

T/CAICI

中国通信企业协会团体标准

T/CAICI XXXX—XXXX

信息通信业用户满意服务组织建设指南

Guide to establishment for organization on customer satisfaction service in the
information and communication industry

（征求意见稿）

XXXX – XX – XX 发布

XXXX – XX – XX 实施

中国通信企业协会 发布

目 次

前 言 II

引 言 III

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 推进要素 2

5 用户评价 5

6 用户满意服务组织的评定 6

附录 A（规范性附录）信息通信业用户满意服务企业的评定 1

附录 B（规范性附录）信息通信业用户满意服务现场的评定 1

附录 C（规范性附录）信息通信业用户满意服务班组的评定 1

参 考 文 献 错误！未定义书签。

索 引 错误！未定义书签。

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。

本文件由中国通信企业协会标准化管理委员会提出并归口。

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。

本文件起草单位：中国通信企业协会。

本文件参编单位：中国信息通信研究院、工信部电信用户申诉受理中心、中国电信集团有限公司、中国移动通信集团有限公司、中国联合网络通信集团有限公司、中国电信集团有限公司、中国广播电视网络集团有限公司、山东省通信行业协会、河南省通信行业协会、北京通和实益电信科学技术研究有限公司。

本文件主要起草人：鲁阳、游建青、马慧、王向东、陈晓晖、朝戈、王轩、董晓辰、刘晓旭、刘晓婷、杨燕、崔明涵、鲁娜。

本文件为中国通信企业协会首次发布。

引 言

1 总则

为引导信息通信服务企业深入开展用户满意创建活动，推动信息通信服务组织的高质量发展，为用户提供高水平服务，特制定本标准。

本标准提出了建设用户满意服务组织的基本理念，详细规定了信息通信业用户满意服务组织的创建要求，可作为信息通信运营商和服务商开展用户满意创建活动的主要依据。本标准有三个附录，分别对不同规模、不同服务项目的电信业务服务组织的用户满意创建活动提出了具体要求和评定方法。附录A 信息通信业用户满意服务企业的评定、附录B 信息通信业用户满意服务现场的评定、附录C 信息通信业用户满意服务班组的评定。

2 用户满意服务组织的基本理念

信息通信服务的核心理念是服务为用户创造价值。其基本理念是：

——用户至上。服务的目的是为用户创造价值以获得回报，因此各个服务环节，都应该树立以用户为中心的理念。

——全员参与。服务接触面上的人员直接给予用户的服务体验，其他服务支撑人员的工作也可能影响到用户的消费体验，服务活动中人员素质和技能对于用户的消费体验至关重要，需要持续学习和培训，不断提高全体人员的素质和技能，才能为用户提供更好的服务感受。

——优质服务。服务组织要通过建立正确的服务观念，提高服务能力，完善服务管理，规范服务流程等措施，才能提高服务质量，为用户提供优质服务。

——用户满意。服务水平的高低是由用户对其服务的满意程度为最终判定，用户对其服务的满意程度主要来源于用户评价。服务的提供和交付过程要以超越用户的预期为目标，不断提升用户对其服务的满意程度。

