



顾客满意测评认证规则

KBRZ-GZ-23

北京坤标检验认证有限公司

目 录

1 适用范围及总则	3
1.1 适用范围及认证依据	3
1.2 总则	3
2 规范性引用文件	3
3 术语和定义	3
4 认证人员条件及能力要求	4
5 初次认证	4
5.1 初次认证申请	4
5.2 申请评审	5
5.2 方案策划	5
5.3 初次认证的评价方式	6
5.4 初次认证的评价实施	6
5.5 评价报告	7
5.6 评审中发现的不符合项	7
5.7 认证决定	7
6 监督评价	7
6.1 例行监督评价的方式	8
6.2 例行监督评价的时间间隔	8
6.3 例行监督评价的准备	8
6.4 例行监督评价的实施	8
6.5 监督评价报告	8
6.7 监督评价的认证决定	9
6.8 扩大认证范围	9
6.9 非例行监督	9
7 再认证	9
8 认证证书及认证标志要求	9
8.1 认证证书应至少包含以下信息:	10
8.2 认证证书的有效期	10
8.3 认证证书信息公开	10
8.4 认证证书及认证标志的使用	10
9 认证暂停、恢复和撤销	10
9.1 发生下列情况之一, 暂停认证	10
9.2 发生下列情况之一, 撤销认证	11
9.3 发生下列情况之一, 注销认证	11
10 与其他管理体系的结合评价	12
11 多场所客户的评价和认证	12
12. 申请方、获证组织和 KBRZ 的权利与义务	13
12.1 KBRZ 的权利和义务	13
12.2 申请方的权利与义务	13
13. 受理组织的申诉	13
13.1 申、投诉受理及处理	13
13.2 费用	14

14 信息通报.....	14
15 认证收费标准.....	14
16 认证记录的管理.....	14
16.1 要求.....	14
16.2 获证客户记录包括以下内容:	15
附录 1: 顾客满意测评评价流程图:	16
附录 2: 现场评价要求.....	17
附表 1. 顾客满意测评评价表—基本指标项评价	18
附表 2: 顾客满意测评评价表—专项指标项评价	20

1 适用范围及总则

1.1 适用范围及认证依据

1.1.1 本规则用于规范 KBRZ 依据 GB/T19039-2009 《顾客满意测评通则》标准开展的顾客满意测评活动。

1.1.2 本规则认证依据为 GB/T 23794-2023 《企业信用评价指标》标准，以及相关的技术规范、技术规范强制性要求或者标准。

1.1.3 本规则对顾客满意测评活动认证实施过程作出具体规定，明确 KBRZ 对认证过程的管理责任，保证认证活动的规范有效。

1.1.4 本规则是 KBRZ 在顾客满意测评活动中的基本要求，评价员、认证客户在该项认证活动中应当遵守本规则。

1.1.5 顾客满意测评 customer satisfaction measurement，缩写为 CSM。

1.2 总则

1.2.1 KBRZ 依据国家相关法律法规，国家标准、规范等开展对认证客户的认证活动。

1.2.2 KBRZ 对认证客户的认证工作遵循客观公正、科学规范、权威信誉、廉洁高效和非歧视的原则。

1.2.3 KBRZ 不对申请认证客户提供可能影响认证公正性的咨询或其他服务。

1.2.4 KBRZ 对承诺满足法律法规要求开展经营活动的认证客户实施认证。

1.2.5 在认证申请或初次认证评价的任何阶段，若有证据表明认证客户存在欺诈行为、故意提供虚假信息或隐瞒信息，KBRZ 将不予受理。

1.2.6 KBRZ 对申请认证的认证客户的申请材料内容、认证评价信息和其他非公开信息保守秘密。在法律法规要求时，KBRZ 有责任将认证客户的相关信息向有关部门通报。

1.2.7 KBRZ 对认证客户的认证仅表明，KBRZ 承认获准认证的认证客户在认证范围内具有相关的管理能力。始终一致地达到实施管理体系标准的预期结果和符合认证要求的责任，在于认证客户而不是 KBRZ。

2 规范性引用文件

下列文件中的条款通过本文件的引用而成为本文件的条款。以下引用的文件，注明日期的，仅引用的版本适用；未注明日期的，引用文件的最新版本（包括任何修订）适用。

GB/T 19039 顾客满意测评通则

SB/T 10409 商业服务业顾客满意度测评规范

《认证证书和认证标志管理办法》（2022年9月29日国家市场监督管理总局令第61号第二次修订）

3 术语和定义

3.1 顾客满意 customer satisfaction

顾客对其要求已被满足程度的感受。

注1: 顾客抱怨是一种满意程度低的最常见的表达方式, 但没有抱怨并不一定表明顾客很满意注2: 即使规定的顾客要求符合顾客的愿望并得到满足, 也不一定确保顾客很满意。

3.2 顾客满意测评 customer satisfaction measurement

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。

3.3 测评 measurement

针对研究对象所进行的收集资料数据、综合测算与分析的过程。

4 认证人员条件及能力要求

KBRZ依据 ISO/IEC 17021-1 (CNAS-CC01) 要求, 对每个技术领域所需的能力, 对相关具体的认证方案、认证活动中的职责和作用进行了确定, 对所涉及的认证人员的聘用、初始评价、持续评价等要求执行KBRZ-CX10《认证人员管理程序》, 对认证人员岗位资格、行为与能力准则要求执行KBRZ-GL-18《认证人员能力评价准则》。

针对顾客满意测评评价, 由于质量管理体系或服务体系均涉及, 因此申请评价的业务范围代码, 同质量管理体系代码, 评审到大类。审核员具备Q或服务体系任一资格, 经培训GB/T19039-2009标准, 并经考试合格后, 即可具备审核及专业审核能力。

