

江西腾标认证有限公司

服务质量满意度服务认证技术规范

受控状态：（)

文件编号：CTSTBSC090-2026

版本号：B/2

编制：技术部

张辉根

审核：张辉根

批准：周春阳

周春阳

1 范围

本标准规定了服务质量满意度服务认证的规范性要求，包括服务要求、管理要求和服务认证评价等内容。

本标准适用于认证机构实施服务质量满意度服务认证活动，也适用于各类服务质量满意度服务主体规范其自身的服务行为，或寻求相关方对其符合性的确认。

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—2016 质量管理体系 要求

GB/T 19004—2011 追求组织的持续成功 质量管理方法

GB/T 19012—2021 质量管理 顾客满意 组织投诉处理指南

GB/T 24421.2—2009 服务业组织标准化工作指南 第2部分：标准体系

GB/T 27400—2020 合格评定 服务认证技术通则

GB/T 27205—2019 合格评定 服务认证方案指南和示例

GB/T 27207—2020 合格评定 服务认证模式选择与应用导则

GB/T 19038—2009 顾客满意测评模型和方法指南

GB/T 19039—2009 顾客满意测评通则

GB/T 19010—2019 质量管理 顾客满意 组织行为规范指南

GB/T 19013—2009 质量管理 顾客满意 组织外部争议解决指南

GB/T 36733—2018 服务质量评价通则

3 术语和定义

GB/T 19038—2009 和 GB/T 19039—2009 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1 服务质量满意度服务

指服务质量满意度服务主体受委托方委托，运用科学的测评模型和方法，对委托方的服务提供过程或服务结果进行服务质量满意度测量，并提供基于数据的分析、诊断及改进建议的全过程专业服务。

3.2 服务接触点

在服务质量满意度服务过程中，服务主体与委托方发生直接互动或间接影响的具体环节，如需求调研、方案汇报、问卷设计、数据采集、报告解读、改进辅导、系统对接等。

3.3 服务特性

服务质量满意度服务过程中固有的、可被委托方体验感知的特征，如专业性、科学性、严谨性、主动性、保密性、高效性。

4 服务要求

4.1 方案设计服务

4.1.1 服务主体应深入调研委托方的业务逻辑、服务流程、行业特点及特定需求，精准界定测评范围与核心目标。委托方体验感知：他们充分理解我们的业务，方案设计很“对症”。

4.1.2 应根据委托方特点和服务特性，确定适用的测评模型（如 SERVQUAL、ACSI、CCSI），并依据行业特点和委托方需求进行适用性定制。委托方体验感知：测评模型很科学，不是生搬硬套。

4.1.3 问卷设计应逻辑清晰，问题表述无歧义，量表选择合理（如李克特 5/7/10 点式），并包含识别关键驱动力的题项。委托方体验感知：问卷设计专业，重点明确，能有效捕捉关键信息。

4.1.4 样本方案应基于统计原理设计，明确抽样框、抽样方法、样本量、配额及置信度，确保样本的代表性。委托方体验感知：样本方案很严谨，我们相信数据能代表我们绝大多数客户的心声。

4.1.5 应明确项目的时间规划、关键里程碑、交付物清单及费用预算。委托方体验感知：项目策划书内容很完整，各环节安排合理，关键节点和时间一目了然。

4.2 数据采集服务

4.2.1 应根据委托方特点和项目预算，选择电话、在线、面访、神秘顾客、定点拦截等合规的采集方式，并遵守相关法规。委托方体验感知：采集方法合规，对调查对象很尊重。

4.2.2 访问员或调查员应经专业培训，使用标准话术，遵循统一的调研程序，避免引导性提问。委托方体验感知：访问员很专业，话术标准，不会骚扰调查对象。

4.2.3 应实施多维度的数据清洗逻辑（如陷阱题、答题时长、开放题质量），严格剔除无效问卷。委托方体验感知：他们对数据质量要求苛刻，让数据很“干净”，我们很放心。

