

江西腾标认证有限公司

顾客满意度服务认证技术规范

受控状态：（)

文件编号：CTS TBSC051-2026

版本号：B/2

编制：技术部

审核：张辉根

张辉根

批准：周春阳

周春阳

1 范围

本标准规定了顾客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顾客满意度服务认证活动，也适用于各类提供顾客满意度测评服务的组织（含专业市场研究公司、咨询公司、高校研究机构、企业内部测评部门等）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 19014—2019 质量管理 顾客满意 监视和测量指南

《国家认监委关于规范服务认证的指导意见》（国认监发〔2026〕3号）

3 术语和定义

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

3.1 顾客满意度服务 customer satisfaction service

指顾客满意度服务组织（简称服务组织）受委托方委托，依据国家标准和行业规范，运用科学的测评模型和方法，对特定对象（如产品/服务/品牌）的顾客满意度进行信息收集、分析、评价，并出具测评报告、提供改进建议及相关增值服务的活动。

3.2 服务接触点 service contact point

在服务过程中，服务组织与委托方、受访者发生直接或间接互动的具体环节，如：需求沟通与方案确认、调查变量表确认、调查实施过程中的督导、报告交付与解读、改进建议沟通、数据安全告知等。

3.3 服务特性 service characteristic

顾客满意度服务过程中固有的、可被相关方感知的特征，如“测评方案科学性、调查实施规范性、数据分析严谨性、报告直观性、建议可落地性、数据保密性”。

4 服务要求

4.1 测评方案设计与沟通

4.1.1 服务组织应在项目启动前与委托方深入沟通，明确测评目的、对象、范围、样本要求及关键关注点。**委托方体验感知：他们非常专业地梳理了我们想要解决的问题和要达成的目标。**

4.1.2 应根据沟通结果，提供定制化的测评方案设计，包括测评模型的选用（参照 GB/T 19038）、变量定义、指标体系构建、调查问卷设计、抽样方法及配额控制等，并向委托方清晰解释。**委托方体验感知：方案设计得很科学，模型（如 ACSI/ECSI）有理论依据，问卷逻辑清晰。**

4.1.3 在测评过程中，应就关键进度、数据质量状况与委托方保持必要沟通。**委托方体验感知：在调查过程中，会定期给我通报进展和初步的数据趋势。**

4.1.4 测评方案和保密条款应清晰载明于服务合同中。**委托方体验感知：合同写得很清楚，我们对数据和报告的处置权属约定很明确。**

4.2 测评实施与数据采集

4.2.1 调查访问过程应专业规范。访问员应经过严格培训，熟练掌握话术，不得引导性或诱导性提问。**受访者体验感知：访问员说话很客气，整个过程很顺畅。**

4.2.2 服务组织应提供便捷的作答渠道（如在线问卷、电话访问、面对面访问、小程序等）。**受访者体验感知：他们提供的扫码答卷很方便，几分钟就填完了。**

4.2.3 调查实施应有完整的质量监控过程，包括实时监听/查勘录播、问卷逻辑跳转检验、废卷识别机制（如作答时间过短、选项高度一致）。**委托方体验感知：他们有严格的数据清洗流程，保证了回收数据的真实性。**

4.2.4 应确保样本的代表性和回收率，对未成功触达的样本有明确的补样和跟踪回访机制。**委托方体验感知：他们严格按照要求做样本，最终的回收率达到了预期。**

4.3 数据分析与模型运算

4.3.1 服务组织应使用统计软件（SPSS/SAS/R/Python 等）进行严谨的数据处理和分析，包括数据清洗、信效度检验、描述性统计、差异分析、相关性/回归分析、重要性-满意度分析（IPA）

等。委托方体验感知：报告里不仅有分数，还有通过统计检验证明哪些因素真正影响了满意，非常科学。

4.3.2 分析过程应可复现，分析脚本或语法应留存备查。委托方体验感知：如果我对某个数据的差异有疑问，他们能解释清楚计算逻辑。

4.3.3 分析应深入挖掘数据背后的根因，并对开放题（开放式问答）进行规范的编码分类和情感分析。委托方体验感知：他们不仅告诉我“是什么”，还深入分析了“为什么”会这样。

