

Q/HCC

广东中和认证有限公司

Q/HCC 003-2025

顾客满意度管理体系 要求

2026-04-08 发布

2026-04-08 实施

广东中和认证有限公司 发布

目录

前言	III
1、范围	1
2、规范性引用文件	1
3、术语与定义	1
3.1 顾客	1
3.2 顾客满意度管理	1
3.3 相关方	1
3.4 顾客满意度	1
3.5 顾客满意度管理目标	1
3.6 最高管理者	2
3.7 管理体系	2
3.8 不符合	2
3.9 改进	2
3.10 纠正措施	2
3.11 预防措施	2
4、组织环境	2
4.1 理解组织及其环境	2
4.2 理解相关方的需求和期望	2
4.3 确定顾客满意度管理体系的范围	2
5、领导作用	3
5.1 领导作用与承诺	3
5.2 方针	3
5.3 组织岗位、职责和权限	4
6、策划	4
6.1 应对风险和基于的措施	4
6.2 顾客满意度管理体系目标及实现策划	5
6.3 变更的策划	5
7、支持	5
7.1 资源	5
7.2 能力	6
7.3 意识	6
7.4 沟通	6
7.4.1 总则	6
7.5、文件化信息	7
7.5.1 总则	7
8、运行	8

Q/HCC 003-2025

8.1 运行策划	8
8.2 运行实施和控制	8
9、绩效评价	10
9.1 监视、测量、分析和评价绩效	10
9.2 内部审核	10
9.3 管理评审	10
10、改进	11
10.1 总则	11
10.2 事件、不符合和纠正措施	11
10.3 持续改进	12

前言

本标准按照 GB/T1.1 — 2020 给出的规则起草。

本标准由广东中和认证有限公司制定。

本标准起草单位：广东中和认证有限公司技术委员会。

履约能力管理体系 要求

1、范围

本文件规定了建立、实施、保持和持续改进顾客满意度管理体系的具体要求，旨在通过系统化管理顾客需求、反馈及体验，提升顾客忠诚度、市场竞争力和组织绩效。

本标准适用于广东中和认证有限公司对企业顾客满意度体系进行认证，也为企业建立、提高管理水平提供参考。

2、规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件，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 顾客满意度指数评价指南

GB/T 36073 顾客投诉管理指南

GB/T 19001-2016 质量管理体系要求

GB/T 19000—2016 质量管理体系 基础和术语

3、术语与定义

3.1 顾客

组织产品或服务的个人或组织。

3.2 顾客满意度管理

顾客对其需求已被满足程度的感受和评价。

3.3 相关方

能够影响决策或活动、受决策或活动影响，或感觉自身收到决策或活动影响。

3.4 顾客满意度

顾客在与组织互动过程中形成的整体感受和印象。

3.5 顾客满意度管理目标

Q/HCC 003-2025

组织针对顾客满意度提升设定的可测量目标。

3.6 最高管理者

在最高层指挥并控制组织的一个人或一组人。

3.7 管理体系

组织用于建立方针、目标以及实现这些目标的过程的相互关联或相作用的一组要素。

3.8 不符合

未满足要求。

3.9 改进

提高绩效的活动。

3.10 纠正措施

为消除不符合（3.8）的原因并防止再发生所采取的措施。

注：一个不符合可以有若干个原因。

3.11 预防措施

为消除潜在不符合（3.8）或其他潜在不期望情况的原因所采取的措施。

注：一个潜在不符合可以有若干个原因。

4、组织环境

4.1 理解组织及其环境

组织应确定与顾客满意度管理体系相关并影响其实现顾客满意度管理体系预期结果的各种外部和内部因素。

a) 内部因素：组织的产品质量状态、人员专业技能、财务状况等；

b) 外部因素：客户要求、法律法规要求、市场竞争环境等。

组织应对这些内外部因素的相关信息进行监视和评审。

4.2 理解相关方的需求和期望

组织应确定：

a) 与顾客满意度管理体系有关的相关方；

b) 与顾客满意度管理体系有关的相关方的要求；

组织应监视和评审这些相关方的信息及其相关要求。

4.3 确定顾客满意度管理体系的范围

组织应根据顾客满意度管理体系的边界和适用性，以界定其范围。

确定范围时，组织必须考虑：

- a) 4.1 中所提及的内部和外部因素；
- b) 4.2 所提及的相关方的要求和期望；
- c) 在组织环境中，对组织运营和活动产生不利影响的风险因素；
- d) 与顾客满意度管理相关的全过程，明确过程之间的相互作用和接口关系；
- e) 组织的产品和服务类型，确保范围覆盖所有与顾客满意度相关的业务过程；