3 服务改善关系示意图

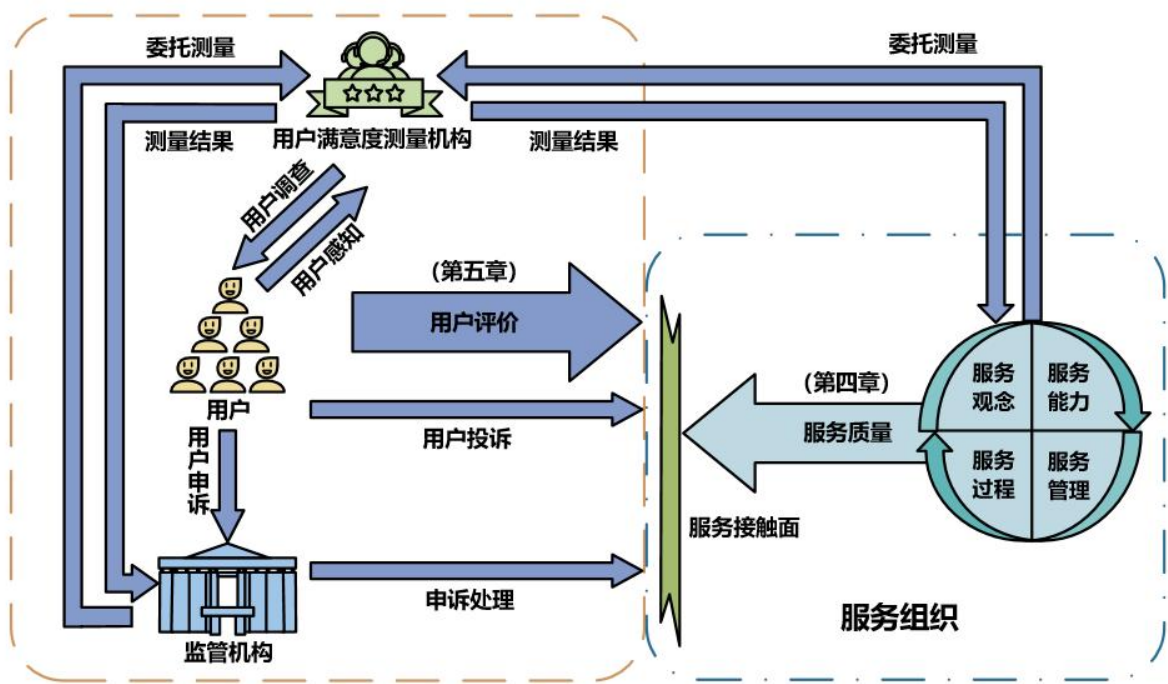


图 1 服务改善关系示意图

信息通信业用户满意服务组织建设指南

1 范围

本标准规定了信息通信业用户满意服务组织创建活动的基本准则和评定方法。

本标准适用于信息通信业服务组织（企业、服务现场、班组等）开展用户满意创建活动，也可以作为第三方评定机构对服务组织开展的用户满意创建活动进行评定的依据。

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 19000 质量管理体系基础和术语
- GB/T 19038 顾客满意测评模型和方法指南
- GB/T 19039 顾客满意测评通则
- YD/T 3609 信息通信业服务组织管理实施指南

3 术语和定义

GB/T 19000界定的术语和定义适用于本文件。

3.1 服务 service

至少有一项活动必需在组织和用户之间进行的组织的输出。

注1：通常，服务的主要要素是无形的。

注2：通常，服务包含与用户在接触面的活动，除了确定用户的要求以提供服务外，可能还包括与用户建立持续的关系，如：银行、会计师事务所或公共组织（如学校或医院）等。

注3：服务的提供可能涉及，例如：

- 在用户提供的有形产品（如需要维修的汽车）上所完成的活动。
- 在用户提供的无形产品（如为准备纳税申报单所需的损益表）上所完成的活动。
- 无形产品的交付（如知识传授方面的信息提供）。
- 为用户创造氛围（如在宾馆和饭店）。

注4：通常，服务由用户体验。

【源自：GB/T 19000-2016，3.7.7】

3.2 用户体验 user experience

用户体验是用户通过服务接触而产生的心理感受，通常会影 响用户对服务满意程度的综合评判。

3.3 服务质量 quality of service

服务组织能够提供用户的服务标准和服务指标的程度。服务质量要素主要包括服务资源、服务过程和服务结果等。

3.4 服务管理 service management

对服务组织和服务流程进行的计划、组织、指挥、协调、控制和改进等活动。

【源自：GB/T 29590-2013，3.2，改写】

3.5 服务接触面 service encounter interface

用户与一项服务进行接触的场景。

注：这个场景是用户能够感知到的。可以是用户与服务人员直接面对面，也可以是用户直接面对自助服务设施，还可以是用户通过电话、短信、视频、互联网等方式与服务人员相互沟通。

3.6 用户满意度 user satisfaction

用户对其要求已被满足的感受程度。具体表现为用户的实际感受同其预期水平相比后的满意程度。

3.7 用户满意度测量 user satisfaction measurement

组织为了解用户对其提供的产品或服务的满意程度，策划和设计获取用户满意度信息的程序，实施调查，计算并分析用户满意度结果的过程。

4 推进要素

4.1 服务观念

4.1.1 领导作用

服务组织领导应在推行“用户至上”的服务观念中发挥首要作用。应根据组织整体的使命、愿景和发展战略，明确服务组织的目标。这些目标可包括：加强与用户互动、优化服务接触界面、增强用户体验、提升服务质量、增强用户满意度和忠诚度、减少浪费、提高服务效率、降低服务成本等方面的内容。针对提出的目标，营造创建用户满意服务企业的氛围，制定明确、具体的创建用户满意服务企业的要求并承诺实现。