4.3.4 对于趋势性项目，应进行历史数据对比分析与趋势研判。委托方体验感知：报告包含了与去年同期数据的对比，让我看到改进的成效。

4.3.5 分析结论应具备清晰的逻辑链条，从数据到洞察再到业务影响。委托方体验感知：他们的分析不是零散的数字，而是讲述了一个完整的故事，让我能快速理解业务上的短板在哪里。

4.4 报告编制与解读

4.4.1 报告应结构清晰（摘要、方法论、总体结果、分项分析、改进建议、附录），图文并茂（使用图表清晰展示数据）。委托方体验感知：报告数据可视化程度高，图文并茂，领导看了也能马上抓住要点。

4.4.2 报告结论应基于数据分析，用词严谨客观，避免主观臆断。委托方体验感知：每一个结论都有数据支持，很客观。

4.4.3 应在合同约定的时间内向委托方交付报告，并提供专业的口头或书面解读。委托方体验感知：交付报告后，他们还专门安排了高级分析师来当面/电话解读，很透彻。

4.4.4 应对报告中的局限性进行说明，如样本误差、统计显著性等。委托方体验感知：他们很严谨，会主动说明可能的误差来源。

4.5 改进建议与追踪

4.5.1 报告中应提出针对性的、可操作的管理改进建议。建议应区分优先级（紧急、重要）。委托方体验感知：报告给出的建议很具体，比如“针对客户不满意的流程环节，建议引入首问负责制”，一学就会。

4.5.2 服务组织应提供针对测评结果的专业培训或赋能，帮助委托方内部理解和使用满意度数据。委托方体验感知：他们还给我们内部团队培训了怎么看这个报告，怎么用数据做日常管理。

4.5.3 应具备开展改进工作的追踪测评或服务的能力，以验证改进效果。委托方体验感知：他们提供了后续的追踪测评方案，能验证取得了哪些实质性的提升。

4.6 数据安全管理与隐私保护

4.6.1 服务组织应明确告知委托方和受访者数据的采集、存储、使用和保护范围。受访者体验感知：调查一开始就说明了匿名，数据只用于统计分析。

4.6.2 信息系统和传输应采取加密等必要的安全技术措施。委托方体验感知：他们通过加密系统传输数据，感觉很安全。

4.6.3 服务组织不应向任何第三方违规泄露测评过程中获取的委托方商业秘密和受访者个人信息。委托方体验感知：从未发现他们泄露过我们的数据，信用很好。

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、GB/T 19039 及《国家认监委关于规范服务认证的指导意见》要求的顾客满意度服务体系，确保其实施和保持，并持续改进其有效性。组织应：

- a) 结合顾客满意度服务特点，识别关键服务环节，建立服务总蓝图；
- b) 确定服务提供的准则和方法（包括方案设计、调查实施、数据分析、报告编制、改进辅导等各环节的作业规范、操作规程）；
- 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 IT 系统开发与维护、特定语言的访问执行、兼职访问员的招聘管理等），组织应建立并实施对供方的选择和评价控制程序，确保其具备相应资质，并签订信息安全和保密协议。

5.2 特定要求

5.2.1 组织治理与合规管理规管理规管理规管理

组织应明确其顾客满意度服务的业务范围，并建立包含委托方和监管视角的管理目标，包括但不限于：

- a) **质量绩效指标：**项目交付及时率（ $\geq 98\%$ ）；数据采集信度指标（Cronbach's α 系数 ≥ 0.7 的常规阈值作为参考）；报告一次性通过率（ $\geq 90\%$ ）；项目因服务质量导致的返工率（ $\leq 3\%$ ）；客户满意度评分（ ≥ 90 分）；
- b) **合规与保密指标：**因服务组织责任导致的数据泄露事件数（应为 0）；受到行业主管部门或监管部门有效行政处罚数（应为 0）；项目人员 100%签署保密协议；
- c) **独立性与客观性：**不存在因利益冲突影响测评结论的事件数（应为 0）。

