



客户投诉管理体系认证技术规范

文件编号：CTS TBGL009-2026

版本号：B/2

受控状态： ()

编写：技术部

审核：张辉根 

批准：周春阳 

首次发布：2022-12-20

首次实施：2022-12-20

修订实施日期：20260423

江西腾标认证有限公司

目录

1. 范围 3

2. 规范性引用文件 3

3. 术语和定义 3

4. 组织环境 3

5. 领导作用 5

6. 策划 6

7. 支持 7

8. 运行 8

9. 绩效评价 9

10. 改进 11

1. 范围

本文件规定了组织建立、实施、保持和持续改进 客户投诉管理体系认证技术规范 的要求。本文件适用于

- 1) 组织建立、实施、保持和改进 客户投诉管理体系认证技术规范 管理方针和目标；
- 2) 认证机构对组织进行客户投诉管理体系认证技术规范认证。

2. 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用必不可少。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 19000-2016 质量管理体系 基础和术语
- GB/T 19001-2016/ISO 9001:2015 质量管理体系 要求
- GB/T 19012-2019/ISO 10002:2018 质量管理 顾客满意 组织投诉处理指南

注：认证审核时引用文件的有效性以审核实施时现行有效的最新版本为准。

3. 术语和定义

GB/T 19000-2016以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1 投诉

客户对组织的产品或服务，或投诉处理过程本身，表达不满意的表示，无论明示或隐含，并期望得到回复或解决。

3.2 投诉者

提出投诉的个人、组织或其代理人。

3.3 投诉处理过程

组织为接收、调查、响应和关闭投诉而建立的一系列相互关联或相互作用的活动。

3.4 投诉响应

组织在调查投诉后，向投诉者提出的解决方案或采取的措施。

3.5 投诉关闭

投诉者接受投诉处理结果，或组织已采取所有合理的内部和外部处理方式后的投诉结束状态。

3.6 客户满意

客户对其要求已被满足的程度的感受。

3.7 最高管理者

在最高层指挥和控制组织的一个人或一组人。

4. 组织环境

4.1 理解组织及其环境

组织应确定与其宗旨和战略方向相关，并影响其实现客户投诉管理体系预期结果的能力的各种外部和内部因素。

- **外部因素：**法律法规要求（如《消费者权益保护法》、《产品质量法》）、监管机构要求（如市场监督管理局、行业主管部门）、行业标准与规范、市场竞争环境、客户期望、技术发展趋势等。
- **内部因素：**组织的价值观、文化、知识、规模、产品和服务类型、组织结构、资源状况（人力、财力、技术）、以往投诉处理记录等。

4.2 理解相关方的需求和期望

组织应确定：

- a) 与客户投诉管理体系有关的相关方；
- b) 这些相关方的相关要求。

相关方包括但不限于：

- **内部相关方：**员工、管理层、股东、工会。
- **外部相关方：**政府及监管机构（市场监督、消费者协会等）、客户、投诉者、消费者组织、供方和承包商、行业协会、认证机构、媒体、保险公司。

组织应建立、实施并保持程序，以识别相关方，并促其参与到与客户投诉管理相关的已识别的议题中。组织应将促进相关方参与所产生的输出形成文件。与相关方的沟通应为一个持续的过程，而非一次性沟通。

4.3 确定客户投诉管理体系的范围

组织应确定客户投诉管理体系的边界和适用性，以确定其范围。

在确定范围时，组织应考虑：

- a) 4.1中提及的各种外部和内部因素；
- b) 4.2中提及的相关方的要求；
- c) 组织的产品、服务、过程、场所和部门。

范围应作为成文信息可获得。

4.4 客户投诉管理体系及其过程

4.4 客户管理体系及其过程

4.4.1 组织应按照本标准的要求，建立、实施、保持和持续改进客户管理体系，包括所需过程及其相互作用。

组织应确定客户管理体系所需的过程及其在整个组织中的应用，且应：

- a) 确定这些过程所需的输入和期望的输出；
- b) 确定这些过程的顺序和相互作用；
- c) 确定和应用所需的准则和方法（包括监视、测量和相关绩效指标），以确保这些过程的有效运行和控制；
- d) 确定这些过程所需的资源并确保其可获得；
- e) 分配这些过程的职责和权限；