4.2.4 应在调查对象方便的时间进行访问，控制访问时长，避免骚扰，并对调查对象信息严格保密。委托方体验感知：调查对象的体验他们考虑得很周到，不会因此影响品牌形象。

4.2.5 对于神秘顾客测评，应制定详细的执行脚本和评价标准，确保评价员的统一性和客观性。委托方体验感知：神秘顾客测评非常专业，能真实反映我们的服务水平和关键触点表现。

4.3 数据分析与报告服务

4.3.1 应运用描述性统计、差异性分析、相关性分析和回归分析等模型，深入探索驱动满意的核心要素与改进优先级。委托方体验感知：不仅仅是数据罗列，而是有深入、有逻辑的分析。

4.3.2 应提供标准化、结构化的报告，配合直观的图表和仪表盘，清晰展示总分、各维度得分、弱势指标及行业对标结果。委托方体验感知：报告的可视化做得很好，一眼就能看到亮点和痛点，沟通效率高。

4.3.3 改进建议应具体、可执行，明确指出“由谁、在何时、通过什么方法、提升哪项指标”，并附有优先级排序。委托方体验感知：建议很落地，不是空话，我们团队可以直接拿去用。

4.3.4 在汇报会上，应全面、透明地呈现核心发现，如实反馈问题，不回避敏感指标。委托方体验感知：汇报很坦诚，敢于直面问题，这是对他们专业性的信任。

4.3.5 对于神秘顾客报告，应能追溯到具体的服务人员、门店、环节，并提供绩效排名和趋势分析。委托方体验感知：神秘顾客报告太详细了，能精准锁定到人、到店、到环节，对我们的绩效考核非常有用。

4.4 改进落地辅导服务

4.4.1 应帮助委托方制定基于满意度数据的改进计划，明确改进目标、责任人、时间节点和资源保障。委托方体验感知：他们帮我们把改进路径都规划好了，我们知道下一步怎么做。

4.4.2 应为委托方的关键岗位人员提供改进方法培训和辅导，如投诉处理技巧、服务流程优化、标准化服务执行等。委托方体验感知：培训很有用，团队学会了如何利用数据改善工作。

4.4.3 在改进措施实施后，服务主体应通过闭环回访或二次调研，及时验证改进效果，形成 PDCA 循环。委托方体验感知：他们不只是“给报告”，还负责跟进效果，这种闭环服务很棒。

4.4.4 应引导委托方将满意度管理从阶段性项目转化为常态化、制度化的内部管理机制。委托方体验感知：他们帮我们建立起内部持续改进的文化，这才是长期价值。

4.5 客户沟通与数据安全服务

4.5.1 服务主体应主动、定期向委托方汇报项目进度，及时同步数据采集情况和初步发现。委托方体验感知：项目流程很透明，进度和问题都会主动同步，我们很省心。

4.5.2 应建立完善的数据保密制度，明确数据访问权限，签订保密协议。委托方体验感知：他们对数据安全和保密非常重视，让我们把最核心的客户数据交给他们很放心。

4.5.3 在项目完成后，应提供完整的知识转移，包括模型、指标、分析逻辑的使用说明。委托方体验感知：他们教会了我们如何自主理解报告和使用数据，而非一次性的买卖。

4.5.4 应建立与委托方的定期沟通机制，按时提交项目进展报告。委托方体验感知：周报/月报很准时，内容很有价值，项目进展一目了然。

5 管理要求

5.1 通用要求

5.1.1 组织应建立并保持满足 GB/T 19001 和 GB/T 19038-2009 要求的服务质量满意度服务体系，确保其实施和保持，并持续改进其有效性。组织应：

- a) 结合服务质量满意度服务接触理论，识别关键服务环节（如需求理解、模型选择、问卷设计、数据采集、报告分析、改进辅导），建立服务总蓝图；
- b) 确定服务提供的准则和方法；
- c) 确保可获得必要的资源和信息；
- d) 监视、测量和分析；
- e) 实施必要的改进措施。