5.2.2 人员管理与培训

组织应具备满足顾客满意度服务需求的综合服务能力，包括但不限于：

- a) **资质与配置：**具备合法经营资质。项目经理应具备市场研究、统计学、社会学、心理学等相关专业背景。数据分析师应精通 SPSS、SAS、R 或 Python 等统计软件；访问员应经过标准化话术培训与考核；
- b) **培训体系：**建立标准化的培训体系，包括新员工入职培训（行业知识、调查伦理、保密要求）、在岗技能培训（问卷设计、访问技巧、统计分析方法、报告撰写）、定期的案例复盘和专业知识更新；
- c) **利益冲突管理：**建立有效的利益冲突识别、申报和隔离管理机制，严禁项目人员参与与自己有利益关联的客户或竞品调查项目。

5.2.3 数据管理系统与调查平台

组织应建立并实施数据管理系统与调查平台管理制度，包括但不限于：

- a) **数据来源管理：**建立稳定的样本库和数据来源管理机制，确保数据采集的合规性和稳定性广

覆盖；

- b) **数据清洗与核验**：制定标准化的数据清洗 SOP（包括缺失值处理、异常值识别、逻辑跳转验证、废卷剔除标准），确保入库数据准确、完整、真实；
- c) **信息系统**：配备专业的顾客满意度调研与管理系统（如在线调查平台、CATI 系统、数据分析平台），支持问卷上线、数据收集、实时监控、图形报表生成、数据自动清洗等全流程线上化管理。系统应具备完善的日志审计功能和数据备份恢复机制。

5.2.4 测评模型与作业过程控制

组织应建立并实施标准的测评模型与作业过程控制制度，包括但不限于：

- a) **模型开发与验证（服务提供规范）**：建立基于 GB/T 19038 的测评模型开发、指标体系构建、信效度验证的文档记录。模型应用前必须通过内部验证。模型应定期（如每年至少一次）进行更新和优化。建立模型版本管理机制。
- b) **标准化作业规程（服务提供规范）**：制定并保持覆盖《项目启动与方案设计》、《问卷与量表设计》、《调查实施与督导监控》、《数据清洗与分析》、《报告编制与审核》、《改进建议设计》等全流程的标准化作业指导书（SOP）。
- c) **质量管控与复核（服务质量控制规范）**：建立“初评-复核-终审”的三级质量控制机制。初级分析师负责基础数据处理，高级分析师负责模型运算和报告撰写，项目经理负责逻辑终审和质量把控。管控记录应形成文件并保存。

5.2.5 信息安全管理

组织应建立并实施信息安全管理制，包括但不限于：

- a) **组织与制度**：指定信息安全责任人，建立覆盖数据全生命周期（采集、传输、存储、使用、销毁）的安全管理制度；
- b) **技术措施**：采取必要的技术措施保障系统和数据安全，如数据加密、访问控制、网络防火墙、入侵检测、数据备份与容灾等；
- c) **应急预案**：制定数据泄露、网络安全攻击等安全事件的应急预案，并定期组织演练。

5.2.6 客户投诉与改进管理

组织应建立并实施客户投诉与改进管理制度，以满足客户需求和增强客户满意，包括但不限于：

- a) 设立公开的投诉受理渠道，并在承诺的期限内（如 24 小时内响应，48 小时内提出解决方案）完成对投诉的调查、核实、处理与反馈；
- b) 所有投诉和异议应有完整记录，并定期分析，用于系统性改进；
- c) 每年至少开展一次已服务客户的满意度调查，分析调查结果，发布并公示服务改进报告。