4.1.2 全员参与

服务组织领导应在用户满意服务企业创建活动发挥主要作用。通过各种形式向员工宣贯为用户创造价值、精益求精、追求卓越的理念，通过企业文化和优化激励机制，增强员工的主动服务意识，引导和鼓励全体员工参与用户满意服务企业创建活动。领导要主动深入服务一线，与员工共同解决现场发生的问题。

4.1.3 组织保证

应根据服务组织的业务特点、服务流程等来设立所需的服务组织结构，并明确相应岗位的职责、权限、目标和任务。确保组织职能与服务需求相匹配。通过建立系统的服务组织管理制度，明确组织机构的功能以及各岗位的职责和相互关系，规定服务组织管理中人、财、物相关各项活动的基本要求和运行方式，确定服务组织管理过程的范围、职责、顺序和相互作用。

4.2 服务能力

4.2.1 员工服务意识

服务组织应通过开展各种适宜的活动，增强全体员工的服务质量意识，激励员工主动参与用户满意服务企业创建活动。

4.2.2 员工服务技能

服务组织应根据具体的服务要求，识别各岗位员工的服务能力需求。可采用系统的方法，有目的地提升团队成员的业务技能和素质，确保满足相应岗位的服务能力需求。

4.2.2.1 明确服务组织各岗位人员需要具备的能力、岗位服务技能、资格要求。可包括与该岗位相关的业务流程、服务规范、用户沟通技巧、服务设备设施使用、信息安全管理、服务质量控制等方面有关的内容。

4.2.2.2 有计划的开展员工的培训工作，并建立系统的员工技能培训和评价体系，包括制定培训计划，配备必要的师资、教材等资源，建立培训记录、考评档案、培训效果跟踪制度，对培训效果进行评价。不断完善教育培训体系。

4.2.2.3 为提高现场服务效率和效能，应培养服务组织专业技术人员等一专多能复合型人才。建立员工职业发展的通道，拓展员工跨序列发展的空间，鼓励并帮助团队成员制定和实现个人职业生涯的发展。

4.2.3 服务资源配置

为保证服务工作的有效开展，服务组织领导应提供人员、物资、资金等各种资源的支持，在本级组织范围内进行合理的资源调配和优化，以确保服务资源配置的合理性、适度性、及时性和有效性。

4.3 服务管理

服务组织应根据服务过程设计的输出结果，配置必要的资源，并不断加强对人员、设施、物料、规章制度、现场环境等基础要素，以及服务接触面上的活动和后台支撑环节的管理。

4.3.1 服务人员管理

现场工作人员，特别是服务接触面上的人员，必须经过岗前培训并考核合格后方可独立上岗。当岗位职责或业务要求发生变化时，应重新接受培训及考核。

4.3.2 设备设施管理

针对服务组织的电信设施（如网络设备、服务终端设备、装维设备等）、服务引导和宣传设施（如灯箱、坐席标识、水牌等）、业务设备设施（如动力环境设施、计算机、IT系统等）、便民设施（老花镜、雨伞等）应建立台账和管理制度，并进行分类管理和维护保养。

4.3.3 物料管理

服务组织应对服务物料和辅料、业务单据、宣传品、生产工具等进行管理，可制定验收、保管、领用、报损等管理办法。

4.3.4 规章制度管理

服务组织应对本组织使用的规章制度、业务手册等文件进行管理，包括文件审批、登记、发放、更新等，使相关岗位可及时获取与其工作有关的最新文件规定。

4.3.5 现场环境管理

服务组织应对现场环境进行管理，可以运用5S管理、可视化管理等方法，使现场布局合理、标识清楚、环境整洁、秩序井然。

4.3.6 业务管理

服务组织应确保各岗位员工严格按服务规范和业务流程的要求办理业务、提供服务。同时应根据用户的需求量（如客流量、话务量等）、现场服务提供能力、服务设施利用情况等，对服务组织资源进行动态的调整（如增加通信设备、坐席、客流引导等），提高现场服务的时效性和灵活性。