5.1.2 针对影响服务符合性的外包过程（如呼叫中心外呼、数据录入、在线调研平台开发等），组织应建立并实施控制程序。

5.2 特定要求

5.2.1 企业治理与管理目标

组织应明确其服务质量满意度服务的业务范围，并建立包含委托方视角的管理目标，包括但不限于：

- a) 满意度指标：委托方综合满意度（CSAT）、净推荐值（NPS）；委托方续约率；
- b) 质量指标：数据清洗后有效样本率（应不低于设定阈值，如 85%）；报告交付准时率（应为 100%）；改进建议采纳率；
- c) 安全指标：重大数据泄露事故数（应为 0）；委托方信息投诉处理率（应为 100%）；
- d) 效率指标：项目按时交付率；委托方问询 2 小时内的响应率；
- e) 合规指标：因违反《个人信息保护法》受到的行政处罚数（应为 0）。

5.2.2 组织管理与能力建设

组织应具备满足委托方需求的综合服务能力，包括但不限于：

- a) 资质与信誉：具备独立法人资格，商业信誉良好，并通过 ISO 27001 信息安全管理体系认证；
- b) 人才队伍：拥有一支熟悉统计学、市场营销、心理学或相关领域专业知识的团队，包括研究经理、数据分析师、报告撰写师等。关键岗位人员应具备相应资质；
- c) 技术装备：配备专业的调研系统、数据分析工具（如 SPSS/SAS/Python/R）以及安全加密的数据存储和传输设施。

5.2.3 服务策划与设计

组织应建立并实施服务质量满意度服务策划与设计管理制度，包括但不限于：

- a) 需求调研：在项目启动前，应进行充分的委托方需求调研，形成《调研需求确认书》；
- b) 方案策划：编制详尽的《项目策划书》，明确测评模型、指标体系、问卷设计逻辑、抽样方案、采集方式及改进路径；
- c) 风险策划：识别项目全过程的各类风险（如低回收率、数据偏差、委托方中途变更、数据泄露），并制定应对计划。

5.2.4 服务提供过程控制（核心业务流程）

组织应建立并实施覆盖服务质量满意度服务全过程的服务提供过程控制制度，包括但不限于：

- a) 问卷设计流程控制：包含专家组讨论、委托方审核、小范围预测试、修正定稿的标准化流程；
- b) 数据采集流程控制：包含访问员培训与考核、实时监听/监控、数据清洗标准、问卷复核规则的标准化流程；
- c) 数据分析和报告编写流程控制：包含数据导入、异常值处理、统计分析、初稿评审、终稿审核的标准化流程；
- d) 改进辅导流程控制：包含改进计划制定、培训和辅导实施、效果跟踪验证的标准化流程。

5.2.5 质量管理与数据审核

组织应建立并实施质量管理与数据审核制度，包括但不限于：

- a) 过程质量监控：实施数据采集过程的实时监听、录音抽检（不少于设定比例），监控访问员质量；
- b) 数据有效性验证：实施交叉验证、异常值分析、配额校验，确保数据真实、准确、有效；
- c) 不合格项处置：对于不合格项（如无效问卷、报告错误、交付延期）进行记录、根本原因分析并采取纠正措施；
- d) 预防措施：利用历史项目数据（如拒访率趋势、问卷误解率）识别系统性问题，制定预防措施。

5.2.6 数字化与创新管理

组织应建立并实施数字化与创新管理制度，包括但不限于：

- a) 数字化平台：推动调研、数据处理、报告生成的数字化和自动化；
- b) 创新方法论：引入新的满意度理论模型（如体验旅程图），创新分析模型（如文本挖掘、情绪分析），提升洞察深度；
- c) 人工智能应用：探索 AI 在问卷设计、数据清洗、文本分析、报告生成等环节的应用。