- f) 按照 6.1 的要求应对风险和机遇；
- g) 评价这些过程，实施所需的变更，以确保实现这些过程的预期结果；
- h) 改进过程和客户管理体系。

4.4.2 在必要的范围和程度上，组织应：

- a) 保持成文信息以支持过程运行；
- b) 保留成文信息以确信其过程按策划进行。

5. 领导作用

5.1 领导作用和承诺

最高管理者应通过以下方面，证实其在客户投诉管理体系方面的领导作用和承诺：

- a) 对客户投诉管理体系的有效性负责；
- b) 确保制定客户投诉管理方针和目标，并与组织战略方向一致；
- c) 确保将客户投诉管理体系要求融入组织的业务过程；
- d) 确保提供建立、实施、保持和改进客户投诉管理体系所需的资源；
- e) 沟通有效的客户投诉管理的重要性；
- f) 确保客户投诉管理体系实现其预期结果；
- g) 指导和支持人员为客户投诉管理体系的有效性做出贡献；
- h) 推动持续改进；
- i) 支持其他相关管理者在其职责范围内发挥领导作用。

5.2 方针

最高管理者应制定、实施和保持客户投诉管理方针，方针应：

- a) 与组织的宗旨相适应；
- b) 为制定客户投诉目标提供框架；
- c) 包括满足适用要求（如法律法规、监管要求、客户要求）的承诺；
- d) 包括持续改进客户投诉管理体系的承诺；
- e) 包括以客户为关注焦点、公平公正处理投诉的承诺。

方针应：

- 形成文件并可获得；
- 在组织内得到沟通；
- 适当时可为相关方所获取。

5.3 组织的岗位、职责和权限

最高管理者应确保组织内相关岗位的职责和权限得到分配和沟通。

最高管理者应指定一名或多名管理者，不论其是否负有其他职责，应使其具有以下方面的岗位、职责和权限：

- a) 确保客户投诉管理体系符合本文件的要求；
- b) 向最高管理者报告客户投诉管理体系的绩效，供其评审并作为持续改进的依据；

- c) 确保在整个组织内提高对客户投诉管理重要性的意识；
- d) 协调与客户投诉管理体系有关的内部和外部沟通。

6. 策划

6.1 应对风险和机遇的措施

在策划客户投诉管理体系时，组织应考虑4.1提及的因素和4.2提及的要求，并确定需要应对的风险和机遇，以：

- a) 确保客户投诉管理体系能够实现其预期结果；
- b) 预防或减少不利影响（如投诉处理不及时、客户不满升级、法律风险）；
- c) 实现持续改进。

组织应建立并保持合规义务登记册，以识别和跟踪与客户投诉相关的法律法规、客户及其他相关方的要求。

组织应策划：

- a) 应对这些风险和机遇的措施；
- b) 如何将措施纳入客户投诉管理体系过程并实施；
- c) 如何评价这些措施的有效性。

6.2 客户投诉目标及其实现的策划

组织应在相关职能和层级上建立客户投诉目标。

客户投诉目标应：

- a) 与客户投诉方针一致；
- b) 可测量（如果可行，如投诉响应时间、投诉解决率、客户满意度）；
- c) 考虑适用的要求；
- d) 予以监视；
- e) 予以沟通；
- f) 视情况予以更新。

策划如何实现客户投诉目标时，组织应确定：

- a) 要做什么；
- b) 需要什么资源；
- c) 由谁负责；
- d) 何时完成；
- e) 如何评价结果。

6.3 变更的策划

当组织确定需要对客户投诉管理体系进行变更时，变更应系统地予以策划和实施。组织应考虑：

- a) 变更的目的及其潜在后果；
- b) 客户投诉管理体系的完整性；

- c) 资源的可获得性；
- d) 职责和权限的分配或再分配。

7. 支持

7.1 资源

组织应确定并提供建立、实施、保持和持续改进客户投诉管理体系所需的资源。

资源包括：人力资源、基础设施（投诉管理系统、通讯设备、办公场所等）、财务资源、技术资源、信息等。

7.2 能力

组织应：

- a) 确定在其控制下工作的人员所需的能力，这些人员从事的工作可能影响客户投诉管理体系绩效；
- b) 基于适当的教育、培训或经验，确保这些人员具备所需能力；
- c) 适用时，采取措施获得所需的能力，并评价所采取措施的有效性；
- d) 保留适当的成文信息作为能力的证据。

