

ICS

T/GXDSL

团 体 标 准

T/GXDSL 298—2025

## 客户服务流程与质量管理规范

Specification for Customer Service Procedures and Quality Management

征求意见稿

2025 - - 发布

2025 - - 实施

广西电子商务企业联合会 发布

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 客户服务流程规范 ..... 2

5 服务质量管理要求 ..... 4

6 记录与档案管理 ..... 6

7 附则 ..... 6

## 前 言

本文件依据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。

本文件由广西产学研科学研究院提出。

本文件由广西电子商务企业联合会归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

本文件为首次发布。

# 客户服务流程与质量管理规范

## 1 范围

本标准规定了客户服务全流程的操作要求、质量管理指标、评价方法及持续改进机制，适用于各类行业企业（含生产制造、金融服务、电子商务、生活服务等）的客户服务体系建设与运营管理，涵盖线上渠道（电话、APP、小程序、社交媒体等）与线下渠道（门店、网点、上门服务等）的客户服务活动。本标准可作为企业建立客户服务体系、第三方机构开展服务质量评估的依据。

## 2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件。凡是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 19001 质量管理体系要求  
GB/T 27922 商品售后服务评价体系  
GB/T 35790 客户服务中心服务质量评价指标  
ISO 10002 质量管理 客户满意 组织投诉处理指南

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1 客户服务

企业为满足客户需求，在产品销售前、销售中及销售后提供的咨询、沟通、支持、问题解决等一系列活动的总称。

### 3.2 服务流程

客户从发起服务请求到需求满足（或问题解决）的全链条活动环节、顺序及操作规范。

### 3.3 服务质量

服务满足客户明示或隐含需求的程度，包括响应效率、解决效果、服务态度、专业能力等维度。

### 3.4 服务触点

客户与企业服务体系发生交互的具体环节（如电话接入、在线咨询、门店接待、售后回访等）。

### 3.5 投诉处理闭环

从客户投诉受理、调查分析、解决方案制定、执行反馈到客户满意度跟踪的完整管理流程。

### 3.6 服务质量 KPI

用于衡量服务质量水平的关键绩效指标，包括定量指标与定性指标。

## 4 客户服务流程规范

### 4.1 流程设计原则

- 4.1.1 客户导向：以客户需求为核心，简化流程环节，减少客户等待时间。
- 4.1.2 标准化：明确各环节操作规范、责任主体及时间节点，确保服务一致性。
- 4.1.3 可追溯：建立服务记录机制，实现客户需求、服务过程、处理结果的全程追溯。
- 4.1.4 灵活性：针对特殊客户群体（如老年人、残障人士）或紧急情况，设置流程绿色通道。

### 4.2 售前服务流程

#### 4.2.1 需求咨询响应

响应时效：线上渠道（含 APP、小程序、社交媒体）咨询平均响应时间 $\leq 15$  秒，最长不超过 60 秒；电话咨询接通率 $\geq 95\%$ ，平均等待时长 $\leq 30$  秒；线下门店咨询即时响应，无客户排队等待时长超过 5 分钟。

响应方式：根据客户选择的渠道提供对应服务，明确告知客户咨询处理流程及预计回复时间。

#### 4.2.2 产品 / 服务介绍

内容要求：准确、全面介绍产品功能、服务范围、收费标准、使用须知等信息，不得夸大宣传或隐瞒关键信息。

方式要求：结合客户需求提供个性化推荐，采用通俗易懂的语言（避免专业术语堆砌），必要时辅以图文、视频等可视化资料。

#### 4.2.3 预约服务（如适用）

操作规范：明确预约信息（服务时间、地点、内容、联系人），同步至客户及服务执行部门，发送预约确认通知（短信、APP 推送等）。

变更机制：支持客户预约修改或取消，修改申请需在服务执行前 24 小时提出（特殊服务可另行约定），取消后及时更新服务资源调度记录。

### 4.3 售中服务流程

4.3.1 服务执行准备

资源配置：提前确认服务所需人员、设备、物料等资源到位，确保服务条件满足约定要求。  
客户告知：服务执行前 1 小时（线下服务）或 30 分钟（线上服务）提醒客户，确认服务时间及相关注意事项。