5 初次认证

5.1 初次认证申请

5.1.1 申请认证的条件: 在中华人民共和国境内注册的制造型企业, 同时具备以下相关条件的, 都可申请认证。其他类型企业也可参照申请。

- 1) 具有法律地位; 统一社会信用代码信息登记齐全。
- 2) 从业条件中, 有行政许可要求的, 应取得相应资格并在有效期内;
- 3) 产品及过程符合国家相关法律法规和标准要求; 无制假行为;
- 4) 已依据 GB/T 19039-2009 顾客满意测评评价指标进行了内部评价和管理评审, 且内部评价分值达到 70 分以上, 即至少达到 A 级;
- 5) 通常情况下, 企业建立的顾客满意测评评价管理体系运行 3 个月以上;
- 6) 申请认证前未发生误导使用认证标识等行为。
- 7) 近一年内无重大质量、安全和环保事故; 或经新闻媒体曝光并产生恶劣影响的企业责任事故; 或违反企业诚信生产, 造成恶劣社会影响, 用户和消费者向执法部门举报、投诉, 经查属实等情况。
- 8) 无其他批量性、系统性问题。

5.1.2 申请人应提交《认证申请书》及其要求的文件等申请材料。需要时，申请人还应提供进一步的材料，以便 KBRZ 获得足够的认证客户信息。包括但不限于：

- 1) 公司的营业执照
- 2) 法人身份证复印件
- 3) 公司介绍
- 4) 公司的组织架构图
- 5) 公司获得的体系证书或荣誉证书（有则提供）
- 6) 其他申请评审认为需要的相关资料。

以上资料加盖公章

5.1.3 在提交《认证申请书》时，申请人应按照认证收费标准表交纳认证申请费。

5.2 申请评审

5.2.1 KBRZ 在收到认证申请后，进行申请评审，核查是否具备以上条件及其他需要满足的要求，解决双方在理解上的差异，必要时可对申请人进行访问。

1) 为确保认证评价的完整有效，KBRZ 依据 KBRZ-GL-19《确定审核时间管理规定》，基于申请组织管理体系覆盖的有效人数，并考虑活动范围、特性、技术复杂程度、风险程度等情况，核算并拟定完成认证审核工作需要的现场审核人日数，可以增加或减少审核人日数，但应有合理理由并记录。

2) 通过申请评审的，KBRZ 将向申请人发出受理申请的通知，并签署《认证合同》，明确双方的权利和义务，包括信息通报的义务，并按**附录 1** 的认证流程进行认证。

3) 不符合申请条件的，KBRZ 将向申请人发出不受理申请的通知，并阐明理由。

4) 对不予受理有异议的，申请人可以按《申诉、投诉和争议处理规则》的规定提出申诉。

5) 申请评价的业务范围代码，同质量管理体系代码，评审到大类。

5.2 方案策划

5.2.1 KBRZ 根据申请内容，考虑认证方案以及实现的周期、评价所需的人日数，确定并策划认证评价方案，组建评审组并通知申请人。申请人如对评审组组成有异议，可向 KBRZ 提出。

5.2.2 审核组构成：

(1) 不论是初审、监督、再认证，组建的顾客满意测评评价小组至少由 1 名评估人员组成，其中 1 名为组长。

(2) 审核组内应有至少一名专业评价人员，其专业满足申请的业务范围能力要求，评价附表 1 和附表 2 中的带★号部分；

(3) 评价小组成员均应参加 GB/T19039-2009《顾客满意测评通则》及所要求的知识的培训，并通过考核。

5.2.3 制定审核计划

5.2.3.1 要求

KBRZ应确保为审核方案中确定的每次审核编制审核计划，以便为有关各方就审核活动的日程安排和实施达成一致提供依据。应提前与客户就审核计划进行沟通，并商定审核日期。应向客户提供审核组每位成员的姓名，并在客户请求时使其能够了解每位成员的背景情况。KBRZ应留出足够的时间，以使客户能够对某一审核组成员的任命表示反对，并在反对有效时使KBRZ能够重组审核组。

5.2.3.2 审核计划应与审核目的和范围相适应。审核计划至少应包括或引用：

- a) 审核目的；
- b) 审核准则；
- c) 审核范围，包括识别拟审核的组织和职能单元或过程；
- d) 拟实施现场审核活动（适用时，包括对临时场所的访问和远程审核活动）的日期和场所；
- e) 预计的现场审核活动持续时间；
- f) 审核组成员及与审核组同行的人员（例如观察员或翻译）的角色和职责。

注：审核计划的信息可以包含在一个以上的文件中。

5.3 初次认证的评价方式

初次认证评价包含文件评价和现场评价。

现场评价依据附录 2 的要求进行。

5.4 初次认证的评价实施

通常情况下，现场评审前，评审组实施初步文件评审，对发现的问题开出不符合。针对文件评审提出的不符合，申请人实施纠正，评审组验证后，实施现场评价。

5.4.1 现场评价

5.4.1.1 评价通常从首次会议开始，评价过程中，评审组可以通过面谈、查阅文件、抽查质量记录以及调查有关现场活动等方式收集证据。

5.4.1.2 评审组对所获取的相关信息和证据进行分析，对申请人的能力及绩效综合评价。任何引起关注的、或可能被判定为不符合的问题，以《问题清单》形式告知申请人。

5.4.1.3 根据 GB/T19036-2009《顾客满意测评通则》标准要求，结合企业实际情况，按照本规则中附表 1 和附表 2 内容进行打分。

5.4.1.4 在评价过程中，可提出不符合项或改进项，在对应条款处详细描述。

5.4.1.5 在评价过程中，审核组应保证一定时间的沟通过程，以对评价对象在性质、数量、优劣、方向等方面做出的判断公正。

5.5 评价报告

5.5.1 评审组依据评审发现，综合打分，形成书面评价报告，由评审组组长签字。评价报告应准确、简明和清晰地描述评价活动的主要内容，至少包括以下内容：

- 1) 认证客户的名称和地址。
- 2) 评价范围，特别是标识出所评价的组织或职能单元或过程，以及评价时间。
- 3) 评价的类型、准则和目的。
- 4) 评审组组长、评审组成员及其个人注册信息。
- 5) 评价活动的实施日期和地点，包括固定现场和临时现场；对偏离评价计划情况的说明，包括对评价风险及影响评价结论的不确定性的客观陈述。
- 6) 叙述从 5.4 条列明的程序及各项要求的评审工作情况，其中：对 5.4.1 条的各项评价要求逐项描述或引用评价证据、评价发现和评价结论；对企业信用评价指标实现情况评分结果。
- 7) 识别出的不符合项。
- 8) 评价结论及等级；
- 9) 评审组对是否通过认证的意见建议。