5.2.7 客户服务与合同履行

组织应建立并实施客户服务与合同履行管理制度，包括但不限于：

- a) 履约保证：按合同约定，按时、高质量交付可交付物；
- b) 沟通与报告：建立与委托方的定期沟通机制，按时提交项目进展周报/月报；
- c) 投诉与纠纷处理：在规定时限内（如 24 小时）响应并处理委托方投诉；
- d) 客户关系维护：定期回访老客户，了解新需求，提升客户粘性。

5.2.8 信息与数据安全

组织应建立并实施信息与数据安全管理制度，包括但不限于：

- a) 数据分类与加密：对委托方数据、项目数据进行分级管理，敏感数据应采用加密存储和传输；
- b) 访问控制与权限管理：建立严格的数据访问权限控制机制；

- c) 数据保留与销毁：明确数据保留期限，过期数据应安全彻底销毁；
- d) 应急预案：建立数据泄露应急预案，定期演练。

5.2.9 投诉与纠纷处理

组织应建立并实施投诉与纠纷处理机制，包括但不限于：

- a) 在承诺的期限内完成投诉的调查、核实、处理与反馈；
- b) 所有投诉应有完整记录，并可用于趋势分析和改进。

6 服务认证评价

6.1 认证准则

6.1.1 服务要求测评准则

6.1.1.1 第4章给出的服务质量满意度服务要求，其服务特性的测评应依据附录A表A.1给出的测评工具实施。

6.1.1.2 服务认证审查员基于表A.1实施服务要求（即服务特性）体验测评时：

- a) 表A.1是根据第4章的4.1~4.5要求，赋权量化构建的服务特性体验测评表，设定满分为100分；
- b) 测评内容为明显的“是，否”判断时，可用直接判断法，判定得分和不得分；
- c) 测评内容除了b)情形外，给出基于李克特5点式量表的体验系数 α ，如下：

远低于预期： $0 \leq \alpha \leq 0.2$ ；

低于预期： $0.2 < \alpha \leq 0.4$ ；

符合预期： $0.4 < \alpha \leq 0.6$ ；

高于预期： $0.6 < \alpha \leq 0.8$ ；

远高于预期： $0.8 < \alpha \leq 1.0$ 。

d) 用表A.1中给定的每一项测评内容的分值乘以该项确定的体验系数 α 后求和，得出服务特性测评基础分；

e) 将服务特性测评基础分乘以体验否决系数E，得出服务特性测评分。其中，体验否决系数 $E=\{0, 1\}$ ，当服务过程中发生下列任一情况时 $E=0$ ，否则 $E=1$ ：

评价期间，发生重大委托方数据泄露或信息安全事件，造成恶劣舆论影响；

评价期间，因服务主体原因导致测评结果严重失实，引发委托方严重投诉或被媒体曝光。

f) 评价服务内容不含评价表中部分内容时，可提前说明，按以上评分方法得出总分后按比例换算最后分值。

6.1.1.3 服务特性测评活动，其总分由计算每人（次）测评分的均值获得。

6.1.2 管理要求审核准则

6.1.2.1 第5章给出的管理要求，应依据附录B表B.1给出的审核工具实施。审核应包括GB/T 19001标准要求的质量管理体系，以及本标准第5章规定的内容。

6.1.2.2 获得认证机构所颁发且有效的质量管理体系认证证书的组织，可由认证机构评估风险后决定是否免除其GB/T 19001标准要求的质量管理体系的评价。

6.1.2.3 服务质量满意度服务的管理要求审核通常采用管理体系审核的要求和方法。

6.1.2.4 服务质量满意度服务的特定管理要求（5.2）的审核工具可参照GB/T 19004-2011标准给出的成熟度模型，采用五级定性成熟度水平的评价方法。表1给出了管理要求如何与成熟度水平相对应的通用模型示例。