5.2.7 持续创新与行业研究

组织应制定并实施服务创新与行业研究管理制度，以满足市场需求和增强公信力，包括但不限于：

- a) 对服务中出现的任何不合格项（如模型预测偏差、差错报告、客户投诉、数据质量事故等）进行根本原因分析（5Why 等），及时采取纠正和预防措施；
- b) 结合市场变化、法律法规更新、客户反馈、满意度调查、内部审核、管理评审，定期评估并改进服务体系和测评模型；
- c) 鼓励服务创新，如应用 NPS（净推荐值）、CES（顾客费力度）等新指标，探索 AI 驱动文本分析与情感判别，优化数据可视化，提升服务水平。

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章给出的顾客满意度服务要求,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4.1~4.6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:

1) 远低于预期: $0 \leq \alpha \leq 0.2$;

2) 低于预期: $0.2 < \alpha \leq 0.4$;

3) 符合预期: $0.4 < \alpha \leq 0.6$;

4) 高于预期: $0.6 < \alpha \leq 0.8$;

5) 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 $E=1$:

1) 评价期间,因服务组织责任导致发生严重数据造假事件(如伪造数据、篡改原始问卷),并经查证属实的;

2) 评价期间,因服务组织责任导致发生重大个人信息泄露安全事件,并经监管部门确认的。

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 顾客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 顾客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

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：

表 1 管理成熟度水平通用模型

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	三星
2	80~90	三级及以上	四星
3	90及以上	四级及以上	五星

附录 A

表 A.1 顾客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	给定分值	体验系数 α	评价得分
1	4.1 方案设计 (17.0)	4.1.1 目标清晰 (3.0)	能准确理解我的测评目标，并转化为可测量指标。	3.0		
2		4.1.2 模型科学 (3.0)	测评模型（如ACSI/ECSI）有理论依据，变量设计科学。	3.0		
3		4.1.3 问卷合理 (3.0)	问卷题目逻辑清晰，无歧义，时长合理。	3.0		
4		4.1.4 方案详细 (2.0)	提供的服务方案非常详细，时间节点、交付物明确。	2.0		
5		4.1.5 沟通充分 (2.0)	在方案设计阶段沟通非常充分，对我提出的意见有反馈。	2.0		
6		4.1.6 保密承诺 (2.0)	对数据安全和保密有明确、可靠的书面承诺。	2.0		
7		4.1.7 整体体验 (2.0)	对测评方案设计与沟通服务整体感到满意。	2.0		
8	4.2 实施与采集 (18.0)	4.2.1 访问专业 (3.0)	访问员说话客气，态度专业，不诱导。	3.0		
9		4.2.2 渠道便捷 (2.0)	作答渠道（如微信/App/网页）非常方便快捷。	2.0		
10		4.2.3 过程合规 (3.0)	调查过程有监控，数据质量有保障。	3.0		
11		4.2.4 样本达标 (3.0)	最终回收的样本数量、质量、配额均满足要求。	3.0		
12		4.2.5 进度透明 (2.0)	能定期收到项目进度报告，了解数据采集状况。	2.0		

13		4.2.6 废卷严谨 (2.0)	数据清洗逻辑严谨，会主动说明废卷剔除规则。	2.0		
14		4.2.7 整体体验 (3.0)	对测评实施与数据采集服务整体感到满意。	3.0		
15	4.3 数据分析 (22.0)	4.3.1 方法科学 (3.0)	使用了合适的统计方法（如回归、IPA），分析有深度。	3.0		
16		4.3.2 信效度佳 (3.0)	对变量进行了信度（如Cronbach ‘s α ）和效度检验。	3.0		
17		4.3.3 根因明确 (3.0)	不只看数字，能进行深度的根因分析（Why-Why）。	3.0		
18		4.3.4 趋势对比 (2.0)	如为复投项目，有历年度的趋势对比分析。	2.0		
19		4.3.5 根因深度 (3.0)	分析结论有清晰的逻辑链，能直观看到业务短板。	3.0		
20		4.3.6 开放题分析 (2.0)	对开放题进行了规范的编码分类，提取了核心关键词和情感。	2.0		
21		4.3.7 整体体验 (2.0)	对数据分析与模型运算服务整体感到满意。	2.0		
22	4.4 报告编制 (15.0)	4.4.1 视觉美观 (3.0)	数据可视化程度高，图文并茂（适用图表）。	3.0		
23		4.4.2 结论客观 (3.0)	结论论据充分，客观中肯，无主观臆断。	3.0		
24		4.4.3 结构完整 (3.0)	报告包含摘要、方法、结果、改进建议等核心部分。	3.0		
25		4.4.4 交付及时 (2.0)	报告的交付非常准时。	2.0		
26		4.4.5 解读专业 (2.0)	解读报告的顾问非常专业、耐心，答疑解惑。	2.0		
27		4.4.6 整体体验 (2.0)	对报告编制与解读服务整体感到满意。	2.0		