5.5.2 KBRZ 保留用于证实评价报告中相关信息的证据。

5.6 评审中发现的不符合项

如果评审中发现了一个或多个不符合，且客户希望继续认证过程，则客户应向 KBRZ 再次提出申请，并提交所有不符合纠正的证据。KBRZ 根据情况重新安排评价小组现场验证不符合得到纠正的有关信息。

本次评价将作为上次评价的补充。

5.7 认证决定

认证决定人员根据对评价过程中收集到的有关信息，包括从评价过程之外获取的任何可作为认证决定依据的信息（如来自行政监管部门、顾客、行业协会 的信息等）进行复核，并作出认证决定。必要时，可继续向申请人调阅必要的补充信息。

通过认证决定后，KBRZ 为申请人颁发有效期为 3 年的顾客满意测评评价证书，标示获得的等级。

同时，KBRZ 在网站上向社会发布认证公告，并将认证名录上报认监委。

注： KBRZ 网站（www.bjkrz.com），认监委网站 www.cnca.gov.cn

6 监督评价

6.1 例行监督评价的方式

在认证证书有效期内，KBRZ 按一定时间间隔对获证客户实施例行监督评价，以确认其持续满足依据的标准或规范性文件要求。

例行监督评价通常采用现场评价的方式。

当认证客户管理体系文件发生重大变更时，监督评价还将包括对认证客户管理体系文件的评审。

6.2 例行监督评价的时间间隔

6.2.1 初次认证后的第一次监督评价在认证决定日期起 12 个月内进行。此后，监督评价至少每个日历年（应进行再认证的年份除外）进行一次，且两次监督评价的时间间隔不得超过 15 个月。

6.2.2 认证客户发生重大变更或 KBRZ 认为必要时，可缩短对认证客户例行监督评审的时间间隔。

6.2.3 认证客户的产品在产品质量国家监督抽查中被查出不合格时，自国家质检总局发出通报起 30 日内，KBRZ 对该客户实施监督评价。

6.3 例行监督评价的准备

6.3.1 例行监督评价实施前，认证客户按要求及时向 KBRZ 提供准确的信息，以便 KBRZ 完成例行监督评价方案策划。

对于需实施文件评审的，认证客户按照要求向 KBRZ 报送管理体系文件。

6.3.2 对特定组织的监督方案，可随其满足认证要求的能力变化而变化。在制定监督方案时，应考虑组织的复杂性、经营活动或服务流程的变化、事故、顾客投诉及相关信用信息。监督审核时将上一次的评价报告进行传递，评审组对所有指标项进行评价，关注企业变更情况。如最终分值对企业等级有影响，填写《客户信息变更申请表》，变更认证证书。

6.3.3 KBRZ 确定例行监督评价方案后，组建评价组并通知认证客户，认证客户如有异议，可向 KBRZ 提出。评价组长负责编制评价计划，并提前通知认证客户。

6.4 例行监督评价的实施

6.4.1 对于需实施文件评审的，评价组应在现场评价实施前完成文件评审。

现场评价的实施与初次认证评价实施过程相同。

6.4.2 企业也可在获证的 6 个月后申请证书的等级提升。升级评审要求企业的经营各层面均有详实和完整的证据证明有效提升，且评分分值达到升级标准。

6.5 监督评价报告

监督评价方案所要求的评价活动全部完成后，由评审组长完成监督评价报告。监督评价的评价报告，除满足 5.5 条款 1)~8) 条内容外，还应有对下列内容的描述：

- 1) 在监督周期内评价认证覆盖范围内的任何变更，包括获证组织机构变更、文件修改、主要负责人更换、服务场所范围的变化情况；
- 2) 获证组织的内部审查或自我评价活动及改进的效果；
- 3) 获证组织代表性区域和服务活动；
- 4) 相关方/顾客的投诉、申诉、争议的处理以及重大投诉对认证保持的影响；
- 5) 确认获证组织采取纠正及纠正措施的有效性；
- 6) 认证证书、标志的使用和（或）任何其他对认证结果信息的引用。
- 7) 评审组对是否保持认证、变更的意见建议。

6.7 监督评价的认证决定

KBRZ 认证决定人员根据监督评价的材料，对监督评价报告实施复核，符合要求的，保持顾客满意测评评价等级；对于涉及缩小认证范围或者暂停/撤销认证资格的，经认证评定后，做出缩小认证范围/暂停/撤销认证资格的决定并通知认证客户；对于需变更等级的，更新认证证书。

6.8 扩大认证范围

KBRZ 对扩大认证范围的申请进行评审，以确定任何必要的评价安排，这类评价活动可与监督同时进行。

注：扩大认证范围的申请可以包含不同类别的服务、不同地点等。

6.9 非例行监督

当出现下列情况时，KBRZ 将对获证客户进行非例行监督评价

- a) 收到获证客户的顾客投诉；
- b) 获证客户的管理体系和经营活动或服务流程发生重大变更，可能影响经营活动或服务正常运行；
- c) 获证客户被有关行政监管部门查处、媒体曝光；
- d) KBRZ 认为有必要时。