表1 管理成熟度水平通用模型表格

关键要素	管理成熟度水平				
	一级	二级	三级	四级	五级
特定要求	基本水平				最佳实践

6.1.2.5 根据表B.1给出的管理要求审核工具实施第5章的管理要求的成熟度评价。

6.2 认证结果

6.2.1 结果分级

服务认证结果分为三个等级，从低至高依，分为3个等级，如表所示。

6.2.2 等级判定

认证结果的等级判定应综合考虑服务特性测评得分和服务管理审核成熟度等级，具体判定规则如下：

序号	服务特性测评得分	服务管理审核成熟度等级	认证级别
1	60-79	二级及以上	AAA
2	80~90	三级及以上	AAAA
3	90 及以上	四级及以上	AAAAA

附录 A

表 A.1 服务质量满意度服务要求测评表

序号	评价项目（分值）	评价子项目（分值）	评价内容（基于委托方视角体验）	给定分值	体验系数 α	评价得分
1	4.1 方案设计（20.0）	4.1.1 需求理解精准性（5）	服务主体深入理解了我们的业务逻辑、行业特点和核心需求。	1.0		
2		4.1.2 模型科学性（5）	他们采用的测评模型成熟、权威，并针对我们行业的特点做了适配。	1.0		
3		4.1.3 问卷逻辑清晰度（5）	问卷逻辑顺畅，问题通俗易懂，没有歧义，填写体验好。	1.0		
4		4.1.4 问题表述专业性（5）	问卷题目的表述专业、准确，能够精准测量我们关心的指标。	1.0		
5		4.1.5 量表选择合理性（5）	量表（如5点/7点）选择合适，便于调查对象理解和区分。	1.0		
6		4.1.6 样本方案代表性（5）	样本执行方案科学，配额合理，能代表我们的客户群体。	1.0		
7		4.1.7 抽样方法合规性（5）	样本抽取方法符合统计规范，过程透明可追溯。	1.0		
8		4.1.8 方案沟通透彻度（5）	服务主体主动沟通方案细节，对模型、样本的问询解释清晰。	1.0		
9		4.1.9 定制化深度（5）	项目策划书体现了深度的定制化，而非通用模板的简单套用。	1.0		
10		4.1.10 预算与时效匹配度（5）	报价清晰，实施时间表合理，与项目预期相符。	1.0		
11	4.2 数据采集（20）	4.2.1 采集方式合规性（5）	采用的采集方式（电话/在线/面访等）符合法规要求。	1.0		
12		4.2.2 访员专业性（5）	访问员话术标准、语气亲切、不引导、不骚扰。	1.0		
13		4.2.3 访员合规性（5）	访问员身份真实，经过培训合格，穿着/标识规范。	1.0		
14		4.2.4 数据实时监控（5）	数据采集过程中有实时监控和在线质检机制。	1.0		
15		4.2.5 数据清洗严格性（5）	数据清洗逻辑严格，能有效剔除无效和恶意样本。	1.0		
16		4.2.6 录音/记录可追溯（5）	所有问答应可以追溯（录音或记录），便于核验。	1.0		
17		4.2.7 调查对象体验保护（5）	很好控制了访问时长，不打扰调查对象。	1.0		
18		4.2.8 无效样本剔除反馈（5）	对无效样本的剔除标准有清晰说明，并与我们沟通。	1.0		