28	4.5 改进与追踪 (14.0)	4.5.1 建议可行 (3.0)	改进建议非常具体，可操作性强，具有落地性。	3.0		
29		4.5.2 优先明确 (2.0)	从紧急-重要两个维度对建议进行了优先级排序。	2.0		
30		4.5.3 追踪服务 (3.0)	提供了后续的追踪测评或验证方案，协助验证改进效果。	3.0		
31		4.5.4 增值培训 (2.0)	为内部团队提供了专业的数据解读和运用培训。	2.0		
32		4.5.5 整体体验 (2.0)	对改进建议与追踪服务整体感到满意。	2.0		
33	4.6 数据安全 (14.0)	4.6.1 政策明确 (2.0)	有明确的数据安全和隐私保护政策。	2.0		
34		4.6.2 技术可靠 (2.0)	平台和数据传输采取了加密等可靠的安全措施。	2.0		
35		4.6.3 权限管理 (2.0)	系统中数据的查看和操作权限管理严格。	2.0		
36		4.6.4 无违规泄露 (3.0)	从未发现其违规泄露数据。	3.0		
37		4.6.5 匿名保护 (2.0)	对受访者个人信息做了充分的匿名化处理。	2.0		
38		4.6.6 整体体验 (3.0)	对数据安全管理与隐私保护服务整体感到满意。	3.0		
总分	100	—	—	100		

顾客满意度服务管理要求审核工具

B.1 表 B.1 给出了顾客满意度服务管理成熟度的等级划分准则。

B.2 表 B.2 给出了管理要求各条成熟度对应的分值。

表 B.1 顾客满意度服务管理成熟度等级描述（第一级至第五级）

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 组织治理与合规管理	未建立明确的管理目标。基本了解GB/T 19039及相关法规。	明确了管理目标（如交付及时率、客户满意度等），各项目标基本可测量。了解并遵守基本法规。	在相关职能和层次上建立并实施了目标。KPI分解到项目、部门。建立了系统化的法规库和合规性评审机制。	各项目标如期实现。管理层依据KPI与合规数据进行绩效决策。能通过数据分析识别系统性合规风险。	提供3年以上合规与绩效数据。能根据数据预测监管趋势并推动行业自律。企业被评为行业合规标杆。
5.2.2 人员管理与培训	缺乏系统培训。人员资质不全。无利益冲突申报制度。	建立了初步的培训制度。有基本的人员资质要求。有保密协议。	建立了覆盖全员的标准化管理与能力管理体系。关键岗位（项目经理、分析师）持证上岗率100%。建立了利益冲突申报与隔离制度。	满足第三级要求。具有科学的培训有效性评估。员工流动性低。能通过数据分析识别潜在的利益冲突风险。	满足第四级要求。建立了员工能力与测评准确性的相关性分析。企业被认为是行业人才高地。
5.2.3 数据管理系统与调查平台	无系统性的数据质量管理。信息系统落后。	建立了初步的数据来源库和手动数据清洗流程。有基础的信息系统。	建立了标准化的数据质量管理体系。有完善的自动化数据清洗、核验流程。信息系统功能完备，支持全流程线上化。	满足第三级要求。并能利用数据分析（如数据来源覆盖率、清洗有效率）优化管理策略。系统具备高效的日志审计功能。	满足第四级要求。数据管理和IT系统实现智能化、自动化。系统支持高级数据统计分析和模型回测。