4.3.7 用户反馈信息管理

服务组织可通过适宜有效的方式，主动了解用户需求、收集用户反馈意见，以便为优化业务流程、提升服务质量提供准确信息。针对服务提供过程中可能出现的用户争议、纠纷、投诉等情况，应在第一

时间响应，并采取必要的补救措施。对于用户反馈的信息，特别是负面反馈及其处置情况，应予以记录并按规定期限留存。

4.3.8 用户信息保护

服务组织应提升全员的用户信息保护意识，在有关法律规章的基础上，对用户信息采取更加严格的保护措施。约束员工不得超出业务办理需要、过度收集用户个人信息，不得收集未经法律授权或者用户本人不同意对外披露或提供的个人信息；严禁买卖用户个人信息。服务组织应明确告知用户或在用户签署的合同协议中明确收集、使用信息的目的、方式和范围。

4.3.9 绩效管理

服务组织可根据自身的业务特点和工作任务安排组织开展绩效考核，绩效考核时要关注用户对服务的满意程度。

4.3.10 安全生产和应急管理

服务组织可分析自身可能发生的潜在风险（包括但不限于安全事件、公众事件等），制定相应的日常控制措施和应急处置预案，并定期组织预案演练。

4.4 服务过程

4.4.1 服务需求分析

服务组织应确定提供的服务项目及其特性，区分核心服务和辅助性服务；根据提供的服务内容和特性，可应用管理工具和方法，系统地分析用户群体的特征，进一步识别和确定出关键用户群体；注重收集和分析用户体验，了解各类用户群体的服务需求和期望；对照自身的服务能力进行评估，寻找差距并提出改进措施；重点明确服务接触面的要求，包括但不限于服务特性、服务过程、服务人员、服务设施、服务环境等方面的要求。

4.4.2 服务过程的监控

服务组织应根据服务质量检查制度的规定，对服务提供过程进行监控，特别是影响服务质量的关键环节。服务质量检查和评价的方式包括但不限于内部检查和用户现场即时评价（如服务评价器、用户意见簿等），还应特别关注用户申投诉情况。

服务质量检查和评价的结果应予以记录和通报，还可运用适当的方法和工具加以分析，并指出改进的机会和方向。

4.4.3 服务过程的优化

服务组织可根据用户群体的关键需求和服务期望，以及服务接触面的要求，对上级组织下发的相关制度规范文件进行补充和细化。

4.4.3.1 服务规范的优化

优化服务规范时，首先应建立高于国家、信息通信行业主管部门，以及本企业规定的标准或规范要求，然后才能在此基础上增加个性化的服务承诺。服务规范应便于理解、便于执行、便于测量，并与服务人员和设施的服务能力等相匹配。优化后的服务规范应以文件的形式加以固化。

4.4.3.2 服务接触面的优化

优化服务接触面时，首先应符合企业统一的VI视觉识别系统和标准化建设要求，然后再对服务组织的布局、环境、服务设施等进行优化，确保布局合理、环境整洁、标识清楚，设备设施配置充足、适宜。同时还可根据实际情况灵活调整人员的配置和分工，来提高服务响应的及时性和灵活性，提升用户体验。

4.4.3.3 服务流程的优化

优化服务流程时，首先应基于企业现有的各类业务管理系统的功能事项，然后在此基础上进一步明确服务组织各项活动的目标、工作程序、工作方法和活动间接口，特别是服务接触面与服务后台、支持部门的接口关系，优化后的服务流程可用服务蓝图等文件的形式加以固化。保障各接口的便捷有效，使服务流程顺畅、协调一致的运行。

4.4.4 服务过程的改进

服务组织应建立服务过程的改进机制，从业务流程、工作方法、执行力度、人员素质、设备设施等方面持续改进服务过程，不断提升用户体验。在改进服务过程控制手段时，还应特别关注用户申投诉情况，首先要确定服务过程中影响用户体验的关键活动和相应的服务质量控制点，然后建立适当的服务质量检查和评价的方法，应形成相应的文件和记录。