序号	评价项目（分值）	评价子项目（分值）	评价内容（基于委托方视角体验）	给定分值	体验系数 α	评价得分
19		4.2.9 配额完成实时性（5）	各配额完成进度实时可见，采集过程透明。	1.0		
20	4.3 分析与报告（20）	4.3.1 数据统计严谨性（5）	数据统计方法（均值、标准差、显著性检验）运用正确、严谨。	1.0		
21		4.3.2 分析模型深度（5）	不仅仅有描述性统计，还有相关性、驱动因素分析等深度见解。	1.0		
22		4.3.3 报告结构清晰度（5）	报告结构清晰，逻辑连贯，重点突出，易于阅读理解。	1.0		
23		4.3.4 可视化美观度（5）	图表（柱状图、饼图、仪表盘）美观、规范，信息传递高效。	1.0		
24		4.3.5 问题精准定位（5）	痛点定位准确，能精确追溯到具体的业务环节和流程节点。	1.0		
25		4.3.6 洞察深刻性（5）	提供了超越数据本身、有深刻业务洞察的发现（“为什么好/为什么差”）。	1.0		
26		4.3.7 改进建议实用度（5）	改进建议具体、可操作，有优先级排序，有可衡量的目标。	1.0		
27		4.3.8 行业对标分析（5）	提供了有参考价值的行业对标分析，帮助我们理解自身位置。	1.0		
28		4.3.9 报告交付准时性（5）	报告在承诺的截止日期前准时交付。	1.0		
29		4.3.10 报告解读透彻性（5）	汇报会上讲解清晰，对提出的问题能快速、有深度地回答。	1.0		
30		4.3.11 报告修订配合度（5）	对报告修订要求响应及时，修改质量好。	1.0		
31	4.4 改进落地（20.0）	4.4.1 改进路径明确性（5）	项目最终输出包含了清晰的、可操作的改进路径和行动计划。	1.0		
32		4.4.2 改进计划可行性（5）	行动计划的职责、时间节点、资源需求都分配清晰。	1.0		
33		4.4.3 改进辅导专业性（5）	提供的改进方法辅导（培训或工作坊）实用、针对性强。	1.0		
34		4.4.4 辅导针对性（5）	辅导内容基于我们的薄弱环节定制，而非通用培训。	1.0		
35		4.4.5 跟踪验证及时性（5）	改进措施实施后，服务主体及时安排了效果跟踪。	1.0		
36		4.4.6 跟踪验证方法（5）	跟踪验证的方法（如二次调研）科学、合理。	1.0		
37		4.4.7 PDCA闭环度（5）	服务推动我们形成了“测量-分析-改进-再验证”的闭环管理。	1.0		
38		4.4.8 常态化机制建设（5）	引导我们建立内部满意度管理的常态化机制，而非一次性项目。	1.0		
39		4.4.9 改进成效量化（5）	能清晰展示改进措施带来的量化成效（如NPS提升X分）。	1.0		

序号	评价项目（分值）	评价子项目（分值）	评价内容（基于委托方视角体验）	给定分值	体验系数 α	评价得分
40		4.4.10 持续推动力（5）	在项目结束后仍能保持联系，主动提供行业最佳实践。	1.0		
41	4.5 沟通与安全 (20.0)	4.5.1 项目进展主动性（5）	对方主动、定期交付项目进展周报或月报，同步动态。	1.0		
42		4.5.2 问询响应及时性（5）	对电话、邮件问询的响应非常及时。	1.0		
43		4.5.3 问题反馈透明性（5）	在项目执行中遇到困难（如访问难、数据假），坦诚沟通。	1.0		
44		4.5.4 汇报坦诚度（5）	结果汇报会能诚实地展示不足和改进方向，不避重就轻。	1.0		
45		4.5.5 数据保密协议清晰（5）	签订的保密协议责权明确，范围清晰。	1.0		
46		4.5.6 数据加密措施（5）	数据传输和存储采用加密方式，令人放心。	1.0		
47		4.5.7 访问权限管理（5）	他们对项目数据有严格的访问权限管理。	1.0		
48		4.5.8 数据不使用承诺（5）	明确承诺不会将项目数据用于第三方或非约定用途。	1.0		
49		4.5.9 知识转移充分性（5）	项目结束时有完整的知识转移，如同卷权限、数据分析方法。	1.0		
50		4.5.10 费用结算清晰度（5）	项目结算清晰，无隐形收费。	1.0		
总分	100	—	—	50.0	—	—