组织的顾客满意度管理体系的范围应作为成文信息可被获取，范围说明中应明确所覆盖的过程清单。

5、领导作用

5.1 领导作用与承诺

最高管理者应通过以下方面，证实其在建立和实施顾客满意度管理体系并持续改进其有效性方面的领导作用及承诺：

- 确保制定顾客满意度的方针和目标，并与组织的战略方向相一致；
- 确保将顾客满意度管理体系要求融入组织的业务运行过程；
- 确保顾客满意度管理体系可获得所需的资源，用于建立、实施、运行、监视、评审、保持和改进顾客满意度管理体系；
- 就有效开展顾客满意度管理并符合顾客满意度管理体系及法律法规要求的重要性进行沟通；
- 确保顾客满意度管理体系实现预期结果；
- 指导和支持员工对顾客满意度管理体系的有效性做出贡献；
- 推动持续改进；
- 支持其他相关管理者在其职责范围内发挥领导作用；
- 按计划的时间间隔对顾客满意度管理体系进行管理评审。

5.2 方针

最高管理者应按以下要求建立、实施并保持顾客满意度管理体系方针：

- 适合组织的宗旨；
- 为建立顾客满意度目标提供框架；
- 包括满足适用的法律及其他要求的承诺；
- 包括持续改进顾客满意度管理体系的承诺；

Q/HCC 003-2025

- 包含消除不良影响因素和降低信用风险的承诺；
- 顾客满意度管理体系方针应：
 - 可获取并保持成文信息；
 - 在组织内得到沟通；
 - 传达到所有为组织工作或代表组织工作的人员；
 - 适宜时，可为有关相关方所获取；
 - 获得最高管理者的批准；
 - 在计划时间间隔内或出现重大变化时得到评审。

5.3 组织岗位、职责和权限

最高管理者应确保顾客满意度管理体系内相关角色的职责和权限分配到组织内各层次并予以沟通，且作为文件化信息予以保持。组织内的每一层次的员工均应为其所控制部分承担那顾客满意度管理体系方面的职责。组织相关岗位的职责、权限得到分配、沟通。

最高管理者应对以下事项分配职责和权限：

- a) 确保顾客满意度管理体系符合本文件的要求；
- b) 向最高管理者报告顾客满意度管理体系的绩效。

6、策划

6.1 应对风险和机遇的措施

6.1.1 总则

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

- 确保顾客满意度管理体系能够实现其预期结果；
- 预防或减少非预期影响；
- 实现持续改进。

6.1.2 法律法规和其他要求

组织应确保在建立、实施和保持顾客满意度管理体系时考虑适用的法律法规和其他要求：

- a) 识别与顾客满意度相关的法律法规、合同、执照及其他要求和承诺；
- b) 识别法律法规规定以外的与其业务和顾客满意度相关的合法权益责任；
- c) 确定如何将上述要求应用于组织的运营中。

组织应记录上述信息并持续更新，应组织人员和相关方传达有关法律法规和其他要求。组织和其客户具有遵守上述法律法规和道德责任的义务。

6.2 顾客满意度管理体系目标及实现策划

6.2.1 顾客满意度管理体系目标

组织应针对相关职能和层次建立顾客满意度管理体系目标。应：

- a) 与方针保持一致；
- b) 可测量；
- c) 考虑适用的要求；
- D) 予以监视；
- e) 予以沟通；
- f) 适时更新。

6.2.2 实现顾客满意度管理体系目标策划

策划如何实现顾客满意度管理体系目标时，组织应确定：

- 要做什么；
- 需要什么资源；
- 由谁负责；
- 何时完成；
- 如何评价结果。
- 如何将实现顾客满意度目标的措施融入其业务过程。

组织应保持和保留顾客满意度管理体系目标和实现目标的策划的文件化信息。

6.3 变更的策划

当组织确定需要对顾客满意度管理体进行变更时，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) 职责和权限的分配或再分配。

