法律法规，履行交易承诺，积极解决消费者诉求；
- c) 应建立不低于一种消费者投诉渠道，受理并解决消费者诉求；
- d) 对不属于自身职责内的投诉宜告知消费者实际情况并协调处理；
- e) 出现违背承诺，要求赔偿等严重情况时，应联系消费者和直播方核实情况，并与直播方共同商议解决方案，推动问题解决；
- f) 应处理商品促销活动的内容、服务承诺、领取方式等咨询；
- g) 应处理商品支付、物流配送、退换货承诺等服务流程的咨询。

5.3.3 直播方

直播方的直播后服务包括但不限于以下内容：

- a) 应积极履行直播间的交易承诺，并督促商家履行对消费者的交易承诺；
- b) 宜监控商家的服务能力，通过直播账号和其它渠道了解消费者的诉求，并推动商家履行交易承诺，提升服务质量；
- c) 应建立不低于一种消费者投诉渠道，受理并解决消费者诉求；
- d) 当消费者投诉无法及时处理时，应积极协调平台和商家，推动问题解决；必要时启动应急处理机制解决问题；
- e) 当商家服务能力不能满足消费者需求时，直播方可督促商家调整服务方案；必要时可介入商家的服务过程管理；调派人员协助，确保商家的售后服务质量，积极保护消费者权益；
- f) 帮助处理消费者的投诉问题，有效解决消费者进一步投诉或差评现象的发生；
- g) 出现违背承诺，要求赔偿等严重情况时，及时核实情况，与消费者协商处理，并与商家共同商议解决方案，推动问题解决。

5.4 舆情监控与处理

直播方宜对包括但不限于抖音，快手，今日头条，微信短视频，新浪微博等传播媒介和平台的消费者诉求进行监察和预警，并积极的处理消费者的诉求；必要时启动应急处理机制。

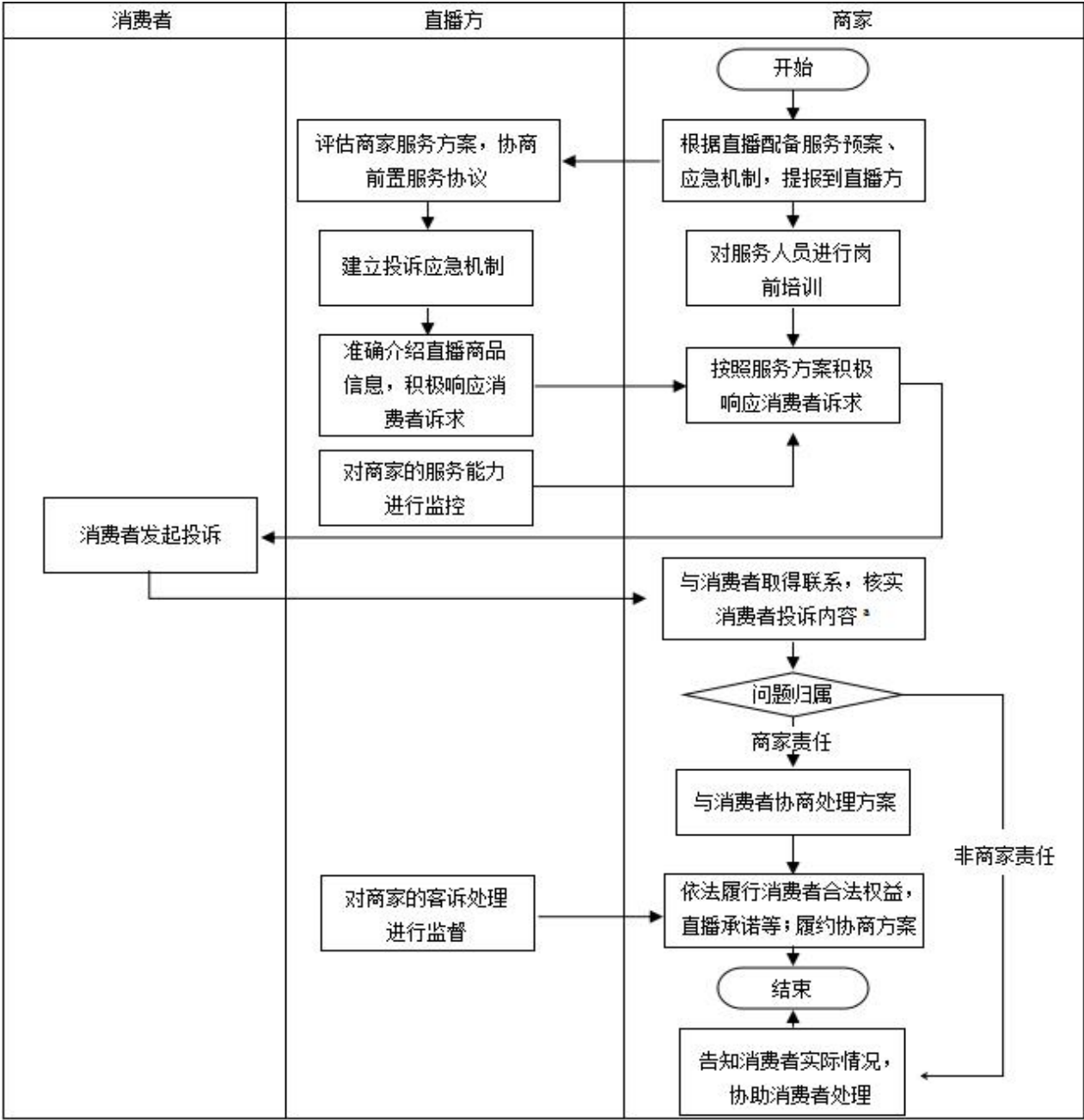
6 直播电商服务评价

6.1 直播方宜给与消费者合理评价的权益，为消费者提供对服务进行评价的途径，提升消费者满意度。

6.2 直播方宜通过销售平台，直播平台持续监控消费者评价，并根据消费者的评价改良产品，改善服务。

附录 A
(资料性)
投诉处理流程图

投诉处理流程图见A. 1



^a 核实消费者投诉内容可参照《中华人民共和国消费者权益保护法》、《网络交易监督管理办法》、《部分商品修理更换退货责任规定》等，在保护消费者合法权益的基础上，对实际情况具体分析。

图A. 1 投诉处理流程图

参 考 文 献

- [1] GB/T 31524-2015 电子商务平台运营与技术规范
 - [2] 《网络直播营销管理办法（试行）》 2021年4月23日，国家互联网信息办公室、公安部、商务部、文化和旅游部、国家税务总局、国家市场监督管理总局、国家广播电视总局等七部门联合发布，自2021年5月25日起施行
 - [3] 《中华人民共和国消费者权益保护法》 2013年10月25日十二届全国人大常委会第5次会议《关于修改的决定》第2次修正，2014年3月15日正式实施
 - [4] 《网络交易监督管理办法》 2021年3月15日，国家市场监督管理总局出台，自2021年5月1日起施行
 - [5] 《部分商品修理更换退货责任规定》 1995年8月25日国家经贸委、国家技术监督局、国家工商局、财政部共同发布
-