苏州市苏城环保厨业有限公司

商品售后服务管理手册

 编号：SC-CAS-01 A/0版

编制：李惠兵

审核：李惠兵

批准：陈建

日期：2020.01.01

目 录

[一、 批准发布令 5](#_Toc471713919)

[二、 服务理念及范围 6](#_Toc471713920)

[三、 服务承诺与目标 7](#_Toc471713921)

[四、售后服务监督监督小组及投诉调解员授权 8](#_Toc471713922)

[关于成立售后服务质量监督小组的通知 8](#_Toc471713923)

[关于投诉调解员授权的通知 9](#_Toc471713924)

[五、售后服务网店分布表 10](#_Toc471713925)

[六、织结构图、售后服务体系结构图 11](#_Toc471713926)

[1、公司组织结构图 11](#_Toc471713927)

[2、售后服务体系结构图 12](#_Toc471713928)

[七、 售后服务人员职能、权限 13](#_Toc471713929)

[七、售后服务管理制度汇编 15](#_Toc471713930)

[1、服务网点管理制度 15](#_Toc471713931)

[2、专项资金管理办法 16](#_Toc471713932)

[3、企业文化、技能培训管理制度 17](#_Toc471713933)

[4、目标、绩效考核管理制度 21](#_Toc471713934)

[5、设施管理制度 26](#_Toc471713935)

[6、维修设备管理制度 29](#_Toc471713936)

[7、工作环境管理制度 32](#_Toc471713937)

[8、供应管理管理制度 34](#_Toc471713938)

[9、市场信息反馈管理制度 36](#_Toc471713939)

[10、商品配送管理制度 38](#_Toc471713940)

[11、售后商品维修管理制度 39](#_Toc471713941)

[12、客户信息保密管理制度 41](#_Toc471713942)

[13、顾客满意管理制度 43](#_Toc471713943)

[14、顾客投诉处理管理制度 48](#_Toc471713944)

[15、产品系统性缺陷信息公开和召回制度 52](#_Toc471713945)

[八、售后服务流程及服务规范 54](#_Toc471713946)

[1、服务规范 54](#_Toc471713947)

[2、安装、调试、维修规范 54](#_Toc471713948)

[3、法律法规要求清单 54](#_Toc471713949)

[4、“三包服务”及收费价格表 55](#_Toc471713950)

[九、监督考核管理制度 57](#_Toc471713951)

文件修改页

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 页码/ 章节 | 更改内容 | 批准人 | 日期 |
|   |   |   |   |   |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

1. 批准发布令

1、商品售后服务管理手册是根据GB/T27922-2011商品售后服务评价体系标准要求编制。

2、商品售后服务管理手册的批准、发布由公司总经理负责。任何有关产品售后服务管理体系的职能部门设置、相互关系的调整，应由公司总经理批准，并通过商品售后服务管理手册的修改来实现。

3、任何与产品售后服务管理体系要素有关的管理规定应按照有关程序，通过产品售后服务管理体系文件来传达。

4、商品售后服务管理手册是全公司和售后售后服务部进行售后服务管理的依据，是售后服务管理规范。商品售后服务管理手册是第三方认证机构审核的依据，是向客户展示服务水平和提供有效服务的承诺。

1. 任何人未经公司总经理批准不得复制外传本商品售后服务管理手册及复印件。

 总经理：陈建

 2020年01月01日

1. 服务理念及范围

1、服务理念

 **精品 + 人性化的服务**

2、释义：

公司秉承“精品 + 人性化的服务”的服务理念顾客就是上帝，顾客就是我们的衣食父母，公司始终把客户的满意度放在第一位，以爱心、舒心、贴心、关心、放心的五心服务让客户满意.和“以客户为中心”的服务指导思想，不仅真诚地为用户提供先进、高质量的产品，更为用户提供优质、快捷的“三位一体”服务。“为顾客提供优质的产品和服务”是公司一贯的追求目标，“尽心尽力、尽善尽美”是公司向全国广大用户的郑重服务承诺。公司各层级遵循服务理念和服务指导思想，以高质量、高标准无的服务模式向用户提供满意的售后服务。

范围：厨房设备、智能化机械设备、家具、餐具、金属制品、办公自动化设备的售后服务。

1. 服务承诺与目标

承诺：时间+效率+满意

1、为用户、服务网点竭诚提供优质的服务和延伸服务。

　　2、对公司产品提供终身技术服务。

　　3、对用户实行回访服务。

4、服务电话热线电话：0512-63369111为用户提供7×24小时技术援助支持。联系人：张伟

　　5、安排售后服务人员提供现场指导和短期培训。

　　6、提供可靠的售后服务保障，我方在接到采购人通知后，2小时内做出响应,48小时内派人赴现场处理设备质量问题。15天内不能修复的，则无偿提供备用家具或备用零件供客户使用

　　7、为用户进行技术培训，帮助用户尽快正确地使用、维护产品。

8、质保期在合同约定时间内免费负责技术服务。

**服务目标：**

1. **安装调试验收合格率100％;**
2. **维护服务合格率100%**

**c、顾客抱怨、投诉及时处理率100％；**

**d、售后服务及时率100％；**

**e、顾客满意率≥90％。**

监督监督小组及投诉调解员授权

关于成立售后服务质量监督小组的通知

各部门：

依据标准要求，经总经理办公会研究通过，我公司成立**售后服务质量监督小组，**现任命 **李惠兵** 为组长和认证负责人，任命 李福志 为售后服务质量质量监督小组成员，其职责和权限为：

1. 对于严重不合格服务由售后服务质量质量监督小组负责评审并做出处置决定；
2. 对于一般不合格服务可由售后服务质量质量监督员作出审理和处置决定
3. 按照授权的要求；对售后服务的过程及质量进行监督检查。
4. 对不合格服务处理提出合理的改进建议

 二O二O年一月一日

**主题词：售后服务 监督检查**

**报送**：总经理

**发至**：各个部门 生产部存档

生产部2020年01月01日印发

关于投诉调解员授权的通知

各部门：

依据标准要求，经总经理办公会研究通过，我公司设立**投诉调解员，**现授权 李惠兵 为投诉调解员，其职责和权限为：

1. 对商品质量投诉、索赔、服务质量纠纷由以上人员负责调解；
2. 对于调解结果向总经理汇报；
3. 对纠纷处理处理提出合理的改进建议

 二O二O年一月一日

**主题词：调解员**

**报送**：总经理

**发至**：各个部门 生产部存档

生产部2020年01月01日印发

五、售后服务网店分布表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 服务网点名称 | 性质（自有/外包） | 地址 | 负责人姓名 | 联系电话 |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

六、织结构图、售后服务体系结构图

# 1、公司组织结构图

总经理

认证负责人

质检部

财务部

销售部

生产部

售后服务部

2、售后服务体系结构图

售后服务部

服务技术岗位

管理岗位

现场服务岗位

投诉索赔处理岗位

售后服务管理职能分配表

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 　　　　　　　　　　　　　职能部门　体系要求 | 总经理 | 认证负责人 | 售后服务部 | 生产部 | 财务部 | 销售部 | 质检部 |
| 1服务文化 | 1.1服务理念 | ■ | △ | △ | △ | △ | △ | △ |
| 1.2服务承诺 | ■ | △ | △ | △ | △ | △ | △ |
| 1.3服务策略 | ■ | △ | △ | △ | △ | △ | △ |
| 1.4服务目标 | ■ | △ | △ | △ | △ | △ | △ |
| 2服务制度 | 2.1服务规范 | ■ | □ | ▲ | △ | △ | △ | △ |
| 2.2服务流程 | ■ | □ | ▲ | △ | △ | △ | △ |
| 2.3服务监督与奖惩 | ■ | □ | ▲ | △ | △ | △ | △ |
| 2.4服务制度管理 | ■ | □ | △ | ▲ | △ | △ | △ |
| 3服务体系 | 3.1组织管理 | ■ | ▲ | △ | △ | △ | △ | △ |
| 3.2服务网点 | ■ | □ | △ | △ | △ | △ | △ |
| 3.3人员配置 | ■ | ▲ | △ | △ | △ | △ | △ |
| 3.4业务培训 | ■ | □ | ▲ | △ | △ | △ | △ |
| 3.5服务投入 | ■ | △ | △ | △ | ▲ | △ | △ |
| 4配送安装 | 4.1产品包装 | ■ | □ | △ | ▲ | △ | △ | △ |
| 4.2配送服务 | ■ | □ | ▲ | △ | △ | △ | △ |
| 4.3安装调试 | ■ | □ | ▲ | △ | △ | △ | △ |
| 5维修服务 | 维修保障 | ■ | △ | ▲ | △ | △ | △ | △ |
| 维修设施 | ■ | △ | ▲ | △ | △ | △ | △ |
| 技术支持 | ■ | △ | ▲ | △ | △ | △ | △ |
| 6客户投诉 | 6.1投诉渠道 | ■ | □ | ▲ | △ | △ | △ | △ |
| 6.2投诉记录 | ■ | □ | ▲ | △ | △ | △ | △ |
| 6.3投诉处理 | ■ | □ | ▲ | △ | △ | △ | △ |
| 7客户管理 | 7.1沟通渠道 | ■ | □ | ▲ | △ | △ | △ | △ |
| 7.2客户关系 | ■ | □ | ▲ | △ | △ | △ | △ |
| 8服务改进 | 8.1产品改进 | ■ | □ | △ | ▲ | △ | △ | △ |
| 8.2服务改进 | ■ | ▲ | △ | △ | △ | △ | △ |
| 8.3管理改进 | ■ | ▲ | △ | △ | △ | △ | △ |