7、支持

7.1 资源

Q/HCC 003-2025

组织应确定并提供建立、实施、保持和持续改进顾客满意度管理体系所需的资源；

7.2 能力

组织应：

- a) 确定影响或可能影响其体系绩效的员工所必需具备的能力；
- b) 基于适当的教育、培训或经历，确保员工具备胜任工作的能力（包括具备辨识与其工作相关的不良影响因素的能力）；
- c) 在适当时，采取适当措施以获得和保持所必需的能力，并评价所采取措施的有效性；
- d) 保留适当的文件化信息作为能力证据。

注：适当措施可包括：向现有所雇人员提供培训、指导或重新分配工作；外聘或将工作承包给能胜任工作的人员等。

7.3 意识

最高管理层应充分意识到：

- a) 履行顾客满意度对于组织生存和发展的重要战略意义；
- b) 组织建立和保持顾客满意度管理体系的必要性；

组织内各层次的员工应正确认识和理解顾客满意度，并意识到：

- a) 与各自活动相关的活动；
- b) 组织顾客满意度管理体系的方针和目标；
- c) 其对顾客满意度管理体系有效性的贡献作用，包括提升体系绩效的益处；
- d) 不符合顾客满意度管理体系要求的影响和潜在后果；
- e) 与其相关的事件和调查结果；
- f) 与其相关的不良影响因素、风险和所确定的措施。

7.4 沟通

7.4.1 总则

组织应确定与顾客满意度管理体系相关的内外部沟通，包括：

- 沟通什么；
- 何时沟通；
- 与谁沟通；
- 如何沟通；
- 谁来沟通。

组织应为下列事项建立、实施和保持程序：

- a) 与内外部利益相关方的沟通；
- b) 接收、记录和应对内外部利益相关方的沟通；
- c) 沟通程序应考虑业务信息的敏感性和对信息共享的法律约束。

7.4.2 内部沟通

组织应：

- a) 就顾客满意度管理体系的相关信息在其不同层次和职能之间，以及与相关管理体系之间进行内部沟通，适当时还包括管理体系的变更；
- b) 确保其沟通过程能够使员工为持续改进做出贡献。

7.4.3 外部沟通

组织应按其所建立的沟通过程就顾客满意度管理体系的相关信息进行外部沟通，并考虑法律法规要求和其他要求。

7.5、文件化信息

7.5.1 总则

组织的顾客满意度管理体系应包括：

- 本文件要求的成文信息，包括记录；
- 方针、符合性说明、目标和指标；
- 顾客满意度管理体系范围说明；
- 顾客满意度管理体系有效实施和运营所需要的文件化信息；

组织所确定的、为确保顾客满意度管理体系的有效性所需的成文信息。

注：对于不同组织，顾客满意度管理体系成文信息的多少与详略程度可以不同，取决于：

- 过程及其相互作用的复杂程度；
- 人员的能力。

7.5.2 创建和更新

创建和更新文件化信息时，组织应确保适当的：

- a) 标识和说明（如标题、日期、作者或文件编号）；
- b) 形式（如语言文字、软件版本、图表）与载体（如纸质载体、电子载体）；
- c) 评审和批准，以确保适宜性和充分性。

