

福建东南标准认证中心有限公司

编号: **CTS-SEC-007-2025**



## 顾客满意度管理体系认证技术规范



### 版权声明

本文件放置于网站: [www.fjsec.com](http://www.fjsec.com), 版权归福建东南标准认证中心有限公司 (SEC) 所有。  
未经 SEC 书面授权准许, 禁止任何单位和个人复制、传播、发行、汇编、改编、翻译或以其他形式对本文件再创作等, 侵权必究。

2025 年 6 月 25 日发布

2025 年 6 月 25 日实施

福建东南标准认证中心有限公司

# 顾客满意度管理体系认证技术规范

## 1 范围

顾客满意度管理体系是组织整体管理体系的一个部分，是以顾客为关注焦点，是组织质量管理的重要原则，标准规定了进行顾客满意管理工作基本原则、管理的过程和管理结果的应用，本技术规范适用于组织实施的外部顾客满意管理。

## 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实施规则。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 19039-2009《顾客满意测评通则》

GB/T 19000《质量管理体系 基础和术语》

## 3 术语和定义

3.1 顾客满意：顾客对其要求已被满足程度的感受。

3.2 顾客满意测评：组织为了解顾客对其提供的产品的满意程度，策划和设计获取顾客满意信息的程序，实施调查，计算并分析顾客满意结果的过程。（注：“测评”也即“管理”，下同）

## 4 组织环境

### 4.1 理解组织及其环境

组织应确定与其顾客满意度管理体系宗旨和战略方向相关并影响其实现顾客满意预期结果能力的各种外部和内部因素。

组织应对这些内部和外部因素的相关信息进行监视和评审，以确保其顾客满意度管理体系能够适应变化。

## 4.2 理解相关方的需求和期望

由于相关方对组织稳定提供具有顾客满意的能力具有影响或潜在影响，组织应确定：

- a) 与顾客满意度管理体系有关的相关方，如顾客、供应商、监管机构、员工、消费者等。
- b) 以上相关方的要求。

组织应监视和评审这些相关方的信息及其相关要求，确保顾客满意度管理体系能够满足这些需求和期望。

## 4.3 确定顾客满意度管理体系的范围

组织应明确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) 对组织的产品和（或）服务等方面顾客满意的全面管理。
- c) 对组织某个过程或某项活动的顾客满意管理，如对售后服务的顾客满意管理等。

若本规范的全部要求适用于组织确定的顾客满意度管理体系范围，组织应实施本规范的全部要求。

组织的顾客满意度管理体系范围应作为成文信息，可获得并得到保持。该范围应描述所覆盖的活动、产品或服务等，如果组织确定本

规范的某些要求不适用于其范围，应说明理由，且这些不适用的要求不应影响组织确保顾客满意的能力和责任。

#### 4.4 顾客满意度管理体系及其过程

组织应按照本规范的要求，建立、实施、保持和持续改进顾客满意度管理体系，包括所需过程及其相互作用。

组织应确定顾客满意度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，明确各部门和人员在顾客满意管理中的职责。
- f) 应对与顾客满意管理相关的风险和机遇。
- g) 评价这些过程，实施所需的变更，以确保实现预期结果。
- h) 持续改进过程和顾客满意度管理体系。

在必要的范围和程度上，组织应保持成文信息以支持过程运行，并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，证实其对顾客满意度管理体系的领导作用和承诺：

- a) 对顾客满意度管理体系的有效性负责。
- b) 确保制定顾客满意度管理体系的方针和目标，并与组织环境相适应，与战略方向相一致。
- c) 确保顾客满意度管理体系要求融入组织的业务过程。
- d) 促进使用过程方法和基于风险的思维进行顾客满意管理。
- e) 确保顾客满意度管理体系所需的资源是可获得的。
- f) 沟通有效的顾客满意管理和符合顾客满意度管理体系要求的重要性。
- g) 确保顾客满意度管理体系实现预期结果。
- h) 促使人员积极参与、指导和支持他们为顾客满意度管理体系的有效性做出贡献。
  - i) 推动顾客满意度管理体系的改进。
  - j) 支持其他相关管理者在其职责范围内发挥领导作用。