 注：■主管领导 □协管领导 ▲主办 △协办

1. 售后服务人员职能、权限

售后服务部各岗位工作职责

（一）服务技术岗位工作职责

1. 收集、整理、传递产品质量信息，并提出改进建议，配合相关部门实现质量改善，并追踪验证。

2．提供业务支持和业务指导，组织、监督销售供应商做好整备工作。

3. 负责售后网络的平台数据维护。

4．编制售后服务管理体系认证文件，组织公司各部门做好体系文件贯彻工作。

（二）售后维修岗位工作职责

1. 研究维修技术的最新发展动态并及时组织新产品技术和改进产品技术向维修技术的转化工作。

2. 组织协调对产品特殊事件进行技术分析和鉴定。

3. 组织协调对典型维修技术案例和技术难题的分析。

4. 向用户提供技术支持，协助生产部开展培训工作。

5．根据公司要求，组织实施对售前、售后产品的技术升级、改进工作。

6. 编制售后维修工时标准和保修政策。

（三）客服岗位工作职责

1. 编制客服岗位工作标准，规范服务用语并实施。

2. 受理用户的电话投诉和抱怨，及时组织相关单位处理，跟踪处理结果。

3. 受理用户有关产品性能、特点、标准和价格等方面信息的咨询。

4. 组织、整理投诉信息的汇总，统计分析，送交相关管理单位，负责将相关管理单位整改措施收集存档。

5. 网站上客户的咨询、投诉等信息，做好解释、解答工作，对抱怨信息做好组织处理工作。

6. 实施对顾客的满意度回访，以及新产品、结算真实性回访并向相关部门反馈信息。

7. 完成客户投诉信息的处理工作。

（四）服务网点管理岗位工作职责

1. 制定及修订售后服务政策。

2. 制定供应商服务核心流程、供应商考核标准、5S管理标准、CI形象建设标准，并推广实施。

3. 制定并实施服务网络开发规划，对服务网络进行优化升级。

4. 规范供应商服务工作，提高用户满意度。

5. 策划并组织开展服务营销活动，并负责市场、备件物流部的相关问题的协调准备工作。

6. 组织并实施售后服务部和驻外工作人员的绩效考核。

（五）投诉索赔处理岗位工作职责

1．根据年度售后服务体系发展计划，编制索赔组的年度工作计划，并负责工作计划实施和按时完成。

2．负责对索赔业务提供服务、支持、指导并实施管理职能。

3．负责供应商质量保证服务旧件的审核、验收，并按规定的时间节点将验收明细传递至结算组。

4．对故障件的技术状态进行业务沟通，编写零件标识手册，维护结算系统中故障模式和配套厂家等数据。

5．将故障件出库数量录入系统，协助实施向配套商进行索赔。

6．负责向配套商索赔费用的回款管理、监督工作，统计索赔费用回款，并上报索赔费用回款报表。

7．负责返厂旧件的实物保管和建账登记。

8．参与对供应商等级评定考核，并提供相关数据。

（六）投诉索赔处理岗位结算组工作职责

1．根据年度售后服务体系发展计划，编制结算组的年度工作计划，并负责工作计划实施和按时完成。

2．负责对供应商结算业务提供服务、支持、指导并实施管理职能。

3．负责供应商质量保证服务费用单据的审核、结算，并按规定的时间节点为供应商办理费用的结算工作，协助财务审计部及时对供应商办理汇款。

4．实施对供应商结算业务的考评和申报结算单的抽查，及对违规供应商进行处罚。

5．每月统计、分析质量保证服务费用支出情况，并上报质量保证服务费用支出情况报表。

6．参与对供应商等级评定考核，并提供相关数据。

（七）计划组

1.负责各岗位库计划的汇总、审核、上报工作。

2.负责计划验收确认及验收单的接收传递工作。

3.负责计划的采购及过程协调工作。

4.负责进/发货抽检工作。

5.负责计划的调拨、销售工作。

6.负责岗位库二次销售单据的每月汇总上报工作。

7.负责批量排故的发运工作。

8.负责计划的运输跟踪及破损、丢失的处理和运费审核结算工作。

9.负责各岗位库工作的指导、监察、监督、培训、管理与考核工作。

10.负责处理用户投诉工作。

11.负责计划的审核、系统提交与协调采购、包装发运、费用结算工作。

（八）调度组

1.执行各岗位库月份计划;

2.执行各岗位库临时计划、出口计划;

3.中远物流的管理、指导工作

（九）服务技术岗位

1.负责图解目录的更改、完善工作；

2.负责新产品图解目录的编撰；

3.负责疑难问题的咨询解答

（十）服务质量监督小组工作职责

1.负责服务质量方面的管理工作。

2.负责制定服务质量方面的管理办法及考核规定。

（十一）各个服务网点工作职责

1.负责所辖地区供应商计划接收、核对、上报工作。

2.负责为所辖地区供应商开具销售单据工作。

3.负责所辖地区供应商组织进货工作。

（十二）技术支持、售后服务人员岗位职责

1. 服从分配、听从指挥，并严格遵守公司的各项规章制度和有关定。

2. 负责项目各设备的安装、调试及使用培训、售前技术支持、售后设备维护工作。

3. 有拒绝野蛮施工、用户不合理要求的权力。

 4. 加强安全意识，严防意外事故的发生。

5. 提高工作效率、工作质量：技术熟练勤奋于思虑，灵活处理安装

八、售后服务管理制度汇编

1、服务网点管理制度

一、服务网点建立的条件

1、申请建立公司服务网点的单位必须具有合法的营业执照和税务登记证等必要证件的国营、私营或集体单位。

2、服务网点应设置在顾客较集中的城市，交通方便，对周边地区有一定的辐射力，具有独立的办公场地、维修场地和仓库，水、电齐全,必备的安装、维修、检测工具。

3、服务网点必须有至少2至6名经过专业培训的维修人员和信访员、仓管员;

4、服务网点必须有完善的通讯工具和交通工具，包括国内长途直拨电话、传真机、电脑、宽带、打印机、上门维修专用车等。

5、服务网点必须有健全的管理制度、稳定的人员队伍、良好的服务意识，能自愿接受管理，并能认真执行。

二、服务网点建立的程序

1、区域经理根据当地的销售及服务需求，现场考察服务网点；

2、服务网点填写服务网点建立申请表；

3、区域经理根据“服务网点建立基本条件”进行审查；

4、区域经理将符合“服务网点建立基本条件”的服务点资料报公司审批后，公司与服务网点签订授权维修服务协议。

三、服务网点取消的程序

1、对违反授权/维修服务协议的服务网点,经区域经理提出,并填写服务网点取消申请表，报售后服务部审批；

2、售后服务部负责人同意后,区域经理提交服务网点工作移交明细表原件邮到售后服务部备案;并办理资料和回收;

3、售后服务部收到相关资料后与服务网点进行费用结算；

2、专项资金管理办法

为切实规范专项资金管理，保障资金安全、高效运行，发挥资金使用效益，特制定以下管理制度：

　　一、专项资金实行“专人管理、专户储存、专账核算、专项使用”。

　　二、专项资金实行县级报账制，资金拨付一律转账结算，杜绝现金支付。

　　三、资金的拨付本着专款专用的原则，严格执行项目资金批准的使用计划和项目批复内容，不准擅自调项、扩项、缩项，更不准拆借、挪用、挤占和随意扣压;资金拨付动向，按不同专项资金的要求执行，不准任意改变;特殊情况，必须请示。

　　四、严格专项资金初审、审核、审核制度，不准缺项和越程序办理手续，各类专项资金审批程序，以该专项资金审批表所列内容和文件要求为准。

　　五、专项资金报账拨付要附真实、有效、合法的凭证。

　　六、万元以上的专项购置经费一律实行政府采购或参与式采购。

　　七、专项资金利息收入年终一律转入本金滚动使用。

　　八、加强审计监督，实行单项工程决算审计，整体项目验收审计，年度资金收支审计。

　　九、对专项资金要定期或不定期进行督查，确保项目资金专款专用。

3、企业文化、技能培训管理制度

第一条：培训目的：为了有[计划](http://www.5ykj.com/Article/%22%20%5Ct%20%22_blank)地组织公司员工参加培训，不断地增长员工的工作知识和技能，以提高同事的工作表现和整个公司的业务表现,满足公司可持续经营发展的需要，特制定本制度。

第二条：培训原则：结合公司业务发展与组织能力提升的需要，全员参与，重点提高，讲究实效，推动学习型组织的建立。

第三条：工作职责：

1. 生产部：

生产部人员将全面负责易江南人员培训工作的开展，工作将分为以下四个方面：

1. 根据公司发展战略及业务需要，分析公司的培训需求，协助总经理制订公司培训计划及工作目标；
2. 组织、协调及跟踪培训计划的落实，完成基础培训工作和各类培训报告，以提升员工的专业度并不断改善培训状况实现培训目标；
3. 承担授课任务，专业地完成公司新员工方面的关于企业文化、企业理念等方面的内容，并完成相关基础培训工作；
4. 协助其他部门制作相关培训教材，完善培训体系；

二、其他部门：

各部门主管对内部员工负责有以下方面的培训责任：

1. 本部门员工的上岗前和在岗培训的计划拟定；
2. 编制、制作相关培训教材，特别是岗位技能方面的教材；
3. 实施培训计划，必要情况下担当讲师一职；

第四条：培训类别：为了方便管理，按培训对象和培训目的的不同分为新员工入职培训、岗位技能培训、员工态度培训、销售与售后服务技能培训、管理技能培训、拓展培训六大类。

一、新员工入职培训

（一）培训目的：

使新员工迅速了解、融入工作环境，让员工了解公司经营基本情况，如公司的发展战略、目标、经营方针、经营状况、规章制度等，让员工知晓在本单位最基本的工作行为准则，该做什么，怎么做，了解公司企业文化，提高员工对公司的忠诚度。

（二）培训对象：

入职一个月内的新员工

（三）培训内容：公司环境、企业文化、组织架构、考勤制度、公司政策、薪酬福利、安全守则等。

（四）培训责任人：生产部人员

（五）培训方式：集中上课。

二、员工岗位技能培训

1、通过培训，使员工掌握完成本职工作所必备的流程与技能，如各部门工作流程、操作技能、沟通技能、处理人员关系的技能等；

2、生产部协助完成教材的拟定，部门主管主导授课；

3、该培训需在入职3个月内完成。

三、员工态度的培训

1、通过培训，建立起公司与员工之间的相互信任，培训员工对公司的忠诚，培训员工应具备的精神准备和态度，如：团队精神、员工职业发展、快乐工作快乐生活等。

2、该培训由生产部或总经办负责授课；

3、该培训需在入职6个月内完成。

四、销售、售后服务技能培训

（一）培训目的：不断提高员工的服务能力

（二）培训内容：客户分类、如何开发客户、产品知识、业务员基本技巧、客户沟通技巧、如何维护客户关系

（三）、培训责任部门：

1、业务部门负责人负责培训教材的拟定、授课，生产部负责协助；

2、该培训所有入职6个月以内业务人员均需参与培训，并在半年内完成

五、管理能力培训

1、培训目的：提高管理人员的企业管理能力

2、培训内容：根据公司的管理需求和管理者的能力状况确定具体的培训内容，包含：如何与问题员工沟通、基础领导艺术、人员管理、时间管理、人力资源管理在企业中的作用、员工考核和激励、成本管理等

3、培训责任部门：生产部

4、培训对象：公司所有中层管理层、储备干部或资深员工

5、培训时间：视公司具体情况，每年举办一次

六、 培训责任人

一、培训责任人一般为公司副总级（含）以上人员、资深主管、生产部人员，需具备以下素质：

1、丰富的专业知识和经验：有授课所需的专业知识和实际的相关经验，有领导才能，具一定影响力；

2、熟练的培训技巧：善于沟通和交流，娴熟的演讲和问答技巧，良好的判断力和应变能力；

3、良好的个人素质和魅力：对工作有承诺，拥有饱满的热情和感染力，善于激励他人和发现问题；

二、培训责任人需完成以下工作：

1、完成公司月度培训计划中安排的培训讲课任务。

2、编写培训讲义教材。

3、协助培训班组织者做好培训评估。

4、改进培训讲课的方式方法，提高培训效果。

七、培训评估

一、培训评估，含以下内容：

1、评估培训目的的实现情况，调查受训员工学得怎样。

2、评估内部培训责任人的培训能力与水平，调查培训责任人教得怎样。

3、培训组织评估，评估培训内容课题是否适合公司发展要求，是否受学员的欢迎，调查培训计划安排做得怎样。

二、培训评估方法

1、问卷调查的方法，是本公司培训评估的主要常用办法，是通过学员填写培训评估表来进行评估的，每次培训课程结束后都必须进行此项调查。

2、考试考核，课堂作业的方法，主要用于评估培训的效果，对于一些必须掌握的政策、流程、技能等，需进行考试。

三、培训评估[报告](http://www.5ykj.com/Article/%22%20%5Ct%20%22_blank)。由培训负责人根据培训评估表和培训签到记录表编写培训评估[报告](http://www.5ykj.com/Article/%22%20%5Ct%20%22_blank)，需公司总经理签字后存档备案。