7 再认证

7.1 证书到期前，企业需要保持认证资格时，可申请再认证，证书保持/变更等级，申请人应在认证证书有效期截止 3 个月前向 KBRZ 提出再认证申请，如果在当前认证的终止日期前成功完成了再认证活动，新认证的终止日期可以基于当前认证的终止日期。新证书上的颁证日期应不早于再认证决定日期。

7.2 再认证与初次认证流程相同。再认证审核时将初审、监督的评价报告进行传递，评审组对所有指标项进行评价，关注企业变更情况。

8 认证证书及认证标志要求

8.1 认证证书应至少包含以下信息：

- a) 获证组织名称、地址和统一社会信用代码。该信息应与其法律地位证明文件的信息一致。
- b) 顾客满意度测评评价等级覆盖的生产经营或服务的地址和业务范围。若覆盖固定多场所，表述覆盖的相关固定多场所的名称和地址信息。
- c) 顾客满意度测评评价等级符合 GB/T 19039-2009 标准的表述。
- d) 证书编号。
- e) 北京坤标检验认证有限公司（KBRZ）名称。
- f) 有效期的起止年月日。
- g) 相关的认可标识及认可注册号（适用时）。
- h) 证书查询方式。KBRZ 除公布认证证书在 KBRZ 网站上的查询方式外，还应当在证书上注明：“本证书信息可在国家认证认可监督管理委员会官方网站(www.cnca.gov.cn)上查询”，以便于社会监督。

8.2 认证证书的有效期

初次认证认证证书有效期最长为 3 年。再认证的认证证书有效期不超过最近一次有效认证证书截止期再加 3 年。

8.3 认证证书信息公开

KBRZ 建立证书信息披露制度。除向申请组织、认证监管部门等执法监管部门提供认证证书信息外，还根据社会相关方的请求向其提供证书信息，接受社会监督。

8.4 认证证书及认证标志的使用

执行 KBRZ-GKWJ 公开文件中“认证证书及认证标志使用规则”。

9 认证暂停、恢复和撤销

9.1 发生下列情况之一，暂停认证

- a) 持有的行政许可证明、资质证书、强制性认证证书等过期失效，重新提交的申请已被受理但尚未换证的；
- b) 在前后两次认证的评价中，同样类型的严重不符合重复出现的；
- c) 对于认证评价中提出的不符合，未在 KBRZ 规定时间内完成纠正措施和（或）纠正的（需要时）；
- d) 被认证监管部门发现体系运行存在问题或被投诉，经调查体系运行存在问题，但尚未构成撤销认证资格的；
- e) 获证客户的产品、活动出现安全事故，经确认是获证客户造成的；
- f) 被有关执法监管部门责令停业整顿的；
- g) 获证客户向 KBRZ 提供的与认证有关的信息或相关证据严重失实的；

- h) 获证客户未按《认证合同》规定按期缴纳认证费用的；
- i) 获证客户不能在规定时限内接受监督评价或再认证评价的；
- j) 获证客户发生对体系造成影响的重大事故、重大投诉；重大变更未及时报告 KBRZ 的；
- k) 错误使用认证证书、认证标志，使用认证标志或国际互认标志；
- l) 不接受 KBRZ 非定期监督评价和/或认证行业管理部门监督检查的；
- m) 获证客户主动请求暂停的；
- n) 其他应当暂停认证证书的。

暂停时间不超过 6 个月，涉及获证客户全部或部分认证范围。KBRZ 将向获证客户发出《暂停注册资格通知书》，同时向行业管理部门上报相关信息并向社会公告。获证客户应按通知书规定的有关要求执行，暂停使用认证证书及认证标志。

9.2 发生下列情况之一，撤销认证

- a) 暂停期限内，未就存在问题采取有效纠正措施的（包括持有的行政许可证明、资质证书、强制性认证证书等已经过期失效但申请未获批准）；
- b) 对获证组织投诉，经调查存在严重问题，构成撤销认证资格的；
- c) 发生重大事故，经执法监管部门确认是获证组织违规造成的；
- d) 被注销或撤销法律地位证明文件的，或被相关行政部门撤销产品生产或服务提供资格的，或有其他严重违反法律法规行为的；
- e) 在 KBRZ 非定期监督评价、认证行业管理部门监督检查中被发现存在严重问题，构成撤销认证资格的；或拒绝配合 KBRZ、认证行业管理部门实施的监督检查，或者对有关事项的询问和调查提供了虚假材料或信息的；
- f) 不按相关规定正确引用和宣传获得的认证信息，造成严重影响或后果，或认证机构已要求其纠正但超过规定期限仍未纠正的；
- g) 获证组织没有运行相应管理体系或者已不具备运行条件的；
- h) 其他应当撤销认证证书的。

当获证客户部分认证范围无法满足规定要求时，可缩小部分认证范围；当获证客户全部认证范围无法满足规定要求时，撤销认证证书。KBRZ 向获证客户发出《撤销认证注册资格通知书》，并以公告形式公布，组织应交回认证证书。被撤销的认证证书信息，KBRZ 将及时上报至国家认监委；KBRZ 网站证书查询栏中将同步显示被撤销的组织信息。

9.3 发生下列情况之一，注销认证

- a) 获证组织主动请求注销的；
- b) 换发新证书注销旧证书的；
- c) 其他应当注销认证证书的。

被注销的认证证书信息，KBRZ将及时上报至国家认监委；KBRZ网站证书查询栏中将同步公示被注销的组织名录。

10 与其他管理体系的结合评价

顾客满意测评评价，可以与其他体系一起进行结合审核，但不能实施一体化审核，审核文件包应分别整理，审核计划应单独安排。

与质量管理体系或服务认证一起审核时，审核人日可在基础人日的基础上减少最多 30%，具体可根据企业的具体情况、审核组情况而定。通用或共性要求应满足本规则要求，评价报告应清晰，并易于识别。