5 用户评价

用户评价是指用户在接受服务后，用直接或间接（如向申诉机构、第三方满意度调查机构等）的方式对服务组织及其服务表达满意程度的形式。用户评价可以由服务组织主动征集，也可由第三方抽样调查征集，用户申投诉是负面的用户评价。

5.1 主动征集服务评价

服务组织在提供的服务后，应主动向用户征集服务评价，了解用户对其服务的满意程度，以便做好后继服务或整改措施。服务组织应根据服务规模和服务特点，采用适宜的方法定期或不定期的向用户征集用户评价；可采用的征集用户评价的方法包括但不限于用户即时满意程度评价、电话或短信回访、互联网调查、满意度测量等。征集到的用户评价应进行数据处理，提出改进措施并加以实施。要定期形成用户服务评价报告。

5.2 第三方用户满意度测量

5.2.1 测量目的

服务组织可以委托第三方机构进行满意度测量来了解用户对所提供的服务满意程度，从而分析影响用户满意的关键因素，分析用户抱怨原因、用户流失原因，服务质量改进方向等。信息通信行业服务主管部门或社会组织也可委托第三方机构对服务组织进行用户满意度测量。信息通信服务企业应定期委托第三方机构进行用户满意度测量。

5.2.2 用户满意度测量方案

进行用户满意度测量前，服务组织应与满意度测量机构商议确定测量方案，测量方案中应包括但不限于下列内容：

- 1) 进行用户满意度测量的地理区域，
- 2) 调查对象
- 3) 抽样方法
- 4) 样本数量
- 5) 测量指标
- 6) 调查方式
- 7) 问卷设计
- 8) 测量要求

5.2.3 用户满意度测量的实施

用户满意度测量应由其测量机构独立实施，测量结束后，应向被测量的服务组织提供下列文件：

- 1) 测量结果
- 2) 数据分析
- 3) 测量报告
- 4) 服务改善建议

5.2.4 用户满意度测量的评估

用户满意度测量的评估是指用户满意企业评定机构对用户满意度测量机构给服务组织出具的测量结果、测量报告等文件进行的专家组评估，评估的结果可分为“可采信”和“不可采信”。评估为“不可采信”的用户满意度测量结果，服务组织不得采用。

5.2.5 用户满意度测量的结果应用

是指服务组织依据用户满意度测量的结果，分析查找自身的服务短板，提出改进措施并加以实施。

5.3 用户申投诉

5.3.1 用户投诉统计

用户投诉是指用户向服务组织反映对所接受的服务不满意的情况。服务组织应每月进行用户投诉情况统计，形成用户投诉统计月报。统计月报要包括但不限于投诉用户的地域信息、投诉的主要问题和诉求等，月报中还应统计用户投诉率、用户投诉处理及时率、用户投诉处理满意率等情况。

5.3.2 用户申诉统计

用户申诉是指用户向工信部电信用户申诉受理机构或各省（区、市）电信用户申诉受理机构反映对所接受的服务不满意的情况。服务组织应每月对行业管理部门定期发布的用户申诉官方数据进行统计分析，形成服务组织本级用户申诉统计月报。统计月报应包括但不限于申诉用户的地域信息、申诉的主要问题和诉求等，月报中还应统计用户申诉率、用户申诉处理及时率、用户申诉处理满意率等情况。

5.3.3 用户申投诉的处理

服务组织应设立用户申投诉处理部门或专人负责用户申投诉工作，梳理分析近期的用户申投诉的热点问题，向服务组织提出改进措施的建议。

6 用户满意服务组织的评定

6.1 基本原则

用户满意服务组织的评定应本着自愿、公平、公正、择优的原则。

6.2 基本条件

拟参加信息通信业用户满意创建活动的服务组织，因组织的规模不同，服务的内容不同，其基本条件也有所不同，具体参见附录A 信息通信业用户满意服务企业的评定、附录B 信息通信业用户满意服务现场的评定、附录C信息通信业用户满意服务班组的评定。