注：适用措施可包括对现有人员进行培训、指导或重新分配，或聘用、外包具备能力的人员。

7.3 意识

组织应确保在其控制下工作的人员知晓：

- a) 客户投诉方针；
- b) 相关的客户投诉目标；
- c) 他们对客户投诉管理体系有效性的贡献，包括改进绩效的益处；
- d) 不符合客户投诉管理体系要求的后果；
- e) 在投诉处理过程中个人的角色和职责；
- f) 报告投诉和潜在问题的程序。

7.4 沟通

组织应确定与客户投诉管理体系相关的内部和外部沟通，包括：

- a) 沟通什么；
- b) 何时沟通；
- c) 与谁沟通；
- d) 如何沟通；
- e) 谁来沟通。

组织应建立、实施和保持程序，以确保在重大投诉或群体性投诉事件期间与内外部相关方（如员工、监管机构、客户、媒体）进行有效沟通。

7.5 成文信息

7.5.1 总则

组织的客户投诉管理体系应包括：

- a) 本文件要求的成文信息；
- b) 组织确定的为确保客户投诉管理体系有效性所必需的成文信息。

7.5.2 创建和更新

在创建和更新成文信息时，组织应确保适当的标识和说明（如标题、日期、作者、编号）、格式（如语言、软件版本、图示）以及评审和批准。

7.5.3 成文信息的控制

应控制客户投诉管理体系所要求的成文信息，以确保：

- a) 在需要的场所和时间均可获得并适用；
- b) 予以妥善保护（如防止泄密、不当使用或缺失）。

为控制成文信息，适用时，组织应关注下列活动：分发、访问、检索和使用；存储和防护；变更控制；保留和处置。

8. 运行

8.1 运行的策划和控制

组织应策划、实施和控制满足客户投诉管理要求所需的全过程，并实施第6章所确定的措施。组织应：

- a) 确定客户投诉管理的工作要求；
- b) 建立下列内容的准则：
 1. 过程准则（如投诉受理流程、调查时限、响应标准）；
 2. 投诉工作的接收准则（如投诉信息完整性要求、投诉分类标准）；
 - a) 确定符合投诉管理要求所需的资源；
 - b) 按照准则实施过程控制；
 - c) 在必要的范围和程度上，确定并保持、保留成文信息，以：
 3. 确信过程已经按策划进行；
 4. 证实客户投诉管理工作符合要求。

8.2 投诉受理与确认

组织应建立并实施投诉受理程序，确保所有投诉（包括口头、书面、电子方式）得到及时接收和记录。

组织应：

- a) 对投诉进行分类（如产品投诉、服务投诉、流程投诉、人员投诉等）；
- b) **建立紧急投诉快速处理通道**，对涉及人身安全、重大财产损失或媒体关注的投诉，启动快速响应机制；
- c) 在收到投诉后，应及时向投诉者**确认收到投诉**（如通过电话、邮件、短信等方式），并告知投诉处理流程和预期时限。

8.3 投诉调查与评估

组织应对每件投诉进行初步评估，以确定其严重程度、复杂程度和影响范围。评估准则应包括但不限于：

- a) 投诉的性质和严重性；
- b) 安全隐患；
- c) 复杂程度；
- d) 影响程度；
- e) 即时采取措施的必要性与可能性。

组织应尽可能调查所有与投诉有关的背景和信息。调查深入程度应与投诉的严重性、发生频次和严重程度相适应。

8.4 监测与预警

组织应建立并实施投诉趋势监测机制，对投诉数据（如投诉数量、投诉类型、投诉来源、重复投诉率）进行定期分析。当出现异常增长或重复投诉时，应启动预警程序，及时调查原因并采取纠正措施，防止问题扩大。

8.5 投诉响应与沟通

在适当的调查之后，组织应做出响应，例如纠正问题并防止其再发生。如果投诉不能立即解决，应尽快制定有效的解决方案。

针对投诉处理的方案一旦形成或任何措施一旦采用，都应立即与投诉者和相关人员进行沟通。

8.6 投诉关闭与回访

在投诉处理过程结束时，组织应：

- a) 正式通知投诉者处理结果；
- b) **对投诉者进行满意度回访**，了解其对投诉处理过程和结果的满意程度，并记录回访结果；
- c) 如果投诉者接受处理结果，则关闭投诉并记录；
- d) 如果投诉者拒绝处理结果，应告知其可用的其他内部或外部解决方式（如申诉、仲裁、法律途径）。