11 多场所客户的评价和认证

11.1 对具有一个以上场所的组织的顾客满意测评评价，通常，初次认证及后续的监督需在组织认证范围内的每个场所进行。然而，如果组织在不同的场所以相似的方式进行认证覆盖的活动，并且这些活动都处于组织的授权和控制下，那么可基于以往顾客满意测评评价的结果，在后续的监督活动中采用适当的程序对这些场所进行抽样。

11.2 KBRZ 建立文件化的程序来管理多场所的评价活动，以确保相关的认证要求已在全部分场所得到了运用并满足要求。

11.3 对于拥有多个相同类型和职能的服务场所的证书持有人，在其满足以下条件时，KBRZ 基于风险的考虑确定抽样的方法，在监督活动中对证书持有人的多场所进行抽样评价：

- 1) 所有场所按相同的程序和方法运行，并接受统一的管理；
- 2) 所有的场所执行相同的服务流程，且各场所之间相对独立，不存在相互关联的过程；
- 3) 所有的场所均包含在申请人的内部评价方案中；
- 4) 证书持有人对所有场所具有管理的权利，有能力收集所有场所中与顾客满意测评评价有关的信息和数据，并要求各场所执行统一的管理措施，且组织内部控制体系有效。

11.4 KBRZ 确认进行顾客满意测评评价的各个场所都满足 11.3 规定的抽样条件时，才可以对这些场所使用抽样程序。

11.5 KBRZ 在使用基于抽样的方法时，应：

1) 充分识别此类服务场所之间的差异、场所的规模、服务活动的复杂程度、地域特点，以确定抽样水平的依据；

2) 结合以下因素抽取具有代表性的场所：

- a) 内部评价的结果；
- b) 场所规模的差异；
- c) 不同场所在实施顾客满意测评评价管理方面的差异；
- d) 任何不同的法规要求；

e) 业务活动的差异及复杂程度;

f) 不同地域及其分布;

3) 无论是在任何一个场所内发现的不符合, 其纠正措施的实施适用于包括在认证范围内的总部和所有场所。

11.6 KBRZ 建立多场所抽样方法, 以确保:

1) 抽样评价的结果可以满足证明其顾客满意管理的适宜性、充分性和有效性;

2) 体现抽样样本的代表性和随机性。

注 1: 设计抽样方法时, 可根据申请人所属的行业性质、类别、场所的规模和分布特征、经费等因素来选择适宜的方法。可选择的抽样方法通常包括随机抽样、分层随机抽样等。

注 2: 每次抽样的场所最低数量一般为分场所数量的平方 ($y = \sqrt{x}$)

12. 申请方、获证组织和 KBRZ 的权利与义务

12.1 KBRZ 的权利和义务

KBRZ 在开展顾客满意测评评价时应严格遵守法律、法规及规章规定, 遵守行业自律性规范, 不从事违法违规活动及 KBRZ 规定要求, 其权利和义务详见 KBRZ-GKWJ 公开文件

12.2 申请方的权利与义务

申请方应确保遵守相关法律法规及认证要求, 获得认证后持续有效满足相关标准, 获得认证后发生客户及相关方有重大投诉、发生产品或服务的质量事故、安全事故、环境污染, 失信曝光等、相关情况发生变更, 包括: 法律地位、生产经营状况、组织状态或所有权变更; 取得的行政许可资格、强制性认证或其他资质证书变更; 法定代表人、最高管理者变更; 生产经营或服务的工作场所变更; 认证范围覆盖人数、认证范围变更; 经营活动过程的重大变更等, 及时向 KBRZ 通报, 在获得认证后, 对认证的宣传符合要求。

其权利和义务详见 KBRZ-GKWJ 公开文件。

13. 受理组织的申诉

13.1 申、投诉受理及处理

组织对认证申请的不受理、中止评价、拒绝认证、撤销认证或缩小已获得的认证范围等有关的决定提出重新考虑的请求、认证客户或获证组织对认证决定有异议时, 可向 KBRZ 提出申诉;

任何人员或相关的机构对 KBRZ 可能涉及认证政策、认证运作过程和认证结果及认证人员的表现等的不满, 对获证方可能涉及产品及认证证书与认证标志使用等的不满, 均可随时向 KBRZ 提出投诉, 其投诉可以书面信函、来人反映或以其它渠道的方式进行;

KBRZ 接受申、投诉并且及时进行处理，申投诉的处理具体按 KBRZ-CX15 《申诉投诉处理程序》执行；与客户及投诉人共同决定是否将投诉事项公开，并在决定公开时，共同确定公开的程度。

若认为 KBRZ 未遵守认证相关法律法规或本规则并导致自身合法权益受到严重侵害的，可以直接向所在地认证监管部门或国家认监委投诉。

坤标认证投诉电话：010-84631655，认监委投诉 010-82262841

13.2 费用

申、投诉处理的合理费用由败诉方承担。

14 信息通报

14.1 获证客户发生可能影响顾客满意等级的重大变化，应于决定之日起 10 日内报送 KBRZ。

（如：法律地位、生产经营状况、组织状态或所有权变更；取得的行政许可资格、强制性认证或其他资质证书变更；法定代表人、最高管理者变更；认证联系人变更；认证范围覆盖的人数变更；生产经营或服务的工作场所变更，认证范围变更；经营或服务过程重大变更等）

14.2. 获证组织发生客户及相关方有重大投诉；提供的产品或服务市场监管部门认定不合格；发生产品或服务的质量事故、安全事故、环境污染；应在发生之日起十日内，将相关资料和自查结论报送 KBRZ。