Q/HCC 003-2025

7.5.3 文件化信息的控制

顾客满意度管理体系和本标准所要求的文件化信息应予以控制，以确保：

- a) 在需要的场所和时间均可获得并适用；
- b) 得到充分的保护（如防止失密、不当使用或完整性受损）。

适用时，组织应针对下列活动来控制文件化信息：

- 分发、访问、检索和使用；
- 存储和保护，包括保持易读性；
- 变更控制（如版本控制）；
- 保留和处置。

组织应识别其所确定的、策划和运行顾客满意度管理体系所必需的、来自于外部的文件化信息，适当时应对其予以控制。

8、运行

8.1 运行策划

为满足顾客满意度管理的要求实施第6章所确定的措施，组织应针对以下方面对顾客满意度管理所需过程（见4.4）进行策划和实施：

- a) 顾客需求识别；
- b) 满意度调查与数据收集；
- c) 投诉处理；
- d) 数据分析与改进措施制定。
- e) 各过程的控制准则和作业要求，明确过程输入、输出、活动步骤和责任人；
- f) 过程之间的接口关系，明确接口职责和沟通方式，避免接口遗漏或冲突；
- g) 特殊过程（如顾客投诉处置、满意度数据统计分析）的识别和管控要求；

8.2 运行实施和控制

8.2.1 顾客需求识别

- a) 通过市场调研、用户访谈大数据分析等方法，识别顾客显性和隐性需求；
- b) 定期更新需求清单，作为产品服务改进依据。
- c) 建立顾客需求跟踪机制，监视需求的变化，及时调整相关过程

8.2.2 满意度调查与数据收集

- a) 制定满意度调查方案，明确调查对象、调查方式、调查频次、指标设定（如产品质量、服务效率、投诉处理等）；
- b) 规范数据收集过程，确保数据的真实性、完整性和准确性，明确数据收集责任人；
- c) 对收集的数据进行分类整理，建立数据台账，作为成文信息予以保留；
- d) 定期对调查方案的适用性进行评审，及时优化调查指标和方式。

8.2.3 投诉处理

- a) 建立投诉接收、记录、分析、响应和跟踪流程，明确各环节的时限和责任人；
- b) 及时解决投诉，避免重复发生，必要时提供补偿；
- c) 分析投诉趋势，识别体系改进机会；
- d) 对投诉处理过程进行监视和控制，确保流程合规、响应及时，保留投诉处理记录；
- e) 定期评审投诉处理效果，优化投诉处理流程。

8.2.4 数据分析与改进

- a) 运用统计方法（如 SWOT 分析、帕累托图）分析满意度数据和投诉信息；
- b) 针对不满意项制定改进措施（如优化服务流程、提升产品质量），跟踪措施有效性；
- c) 向相关方反馈改进结果；
- d) 建立数据分析过程控制准则，确保分析方法科学、结果准确，保留数据分析记录。

8.2.5 数据安全

- a) 对顾客信息和满意度数据分类分级管理，设定访问权限；
- b) 采取加密、备份等技术措施，防止数据泄露或丢失；
- c) 定期开展数据安全风险评估和员工培训。
- d) 对数据安全过程进行定期监视，及时发现并处置数据安全隐患

8.2.6 特殊过程管控

对于对顾客满意度有重大影响、结果难以验证的特殊过程（如投诉处置、复杂数据分析），组织应：

- a) 明确特殊过程的识别标准和范围；
- b) 制定特殊过程作业指导书，明确过程控制参数和要求；
- c) 对特殊过程实施全程监视，保留监视记录；
- d) 定期对特殊过程的有效性进行验证，必要时进行再确认。

9、绩效评价

9.1 监视、测量、分析和评价绩效

组织应建立、实施和保持用于监视、测量、分析和评价绩效的过程。

组织应确定：

- a) 需要监视和测量的内容；
- d) 何时应实施监视和测量；
- e) 何时应分析、评价和沟通监视和测量的结果。

组织应评价其顾客满意度管理体系绩效并确定顾客满意度管理体系的有效性。

组织应保留适当的文件化信息：

——作为监视、测量、分析和评价绩效的结果的证据；

9.2 内部审核

9.2.1 总则

组织应按策划的时间间隔实施内部审核，以提供下列信息：

- a) 顾客满意度管理体系是否符合：
 - 1) 组织自身的顾客满意度管理体系要求，包括方针和目标；
 - 2) 本标准的要求；
- b) 顾客满意度管理体系是否得到有效实施和保持。