4.3.2 现场 / 线上服务

服务态度：主动问候客户，使用文明用语，耐心解答客户疑问，不得与客户发生争执。  
操作规范：严格按照服务标准执行操作，关键环节（如合同签署、费用确认）需向客户明确说明，获得客户确认后再推进。  
过程记录：实时记录服务过程中的关键信息（客户反馈、操作内容、异常情况等），形成服务单据。

4.3.3 服务确认

内容：向客户展示服务成果（如产品交付、服务完成效果），核实服务内容是否符合客户需求。  
形式：由客户签署服务确认单（线下）或通过线上渠道点击确认，确认信息同步至企业服务系统。

4.4 售后服务流程

4.4.1 售后回访

回访时效：服务完成后 24 小时内发起回访，最迟不超过 48 小时；投诉处理完成后 72 小时内专项回访。  
回访方式：优先采用客户偏好的渠道（电话、短信、APP 问卷等），回访覆盖率≥90%（高价值客户、投诉客户 100% 回访）。  
回访内容：核实服务满意度、了解使用情况、收集改进建议，记录客户反馈并分类归档。

4.4.2 问题处理

4.4.2.1 一般问题处理

处理时效：简单咨询类问题即时解答；需核实信息的问题，承诺回复时间≤2 小时；需协调资源解决的问题，承诺回复时间≤24 小时。  
处理流程：受理→核实→解答 / 处理→客户确认→记录归档。

4.4.2.2 投诉处理（详见 4.4.3）

4.4.3 投诉处理闭环流程

环节	操作要求	时效标准
投诉受理	记录客户投诉信息（投诉人、联系方式、投诉事项、诉求、发生时间等），出具投诉受	

理编号，告知客户处理流程及时限 | 即时受理，最长不超过 15 分钟 |

| 调查分析 | 明确调查责任人，收集相关证据（服务记录、沟通记录、产品检测报告等），分析投诉原因及责任归属 | 一般投诉≤24 小时，复杂投诉≤72 小时 |

| 解决方案制定 | 结合客户诉求及企业规定，制定合理解决方案（如维修、更换、退款、补偿等），确保方案合法合规、公平合理 | 调查完成后≤12 小时 |

| 方案沟通 | 向客户说明投诉调查结果及解决方案，听取客户意见，协商一致后确认执行 | 方案制定后≤6 小时 |

| 方案执行 | 按照确认的解决方案落实相关措施，明确执行责任人及时间节点，确保执行到位 | 方案确认后≤24 小时（紧急情况≤6 小时） |

| 满意度跟踪 | 方案执行完成后，回访客户确认满意度，记录反馈意见 | 执行完成后≤24 小时 |

| 归档总结 | 将投诉处理全过程资料归档，分析投诉共性问题，提出改进措施 | 满意度跟踪完成后≤12 小时 |

4.4.4 售后支持

支持方式：提供产品使用指导、维修保养、技术支持等服务，支持渠道与售前一致。

时效要求：技术支持类问题平均解决时间≤4 小时，复杂技术问题≤48 小时，需上门维修的，市区≤24 小时、郊区≤48 小时、偏远地区≤72 小时响应。

5 服务质量管理要求

5.1 质量目标

质量维度	核心指标	目标值	测量方法
响应质量	咨询平均响应时间	线上≤15 秒，电话≤30 秒	服务系统自动统计，每日汇总
响应质量	电话接通率	≥95%	通话记录系统统计，每周汇总
解决质量	一次性解决率	≥85%	服务单据统计(客户无需二次咨询 / 投诉)，每月汇总
解决质量	投诉解决满意度	≥90%	投诉回访问卷统计，每月汇总
服务态度	服务态度满意度	≥95%	全渠道服务评价问卷统计，每月汇总
规范质量	服务规范符合率	≥98%	神秘客暗访、服务录音 / 视频抽查(每月抽查比例≥10%)
效率质量	平均服务时长	简单咨询≤3 分钟，复杂问题≤15 分钟	服务系统自动统计，每日汇总