15 认证收费标准

认证收费是执行国家有关规定，考虑与顾客满意测评评价相关的人数（包括：兼职、外包方、及认证范围内固定/临时分场所的人员数量，以确定的评价时间（人日））

基本收费项目：

序号	收费项目	收费标准	备注
1.	申请费	1000元	
2.	评价费	3000元/人日	按所需人日数执行
3.	审定与注册费	2000元	含证书正本一套
4.	管理年金	2000元	每年一次
5.	换证费	200元	证书内容变更，换发证书。
6.	证书副本	200元	每张100元
7.	翻译费	200元	

16 认证记录的管理

16.1 要求

KBRZ 对所有客户（包括所有提交申请的组织、接受评价的组织和获得认证或被暂停或撤销认证的组织）保持评价及其他认证活动的记录。

16.2 获证客户记录包括以下内容：

- a) 申请资料及初次认证、监督和再认证的评价报告；
- b) 认证协议；
- c) 适用时，多场所抽样方法的理由；

注：抽样方法包括为评价特定管理体系和（或）在多场所评价中选取场所而做的抽样。

- d) 确定评价时间的理由；
- e) 纠正与纠正措施的验证（需要时）；
- f) 投诉和申诉及任何后续纠正或纠正措施的记录；
- g) 适用时，技术委员会的审议和决定；
- h) 认证决定的文件；
- i) 认证文件，包括与产品（包括服务）、过程相关的认证范围，适用时，包括每个场所相应的认证范围；
- j) 建立认证的可信度所需的相关记录，如审核员和技术专家能力的证据；
- k) 评价方案。

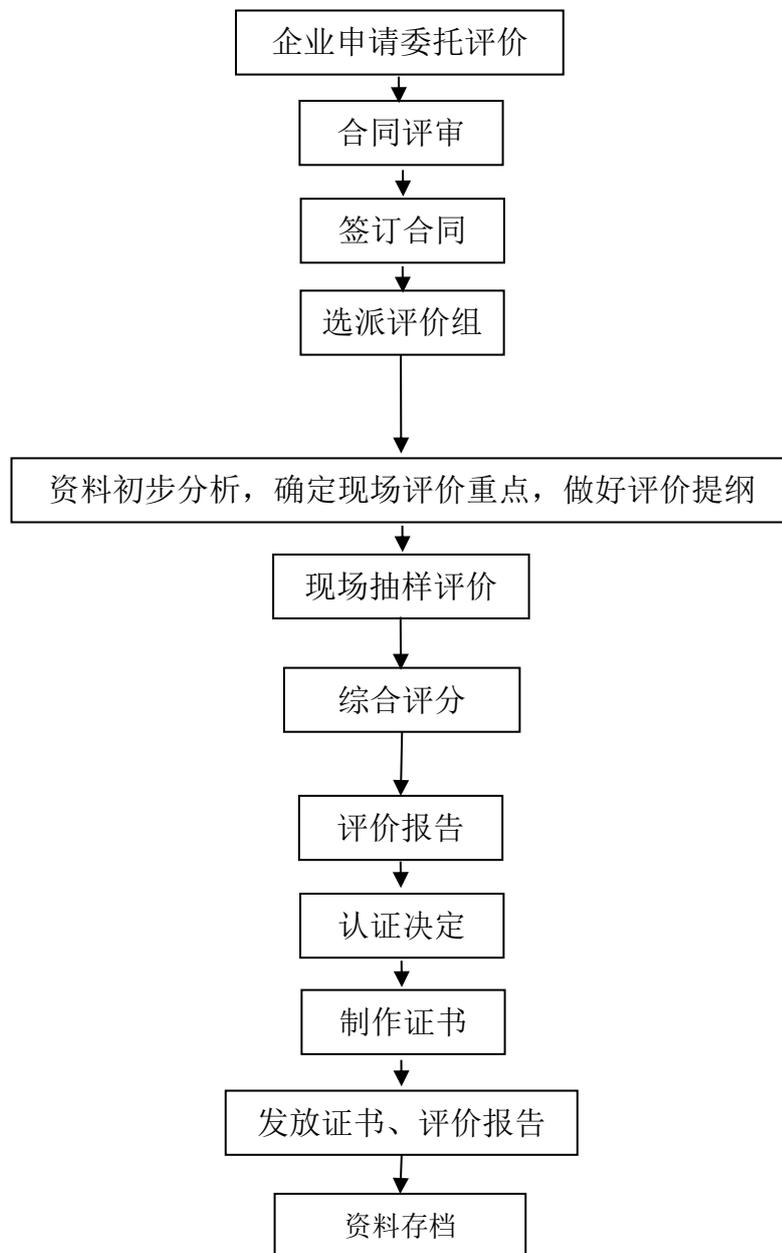
16.3 KBRZ 建立文件 KBRZ-CX12《记录和档案管理程序》，记录认证活动全过程并妥善保存。

16.4 记录真实准确以证实认证活动得到有效实施。记录资料使用中文，保存期限为两个认证周期。

16.5 以电子文档方式保存记录的，采用不可编辑的电子文档格式。

16.6 所有具有相关人员签字的书面记录，制作成电子文档上传到认证信息管理系统，纸质版原件由 KBRZ 存档管理，保存时间期限为两个认证周期。

附录 1：顾客满意测评评价流程图：



附录 2：现场评价要求

1. 说明

GB/T19039-2009的5.2 确定测评指标，要求“组织应根据测评范围及所识别的顾客和顾客带求确定测评指标”，5.3 确定测评方法，要求“组织应根据测评的范围、预算、产品的类别，选择适宜的测评方法”，因此，本规则确定了顾客满意测评评价指标，分为基本指标和专项指标。

2. 基本指标和专项指标

2.1. 基本指标

将GB/T19039-2009的第四章基本原则中的要求，作为基本指标，包括资源、职责、适宜方法、持续测评等，具体的细化指标项和分值见附表1.