9.2.2 内部审核方案

组织应：

- a) 在考虑相关过程的重要性和以往审核结果的情况下，策划、建立、实施和保持包含频次、方法、职责、协商、策划要求和报告的审核方案；
- b) 规定每次审核的审核准则和范围；
- c) 选择审核员并实施审核，以确保审核过程的客观性和公正性；
- d) 确保向相关管理者报告审核结果，以及其他有关的利益相关方报告相关的审核结果；
- e) 采取措施，以应对不符合和持续改进其管理体系绩效；
- f) 保留文件化信息，作为审核方案实施和审核结果的证据。

注：有关审核和审核员能力的更多信息参见 GB/T19011。

9.3 管理评审

最高管理者应按策划的时间间隔对组织的顾客满意度管理体系进行评审，以确保其持续的适宜性、充分性和有效性。

9.3.1 策划和实施管理评审（管理评审的输入）应考虑：

- a) 以往管理评审所采取的措施情况；
- b) 与顾客满意度管理体系相关的内外部因素变化；
- c) 有关顾客满意度管理绩效的反馈，包括以下方面的趋势：
 - 1) 不符合和纠正措施外住信息公头般分；
 - 2) 监视和测量结果；
 - 3) 审核结果；
 - 4) 客户满意度管理目标的完成情况；
 - 5) 有关相关方反馈。
- d) 资源的充分性；
- e) 应对风险和机遇所采取措施的有效性（见 6.1）；
- f) 改进的机会。

9.3.2 管理评审的输出应包括与下列事项有关的决定：

- 顾客满意度管理体系在实现其预期结果方面的持续适宜性、充分性和有效性；
- 持续改进的机会；
- 任何对该管理体系变更的需求；
- 需资源；
- 措施（若需要）；

组织应保留文件化信息，以作为管理评审结果的证据。

10、改进

10.1 总则

组织应确定改进的机会，并实施必要的措施，以实现其管理体系的预期结果。

10.2 事件、不符合和纠正措施

组织应建立、实施和保持包括报告、调查和采取措施在内的过程，以确定和管理事件和不符合。当事件或不符合发生时，组织应：

- a) 及时对事件和不符合做出反应，并在适用时；

Q/HCC 003-2025

- 1) 采取措施予以控制和纠正;
- 2) 处理后果。

b) 在利流相关方的参与下, 通过下列活动, 评价是否采取纠正措施, 以消除导致事件或不符合的根本原因, 防止事件或不符合再次发生或在其他场合发生:

- 1) 调查事件或评审不符合;
- 2) 确定导致事件或不符合的原因;
- 3) 确定类似事件是否曾经发生过, 不符合是否存在, 或它们是否可能会发生;
- c) 在适当时, 对现有的风险的评价进行评审;
- d) 按照控制层级和变更管理, 确定并实施任何所需的措施, 包括纠正措施;
- e) 在采取措施前, 评价与新的或变化的不良影响因素相关的风险;
- F) 评审任何所采取措施的有效性, 包括纠正措施;
- g) 在必要时, 变更社管理体系。

纠正措施应与事件或不符合所产生的影响或潜在影响相适应。

组织应保留文件化信息作为以下方面的证据:

- 事件或不符合的性质以及所采取的任何后续措施;
- 任何措施和纠正措施的结果, 包括其有效性。

组织应就此文件化信息与员工及其代表(若有)以及其他有关的利益相关方进行沟通。

注: 及时地报告和调查事件可有助于消除不良影响因素和尽快降低相关风险。

10.3 持续改进

组织应通过下列方式持续改进顾客满意度管理体系的适宜性、充分性和有效性:

- a) 提升管理体系绩效;
- b) 促进支持管理体系的文化;
- c) 促进利益相关方参与管理体系持续改进措施的实施;
- d) 促进相关管理体系和业务过程支持和参与顾客满意度管理体系持续改进措施的实施;
- e) 将有关持续改进的结果与利益相关方及其代表(若有)进行沟通。

保持和保留文件化信息作为持续改进的证据。