5.2.4 测评模型与作业过程控制	未建立标准化的测评模型或作业SOP。操作随意性大。	建立了初步的测评模型和基本作业流程记录。有初评和复核。	建立了标准化的测评模型与全流程作业控制体系。SOP覆盖全流程。建立了初评-复核-终审三级质控。模型定期信效度检验。	满足第三级要求。并能利用数据分析（如模型拟合度、区别效度）优化模型参数，提高解释能力。模型在行业内得到认可。	满足第四级要求。过程控制实现数字化、透明化（如客户可在线查看项目全流程）。模型预测准确率行业领先。
5.2.5 信息安全管理	未建立成文的信息安全管理制度。	建立了初步的信息安全管理制度。有基础的安全记录。	建立了标准化的信息安全管理体系。有完整的数据分级分类和访问控制制度。有应急预案并演练。	满足第三级要求。能基于演练和案例进行风险评估，持续优化安全策略。通过了第三方信息安全认证。	满足第四级要求。安全管理体系成熟稳定。实现零数据安全事件。在行业内输出最佳实践。
5.2.6 客户投诉与改进管理	无系统性的投诉处理流程。	建立了投诉处理程序。有基本台账。	建立了标准化的投诉处理程序，有完整台账并定期分析。每年开展客户满意度调查。	满足第三级要求。并能进行投诉趋势分析，找出系统性模型或数据缺陷并采取预防措施。满意度调查结果用于系统改进。	满足第四级要求，客户忠诚度极高，投诉率低于行业标准。建立了主动的客户期望管理和超前服务机制（如主动回访、痛点预判）。
5.2.7 持续创新与行业研究	未建立系统性的改进措施。	对明显问题有总结，有改进意识。	建立了标准化的持续改进与创新制度。定期组织模型回测、业务复盘和评审。有鼓励创新的激励机制。	满足第三级要求。能提供模型优化案例的成功复现数据。能主动发起改进项目，如引入AI文本分析、动态NPS等。	满足第四级要求，建立了完善的持续改进文化。企业创新能力强，在模型研发和行业研究方面引领行业。

表 B.2 顾客满意度服务管理要求各条成熟度对应分值

特定管理要求	总分值	成熟度分分值				
		一级	二级	三级	四级	五级
5.2.1 组织治理与合规管理	10	2	4	6	8	10
5.2.2 人员管理与培训	10	2	4	6	8	10
5.2.3 数据管理系统与调查平台	20	4	8	12	16	20
5.2.4 测评模型与作业过程控制	20	4	8	12	16	20
5.2.5 信息安全管理	20	4	8	12	16	20
5.2.6 客户投诉与改进管理	10	2	4	6	8	10
5.2.7 持续创新与行业研究	10	2	4	6	8	10
合计	100	20	40	60	80	100

B.3 在实施顾客满意度服务管理要求的成熟度评价时：

- a) 根据表 B.1 对 5.2.1~5.2.6 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) 5.2.1~5.2.6 中，同时有超过 2 项成熟度无法达到一级水平；
 - 2) 5.2.4（测评模型与作业过程控制）、5.2.5（信息安全管理） 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：
 - 1) 20 分（含）~40 分，一级，单项条款得分应不低于“1”分；
 - 2) 40 分（含）~60 分，二级，单项条款得分应不低于“2”分；
 - 3) 60 分（含）~80 分，三级，单项条款得分应不低于“3”分；
 - 4) 80 分（含）~90 分，四级，单项条款得分应不低于“3”分；
 - 5) 90 分（含）~100 分，五级，单项条款得分应不低于“3”分。