## 5.2 质量控制措施

### 5.2.1 人员管理

资质要求：服务人员需经岗前培训（培训时长 $\geq 40$  学时）并考核合格后方可上岗，考核内容包括业务知识、服务规范、沟通技巧等，考核合格率 $\geq 98\%$ 。

持续培训：建立年度培训计划，每季度至少开展 1 次专项培训（如新产品知识、投诉处理技巧），年度培训时长 $\geq 24$  学时 / 人；定期开展技能竞赛、案例分享会，提升服务能力。

绩效考核：将服务质量 KPI 纳入绩效考核体系，考核结果与薪酬、晋升挂钩，其中服务质量指标权重不低于 40%。

### 5.2.2 过程控制

实时监控：通过服务系统实时监控服务过程（通话录音、线上聊天记录、服务视频等），及时发现违规操作或服务不当行为，即时预警并干预。

抽样检查：每月抽查服务记录（单据、录音、视频）比例不低于 10%，重点检查服务规范执行情况、问题解决准确性等，形成检查报告并通报整改。

客户反馈收集：建立多渠道反馈机制（服务后评价、意见箱、社交媒体监测等），确保客户反馈及时收集、分类处理，反馈响应率 100%。

### 5.2.3 风险控制

风险识别：定期梳理服务过程中的潜在风险（如信息泄露、服务失误、客户投诉升级等），建立风险清单。

防范措施：针对风险清单制定防控措施（如客户信息加密存储、服务人员保密培训、投诉升级预警机制），定期开展风险演练（每半年至少 1 次）。

## 5.3 质量评价与改进

### 5.3.1 评价周期与方式

周期：日常评价（每日）、月度评价、季度评价、年度评价。

方式：定量评价（基于 KPI 数据统计）与定性评价（客户反馈、神秘客暗访、内部评审）相结合。

### 5.3.2 评价结果应用

通报机制：每月向各相关部门通报服务质量评价结果，明确优势与不足。

奖惩机制：对达到质量目标的团队或个人给予表彰奖励；对未达标者，下达整改通知，限期整改（一般问题 $\leq 3$  天，严重问题 $\leq 7$  天）。

### 5.3.3 持续改进

改进流程：收集质量问题→分析根本原因→制定改进措施→实施改进→验证效果→标准化推广。



改进频次：每月召开质量分析会，每季度开展一次全面改进评估，每年结合行业趋势、客户需求变化修订服务流程及质量目标。

标杆学习：定期调研行业优秀实践，借鉴先进经验优化服务体系，持续提升服务质量水平。

## 6 记录与档案管理

### 6.1 记录要求

6.1.1 记录内容：包括客户基本信息、服务请求信息、服务过程记录、处理结果、客户反馈、质量检查记录、改进措施记录等。

6.1.2 记录规范：信息真实、完整、准确，填写及时（服务完成后 $\leq 1$ 小时内完成记录），签字确认齐全，不得篡改、伪造记录。

6.1.3 记录形式：可采用电子记录或纸质记录，电子记录需符合数据存储安全要求，纸质记录需字迹清晰、易于保存。

### 6.2 档案管理

6.2.1 归档范围：所有服务相关记录及档案资料（含电子档、纸质档）均需归档。

6.2.2 归档时效：服务完成后 $\leq 3$ 个工作日内完成归档，投诉处理档案需单独归档，保存期限 $\geq 3$ 年；高价值客户、特殊服务档案保存期限 $\geq 5$ 年。

6.2.3 档案查阅：建立档案查阅权限管理机制，查阅档案需履行审批手续，不得擅自复制、传播档案信息，确保客户信息安全。

6.2.4 档案销毁：超过保存期限的档案，经审批后按规定程序销毁，销毁记录保存 $\geq 2$ 年。

## 7 附则

7.1 本标准由广西电子商务企业联合会负责解释。

7.2 本标准自发布之日起实施。

7.3 本标准根据行业发展、政策变化及客户需求调整情况，适时进行修订，修订版发布后原版本自动失效。