2.2. 专项指标

根据组织确定的顾客满意测评的范围及所识别的顾客和顾客需求，确定的测评指标，主要包括企业品牌形象、顾客预期、产品质量感知、服务质量感知、价值感知、顾客满意、顾客抱怨、顾客忠诚等，具体的细化指标项和分值见附表2.

2.3最终分值计算

2.3.1根据指标项所占的分值，结合企业实际情况进行打分，定性描述的分值，其实际得分为0~最高分；定量描述的分值，其实际得分为0或最高分。

2.3.2基本指标项总分30分，专项指标项总分70分，顾客满意测评评价指标最终得分为：

基本指标项实际得分+专项指标项实际得分=企业顾客满意测评评价最终得分；

3. 等级判断

根据顾客满意测评评价最终得分，给出顾客满意测评等级。

表1 顾客满意测评等级标识与释义

等级	计分范围	提示	释义
AAAAA	≥90	极好	顾客满意程度高、有优良的顾客满意记录，品牌形象佳，产品质量感知高，价格满意，基本无顾客抱怨，顾客忠诚度高。
AAAA	≥80<90	优良	顾客满意程度较高、有较好的顾客满意记录，品牌形象较佳，产品质量感知较高，价格较满意，基本无顾客投诉，顾客忠诚度较高。
AAA	≥70<80	较好	顾客满意程度较高、有较好的顾客满意记录，品牌形象、产品质量感知、价格等处于中上等水平，顾客抱怨能够及时解决，顾客忠诚度处于中上等水平。
AA	≥60<70	一般	顾客满意程度一般、有顾客满意记录，品牌形象、产品质量感知、价格等处于中等水平，顾客抱怨基本能够及时解决，顾客忠诚度处于中等水平。
A	≥50<60	欠佳	顾客满意程度欠佳，有较多不良顾客满意记录，品牌形象、产品质量感知、价格等处于偏低水平，顾客抱怨较多，顾客忠诚度处于偏低水平。
NR	<50	较差或不满意	顾客满意程度较差，有较多不良顾客满意记录，品牌形象、产品质量感知、价格等处于很差水平，顾客抱怨和投诉较多，顾客忠诚度很低。

附表 1. 顾客满意测评评价表—基本指标项评价

表 1 顾客满意测评评价表—基本指标项评价

评价员：

填表时间：

一级指标名称	二级指标名称	三级指标名称	分值（分）	指标项说明	现场评价记录	实际分值
资源（8分）	资质	企业基本资质	1	企业基本信息（含营业执照）、工业产品生产许可信息、特种设备制造许可信息、强制性产品认证信息、排污许可证、安全生产许可证、产品标准备案信息等有效期内；无相关处罚或异常 注1：如因企业原因造成的统一社会信用代码信息登记不齐全、未办理相关资质或相关资质已过期未办理更新等，直接为NR级。 注2：如发生严重违规行为或严重处罚，直接为NR级。		
		经营范围	1	企业经营范围在许可范围内；顾客满意测评范围在许可范围内 注：如因企业原因造成的生产经营范围超许可范围，直接为NR级。		
	人力资源	人员	1	根据行业特性，配置符合岗位要求并有相应资质水平的顾客满意测评人员；		
		能力	2	长期保持顾客满意测评人员的专业技术培训，使其有良好的素质和能力；		
	基础设施	测评经费	1	应提供充足的经费保障，并能提前准备应对特定顾客满意测评的专项经费		
		测评场所	1	具备顾客满意测评需要的办公场所		
		测评设备	1	配备顾客满意测评所需要的设施设备，例如顾客信息系统，测评工具等		
职责（8分）	方针和目标	方针	1	管理方针是否包括满足顾客要求的承诺；		
		目标	1	公司目标中是否包括顾客满意相关目标		
	制度	提升顾客满意	2	针对顾客满意，公司制定了相应政策，明确了责任人，并制定了实施方案，对实施过程及结果进行了考核？		
		顾客满意测评	2	组织应对参与顾客满意测评的人员制定相应的职责；参与顾客满意测评的人员能够按规定要求履行职责		
适宜的测评方法（8分）	前期策划	★确定测评范围	1	组织确定顾客满意测评的范围，如： 一对组织的产品和（或）服务等方面的顾客满意全面测评； 一对组织某个过程或某项活动的顾客满意测评，如对售后服务的顾客满意测评等。		
		★确定测评指标	1	组织应根据测评范围及所识别的顾客和顾客带求确定测评指标，并将已确定的测评指标转化为调查问卷		
	测评过程	★测评方法	1	组织应根据测评的范围、预算、产品的类别，选择适宜的测评方法。		
		抽样方法	1	组织应确定抽样总体，并选择与测评方法相对应的抽样方法，根据测评范围、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。		
		数据收集	1	实施数据收集，并对数据收集过程进行控制		
		数据处理	1	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；应根据所获得的数据类型和测评范围选择相应的数据分析方法。		
		数据统计与分析	1	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，得出顾客满意测评结果，并可根据需要做进一步分析，如对综合测评结果或单项测评结果进行分析，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。		
		测评报告	1	组织应对整个测评工作进行总结，并形成测评报告。报告内容至少应包括测评范围、测评过程、测评结论以及改进建议等。		
持续测评 (6分)	持续测评制度	制度	1	组织应根据需要建立测评制度及持续测评制度，以利于不断提高顾客满意		
		内审	2	组织根据测评制度进行内审（自我评价）		
		管理评审	2	组织根据内审结果及顾客需求变化、相关方反馈等进行管理评审，提出改进建议		
	持续改进	持续改进	1	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		

注：1. 表中所有带“★”的项目，必须由专业评价人员负责；

2. 定性描述的分值，其实际得分为 0~最高分；定量描述的分值，其实际得分为 0 或最高分；必须满足的指标项，如企业营业执照、相关资质等，实际得分为 0 或最高分；