## 5.2 以顾客为关注焦点

最高管理者应通过确保以下方面，证实其以顾客为关注焦点的领导作用和承诺：

- a) 确定、理解并持续满足顾客满意的的要求以及适用的法律法规要求。
- b) 确定和应对风险与机遇，这些风险与机遇可能增强顾客满意能力。

c) 始终致力于增强顾客的满意程度。

### 5.3 方针

#### 5.3.1 制定顾客满意管理方针

最高管理者应制定、实施和保持顾客满意管理方针，该方针应：

- a) 适应组织的宗旨和环境并支持其战略方向。
- b) 为建立顾客满意管理目标提供框架。
- c) 包括满足适用要求（如法律法规、顾客要求）的承诺。
- d) 包括持续改进顾客满意度管理体系的承诺。

#### 5.3.2 沟通顾客满意管理方针

顾客满意管理方针应：

- a) 可获得并保持成文信息。
- b) 在组织内得到沟通、理解和应用。
- c) 适时，可为有关相关方所获取。

### 5.4 组织的岗位、职责和权限

最高管理者应确保组织内与顾客满意管理相关岗位的职责、权限得到分配、沟通和理解。最高管理者应分配职责和权限，以：

- a) 确保顾客满意度管理体系符合本规范的要求。
- b) 确保各顾客满意过程获得其预期输出。
- c) 报告顾客满意度管理体系的绩效以及改进机会，特别是向最高管理者报告。
- d) 确保在整个组织中推动以顾客为关注焦点，满足顾客对顾客满意的需求。

e) 确保在策划和实施顾客满意度管理体系变更时保持其完整性。

## 6 策划

### 6.1 应对风险和机遇的措施

在策划顾客满意度管理体系时，组织应考虑到 4.1 所提及的因素和 4.2 所提及的要求，确定需要应对的风险和机遇，以：

- a) 确保顾客满意度管理体系能够实现其预期结果。
- b) 增强有利影响。
- c) 预防或减少不利影响。
- d) 实现改进。

组织应策划应对这些风险和机遇的措施，并在顾客满意度管理体系过程中整合并实施这些措施，评价这些措施的有效性。应对措施应与风险和机遇对顾客满意的潜在影响相适应。

### 6.2 顾客满意管理目标及其实现的策划

组织应对顾客满意度管理体系所需的相关职能、层次和过程设定顾客满意管理目标。顾客满意管理目标应：

- a) 与管理方针保持一致。
- b) 可测量。
- c) 考虑到适用的要求。
- d) 与确保增强顾客满意相关。
- e) 予以监视。
- f) 予以沟通。
- g) 适时更新。