第九条：培训组织纪律

一、培训组织责任人应在开课前达到培训地点，并在培训课前做好培训教材、教具、器材，培训评估资料等的准备工作。

二、培训责任人应在开课前到达培训地点，检查教具的准备情况。

三、学员应在开课前到达培训地点，并签到后找到自己的受训位置。

四、学员、培训责任人在课间应关闭手机铃声，不准在讲课时间说电话，有妨碍他人听课的行为。

五、学员准时参加培训签到，因特殊情况需缺课的，应按考勤制度规定的审批权限办理请假手续。必须补课的应按培训计划要求办理。

4、目标、绩效考核管理制度

一、目的：有效激励日常行动，促进工作绩效改善，保证部门目标达成之目的。

二、适用范围：售后服务部全体成员。

三、考核条件：

1、据部门目标，逐级建立目标、实施方案、服务效果、预算作为考核依据，对过程及达成情况进行考核；

2、试用期人员按岗位考核指标每月进行实施方案、服务效果进行考核；

四、绩效奖金构成：

收入=年薪+绩效+超额利润奖

每季度绩效=全年绩效×23.5%，年终绩效=全年绩效×6%，

绩效额度=岗位标准绩效×考核奖金比例

五、考核规则：

1、每月24-27日，售后服务部组织统计售后人员部分考核项目，生产部主任审核，每季结束后第一个月的1-5日汇总到售后售后服务部，生产部主任进行统计汇总。

2、所有人员考核由经理审核后，向生产部提供数据，生产部经理核准后，于每季结束后第一个月15日前发上季绩效奖金。

3、考核评估采用百分制，年薪为固定工资，绩效季度发，季度考核不合格时（不满59分）时，原则上不扣工资，但不发奖金，累计两个季度绩效考核不合格或有两张黄牌或一张红牌，将取消年终绩效考评。

六、绩效考核权责：

1、客服员：对售后服务满意度、客诉率、客诉处理满意度的考核，对售后经理的考核（30%）；

2、售后服务部经理：组织并审核部门内的绩效；

3、售后服务部经理助理：组织并审核所辖区域各岗位人员的考核；

4、售后主管：所辖区域人员考核项目调查，考核数据汇总；

5、其它岗位据绩效指标层级考核。

七、绩效考核指标占比：

1、生产部人员

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | 经理、助理 | 主管 | 售后主管 | 售后文员 |
| 1 | 制度执行达成率 |  15% | 5% | 5% | 5% |
| 2 | 计划执行达成率 | 10% | 10% | 10% | 5% |
| 3 | 客诉处理满意达成率 | 15% | — | 15% | — |
| 4 | 报表准确及时率 | 12% | 12% | 10% | 10% |
| 5 | 回款达成率 | 13% | 15% | 10% | 10% |
| 6 | 回款达成率 | 10% | 10% | 10% | 5% |
| 7 | 计划准确率 | — | 9% | — | 10% |
| 8 | 发放准确率 | — | 12% | — | 15% |
| 9 | 发放及时率 | — | 13% | — | 15% |
| 10 | 售后改制及质量反馈有效处理率 | 15% | — | — | — |
| 11 | 预算控制达成率 | 5% | — | — | — |
| 12 | 沟通协调配合 | 5% | — | 10% | 10% |
| 13 | 投诉率(客户、售后、销售) | — | 8% | 10% | — |
| 14 | 工作态度 | — | 3% | 5% | 10% |
| 15 | 工作表现 | — | 3% | 5% | 5% |
| 16 | 客户档案健全 | — | — | 10% | — |

2、外勤人员

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 外勤人员考核项目 | 权重 |
| 技术工程师 | 售后人员 |
| 1 | 服务投诉处理满意度 | 10% | — |
| 2 | 客户（业务）投诉率 | 12% | 13% |
| 3 | 售后服务满意度 | 12% | 8% |
| 4 | 重复维修率 | 15% | 10% |
| 5 | 工作量占比 | 8% | 12% |
| 6 | 管理情况(帐物卡一致性) | 5% | 10% |
| 7 | 回款情况 | 8% | 12% |
| 8 | 年欠款回款率 | 5% | 10% |
| 9 | 质量反馈及处理 | 7% | 5% |
| 10 | 制度执行情况 | 8% | 5% |
| 11 | 费用率 | 10% | 10% |
| 12 | 报表及时率 | — | 5% |

八、绩效考核结果运用：

1、一年内客户投诉率超出8%或服务满意度2次未达标的区域或办事处，不参与年度绩效考核。

2、一年内连续2次排名后2名，连续2次累计3次排名最后，售后人员：工作态度好技能差者，回制造厂再锻炼，工作态度差者，淘汰。

3、一年内连续2次排名前2名；技术等级或职务上调一级，作为重点培训对象。

4、三次记大过者，给予淘汰。

5、奖惩措施在最后一次表扬或批评发生时间的次月开始执行。

6、坏帐率：超标则按超出部分的60%扣除区域的年度绩效。

7、费用超出预算控制，如无特殊原因，超预算部分不予发放。

8、据绩效考评结果，按照公司绩效考核实施办法进行项目评优。

九、考核指标的衡量标准及评分标准：

1、服务满意度、客诉率、客诉处理满意率、回款率、坏帐率、费用达成等指标，以部门分解下达的计划指标的100%作为衡量标准；

2、岗位或岗位的目标达成以岗位设定的计划指标为衡量标准；

3、评分标准：有计划衡量指标项目，按实际完成情况与衡量指标作比较核算，比值为得分，达成率超额完成封顶值为110%，控制性数据最高值为100%。其余项目按相关评分标准，给予评分。

4、具体考核计算办法及衡量标准见岗位绩效考核评分表。

十、激励方案：前提基础，经营目标完成的前提下，可享受事业部的超额利润分配。

1、奖励条件：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 年度重复维修率N次（占比30%） | 客户投诉率X（占比40%） | 客户满意度P（比30%） |
| 次数 | 得分 | 投诉率 | 得分 | 满意度 | 得分 |
| N≥12 | 30 | X≥12% | 0 | P≤50% | 0 |
| N≥10 | 50 | 12%≥X≥10% | 30 | 70%>P≥60% | 50 |
| 10> N≥8 | 80 | 10%≥X≥8% | 70 | 80%>P≥70% | 85 |
| N<8 | 100 | X≤8% | 100 | P≥80% | 100 |
|  |  |  |  |  |  |

注：有三次记过，二次记大过者，五者有一条满足的区域和个人不参与超额利润分配。

2、获单项奖或记功三次者绩效得分加五分。

3、分配原则按事业部超额利润奖励方案实施。

4、特殊奖励：适应大区工程师及售后人员

1）回款奖励：售后人员按所属办事处业务员年度超回款奖的8%计算，技术工程师(含助理工程师)按所属大区售后人员奖励平均数的2倍计算。

2）销售超额奖励：以区域业务年度销售目标为任务，基数不分区域，统一定为300万元，以超额百分数为系数，超额是指区域业务年度实际销额超销售目标，公式如下：

奖励=任务(区域业务人员) X 超额% X 个人年度绩效工资基数

※技术工程师(含助理工程师)奖励是所属大区售后人员此项奖励平均数的两倍

5、超回款奖励适用范围：生产部人员

1）超年度标准回款部分奖励办法：超年度标准回款率回款部分：是指售后人员销售回款超过标准回款率96%以上部分的回款。

奖励办法：回款超标奖励=超年度标准回款部分×50%×（1%尾数回款率×系数1.2）

注:①超年度标准回款=年度实际回款-年度销额×99%

②1%尾款回款率=（实际回款额—标准回款额）/（全年销额×1%）

③公式中(1%尾款回款率×系数1.2)最大值取1

奖励条件:售后人员全年回款达到99%以上(不含99%)