附录 B

表 B.1 服务质量满意度服务管理成熟度等级描述

考核要求	评定等级及评定要求				
	一级	二级	三级	四级	五级
5.2.1 企业治理与目标	组织未建立明确的服务质量满意度服务管理目标，或目标不可测量。公司战略中无客户满意度相关定位。	组织明确了服务质量满意度服务管理目标，各项目标可测量。初步明确了各岗位职责。	组织在相关职能和层次上建立并实施了目标。KPI分解到部门，并系统收集分析。	各项目标如期实现。管理层依据KPI进行决策。通过数据分析识别业务瓶颈和改进点。	提供3年以上KPI数据并进行对比。能根据数据预测趋势并推动服务模式创新。在行业内有一定影响力。
5.2.2 组织管理与能力建设	组织缺乏系统的专业人才培养和项目管理体系建设。人员多靠自学成才。无信息安全管理意识。	组织建立了初步的培训制度。有基本的研究经理和数据分析师配置。开始使用加密文档。	组织建立并实施了覆盖全员的能力管理体系。有标准化培训体系和考核机制。通过ISO 27001认证。	满足第三级要求。具有科学的员工满意度测评，员工满意度与项目绩效有关联分析。	满足第四级要求。建立了员工满意度与客户满意度的相关性分析。企业被认为是行业人才输出中心。
5.2.3 服务策划与设计	未建立标准化的项目策划程序。项目方案多凭项目负责人个人经验，缺乏科学性和系统性。	组织建立了初步的项目策划程序，明确了方案策划的基本要求并开始实施。有项目策划书模板。	组织建立并实施了标准化的项目策划管理制度（SOP）。《项目策划书》有标准编制指南，包含全面的风险识别。	满足第三级要求。并能提供策划优化案例，如通过历史数据提高样本设计的精准度。方案设计实现信息化辅助。	满足第四级要求。服务策划可实现预测性分析，能主动预警客户需求变化并提供定制化方案。
5.2.4 服务过程控制	未建立标准化的服务过程控制程序。问卷、采集、分析等环节缺乏规范化流程和记录，管理粗放。	组织建立了初步的服务过程控制程序，明确了问卷设计和数据采集的基本要求。有基本的记录表格。	组织建立并实施了标准化的服务过程控制程序（SOP）。问卷设计、数据采集、报告编写均有标准作业流程和检查清单。	满足第三级要求。并能利用数据分析（如问卷通过率、拒访率趋势）优化流程控制策略。过程控制指标呈改善趋势。	满足第四级要求。过程控制实现数字化、智能化（如AI质量控制、智能调研员）。在行业内分享最佳实践。
5.2.5 质量管理与数据审核	未建立质量监控与数据审核制度。项目质量依赖个人，数据清洗凭感觉。	组织建立了初步的质量监控流程，对访问员有基本的监听。数据清洗有初步规则。	组织建立并实施了标准化的质量与审核制度（SOP）。有标准化的Q&A手册、监听记录表、数据清洗规则和复核要求。	满足第三级要求。并能进行质量趋势分析（如数据清洗率、监听通过率），系统优化质量管控点。	满足第四级要求。质量管理实现数据驱动和智能预警。
5.2.6 数字化与创新管理	未建立数字化与创新管理制度。工具落后，依赖人工，无创新意识。	组织使用了基本的在线调研或CATI系统。开始尝试应用新模型。	组织建立并实施了标准化的数字化与创新管理制度。有标准化调研平台和报表系统。定期评估新模型并引入。	满足第三级要求。并能提供创新产生的直接效益数据（如平台效率提升）。AI辅助开始应用。	满足第四级要求。拥有自主研发的数字化平台和算法模型。AI工具深度嵌入全流程管理。