6.3 评定程序

- 6.3.1 自愿申请或受相关上级组织推荐参加信息通信业用户满意创建活动的服务组织应满足本标准6.2条的基本条件，并按照评定机构的要求提供申请资料。
- 6.3.2 评定机构在收到申请资料后，应进行初审，可要求申请组织做一次性补正。
- 6.3.3 评定机构应组织专家评审组，对申请资料进行集中会议评审。评审会议前，评定机构应向相关电信服务监管部门了解申请单位近期的合规运营情况，对受到书面警告或书面警告以上监管处理的申请单位不进行评审。如需进行现场评审时，评定机构应选择具有电信服务认证资质的认证机构实施现场评审；评定机构应与申请组织协商，安排现场评审的具体事宜。
- 6.3.4 专家评审组应将评审结果报告评定机构，由评定机构进行公示和评定结果发布。

6.4 评审方法

- 6.4.1 评审方法采用关键因素评价法，由专家评审组按照本标准第4和第5章的内容对申请组织的申请材料通过审核、测评、体验等方式逐项打分，将各项得分相加，得出评审结果。必要时，评审活动可采用明察和暗访相结合的方式进行。其中明察是通过查阅文件和记录、询问相关工作人员、现场观察、访问用户等方式进行，明察主要是针对本标准第4章所涉及的内容；暗访是采用现场体验、电话拨测或用户回访等方式，对服务接触面涉及的人员、业务办理过程、服务设施和营业环境等进行体验式评价，暗访主要是针对本标准第5章所涉及的内容。
- 6.4.2 用户满意服务组织的评审分值分配表（见表1）是专家评审组进行评审工作的依据，服务组织也可依据表1进行自查。表1中的分值是评审项目的满分分值，不存在加分的情况。对不同规模的、不同服务内容或服务组织，评审内容有一些差别，评审分值分配表会有个别的不适用项。具体参见附录A 信息通信业用户满意服务企业的评定、附录B 信息通信业用户满意服务现场的评定、附录C信息通信业用户满意服务班组的评定。

表1 用户满意服务组织评审分值分配表

大项	分值	小项	分值
4.1 服务观念	100	4.1.1 领导作用	40
		4.1.2 全员参与	30
		4.1.3 组织保证	30
4.2 服务能力	100	4.2.1 员工服务意识	40
		4.2.2 员工服务技能	30
		4.2.3 服务资源配置	30
4.3 服务管理	100	4.3.1 服务人员管理	10
		4.3.2 设备设施管理	10
		4.3.3 物料管理	10
		4.3.4 规章制度管理	10
		4.3.5 现场环境管理	10
		4.3.6 业务管理	10
		4.3.7 用户申投诉管理	10
		4.3.8 用户信息保护	10
		4.3.9 绩效管理	10
		4.3.10 安全生产和应急管理	10
4.4 服务过程	200	4.4.1 服务需求分析	50
		4.4.2 服务过程的优化	50
		4.4.3 服务过程的监控	50
		4.4.4 服务过程的改进	50
5.1 主动征集用户评价	100	5.1 主动征集用户评价	100
5.2 第三方用户满意度测量（注	250	5.2.1 第三方用户满意度测量分数	实际得分

1)		5.2.2 用户满意度测量方案	30
		5.2.3 用户满意度测量的实施	30
		5.2.4 用户满意度测量的评估	40
		5.2.5 用户满意度测量的结果应用	50
5.3 用户申投诉	150	5.3.1 用户投诉情况	50
		5.3.2 用户申诉情况	50
		5.3.3 用户申投诉的处理	50

注1：5.2 第三方用户满意度测量被评为“不可采信”时，此项不得分。

6.5 评定结果

6.5.1 评定机构应对评定结果为700分以上的申请单位进行公示。公示结束后，评定机构应给申请单位发放评定证书；或给出延期发证或不发证的说明。

6.5.2 根据评定结果来确定申请组织的用户满意服务等级，700至899分将评定为用户满意服务企业或用户满意服务现场、用户满意服务班组；900至1000分将评定为用户满意服务示范企业或用户满意服务示范现场、用户满意服务示范班组。

6.6 评定结果的应用

评定机构将把申请组织的评定结果通知其相关集团公司；向全国用户满意工程组织部门择优推荐。

附录 A（规范性附录）信息通信业用户满意服务企业的评定

本附录所列的信息通信服务企业是指信息通信行业内基础电信企业的地市级、县区级公司，并面向公众用户提供移动电话服务、固定电话服务、宽带业务服务等服务项目。本附录用于指导上述企业依据本指南开展信息通信业用户满意服务企业的建设活动。