2）年度回款率计算截止时间：每年3月31日

3）兑现时间：每年4月30日

※此项奖励分配原则：主任分配系数为35%，主管分配系数为30%，售后主管分配系数为20%，售后文员分配系数为15%。

※售后经理是技术岗位及生产部人员奖励平均数的两倍

5、设施管理制度

1、基础设施管理制度

办公楼及其他公共设施为公司财产，各部门及人员在使用过程中有责任予以保护。

公共设施及用具包括：

一、公共设施维护

（一）未经批准，不得在办公区搭建、拆卸建筑物，破坏公司整体平面布局；

（二）宣传牌：未经批准，不得私自更改宣传标语及图案以及宣传牌位置；

（三）道路：后勤各部门注意管理好自己辖区路段的卫生清理；

 （四）热水器：包括办公楼一楼和职工宿舍的共计四个热水器，如有发现有损坏、漏电、制热效果差等问题需及时报告生产部，发现有故意损坏应给予警告至罚款处分；

（五）会客室：各部门接待完客户需及时关闭空调等电器，并通知生产部安排打扫；

（六）门窗维护

1.办公场所门窗在使用过程中应注意使用力度，严禁野蛮开关，严禁物体撞击损坏门窗；

2.无框玻璃门在推拉过程中，力度不可过大，以免损坏地弹簧和玻璃；

3.不得随意改变门窗开启方向；

4.所有部门人员都要积极主动监督故意损坏行为。

二、维护保养程序

（一）根据公共设施维护管理需要，办公楼及公共设施管理部门应分类制订公共设施维护检修计划，定期对办公楼及公共设施进行检查维护；

（二）如发现办公楼及公共设施损坏，应有使用部门填写维修申报单，送至生产部，生产部对损坏情况予以确认，并提出处理和维修方案。

（三）对办公楼及公共设施，如在正常使用年期限内，非正常损坏的，由使用（管理）部门或相关责任人予以赔偿。

三、赔偿办法如下：

（一）损坏金额在1000元以内（含1000元），使用部门或相关责任人赔偿50%。1000元以上的，赔偿40%；

（二）非公司职工损坏厂房公共设施的，由责任人全额赔偿；

（三）对故意损坏厂房设施人员，由责任人全额赔偿，并视情节，给予其相应的行政处分。

2、设备日常管理制度

第一章 总则

一、目的。为了保证公司设备正常的运转，提高设备的工作效率和使用寿命，特制定本制度。

二、适用范围。本制度所指设备主要包括台式电脑、打印机、复印机、电话、传真机、投影仪、笔记本电脑、相机等。

三、相关部门职责。

1、售后服务部主要负责设备的采购、保管、配发、维修保养、设备调换等事宜。

2、设备使用人，主要负责设备及附属物品的申购、使用、保管、保养、维修申报等事宜。

第二章 设备日常管理

一、设备的申请和购买。

1、工作人员根据需要提出设备的购买申请，报售后服务部负责人和总经理批准。

2、经公司领导审批后由售后服务部专人购买。

二、设备的领用。

设备需求部门根据审批的单领取。

三、设备的使用和保养。

1、使用设备前应详细阅读操作手册，严格按照操作规范操作使用，各部门负责人负责监督检查。

2、公司各类设备的保养和维修。由每个人参照规范，正确使用，注重平时保养。

3、售后服务部对个人设备运行、保养情况进行监督检查，对公共设备的运行、保养负责，设备的维修，更换零件要进行登记备案。

四、设备维修管理

1、设备发生故障无法使用时，设备使用人应报售后服务部网络设备管人员处理；网络设备管人员无法处理的，由售后服务部联系供应商统一报修或送外修。

2、在保修期内的设备，售后服务部应联系供应商进行维修；保修期外的设备，按照最经济可行的报修方案进行维修。

五、建立维修档案

1、所有设备的维修都必须建立完整的维修档案，由售后服务部统一管理，主要包括设备名称、维修日期、故障现象、故障原因、维修内容、维修费用、维修单位等。

2、售后服务部应定期统计、汇总维修情况，针对各类故障产生的原因提出预防与克服的措施，通知使用部门加以防范。

六、设备使用监督

1、售后服务部负责对设备的使用进行不定期的检查。

2、售后服务部对违规使用设备人员有提请处罚的权力。

七、设备的盘点及赔偿

1、售后服务部负责对公司所有设备进行分类，并建立设备管理台帐，每年盘点清查一次，作到账物相符。

2、在规定的使用年限期间，因个人原因造成设备毁损、丢失、被盗等，所造成的经济损失由个人承担。

八、设备的报废处理

1、报废审核。对于各部门提交的报废物品清单，要认真审核，确认不能再次利用后，经售后服务部、总经理签字后方可作报废处理。

2、对决定报废的设备，售后服务部应做好登记，在报废处理册上写清用品名称、价格、数量、及报废处理的其他有关事项。

3、报废品由售后服务部集中存放、集中处理，不得随意丢弃。

九、设备的定期例行检查

 售后服务部对公司所有设备做定期检查，周期为30-45天，不得超过45天。对所有设备运行状态进行检查，填写设备例检表，售后服务部备案。

第三章 设备分类管理

一、电脑的使用管理

（一）专人收管

1每台电脑指定专人上机，负责日常操作，其他人员不得随意使用。

2电脑使用人员设密码管理，密码属公司机密，未经批准不得向任何人泄露。

（二）电脑的操作规定

1严禁在工作时间在电脑上从事与本职工作无关的事项，严禁在工作时间使用电脑玩游戏。

2不得使用未经病毒检查的U盘，防止病毒入侵。

3严禁私自拷贝、泄露涉及公司有关机密的文件资料。

（三）病毒防护

1、对于联网的计算机，任何人在未经批准的情况下，不得从网络复制软件或文档。

2、对于计算机软件的安装由使用部门自主决定。

3、任何计算机不得安装游戏软件。

4、软件使用前要确保无病毒。

（四）硬件保护

1、未经售后服务部批准，任何人不得拆卸所使用的电脑设备。

2、拆卸电脑设备时，必须采取防静电措施。

3、硬件维护后，必须将所有设备复原。

4、各部门负责人必须认真落实本部门电脑以及配套设备的使用和保养责任。

5、各部门负责人必须采取必要措施，确保本部门的电脑以及配套设备始终处于整洁和良好的状态。

（五）电脑的保养

1、保持电脑的清洁，严禁用手、锐物触摸屏幕，使用人在离开前应退出系统并关闭电源。

2、定期对电脑内的资料进行整理，做好备份并删除不需要的文件，保证电脑运行的速度和存储。（参考公司电子文件归档管理制度）

二、电话的使用管理

1、电话由售后服务部统一负责管理，各部门主管负责监督并控制使用。

2、每次通话应简洁扼要，以免耗时占线、浪费资金。

3、禁止拨打私人电话。

4、（4）电话出现故障的可报工程维保部进行维修。

三、打印机、复印机的管理

1、为确保打印复印机的安全运转，应正确的开启和关闭，每天下班时检查好是否关闭。

2、打印或者复印完成后，必须及时取走文件，防止失密。

3、原则上禁止打印或复印私人资料。

四、传真机使用管理

1、不得使用传真传送个人资料，机密文件需经领导批准。

2、传真设置成自动接收，防止遗漏重要文件。

五、投影仪使用管理

1、投影仪平时存放于公司库房，需要使用部门向售后服务部负责人申请。

2、投影仪用于公司、部门会议以及培训。

六、其他设备的使用管理

1、专管专用，公司所有设备都要指定专人管理，其他人员使用必须经设备负责人同意。

2、设备要定期进行养护，以免老化影响使用。

3、设备的使用人员要保证设备的安全，如果因使用人员的过失造成丢失，要追究责任。

6、维修设备管理制度

一、目的

为加强对公司设备维护检修及保养的管理，规范公司设备检修保养工作，特制定本办法。

二、设备维护保养原则

1、在使用前对设备进行检查。

7、工作环境管理制度

第一条 目的

 为了给员工创造一个干净、整洁、舒适的工作环境，提升公司形象，特制定本制度。

第二条 适用范围

 本制度适用于公司全体员工

第三条 工作环境卫生管理规定

文件：

⑴把文件分为必要（有效）和不要（过期无效）的，不要的全部销毁或当环保纸使用，必要文件进行归档。

⑵将必要文件按照待处理、处理中和已处理分类放置，此外还有机密类文件。根据应用情况应将分为每日必用、常用和常不用三种，常不用的文件要尽快处置。

（3）不要的单面打印文件，请自觉拔掉订书针，在文件背后打上X后放入环保纸回收箱。

2. 办公桌（工作台）：文具必须整齐摆放。办公用品一般的常用品：笔、订书机、涂改液、便条纸、橡皮、计算器，可以集中放在办公桌的一定区域内，电脑线、网线、电话线有序放置；桌面上的东西应该摆放整齐，不得凌乱，每天上下班前5分钟必须将桌面收拾干净、保持整齐。

 3.坐椅、工作凳：办公椅必须保持干净、无灰尘、污迹。人离开办公桌后，办公椅应推至桌下。工作凳应保持干净、无破损、离开桌子时应将凳子摆放整齐。

 4.地面：应保持清洁、无垃圾布碎、无污迹、纸屑等杂物

 5.通道：所有通道必须保持畅通，不允许堆放任何物品，不得乱扔杂物。

 6.垃圾桶：垃圾桶内不允许倒茶水、扔果皮、倒剩饭菜、汤水等易惹蚊虫老鼠的杂物。应保持无异味，垃圾桶应摆放在指定的位置，不允许放在通道上。

 7.排插、电源开关：排线不得凌乱、有破损。线太长的应扎好。每天下班时必须将自己座位上的电源关闭方可离开。

8 .饮水机：放在指定地点，不得随意移动；不得将水倒在饮水机的水槽上。以免溢出弄湿地面。

 9.门窗：应保持清洁，不准随便张贴东西，不得在门窗上乱写乱画，每天下班前应将门窗关闭。

10.设备：打印机及复印机上不允许堆放不要的文件及其它物品，每天最后下班的同事负责关闭所有设备，如打印机、复印机、空调、饮水机等等。

11.冰箱、微波炉：冰箱内应保持清洁，不允许把油污、汤水溢在冰箱或微波炉内，若因不慎弄脏，请自觉清洁干净。微波炉仅供各位同事热饭使用，请勿使用微波炉热味道太浓的食物。

12.电脑：应保持干净、无灰尘，使用者每天下班前必须自觉关闭电脑及电源。

13.工作场所不允许摆放未清洗的饭盒，以免引起鼠害，饭盒不得留在工作场所过夜。

14.常用物品必须标识并整齐摆放。

15.私人大件物品不允许带入工作场所。

第四条：奖惩规定

办公桌面凌乱、地面到处扔垃圾的给予罚款50~100元；

垃圾桶内乱倒水，乱仍果皮、倒饭菜的每次罚款100元

饭盒留在生产部过夜的，每次罚款50元

下班后不关电脑、电源的，每次罚款50~100元

在生产部内吸烟的，每次罚款100元

其他违规行为，视情节严重程度，给予罚款50~300元。

对保持整洁卫生、敢于举报违反工作环境管理制度、对工作环境卫生管理作出奉献的同事给予“工作环境奉献奖”荣誉称号，并给予奖励200元。

第五条、款项提交办法

 所有罚款均以现金形式提交到人事生产部进行保管、登记。

第六条：款项用途

所罚款项用于公司员工活动（如聚餐、K歌、登山等活动）或用于奖励给各方面表现优秀的员工

第七条、本制度监督管理负责人

 由人力资源及生产部负责监督管理环境卫生，各部门按本制度之规定执行。

第八条：制度执行时间

本制度自总经理审批之日起正式执行。请各部门提前做本好本部门卫生清理，公司管理人员将不定时检查，若有发现以上违规行为，按本制度的处罚规定执行。

8、供应管理管理制度

一、总则

管理是售后服务的重要组成部分，的供应和回收管理是做好售后服务的基础。为加强计划、发放、回收和仓库管理，特制定本办法。

二、范围

本管理办法适用于服务网点的管理，经识别无外包过程

三、押金管理

1、服务网点在与我公司签订授权维修服务协议之日起10日内必须向我司交纳押金最低一万元（人民币）（可多交），由售后服务部登记备案。

2、服务网点的占用金额不能超过所交押金的1：3额度，超出部分需补足押金或以保内旧件冲减后再发放。

3、当服务网点申请取消时，公司对其进行盘点、审核，如无丢失、损坏，则公司收回所有，并退还所交押金：如有丢失、损坏等情况，则在押金中以供价扣除损失部分，并收回其它，剩余押金退还服务网点。

四、申请流程

1、申请必须以使用情况和库存情况为基础进行申请。申请分为月度申请、紧急申请、售前申请三种类型。

2、月度申请流程如下：

1）服务网点根据当月的使用情况，在每月26----30日之前向我公司售后服务部递交下月申请表。申请表必须加盖服务网点公章，以传真的方式向我公司传递。

2）售后服务部对服务网点的申请表进行审核：检查占用金额是否超过押金额度；检查服务网点的库存、申请数量等信息，确定申请是否合理。

3）售后服务部将审核后的申请表汇总成计划，送总经理批准后发放。

3、紧急申请流程如下：

1）服务网点根据自己的实际情况向我公司售后服务部递交申请表，注明紧急(紧急情况为：无、无周转机，一星期内不帮客户解决机器性能问题就退机或向媒体曝光及向消委会、工商局、技术监督局投诉的)。申请表必须加盖服务网点公章，以传真的方式向我公司递交。

2）售后服务部对服务网点的申请表进行审核：检查占用金额是否超过押金额度；检查服务网点的库存、申请数量等信息，确定申请是否合理；检查公司仓是否有可供发放。

3）售后服务部将按审核后的申请表发放并跟踪发放到位。

4、售前机申请流程如下：

1）服务网点根据售前机鉴定情况向我公司递交申请表，注明售前机。申请表必须加盖服务网点公章或经销商公章，并有区域经理的审核签名，以传真的方式向我公司传递。

2）售后服务部物料员将申请表送售后经理进行审批，审批后，售后服务部将跟踪到发放到位并监控服务网点维修到位。

五、收发流程

1、售后服务部根据总经理审批后的计划，向仓库领取后发放给申请的各服务网点。

2、售后服务部根据审批后的申请表发放各服务网点申请的。

3、发放一般原则采用随车发放，如三天内无发车计划，可采用零担的方式发放，发放后由公司通过短信的形式通知服务网点。

4、月度的发放时间为每月的二十号前，正常情况下，将各网点的申请发放到位；紧急的申请每月不能超过三次，公司在收到紧急申请后，正常情况下，在一周内将发放到位；售前机的发放时间为收到申请后，正常情况下，十五个工作日内发放到位。