考核要求	评定等级及评定要求				
	一级	二级	三级	四级	五级
5.2.7 客户服务与履约	未建立客户服务与合同履行管理制度。项目执行无沟通计划，反应被动。	组织建立了初步的客户服务管理制度，明确了基本的服务承诺和履约要求。	组织建立并实施了标准化的客户服务与合同管理制度（SOP）。有标准的沟通计划、周报模板和投诉处理流程。	满足第三级要求。并能进行客户满意度趋势分析，系统提升客户体验。	满足第四级要求，并能提供行业最佳实践。客户关系管理实现预测性分析，主动预警客户流失风险。
5.2.8 信息与数据安全	未建立信息与数据安全管理制度。数据存储混乱，无加密措施，安全风险高。	组织建立了初步的信息与数据安全管理制度，明确了数据分类和保密的基本要求。	组织建立并实施了标准化的信息与数据安全管理制度（SOP）。数据全生命周期有标准化管理要求，定期进行内部安全审计。	满足第三级要求。信息安全管理实现数字化、自动化（如自动扫描漏洞、权限自动审计）。	满足第四级要求。数据安全达到行业最高标准，通过信息安全管理体系最高认证。
5.2.9 投诉与纠纷处理	未建立投诉与纠纷处理机制。投诉受理、调查、处理、反馈的流程不清晰，记录不完整。	组织建立了投诉处理程序，明确了受理和反馈的基本流程。投诉渠道初步设立。	组织建立并实施了标准化的投诉与纠纷处理程序，明确流程和时限。投诉台账完整，用于改进。	满足第三级要求。并能进行投诉趋势分析，找出系统性问题并采取预防措施。	满足第四级要求，投诉几乎为零，纠纷极少，成为行业处理规范。
5.2.10 服务改进与知识管理	未建立系统性的服务改进措施。项目做完就结束，缺乏知识积累和改进。	组织建立了初步的服务改进措施，对项目中发现的明显问题进行了初步的总结。	组织建立并实施了标准化的服务改进与知识管理制度。对不合格项进行根本原因分析。建立项目知识库和案例库。	满足第三级要求。并能提供知识库在多个项目中成功复用的案例，显著提升效率和成功率。	满足第四级要求，并建立了完善的持续改进文化，使服务质量在行业中处于引领地位。知识资产成为核心竞争力。

表 B.2 服务质量满意度服务管理要求成熟度对应分值

特定管理要求	总分值	成熟度分值				
		一级	二级	三级	四级	五级
5.2.1 企业治理与目标	10	2	4	6	8	10
5.2.2 组织管理与能力建设	10	2	4	6	8	10
5.2.3 服务策划与设计	10	2	4	6	8	10
5.2.4 服务过程控制	10	2	4	6	8	10
5.2.5 质量管理与数据审核	10	2	4	6	8	10
5.2.6 数字化与创新管理	10	2	4	6	8	10
5.2.7 客户服务与履约	10	2	4	6	8	10
5.2.8 信息与数据安全	10	2	4	6	8	10
5.2.9 投诉与纠纷处理	10	2	4	6	8	10
5.2.10 服务改进与知识管理	10	2	4	6	8	10
合计	100	20	40	60	80	100

B.3 在实施服务质量满意度服务管理要求的成熟度评价时：

- a) 根据表 B.1 对 5.2.1~5.2.10 的成熟度水平进行逐一评价，如某一条达不到一级成熟度要求，则该条不得分；
- b) 将各条成熟度得分累加后，得出管理成熟度总分；
- c) 管理成熟度总分乘以管理成熟度否决系数 M，得出管理成熟度最终得分。其中，管理成熟度否决系数 $M=\{0,1\}$ ，当发生下列任一情况时 $M=0$ ，否则 $M=1$ ：
 - 1. 5.2.1~5.2.10 中，同时有超过 3 项成熟度无法达到一级水平；
 - 2. 5.2.4、5.2.5 中任意一项成熟度无法达到一级水平。
- d) 根据管理成熟度总分，管理要求分级规则如下：
 - 3. 20 分（含）~38 分，一级，单项条款得分应不低于“1”分；
 - 4. 38 分（含）~59 分，二级，单项条款得分应不低于“2”分；
 - 5. 59 分（含）~80 分，三级，单项条款得分应不低于“3”分；
 - 6. 80 分（含）~90 分，四级，单项条款得分应不低于“3”分；
 - 7. 90 分（含）~100 分，五级，单项条款得分应不低于“3”分。