A. 1 基本申请条件

A. 1.1 企业为依法登记注册的企业法人和其他经济组织，并在信息通信行业内获得相关经营许可。

A. 1.2 委托具有用户满意度调查资质的第三方测量机构开展用户满意度测量，测量工作依据国家标准《顾客满意测评模型和方法指南》（GB/T19038-2009），并遵从工业和信息化部《电信服务质量用户满意度指数评价制度》及互联网信息服务用户满意度测评规范等相关要求，测量年度为申请日期上一年度。

A. 1.3 近三年无用户权益保护方面的重大事故及重大质量、安全事故，未受到信息通信行业服务主管部门的书面警告或书面警告以上监管处理。

A. 1.4 本标准5.3涉及的用户申诉率、用户申诉处理及时率、用户申诉处理满意率等相关指标，应遵从《电信条例》、《电信服务规范》等行业电信服务质量管理相关要求和法律法规，并满足年度行风建设暨纠风工作考核指标要求。

A. 2 用户满意度指数测量要求

A. 2.1 基础电信企业地市级公司

A. 2.1.1 在委托第三方用户满意度测量机构时，测量项目必须涵盖向公众用户提供的移动电话服务、固定电话服务、宽带业务服务等服务项目。

A. 2.1.2 测量区域应覆盖企业提供的所有区域，对移动电话、宽带业务等服务项目的有效测量抽样数不得低于行业电信服务监管机构定期开展的电信服务质量用户满意指数测量的样本量要求。

A. 2.1.3 测量方法应按照行业《电信服务质量用户满意指数评价制度》等相关要求，采用电信服务监管机构相同测量方案开展用户满意度指数测量。

A. 2.2 基础电信企业县区级公司

A. 2.2.1 在委托第三方用户满意度测量机构时，测量项目至少有一项向公众用户提供的移动电话服务、宽带业务等服务项目，且公众用户数量占总用户数量的70%以上。

A. 2.2.2 测量区域应覆盖企业提供的所有区域，其有效测量抽样数不得小于500个用户。

A. 2.2.3 测量方法应按照行业《电信服务质量用户满意指数评价制度》等相关要求，采用电信服务监管机构相同测量方案开展用户满意度指数测量。

A. 2.3 测量内容和报告

A. 2.3.1 测量内容应以信息通信行业服务主管部门年度用户满意度指数测量要求为基准，结合企业实际情况进行调整。

A. 2.3.2 用户满意度指数测量结果80以上。

A. 2.3.3 提供测量报告的同时，应一并提供测量模型介绍、调查问卷及被调查用户原始数据。

A. 3 评审方法

A. 3.1 对符合申请条件的基础电信企业按本标准的第四章和第五章进行评审。

A. 3.2 对在本标准5.2.4 用户满意度测量的评估时，用户满意度测量被评估为“可采信的”，其用户满意度测量得分将计入5.2.1 第三方用户满意度测量分数之中；若用户满意度测量被评估为“不可采信的”，5.2第三方用户满意度测量不得分。

A. 3.3 申请当年，若发生电信服务监管机构的行政处罚、用户权益保护方面的重大事故或其他重大安全、质量事故，即取消当年参与评定的资格。

A. 4 评定

按照本标准的第六章进行评定。

附录 B（规范性附录）信息通信业用户满意服务现场的评定

本附录所列的信息通信服务现场是指电信运营商自营的为公众用户提供面对面电信服务的实体营业厅（不包含网上营业厅、手机营业厅、微信营业厅等服务渠道）、省市地区电信业务客服中心、地市区电信业务安装维修服务中心。本附录用于指导电信运营公司的服务现场依据本标准开展信息通信用户满意服务现场的创建活动。