5、服务网点收到后，必须及时回复公司，如果在15天之内无任何反馈，则视为所收到无误。

6、必要时可由当地区域经理申请，网点之间进行优化调拨。

六、核销流程

1、核销周期为当月1日至当月31日

2、每月10号之前，服务网点根据上月使用情况填写统计表和维修记录单装订好后与更换后的保内旧件及结算单据一起寄回我公司售后服务部。

3、售后服务部根据统计表和维修记录单对返回的旧件进行入仓核对,如无差异,则按供价进行帐面核销；如有差异，售后服务部将传真至代理商处进行核查，一个工作日内回传至售后服务部（如无回传则视为默认，将按清单的实物核销），确认后方可进行帐面核销。

4、各服务网点必须在通知要求的时间内将保内旧件发回我公司售后服务部进行实物核销，如退回的旧件超出统计表的数量，超出部分公司将给予没收处理。

5、服务网点退回的每个零上必须有故障反馈卡，经生产部服务岗位检测故障与故障反馈卡一致后才可核销。对于没故障的，将原物发回，并给予返回网点每个零400元（人民币）的罚款。

6、售后服务部对服务网点退回的废旧件进行清点、核对、建帐后移交生控岗位处理。

注：当月更换的如在下月15号（以发出时间为准）前不返回公司核销的，公司将按该批金额的90％给予核销；超过下月31号返回的零公司将不给予核销。保外的及超过下月31号返回的零返回公司核销，一经发现，我公司将对该代理商或服务网点处予该返回总额（按供价）十倍的罚款，该事件一经落实，我司有权直接从该代理商或服务网点押金或货款中扣除处罚金额。

七、仓库管理

1、仓管员负责物料出入库的帐目处理(含:开单及计帐)、统计、核算工作,保证帐卡相符;及时反映物料库存情况,整理好原始记录,装订成册;

2、负责出入库物料的安全与质量;

3、负责开出的单据办理物料的点货及登记存卡;保证存卡与实物相符,发料及时、准确、保证维修工作的正常进行。物料应有存卡,保证一物一卡,认真填写,不错记不漏记。物料应分区、分类存放，排列要整齐，摆放应上放轻，下放重，中间放经常用的。物料必须妥善保管，防止丢失损坏、锈蚀、霉烂变质、防火防盗，对易燃易爆及容易变质、变形的物料要隔离存放，勤加检查，坚持先进先出的原则。

4、仓管员坚持收发盘点、轮番盘点与全面盘点相结合。收发的物料随时盘点，每月轮番盘点，年终进行全面盘点。

5、仓库物料发现盈亏，仓管员应立即查明原因，及时追回，如无法补救的说明原因，由仓管员负责报部门主管开盘盈、盘亏单提交相关部门审批。

6、每月定期对仓库的帐、卡、物与电脑数据是否一致进行检查，对库容库貌、物料摆放及标识进行检查，对物料的保养是否妥善进行检查。

7、检查各种安全和消防措施是否符合安全要求。

8、检查有无呆滞积压物料，同时对查出的问题必须有跟踪、处理落实。

9、所有业务单据上要有必要的印鉴和签名,并整理后存档三年。

9、市场信息反馈管理制度

一、信息管理的目的

通过收集、整理、汇总和分析维修服务过程中的产品质量信息和服务质量信息，为产品质量、服务质量和服务成本的控制改进提供快速、有效的信息来源和依据。

二、信息反馈的内容

维修记录单、回访登记表、维修回访登记、申请表、统计表、故障月报表；

三、信息反馈的要求

1、服务网点应在每月10号前将上月所发生信息(如:维修情况及遗留问题等)内容用回访登记表、维修回访登记表、统计表、故障月报表汇总，以电子邮件的形式反馈到售后服务部。

2、超过当月15号收到的结算信息当月单据不给予结算，转下月进行结算；超过当月31号收到的结算单据，按90%在下月进行结算；没电子文档的结算单据公司将不给予结算。

四、信息的预前处理

1、接到用户服务需求,话务员必须详细为用户进行解释,并指导用户排除故障,未能排除故障的提供维修服务．

2、回访比例及要求

1）服务网点应对所发生的维修业务进行100%回访.

2) 售后服务部对所发生的维修业务进行15%的抽查回访,维修业务进行30%的抽查回访.

3）通过回访的维修业务必须在单据上注明“回访情况”．

五、超标准结算的批准权限

1、产品在超标准(如:非免费保修范围)服务，而用户却强烈要求免费服务的情况下，售后服务经理有权批准予以免费服务，并在结算单据上签名确认。

2、区域经理特批次数每月不得超过1次，每次金额不得超过300元；

3、售后主管特批次数每月不得超过2次，每次金额不得超过400元。

超出以上权限的必须经售后服务部经理批准。

注：特批的维修单需跟批准的售后工作联系书、每月需结算的单一起装订后寄回公司售后服务部结算。

六、服务网点接到售后服务部传递的顾客维修需求，应在规定时间内处理，并将处理结果在一个工作日内反馈回信息来源处。如属其它代理地区卖到另一个代理地区的产品，当地的代理商应按售后保修政策给予顾客提供维修及退换机服务。如服务网点没按售后服务部通知规定的时间去处理，又没有反馈回信息，造成用户投诉，售后服务部有权对服务网点处予伍佰圆（500元人民币）----壹仟圆（1000元人民币）的罚款，并有权直接将罚款的金额在当月的维修费用中扣除。如属违反公司销售政策，属窜货行为的，需先为已销售到自己代理区域的顾客进行维修，然后将违反公司销售政策的相关信息以文字的形式传回公司售后服务部，售后服务部将进行核实，如有违反销售政策行为，将按公司政策给予相应的处罚，幷对受损代理商做出相应的补偿。

七、各服务网点在经销(或维修)产品时，如遇到重大的事故应在接到信息后一个小时内电告我公司售后服务部，同时前往现场控制事态扩大，做前期处理（包括安抚顾客、处理现场、送伤者入医院等），等待我公司派员处理，争取降低损失，减少影响，主要重大问题如下：

1、顾客在使用我公司产品时发生失火、爆炸、触电、大面积漏水等事故，导致顾客财物受损或人身伤亡，造成顾客投诉的；

2、用户对产品质量或服务质量不满投诉至消费者委员会、媒体或其他政府机关部门的；

3、成批产品出现质量问题造成投诉的；

4、产品因市场抽查被判为不合格品的；

5、产品因准销证、生产许可证、电工认证等问题造成不允许销售或扣货罚款的。

注：若因代理商或服务网点没有及时反馈信息或不积极协助处理；或工作不到位造成顾客投诉、媒体曝光、事态扩大、产品查封等，代理商或服务网点应承担由此产生的全部损失，并处以壹仟圆（1000元人民币）至壹万圆（10000元人民币）的罚款, 公司有权单方终止协议及保留法律追究的权利。

10、商品配送管理制度

 客户满意度是公司生存与发展的支柱，向客户提供满意的服务既是公司自身发展的基本策略，也是公司市场竞争优势的体现，持续提高服务水平和服务质量是公司经管理的重要工作之一。为规范配送服务行为，确保配送服务质量，提高客户的满意程度，树立企业良好的形象从而创立企业品牌，特制定本制度。

配送员岗位职责

1、 根据维修人员所出单据，到库房领取货物，并签字确认。

2、 根据客户要求，及时送货。

3、 送货过程中保证货物包装良好。

4、 送货前确保产品正常，做到安全出行。

5、 行驶中严格遵守交通规则，如遇相关情况，详见产品管理制度

7、树立公司的专业形象，保证公司的名誉不受到侵害。

 二、配送员管理制度

1、着装整洁，保持个人清洁卫生，不能穿拖鞋。

2、送货前与顾客联系告知大致到达时间。

3、 验收货品质量有问题时的服务：送货当场发现的，属于质 量问题的，要帮助顾客做好换货登记工作；不是当场发现，顾客反 映有质量问题的，做好详细登记，承诺在24小时内会给顾客一个满 意的处理方案，并上报公司，退回货品应尽早送回。

4、当日开具销售单的货品，必须当日清完。因配送员个人原因导致货物丢失、损坏的，由配送员按货品价值赔偿；开单未送的，每单罚款50元；如因客户原因未送达，和销售经理沟通汇报未送达原因。

5、点货配货时，送货员应核对货品名称、规格及数量，并签字确认，货品一经出库，再发现拿错货、数量不对等问题，公司概不负责。

11、售后商品维修管理制度

1. 职责

维修组负责售后产品的维修以及样品组产品维修。

2 返厂维修的产品

2.1对于返厂维修的产品，维修人员收到生产部服务岗位提供的需维修产品后，确认数量与维修产品登记表上一致并按规定区域集中管理；维修人员负责维修；维修后的产品由售后服务部通知售后服务部发给客户。

2.2 维修人员应按时间要求对产品及时进行产品问题确认和原因分析并进行维修，并认真填写维修记录；维修好的产品需经品管检验合格。

* 1. 未经服务受理人员接收的情况下，直接交由维修人员，维修人员有权拒绝实施维修；同样，在未经验收合格的情况下，维修人员不可将产品交给顾客。
	2. 维修人员在维修产品过程中如发现产品损坏严重，无法修复或无修复必要时，应将维修产品

退回服务受理人员，由服务受理人员根据产品保修期限进行处理；当维修产品处于保修期内且需要返还用户的，由生产部服务人员按报废程序处置并为用户调换相应产品；由于用户自身原因造成器材无法修复的，直接退还给生产部服务人员并告知原因；当维修产品超过保修期且需更换零件时，要告知生产部服务人员需收费；在保修期内产品经两次维修后仍无法排除故障时，需告知生产部。

3 记录管理

4.1 维修产品管理记录包含维修记录表。

4.2 记录要求真实、准确、及时；记录保持清洁、完整，每月统计一次.