3. 企业相关行政处罚，可登录“信用中国 <https://www.creditchina.gov.cn>”、“国家企业信用信息公示平台 <http://www.gsxt.gov.cn>”等网站核查。

附表 2：顾客满意测评评价表—专项指标项评价

表 2 顾客满意测评评价表—专项指标项评价

评价员：

填表时间：

一级指标名称	二级指标名称	三级指标名称	分值(分)	指标项说明	现场评价记录	实际分值
企业形象 (4分)	企业/ 品牌形象	企业 / 品牌总体形象	1	反映顾客对某企业或品牌的总体印象。		
		企业 / 品牌知名度	1	反映顾客对某企业或品牌的知晓程度。		
		企业 / 品牌特征显著度	2	反映顾客心目中某企业或品牌与竞争对手相比是否具备独到之处。		
顾客预期 (8分)	顾客预期	★总体质量预期	3	反映顾客在准备购买某种产品或接受某种服务之前对其质量水平的总体估计与判断。		
		★可靠性预期	3	反映顾客对在消费某种产品或接受某种服务过程中出现问题可能性的估计。		
		个性化预期	2	反映顾客在准备购买某种产品或接受某种服务之前对其可以满足自己特定要求程度的估计。		
顾客感知 (35分)	产品质量感知	★总体产品质量感知	3	反映顾客在消费、使用某种产品的过程中对其总体质量水平的实际感受。		
		★产品质量可靠性感知	3	反映顾客在消费、使用某种产品的过程中对其出现问题程度的实际感受。		
		★产品功能适用性感知	3	反映顾客在消费、使用某种产品的过程中对其所具备功能能满足自己特定需要程度的感受。		
		产品款式感知	2	反映顾客在消费、使用某种产品的过程中对其款式所体现档次、美观程度或独特新颖性的实际感受。		
	服务质量感知	总体服务质量感知	3	反映顾客在接受某种服务的过程中对其总体质量水平的实际感受。		
		有形性质量感知	2	反映顾客在接受某种服务的过程中对其有形设施、设备、辅助材料质量水平以及员工仪表的实际感受。如商场的装潢设计、柜台布置、电梯，饭店的装潢设计、桌椅、餐具，宾馆的卧室与卫生间的装潢布置、家具，以及员工仪表的整洁与否，等等，都在有形性质量感知的测评范围之内。		
		可靠性质量感知	3	反映顾客实际感受到的服务提供者可靠而准确地履行服务承诺的能力。		
		保证性质量感知	3	反映顾客实际感受到的服务人员所具有的知识、礼节以及表达自信和可信的能力；包括完成服务的能力，对顾客的礼貌和尊敬，与顾客有效的沟通等。		

	价值感知	响应性质量感知	2	反映顾客实际感受到的服务人员愿意帮助顾客、并提供快捷服务的能力。			
		关怀性质量感知	2	反映顾客在接受某种服务的过程中对服务提供者能设身处地为其着想并提供周到、个性化服务的实际感受；包括很好地接近顾客，迅速了解顾客需求并加以有效地解决等。			
		★给定质量下对价格的评价	3	反映顾客综合了所接受服务的质量水平后对其付出价格的感受。			
		★给定价格下对质量的评价	3	反映顾客综合了所付出的价格后对其接受服务的质量水平的感受。与给定质量下对价格的感知相比，给定价格下对质量的感知更侧重于质量、而前者则注重于价格。			
		与同层次竞争对手相比下对价格的评价	3	反映顾客在结合了接受其他公司提供的同等层次服务需付价格后，对其付出价格的感受。			
	感知结果 (23分)	顾客满意	总体满意程度	3	反映顾客在接受某种服务的过程中或之后的一段时期内所形成的总体满意与否的感受。		
			实际感受同预期服务水平相比下的满意程度	2	反映顾客将对某种服务的实际感受同其预期水平相比较后所得出的满意程度。		
			实际感受同理想服务水平相比下的满意程度	2	反映顾客将对某种服务的实际感受同其理想水平相比较后所得出的满意程度。		
			实际感受与同层次竞争对手相比下的满意程度	3	反映顾客将对某种服务的实际感受与竞争对手所提供同等层次服务的质量水平相比较后所得出的满意程度		
		顾客抱怨	顾客抱怨与否	2	反映顾客在接受某种服务的过程中或之后的一段时期内是否产生过不满、并对亲友同事提出过抱怨。		
顾客投诉与否			2	反映顾客在接受某种服务的过程中或之后的一段时期内是否产生过不满、并对服务提供者进行过投诉。就顾客的不满程度而言，投诉甚于抱怨，但由于投诉是显性的、一对一的，便于服务提供者采取措施加以纠正，而抱怨是隐性的且发散的，服务提供者往往无从得知，反而会产生更大的对品牌形象和顾客忠诚度的负面影响。			
投诉处理满意程度			3	反映顾客在投诉之后对服务提供者处理投诉结果的满意程度。处理投诉得当，不满的顾客仍会转变为满意以至忠诚的顾客，若处理不当、甚至是不予重			

				视，则难免会造成顾客的流失。		
顾客忠诚	重复接受服务的可能性	3		反映顾客再次接受同类服务时会选择同一服务提供者的可能性。		
	向他人推荐的可能性	1		反映顾客向他人推荐在接受同类服务时选择同一服务提供者的可能性。		
	价格变动忍耐力	2		反映顾客对该服务提供者服务价格变动的承受能力。可以通过二选一问题进行调查，对于愿意重复接受服务的顾客，调查在该服务提供者相对其竞争对手提价到什么程度时，顾客才会放弃其服务而另作他选；对于不愿意重复接受服务的顾客，调查在该服务提供者相对其竞争对手降价到什么程度时，顾客才会重新选择接受其服务。		