B. 1 基本申请条件

B. 1.1 服务现场为依法登记注册的企业法人和其他经济组织，并在信息通信行业内获得相关经营许可证。

B. 1.2 委托具有满意度调查资质的第三方测量机构开展用户满意度测量，测量工作依据国家标准《顾客满意测评模型和方法指南》（GB/T19038-2009），测量年度为申请日期的上一年度。

B. 1.3 近两年无重大质量、安全事故，没有受到相关电信服务监管部门的书面警告或书面警告以上监管处理。

B. 2 用户满意度测量要求

B. 2.1 省市地区电信业务客服中心

B. 2.1.1 在委托第三方用户满意度测量机构时，测量项目应是用户对该客服中心的顾客服务的满意度指标。

B. 2.1.2 测量区域应覆盖客服中心提供服务的所有区域，其有效测量抽样数不得小于500个用户。

B. 2.1.3 测量方法可参照《电信服务质量用户满意指数评价制度》等相关要求。

B. 2.2 地市区电信业务安装维修服务中心

B. 2.2.1 在委托第三方用户满意度测量机构时，测量项目应是用户对该安装维修服务中心的安装维护的满意度指标。

B. 2.2.2 测量区域应覆盖安装维修服务中心提供服务的所有区域，其有效测量抽样数不得小于200个用户。

B. 2.2.3 测量方法可采用顾客满意度指数（CSI）方法、多因素加权方法等。

B. 2.3 电信业务实体营业厅

B. 2.3.1 在委托第三方用户满意度测量机构时，测量项目应是用户对该实体营业厅的综合（指现场环境、现场服务等）满意度指标。

B. 2.3.2 测量区域应覆盖安装维修服务中心提供服务的区域，其有效测量抽样数不得小于100个用户。

B. 2.3.3 测量方法可采用多因素加权方法、用户满意率方法等。

B. 3 评审方法

B. 3.1 对初次申请的服务现场按本标准第四章和第五章进行评审。

B. 3.2 对在近两年获得过电信业务服务现场管理等级的服务现场，其过去的评审成绩可以按50%计入本标准的第四章得分，不再重新评审，该成绩与本标准的第五章评审成绩相加为总的评审成绩。但也可以申请重新评审。

B. 3.3 对在本标准5.2.4 第三方用户满意度测量的评估时，用户满意度测量被评估为“可采信的”，其用户满意度测量得分将计入5.2.1 第三方用户满意度测量分数之中；若用户满意度测量被评估为“不可采信的”，5.2 第三方用户满意度测量不得分。

B. 4 评定

按照本标准的第六章进行评定。

附录 C（规范性附录）信息通信业用户满意服务班组的评定

本附录所列的信息通信服务班组是指电信运营商最基层的行政班组，这类班组还同时具有为公众用户提供面对面服务、通过电话的语音服务、上门服务等的服务特性。本附录用于指导电信运营公司的服务班组依据本指南开展信息通信用户满意服务班组的创建活动。

C. 1 基本申请条件

C. 1.1 服务班组为电信运营商最基层的行政班组，同时具有为公众用户提供面对面服务、通过电话的语音服务、上门服务等的服务特性。

C. 1.2 委托具有满意度调查资质的第三方测量机构开展用户满意度调查，调查工作依据国家标准《顾客满意测评模型和方法指南》（GB/T19038-2009），调查年度为申请日期的上一年度。

C. 1.3 近两年无重大质量、安全事故，没有受到相关电信服务监管部门的书面警告或书面警告以上监管处理。

C. 2 用户满意度调查要求

C. 2.1 服务班组在委托第三方用户满意度调查机构时，调查项目应是用户对该班组提供服务项目的满意度指标。

C. 2.2 调查区域应覆盖该班组提供服务的区域，其有效测量抽样数不得小于100个用户。

C. 2.3 用户满意度调查方法可采用多因素加权方法、用户满意率方法等。

C. 3 评审方法

C. 3.1 对初次申请的服务班组按本标准第四章和第五章进行评审。

C. 3.2 对在近两年获得过电信通信业质量信得过标准称号的服务班组，其过去的评审成绩可以乘以5后计入本标准的第四章得分，不再重新评审，该成绩与本标准的第五章评审成绩相加为总的评审成绩。但也可以申请重新评审。

C. 3.3 对在本标准5.2.4 用户满意度测量的评估时，班组采用的第三方用户满意度调查被评估为“可采信的”，其用户满意度调查得分将计入5.2.1 第三方用户满意度测量分数之中；若用户满意度调查被评估为“不可采信的”，5.2第三方用户满意度测量不得分。

C. 4 评定

按照本标准的第六章进行评定。