4 不定期进行总结

为便于公司及时掌握产品本身存在的质量问题或缺陷，确保产品可靠性得到及时、持续的改进，维修人员应对返厂产品和维修过程中所反映出的因产品本身质量问题（元器件质量、设计及工艺缺陷、生产过程控制等）导致的故障，应不定期进行总结、归纳，并以月度为总结形成维修产品质量问题分析报告，提交至生产部，供其进行具体的质量分析、研究和改进。

12、客户信息保密管理制度

1、目的

为保障客户隐私权益，特制定客户保密管理办法。

2、适用范围

本规定所指的客户信息，包括在服务过程中所有涉及用户隐私的用户信息资料。

本规定所指的系统(存储有客户信息的系统，以下简称“相关系统”)是指直接存储某些客户信息的系统，如OA办公、网站平台、短信岗位、呼叫岗位等等或能间接从其它系统获得客户信息的业务系统或支撑系统。

本规定针对客户信息产生、传输、存储、处理、消除等各个环节，系统完整地提出保密要求。客户信息载体包括电子和纸质两种形式。以电子方式承载客户信息的系统范围包括但不限于：传输以及使用公司各种业务或者进行业务运营管理的所有业务系统、支撑系统。

本规定适用于公司内部人员和第三方系统开发、维护人员。如客服人员、网站等各系统维护人员、工作于我公司的各心理专家、在本地或者通过远程方式进行技术支持的厂家技术人员、合伙企业等等。

3、 客户信息管理要求

各系统管理员应明确识别各系统中存储、传输的客户有关信息，并具体标注需要保护的客户信息类型等等，按照本管理规定要求制定各类信息及系统的客户信息保密管理规定细则。对于各相关系统中的客户信息，未经授权许可不得查询，更不能用于维护服务之外的其它商业用途。

4、 系统安全功能要求

各相关系统应在信息获取、处理、存储、消除各环节保护客户信息的完整性、保密性、可用性，具备但不限于如下功能：

（1）客户信息存储时应具备相应的安全要求，包括存储位置、存储方式等，对于重要的客户信息，应根据系统实际情况提供必要的加密手段。

（2）应具备完善的权限管理策略，支持权限最小化原则、合理授权，对不能支持此原则的系统，应减少掌握该权限的人员数量，并加强人员管理。

（3）具备完整的用户访问、处理、删除客户信息的操作记录能力，以备审计。 新建系统必须满足本要求，对于不支持本要求的已建系统，应根据实际情况在系统升级中进行改造。

（4）在传输客户信息时，经过不安全网络的，需要对传输的客户信息提供加密和完整性校验。

5、系统管理要求

禁止在相关系统中运行与业务无关的其它程序，尤其是可能自动获取用户资料的程序。

按照最小化原则配置账户权限，保证对客户信息的访问不得超过本身工作范围。对于访问相关系统的用户，能直接获得客户信息的，必须经过授权，未经授权的用户不得访问该系统。

应对相关系统的对外接口（互联网、系统间、第三方系统、合营系统等）定期检查，避免出现不可控访问路径。

6、授权要求

特殊情况下查询客户信息（例如公安机关侦破需要），应按照审批流程、获得主管领导的审批授权。

7、 用户管理要求

本规定中的公司内部人员主要包括两类：

系统管理员：包括与客户信息有关的系统维护管理员和应用系统管理员，系统维护管理员指直接负责系统有关维护和管理的人员。

普通用户：指具体使用系统的人员，如售后服务部门、售后服务部门、监控部门人员等。

第三方人员：指因维护需要而拥有维护系统或者能够间接获取客户信息的第三方相关系统帐号口令的非本公司人员，如开发商、集成商、设备提供商、合作伙伴等。

以上人员因工作需要而获得的客户信息，未经许可不得告知他人，更不能作为商业用途使用。系统用户有严格保守客户信息的义务和责任。

以上人员都应与所属公司签订保密协议，明确保密责任。如发生私自查阅或者泄漏客户信息的行为，将按照公司相关管理规定进行处罚，情节严重者移交法律机关处理。

13、顾客满意管理制度

1．目的和适用范围

为了收集顾客对本公司所提供的产品和服务的满意信息，了解顾客的要求和期望，提高公司的产品质量和服务水平,提高顾客满意度和忠诚度，特制定本制度。

本制度适用于与公司签约或有业务、和顾客。

2．术语

顾客：接受公司产品或服务的组织或个人。

顾客满意度：以市场上消费过或正在消费的产品、服务为对象，量化各种类型和各个层次的顾客的评价，从而获得的一种综合性评价指标。它从顾客的角度测量企业产品、服务究竟在多大程度上满足了顾客的要求。

3．管理职责和权限

3.1售后服务部负责顾客满意度调查计划的编制、顾客满意度调查内部信息及外部信息的收集及顾客满意度调查统计结果的分析及反馈。

3.2售后服务部负责组织实施顾客满意度调查表的发放和回收工作，负责向市场经理报送顾客满意度调查相关信息。

3.3 售后服务部负责顾客不满意问题的原因分析与整改建议，各相关部门负责制定并执行相关的纠正与预防措施。

3.4 售后服务部负责跟踪纠正和预防措施的实施、监控及效果确认。

4**管理内容与方法**

4.1编制顾客满意度调查计划

顾客满意度调查计划是经营计划中的重要组成部分，售后服务部门于每年度初根据上年度顾客满意度和不满意度的状况，拟定本年度的“顾客满意度调查计划”，经公司领导审核后执行。顾客满意度的具体指标在每年度公司质量目标体现，并作为对管理体系业绩的一种测量。必要时可委托第三方机构进行顾客满意度评价。

4.2顾客满意度信息的收集

除向顾客发送“顾客满意度调查表”进行调查外，顾客满意度信息的收集细分为内部信息与外部信息，由售后服务部负责收集，并建立相应的记录。

内部信息收集包括以下内容，但不限于此: 合同协议的履约情况；交付情况(交付的及时性、准确性)等。

外部信息收集包括以下内容，但不限于此:顾客对产品质量的意见和建议、对服务质量的意见和建议、对价格的意见和建议。

4.2.1内部信息的收集

4.2.1.1顾客以面谈、信函、电话、传真等方式对公司交付产品的质量与服务提出意见和建议时，接收部门应做好相关的记录，并于每月8日前向销售经理报送上月合同执行情况表。

4.2.1.2收到顾客对交付质量的投诉、抱怨等按顾客抱怨管理制度实施和监控。应于下月初向售后服务部门报送相关的内部信息(包括上月最终确认存在产品质量问题批次数、用户反馈缺陷产品件数、数量准确批次数

4.2.2 外部信息的收集

4.2.2.1 售后服务部通过发放和回收顾客满意度调查表的方式收集顾客满意度的外部信息。

4.3.编制顾客满意度调查表

4.3.1公司确立的顾客满意度主要通过顾客满意度指数来体现，主要包括六个变量：顾客期望、顾客对质量的感知、顾客对价值的感知、顾客满意度、顾客抱怨、顾客忠诚。具体的顾客满意度指数模型如下：



4.3.2顾客满意度指标体系分解

| **二级指标** | **三级指标** | **四级指标** |
| --- | --- | --- |
| 顾客期望 | 顾客对产品或服务的质量的总体期望顾客对产品或服务满足需求程度的期望顾客对产品或服务可靠性期望 | 我司产品与顾客的理想产品是否吻合？ |
| 顾客对质量的感知 | 顾客对产品或服务质量的总体评价顾客对产品或服务质量满足需求程度的评价顾客对产品或服务质量可靠性的评价 | 1、产品稳定性2、产品耐用度3、交付及时性4、售前服务 |
| 顾客对价值的感知 | 给定价格条件下顾客对质量级别的评价给定质量条件下顾客对价格基本的评价顾客对总价值的感知 | 产品性能与价格比 |
| 顾客满意度 | 总体满意度感知与期望比较 | 对公司总体满意度 |
| 顾客抱怨 | 顾客满意抱怨顾客投诉 | 售后服务 |
| 顾客忠诚 | 重复购买的可能性能承受的涨价幅度能抵制竞争对手降价幅度 | 重复购买可能性 |
| 注：四级指标根据三级指标及公司的实际情况进行分解，不限于本表单所列项目。 |

4.3.3确定二级指标权重

4.3.3.1确定二级指标标度

| 标度Aij | 定义域 |
| --- | --- |
| 1 | i指标与j指标同样重要 |
| 3 | i指标比j指标略重要 |
| 5 | i指标相对于j指标很重要 |
| 7 | i指标相对于j指标非常重要 |
| 9 | i指标相对于j指标绝对重要 |
| 倒数 | j 指标与i指标比较值Aji=1/Aij |

4.3.3.2二级指标两两比较矩阵

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 　AjAi对比权重 | 顾客期望 | 顾客对质量的感知 | 顾客对价值的感知 | 顾客满意度 | 顾客抱怨 | 顾客忠诚 |
| 顾客期望 | 1 |  1/3 |  1/9 | 3  |  1/5 |  1/7 |
| 顾客对质量的感知 | 3  | 1 | 5 | 9  | 3  | 7 |
| 顾客对价值的感知 | 9  |  1/5  | 1 | 3  | 3  | 3  |
| 顾客满意度 |  1/3  |  1/9  |  1/3  | 1 |  1/3 |  1/3 |
| 顾客抱怨 | 5  |  1/3  |  1/3  | 3  | 1 |  1/3 |
| 顾客忠诚 | 7  |  1/7  |  1/3  | 3  | 3  | 1 |
| 列总合 | 76/3 | 668/315 | 64/9 | 22/1 | 158/15 | 248/21 |

4.3.3.3二级指标标准两两比较矩阵

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 顾客期望 | 顾客对质量的感知 | 顾客对价值的感知 | 顾客满意度 | 顾客抱怨 | 顾客忠诚 | 行平均值 |
| 顾客期望 |  3/76  |  105/668 |  1/64  |  3/22  |  3/158 |  3/248 | 0.0633  |
| 顾客对质量的感知 |  9/76  |  315/668 |  45/64  |  9/22  |  45/158 |  147/248 | 0.4300  |
| 顾客对价值的感知 |  27/76  |  63/668 |  9/64  |  3/22  |  45/158 |  63/248 | 0.2109  |
| 顾客满意度 |  1/76  |  35/668 |  3/64  |  1/22  |  5/158 |  7/248 | 0.0363  |
| 顾客抱怨 |  15/76  |  21/668 |  3/64  |  3/22  |  15/158 |  7/248 | 0.0892  |
| 顾客忠诚 |  21/76  |  5/668 |  3/64  |  3/22  |  45/158 |  21/248 | 0.1394  |
| 合计 | - | - | - | - | - | - | 0.969 |

4.3.3.4指标特征向量

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 二级指标 | 二级指标权重 | 备注 |
| 顾客期望 | 0.063  | 1、二级指标权重之和偏差0.031，在具体计算统计时作为修正值；2、四级指标的具体权重在调查问卷上直接体现 |
| 顾客对质量的感知 | 0.430  |
| 顾客对价值的感知 | 0.211  |
| 顾客满意度 | 0.036  |
| 顾客抱怨 | 0.089  |
| 顾客忠诚 | 0.139  |

4.3.4售后服务部门根据本制度4.3.3项目内六要素和公司实际状况对顾客满意度调查的内容和项目进行策划。并将策划的顾客满意调查项目和内容以“顾客满意度调查表”的形式列出，经认证负责人审查批准后，由国际部、国内部负责进行顾客满意度的调查工作。

4.3.5“顾客满意度调查表”中的调查项目评价按等级划分，如“满意、较满意、一般、不满意”等，开放项目的调查，如“其他意见或建议”等，由顾客根据本公司实际所提供的产品质量、交付和服务等状况进行填写。

4.3.6当顾客用自己的相关表单来评价对公司的满意度调查状况时，应优先采用顾客的相关表单与之进行沟通。

4.4顾客满意度调查的频次、方式、范围。

顾客满意度调查每年不少于1次，售后服务部门可以通过传真、电子邮件或拜访等方式发放和回收顾客满意度调查表。顾客满意度调查范围覆盖年销售额不少于2万元的客户的20%。

4.5顾客满意度调查表回收

调查表发出后，售后服务部门负责追踪、反馈，并与顾客联络其填写后回传的状况，做到及时回收。外部顾客调查表或调查问卷的回收率应不低于70%。

4.6顾客满意度调查统计、汇总、分析：

4.6.1“顾客满意度调查表”回传至本公司后，由售后服务部门负责接收、登记，售后服务部门接收调查表后，及时传递至售后服务部门，由售后服务部门展开统计与分析。每个顾客总评分小于80分为不满意，80～90分为满意，大于90分为很满意，必要时可以就有关具体事项与顾客进一步沟通，以获得更具体、详细的信息，同时取得顾客的理解和信任。