组织应保留有关管理目标的成文信息。

策划如何实现其管理目标时，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

当组织确定需要对顾客满意度管理体系进行变更时，变更应按所策划的方式实施。组织应考虑：

- a) 变更目的及其潜在后果。
- b) 顾客满意度管理体系的完整性。
- c) 资源的可获得性。
- d) 责任和权限的分配或再分配。

## 7 支持

### 7.1 资源

组织应配置充足的资源（包括人力资源）用于顾客满意管理，并进行有效和高效的管理。

### 7.2 意识

组织应确保其控制下工作的人员知晓：

- a) 管理方针。
- b) 相关的管理目标。

c) 他们对顾客满意度管理体系有效性的贡献。

d) 不符合顾客满意度管理体系要求的后果。

### 7.3 沟通

组织应确定与顾客满意度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) 由谁负责。



### 7.4 文件管理要求

组织应制定并完善顾客满意度管理制度。组织应对管理文件实施如下控制：

a) 文件发布前进行审核和批准；

b) 确保在文件使用处可获得相应文件的有效版本；

c) 确保文件得到有效实施；

d) 必要时对文件进行更新，并明确标注文件的更改和修订状态。

## 8 运行

### 8.1 制定顾客满意管理计划

组织应顾客满意度管理计划，并考虑计划与组织其他管理体系的兼容性。

### 8.2 确定顾客满意管理指标

组织应根据管理范围及所识别的顾客和顾客需求确定管理指标。

### **8.3 确定管理方法**

组织应根据管理的范围、预算、产品的类别，选择适宜的管理方法。

### **8.4 获得管理数据**

#### **8.4.1 确定抽样总体和抽样方法**

组织应确定抽样总体，并选择与管理方法相对应的抽样方法。

#### **8.4.2 确定获得数据方法**

收集数据可以使用多种方法，组织应根据管理范围、预算等选择数据收集方法，如电话调查、面访调查、邮寄调查、电子调查等。

#### **8.4.3 设计问卷**

组织应对问卷形式将已确定的管理指标转化为调查问卷。

#### **8.4.4 收集数据**

组织应实施数据收集，同时加强对数据收集过程的控制。

### **8.5 数据处理**

#### **8.5.1 准备数据**

组织应对获得的数据进行检验，剔除不可用数据，并根据需要进行数据分类。

#### **8.5.2 确定数据统计分析方法**

组织应根据所获得的数据类型和管理范围选择相应的数据分析方法。

#### **8.5.3 统计与分析**

组织应根据所选的数据统计分析方法对可用数据进行统计，得出顾客满意管理结果，并可根据需要做进一步分析，如对综合管理结果或单项管理结果进行分析，识别导致顾客满意或不满意可能的因素，以及这些因素对于顾客满意的影响程度。

## 8.6 编写管理报告

必要时，组织应对整个管理工作进行总结，并形成管理报告。报告内容至少应包括管理范围、管理过程、管理结论以及改进建议等。

## 8.7 管理结果的应用

组织应将这些信息传递到相应的部门，使信息得到有效应用，以实现顾客满意的持续改进。

# 9 改进

## 9.1 评价与改进

组织应确定管理体系的评价内容和关键指标，对管理体系进行评价，并根据评价发现的问题进行纠正，保证管理体系不断进行改进。

## 9.2 内部审核

组织应按计划的时间间隔进行内部审核，以提供信息，确定管理体系：

- a) 是否符合：
  - 1) 组织自身对管理体系的要求；
  - 2) 本技术规范的要求。
- b) 是否得到有效实现和维护。

组织是否：

- c) 规划、建立、实现和维护审核方案（一个或多个），包括审核频次、方法、责任、规划要求和报告。审核方案应考虑相关过程的重要性和以往审核的结果；
  - d) 定义每次审核的审核准则和范围；
  - e) 选择审核员并实施审核，确保审核过程的客观性和公正性；
  - f) 确保将审核结果报告至相关管理层；
- 保留文件化信息是否作为审核方案和审核结果的证据。

### 9.3 管理评审

组织最高管理者层应按计划的时间间隔评审组织的管理体系，以确保其持续适宜性、充分性和有效性。

管理评审应考虑以下内容：

- a) 以往管理评审措施的状态状况；
- b) 与管理体系有关的外部和内部因素的变化；
- c) 顾客满意度管理绩效的信息，包括在以下方面的趋势：
  - 1) 不符合项及纠正措施；
  - 2) 监视和测量评价结果；
  - 3) 审核结果。
- d) 持续改进的机会。

管理评审的输出应包括与持续改进机会相关的决定以及可能存在的对管理体系变更的需求，并且还包括：

- a) 对管理体系范围的变化；
- b) 对管理体系有效性的改进；

c) 资源需求;

d) 管理体系的变更。

组织应保留存档信息作为管理评审结果的证据。

正林直系