8.7 外部提供过程、产品和服务的控制

组织应确保外部提供的过程、产品和服务（如外包呼叫中心、第三方调查机构、法律咨询服务）符合客户投诉管理体系的要求。

组织应：

- a) 向外部供方明确投诉处理要求（如响应时限、信息记录格式、保密要求、**投诉升级流程**）；
- b) 评价和选择外部供方，确保其具备满足投诉处理要求的能力；
- c) 对外部供方的投诉处理绩效进行监视和评价；
- d) **对涉及投诉处理的外包活动，明确控制要求和责任划分。**

9. 绩效评价

9.1 监视、测量、分析和评价

组织应确定：

- a) 需要监视和测量什么（如投诉数量、响应时间、解决率、客户满意度）；
- b) 适用的监视、测量、分析和评价的方法，以确保有效的结果；
- c) 确保用于监视与测量的资源（如投诉管理系统、调查工具）的准确性；
- d) 何时实施监视和测量；
- e) 何时对监视和测量的结果进行分析和评价。

组织应评价客户投诉管理体系的绩效和有效性，并保留适当的成文信息。

9.1.2 合规性评价

组织应根据法规要求（如《消费者权益保护法》、《产品质量法》等）和相关方对投诉处理的要求，建立、实施并保持程序，以定期评价组织对适用法律法规、标准及其他要求的遵守情况。合规性评价应至少每年进行一次，并保留合规性评价报告作为成文信息。

9.2 内部审核

组织应按策划的时间间隔进行内部审核，以提供有关客户投诉管理体系是否符合本文件要求，以及是否得到有效实施和保持的信息。

组织应：

- a) 策划、建立、实施和保持审核方案，包括频次、方法、职责、策划要求和报告；
- b) 规定每次审核的准则和范围；
- c) 选择审核员并实施审核，确保审核过程的客观性和公正性；
- d) 确保将审核结果报告给相关管理者；
- e) 及时采取必要的纠正和纠正措施。

9.3 管理评审

最高管理者应按策划的时间间隔评审组织的客户投诉管理体系，以确保其持续的适宜性、充分性和有效性。

管理评审应考虑：

- a) 以往管理评审所采取措施的实施情况；
- b) 与客户投诉管理体系相关的内外部因素的变化；
- c) 有关客户投诉管理体系绩效和有效性的信息，包括趋势：
 1. 投诉数量、类型、趋势分析；
 2. 客户反馈（包括投诉处理满意度回访结果）；
 3. 外部供方的投诉处理绩效；
 4. 审核结果；
 5. 目标的实现程度；
 6. 不合格及纠正措施；
 7. 合规性评价的结果。
 - d) 资源的充分性；
 - e) 应对风险和机遇所采取措施的有效性；

f) 改进的机会。

管理评审的输出应包括与下列事项相关的决定和措施：

- a) 改进的机会；
- b) 客户投诉管理体系所需的变更；
- c) 资源需求。

10. 改进

10.1 不合格和纠正措施

当发生不合格（如投诉处理超时、投诉信息记录错误、投诉者不满意）时，组织应：

a) 对不合格做出应对，并适用时：

- 1. 采取措施控制和纠正不合格；
- 2. 处置后果。

b) 通过下列活动，评价是否需要采取措施以消除产生不合格的原因，避免其再次发生或在其他场合发生：

- 3. 评审和分析不合格；
- 4. 确定不合格的原因；
- 5. 确定是否存在或可能发生类似的不合格。

c) 实施所需的措施；

d) 评审所采取的纠正措施的有效性；

e) **推荐预防措施**；

f) 必要时，对客户投诉管理体系进行更改。

组织应保留成文信息作为不合格性质和随后所采取措施的证据，以及纠正措施结果的证据。

10.2 持续改进

组织应持续改进客户投诉管理体系的适宜性、充分性和有效性。

组织应考虑分析和评价的结果、管理评审的输出，确定是否存在持续改进的需求或机会，并将其作为变更管理的一部分加以实施。