问卷设计中按照四级指标的归纳各取平均分后，汇总到二级指标内，二级根据4.3.3.4的权重比例进行统计和计算，计算出公司的顾客满意度指数，编制顾客满意度测评报告。

4.6.2顾客满意度指数公式

顾客满意度指数CSI=∑λiXi

其中：λi—第i项指标的加权系数 ；Xi—顾客对第i项指标的评价（取该项平均分）

4.6.2.1其中二级指标的“顾客抱怨要素”计算过程如下：

顾客抱怨得分=[(A+B+过程审核得分)+C]÷4

其中：A-顾客对交付产品质量的得分 B-交付产品及时性、准确性等

(A+B+过程审核得分) -计算时根据四级指标的满分权重做相应的转换

 C—四级指标得分

A=60×(1－)＋40×(1－)

B=｛30×交付及时批次数＋20×(数量准确批次数＋品种正确批次数)＋10×(标识正确批次数＋包装完好批次数＋无额外运费批次数)｝÷本测量期向顾客交付批次数

过程审核得分：当有顾客对公司进行过程程序审核时，过程审核得分采用顾客审核结果；当没有顾客审核结果时，采用公司过程审核结果；当本测量期既无顾客过程审核，又无公司内部过程审核结果时，过程审核得分视为满分。

4.7顾客满意度评价

售后服务部门在4.6款顾客满意度调查表统计汇总得出顾客满意度指数及各项指标分析的数据基础上,结合本制度4.2条中平时收集到的内外部信息对顾客满意度进行评价,形成顾客满意度评价报告，经分管领导审核后，报告总经理。

4.7.1顾客满意度评价报告中应体现出顾客满意的趋势和不满意的主要方面，改进的意见建议等，并有客观书面资料予以支持。

4.7.2顾客满意度评价报告经总经理批准后，由质量管理部门对相关部门、车间发出整改通知。必要时由认证负责人组织售后服务部门、生产部服务岗位门、生产车间、质量管理部门等部门，制订持续改进措施计划。

4.8顾客不满意事项的整改

4.8.1相关责任部门收到整改信息后，应按体系改进管理制度的规定进行不满意度原因分析，并制定纠正与预防措施，并反馈给质量管理部门和售后服务部门。

4.8.2质量管理部门根据相关责任部门拟定的纠正与预防措施进行追踪及效果确认，对确认无效的由相关责任部门重新进行原因分析和重新拟定纠正与预防措施，直到问题得到有效解决和处理。

4.8.3经确认有效的，如有必要将其予以标准化，由质量管理部门将确认有效的结果和数据及资料通知相关部门，由其进行标准化，若标准化影响文件与资料的修改，则由相关责任部门依文件控制管理制度进行作业，标准化完成后则此案方可结案。如无需标准化，则由生产部将效果确认的结果通知相关责任单位进行结案。

4.8.4如顾客有要求时，售后服务部门应将责任部门针对顾客不满意的主要方面所拟定的纠正与预防措施经认证负责人批准后，反馈给顾客。

4.9售后服务部门年终应总结顾客满意度调查、评价和整改情况。

4.10与顾客满意度调查有关的质量记录，由各相关部门参照记录管理制度进行。

14、顾客投诉处理管理制度

1.0 目的：明确客户意见及投诉分类，规范客户意见及投诉处理责任部门及运作方式，提高公司市场反馈响应速度与解决问题效率，促进公司产品质量、销售运作、物流运作和客户服务水平的不断提高，从而持续提高客户满意度。

2.0 范围：适用于所有涉及公司产品、市场销售、物流和客户服务的意见和投诉。

3.0 职责:

3.1 售后服务部负责公司各类市场销售文件通知对客户的发放，并承接各类客户投诉；

3.2 相关归口部门负责客户意见及投诉问题的调查与解决；

4.0 内容

4.1 客户投诉分类

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 客户投诉分类 | 定义描述 | 处理归口岗位 |
| 按程度 | 按内容 |
| 严重投诉 | 服务质量类 | 指未能依公司制度、要求工作，交货周期、订单处理、员工服务态度意识或工作行为未能达到客户需要而引发的投诉。 | 对应系统负责人 |
| 外观包装类 | 指产品在物流运输过程中发生的外观破损、淋湿或其他损坏。 | 仓储部门 |
| 产品质量类 | 指生产过程中出现的未经检出而发货到客户手中的不良品，或其他原因引起的产品质量缺陷所导致的客户投诉。 | 生产部 |
| 轻微投诉 | 建议类 | 指客户对公司现行市场政策所提出的意见、建议，或者客户提出的公司应新建的市场政策意见或建议。 | 售后服务部门 |
| 其他类 | 指因对公司市场有关政策（包括销售政策、物流政策等）的误解、不理解、不知晓或其他原因而造成的客户对公司的不满的，客户泛泛而谈的没有主题的观点、牢骚和怨言。 | 客服经理售后服务部门 |

4.2 客户投诉处理

4.2.1客户投诉处理流程详见附件一。

4.2.2投诉的承接

4.2.2.1投诉承接窗口与责任人：

投诉、索赔处理岗位为公司承接客户投诉的唯一窗口，客户主任为承接客户投诉的主要责任人，客户主任不在岗期间，必须委托本部门其他员工予以代理。

4.2.2.2投诉承接方式

1）公司接收客户或业务人员电话或书面形式投诉，公司投诉电话为05718608254；

2）客服接到投诉电话时，应认真在客户投诉登记及跟踪处理记录表单“投诉承接”栏内进行记录；对于书面投诉，也应在收到投诉后第一时间内电话咨询投诉人详细情况并作记录。

3）“投诉承接”栏的填写要求：

①“单号”的编码规则为AABBCCDDD，AA代表年度，BB代表月份，CC代表日期，DDD代表年度内投诉次数，如“180112099”表示2018年度01月12日承接的投诉，为2018年度第99起投诉；

②投诉承接表头的基本信息应记录清晰明确完整；

③投诉事件描述应将事件的时间、地点及具体内容表述条理清晰客观，特别是对于严重投诉类事件。

4）客服在清楚理解投诉人所表述的内容后，对事件内容进行判断并将投诉进行分类标识；

5）对于能立即答复的投诉特别是客户抱怨类投诉，客服应立即给投诉人解答以解决问题；对不能立即解决的问题，客服应根据责任归属填写转交处理部门及岗位并签字确认，经总经理审批后转交对应岗位调查处理；

6）投诉转交时，客服与接收人应凭客户投诉转交处理联系单进行交接，双方签字确认后联系单由客服存档备查。

4.2.3投诉的调查处理

4.2.3.1抱怨类投诉处理

1）对于抱怨类投诉，客服在承接后应立即给以解答与释疑，及时消除客户的误解、牢骚和怨言；

2）对于因客户对市场有关政策的不知晓、不理解或误解而引起的抱怨，客服在妥善答复客户后，亦应转交销售副总经理，追查相关业务人员责任。

3）为确保客户熟知公司市场有关政策，降低抱怨类投诉率，公司对客户发放各类文件、通知规范如下：

①相关部门拟定文件/通知，经系统负责人审核，总经理审批后，交由客服书面传真到各客户，客服为公司唯一向客户正式发文岗位，其他任何部门不得向客户发放各类文件/通知；

②客服应确保相关文件/通知及时发送到所有相关客户手中，并将各类文件/通知分类存档，以备查阅；相关文件/通知应同时知会各业务人员（可以是电子版本）；

③销售经理负责及时将相关文件/通知内容知会对应客户，确保客户熟知与理解；

④因客户对市场有关政策的不知晓、不理解或误解而引起的抱怨类投诉，每发生一次，对于责任销售经理处以50元经济处罚；

⑤未经有效审批，或私自向客户发文或传达非正式市场政策信息者，每人次处以50元经济处罚；由此而造成客户误解而引发投诉，当事人处以100元经济处罚；

⑥此类处罚由副总经理（销售）调查，并提出处罚，在客户投诉登记及跟踪处理记录表单“投诉调查处理意见”相关栏内填写意见，经总经理审批后执行；

⑦所有对外发文客服需提交综合管理部存档备案。

4.2.3.2建议类投诉处理

1）对客户所提出的意见和建议，客服应详细了解背景与具体内容，并详细记录；

2）有价值的客户建议应提交副总经理（销售）进行研究处理；无价值的建议客服应在承接投诉同时向客户进行分析并有艺术性的回绝；

3）副总经理应及时对客户建议进行调查研究，并在“投诉调查处理意见”相关栏内填写意见，经总经理审批后执行。

4.2.3.3产品质量类投诉处理

1）产品质量投诉处理分外部处理与内部处理两个步骤进行，外部处理旨在调查事件真实情况，认定工厂与客户责任以及处理方式，并与客户达成共识；内部处理旨在根据外部处理相关决定组织返修、发货，并追究内部相关岗位人员责任，制定纠正预防措施。

2）外部处理

①公司成立产品质量投诉处理委员会，负责产品质量类投诉的外部处理工作，委员会成员及对应职责如下：

|  |  |
| --- | --- |
| 成员 | 职责 |
| 主任 | 总经理 | 参与外部处理过程，负责处理结果的最终决策。 |
| 常务主任 | 售后服务部经理 | 接收售后服务部转交投诉，并组织委员会处理；负责返修费用的核算、返修周期的确定。 |
| 会员 | 仓储负责人 | 参与外部处理过程，负责运输费用的核算、交货期限的确定。 |
| 销售经理 | 参与外部处理过程，负责产品质量投诉基本资料的收集；负责处理过程与客户间的沟通。 |

②接收售后服务部转交的产品质量投诉后，应立即通知关联销售经理到现场调查，获取现场资料；

③销售经理接到通知后就立即到现场收集产品质量投诉基本资料，资料应客观、真实、全面，并在客户产品质量投诉处理备忘单清晰记录，不得弄虚作假；属销售经理代客户提出的质量投诉，在提出投诉时销售经理应将客户产品质量投诉处理备忘单一并提交售后服务部；

④根据获取的基本资料，组织委员会成员召开现场或电话会议，对事件进行分析，并就“责任认定”、“返修费用预算”和“返修交货备忘”等形成一致意见；

⑤销售经理根据会议精神，就处理意见与客户进行沟通确认后，进行会签；

⑥若客户对处理有异意，销售经理应尽量从客观事实出发帮助客户消除异意；对客户合理要求销售经理应反馈委员会再行讨论，直至达成共识；

⑦客户产品质量投诉处理备忘单应在售后服务部门经理接收到投诉处理后第2个工作日内完成。

3）内部处理

①返修处理：销售经理根据备忘单返修期限安排厂家返修，并跟踪返修进度；

②发货处理：跟踪返修产品的发货整个进度；

③质量事故委员会依据质量事故处理规定对相关责任人进行处理，处理期限不得超过接收投诉后的3个工作日。

4）销售经理负责在客户投诉登记及跟踪处理记录表单“投诉调查处理意见”栏对事件处理情况进行描述。

4.2.3.4服务质量类投诉处理

1）由引发服务质量类投诉的责任人所在系统负责人负责对投诉的调查和处理；

2）服务质量类投诉依据员工基本素养规范、订单处理规定处理，制度未涉及问题由对应系统负责人根据实际情况提出处理意见；

3）对应系统负责人应在接收投诉后第2个工作日完成处理意见并反馈客服。

4.3 客户投诉回复

1）客服在得到投诉处理人反馈后，应第一时间了解清楚具体情况，并向客户知会投诉事件的处理意见，体现公司对客户投诉的响应速度与对客户的重视；

2）在知会客户投诉处理意见的同时，客服应了解客户对本次处理的满意程度，获取客户真实想法，并作记录。

4.4 客户投诉回访

1）产品质量类投诉在返修产品交货期第2天，客服应回访客户，了解客户对处理结果的满意程度，并作记录；

2）其他类问题投诉在回复客户处理意见后15天，客服应回访客户，了解类似事件是否发生、员工服务质量是否转变等内容，了解客户满意程度以及纠正预防措施的有效性，并作记录；

3）回访客户时，客服应展示出公司对客户的关心与重视。

4.5 本制度执行监督

1）客服及投诉处理人应严格按照时间要求积极处理，不得以任何理由拖延处理，否则每拖延1天，给以相关责任人50元处罚；

2）客户投诉登记及跟踪处理记录表单各签批人签署意见时应同时签署日期；各投诉回访完成后客服应投诉处理相关表单交售后服务部备案；

3）客服应严格依本制度要求做好投诉承接、回复和回访工作，并真实记录，售后服务部将不定时组织抽查，发现作假现象，每次给以客服200元处罚；严重行为作开除处理；

4）客服应积极承接客户各类投诉，不得隐瞒，不得拒绝受理，否则每次给以客服200元处罚；严重行为作开除处理；

15、产品系统性缺陷信息公开和召回制度

1、目的

为使进入流通领域的、由各种原因导致的不合格产品及时、快速、完全的召回，特制定本程序。

2、适用范围

本程序适用于本公司提供的已进入流通领域的不合格产品的处理。

3、相关文件

标识和可追溯性

4、职责

4.1总经理负责指导组成产品召回工作小组，并负责产品召回计划的审批。

4.2销售经理负责客户投诉的受理及根据产品召回执行召回时的对外事宜的联络工作。

4.3售后服务部负责追查客户投诉案发生的原因，及根据实际情况，提供处理意见，并制定产品召回计划。

4.4售后服务部门配合售后服务部参与投诉案的原因追查，并提供处理意见。

4.5采购部门负责公司采购物资的客户投诉对外联络事宜。

5、程序

5.1产品召回小组：公司应在总经理的指导下成立产品召回工作小组，作为处理产品客诉和产品召回事宜的常设机构。

5.2索取产品信息：产品应有明显的标志，标有生产企业名称、生产批号、产品规格、数量等信息，以便召回时易于识别。

5.3客诉案的受理

5.3.1业务员收到投诉或产品不合格信息，应对不合格产品的性质、发生状况、影响程度以及投诉人的个人资料和联系方式等仔细询问了解，必要时应安排对不合格产品做隔离等措施，以防止危害的扩大，以上过程应如实记录于客户投诉处理单中。

5.3.2根据客诉案的性质，由产品召回小组负责不合格原因分析。涉及产品加工安全卫生的客诉交由售后服务部和售后服务部门负责分析查找原因，涉及外购物资的客诉则由采购部门负责处理。业务员应随时跟踪客诉原因的分析进度，以便于用最快速度和方式对不合格品做处理，以尽量减少所造成的危害。

5.4客诉案的原因追查

5.4.1售后服务部和售后服务部门接受客诉案后，通过公司内部标识和档案，对不合格品的发生原因，从生产各环节进行调查，并将不合格批次产品的生产数量、进入销售环节的数量、销售区域分布广度和企业现库存等信息，记录于产品召回计划中，作为回收操作的执行依据。

5.4.2公司生产和检验的记录的保存期应超过产品的保质期，以便于不合格产品的原因追查。

5.4.3对于召回的产品，售后服务部和售后服务部门应提供相应的控制措施，以避免已召回的产品对生产和环境可能造成的危害。

5.4.4售后服务部和售后服务部门分析不合格产品的产生原因和危害时，还应考虑其危害所影响到其他产品的可能性，必要时应扩大产品的召回范围和数量。

5.4.5对于外购物资的投诉，采购受单后，应及时将案情用传真的方式通知供应商，督促其采取相应的补救措施；必要时，采购应先行会同售后服务部人员制定产品的召回计划，由售后服务部召回发往销售单位的剩余产品，以避免更大的危害和损失。

5.5召回作业的展开

5.5.1制定召回计划：经总经理或其授权人审批后的产品召回计划，由售后服务部负责着手联系相关部门立即予以实施。

5.5.2通知

A．一旦确定产品必须要召回，业务员应立即通过电话或者传真等各种方式迅速通知顾客和其他相涉及机构。

B．对顾客发出的传真和声明中应详细列明产品的名称、订单号、批次好、发货日期、产品包装标识、召回的原因及其涉及的危害和对产品的预处理方法。

C．售后服务部应负责确保通过电话、传真通知到所有的收货人，并随后寄发书面召回函件以获得法律上的保证。

D．据上述召回分类，通过通讯媒体公开发布警告或通告实施回收，大力减少召回产品被使用而造成的危害。

E．公司应当及时将产品召回信息向顾客及其他相关机构传达，信息传达的时间以接到产品召回指令到通知全部顾客为准，在周一至周六，时间不超过4小时，在周日时间不超过6小时。产品召回小组名单应列出个成员直接的通讯方式，以便任何时间可以取得联系。

5.5.3补货和物流安排：

 在顾客处的召回品应尽快被送回公司，为弥补客户的损失，售后服务部门应根据客户回收品库存清单的数量安排补货，通知售后服务部门和仓库为客户提供数量相当的货品，并将合格品送到客户处。

5.5.4召回产品的储存：

 召回来的产品应和那些未发货的产品一起存放在专门的不合格品区内，和合格品分开，并有清晰的标识，标识内容包括：召回品原因、处理方案、数量、处理部门等信息。

5.5.5回收品的重新检查：

 售后服务部应对已召回的产品的数量和品质状况进行检查，确认是否与产品召回计划中的要求相符合，将结果记录于产品召回报告中，并提出相应的纠正和预防措施。

5.5.6召回品处理：

 经检验确认后的召回品应及时加以处理，产品召回工作小组应采取措施（如报废、降级等）防止其污染其他合格产品和环境。

5.6产品召回小组应在适当时组织相关人员对产品召回计划的演练，并在事故或紧急情况发生后对召回程序做出评审和修订，以确保程序使用的有效性。演练一般每年一次。

九、售后服务流程及服务规范

1、服务规范

1、生产部服务岗位主管要以身作则、管理有序带头做好部门的职责。

2、对部门人员和新员工做好产品知识培训、技术培训指导。

3、公司及各地区经销商维修人员必须经培训合格后方可上岗。

4、负责公司所销售产品的售前宣传和售后服务工作。

5、兑现公司对客户承诺的售后服务体制，并建立好服务档案。

6、及时把客户和行业的各种信息反馈给公司，及时搜集和发布各种相关信息。

7、严格控制维修材料、服务资料和保管好维护工具。

8、一流的服务态度，超值的服务质量，宣传公司文化，树立公司形象，做到诚心、精心、细心。

9、服务及时、快捷，最短的保修响应、等待时间，最少的维修耗时。

10、认真听取客户的服务咨询、意见和建议反馈、投诉处理，努力提高服务质量和服务意识。

11、公司及各地经销商对每一次来电、来访，接待人员均应详细记录填写登记表格，按规程和部门人员处理，紧急事件应及时上报。

2、安装、调试、维修规范

安装调试及维修售后服务

1保修期内售后服务

1、对提供的产品提供2年保修期，保修期满，终身维护，保修期内必须提供完善现场服务。对相关软件部分终身免费升级。

2、保修期内，对提供的设备整机进行维修，并且保证季度定期检修一次，不再向用户收取费用。同时我司对所提供的设备实行每年不少于2次以上的年检、用户访问服务，并免费提供技术咨询服务

3、针对用户方提出售后、维护维修和保养的响应时间为1小时。

4、如果设备故障在检修8小时后仍无法排除，则在48小时内提供不低于故障设备规格型号档次的备用设备供贵单位使用，重大故障双方商议解决。

5、所有设备保修服务方式均为上门保修，即由本司或原厂家派人员到现场维修。由此产生的一切费用均不由贵方承担。

6、对于不能明确是否是硬件出现故障时，本司配合应用开发商进行检查，在必要时，能在上述响应时间内到达现场协助排除问题。

2保修期后设备维护服务

在保修期满后，我公司将提供有偿保修服务，服务方式和响应时间和保修期相当。 甲方要承担因人为造成的设备更换和维修费用；设备更换原则上单价不超过合同对应设备单价；由于甲方原因引起的需要我方技术人员到场维护维修时，甲方只需要承担路费和住宿费，我司免费提供技术服务。如有其他费用，甲乙双方友好协商解决。

3、法律法规要求清单

1、中华人民共和国消费者权益保护法

2、中华人民共和国产品质量法

4、“三包服务”及收费价格表

**一、总则**

  1.为了贯彻“完善管理体系、加强过程控制、提高产品质量、实现顾客满意”的质量方针，根据国家质量法、保护消费者权益法和国家三包相关规定，特制定本细则。

  2.产品在保用期内，用户在遵守产品使用、保养规定条件下，由于产品设计、制造、原材料、加工装配、调试等出现的质量问题，本公司负责包换、包修、包退（简称三包）。三包原则是：能修则修、以修为主，修理后应达到出厂时的性能要求。

  3.本细则规定由本公司售后服务处负责实施。公司质量保证部负责监督管理。

**二、产品出厂（公司）标准**

  1.本公司产品按国家标准的规定出厂，有特殊要求的产品，按供货技术协议标准要求组织生产出厂。

  2.产品应签发产品合格证，包装符合中关于包装的要求、规定。

  3.符合上述规定的产品可作为合格产品出厂。

**三、“三包”期限与范围**

  **1、产品自售规定期限内，产品在正常使用状况下，发生功能性故障，顾客凭有效发票及三包凭证可根据实际情况进行15天内免费换货、7天内免费退货。**

  **2、以下条件将不在包退服务范围之内：**

人为损坏；交通事故造成的破坏。

四、三包实行记录、交接、反馈制度。

十、监督考核管理制度

售后服务监督流程



流程说明

* 1. 监督计划：服务质量监察组制订年度售后服务监督计划。
	2. 产品、服务质量调查、走访：服务质量监察组收集汇总外信息反馈质量问题并调查分析研究。
	3. 调查报告：服务质量监察组根据年度售后服务监督计划及外信息反馈的质量问题，对公司驻外办事处及其委托服务站，进行不定期的监督抽查、走访用户，收集产品质量、售后服务质量信息，形成书面调查报告。
	4. 审阅：公司领导审阅服务质量监察组的调查报告。
	5. 质量信息分解反馈：服务质量监察组根据监督抽查发现的问题向相关责任部门反馈。
	6. 整改：相关责任单位根据产品、服务质量的问题制订相应的整改计划并组织实施。
	7. 跟踪检查验证：服务质量监察组对责任部门的整改计划实施情况跟踪、检查、验证。
	8. 售后服务监督结果汇总下发：服务质量监察组根据质量考核方案要求对所监督、调查的产品、服务质量的结果进行汇总评定，并将结果送相关单位，评定结果作为质量考核的依据。