



中华人民共和国国家标准

GB/T 19039—2009

顾客满意测评通则

General rules of customer satisfaction measurement

2009-09-30 发布

2009-12-01 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会 发布

前 言

本标准由全国质量管理和质量保证标准化技术委员会(SAC/TC 151)提出并归口。

本标准起草单位:中国标准化研究院、中国质量协会、大长江集团有限公司、海尔集团。

本标准主要起草人:裴飞、咸奎桐、康健、张荣静、郑兆红、朱立恩、王晓生、郑奎静、解居志、冯卫。

引 言

以顾客为关注焦点是组织质量管理的重要原则,顾客满意测评为组织有效了解顾客满意程度提供了方法。

我国开展顾客满意测评的时间不长,但是测评工作得到越来越多的组织的重视。对目前各类顾客满意测评工作的分析表明,组织开展的测评工作存在着各种不规范的地方,影响了顾客满意测评结果的科学性和有效性。制定本标准的目的是帮助组织明确顾客满意测评的基本原则,规范顾客满意测评过程,使组织能够更加科学、规范地开展顾客满意测评工作。

顾客满意测评通则

1 范围

本标准规定了进行顾客满意测评工作的基本原则、测评的过程和测评结果的应用。

本标准适用于组织实施外部顾客满意测评。

2 规范性引用文件

下列文件中的条款通过本标准的引用而成为本标准的条款。凡是注日期的引用文件，其随后所有的修改单（不包括勘误的内容）或修订版均不适用于本标准，然而，鼓励根据本标准达成协议的各方研究是否可使用这些文件的最新版本。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本标准。

GB/T 19000—2008 质量管理体系 基础和术语

3 术语和定义

GB/T 19000—2008 确立的以及下列术语和定义适用于本标准。

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。

[GB/T 19000—2008, 定义 3.1.4]

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。

4 基本原则

4.1 总则

为保证顾客满意测评方法、测评过程及测评结果的有效，组织应遵循 4.2 至 4.5 的基本原则。

4.2 资源

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

4.3 职责

组织应对参与顾客满意测评的人员制定相应的职责。

4.4 适宜方法

组织应针对不同情况选择适宜的顾客满意测评的方法，以确保测评过程及测评结果的有效。

4.5 持续测评

组织应根据需要建立持续测评制度，以利于不断提高顾客满意。

5 测评过程

5.1 确定测评范围

组织应首先确定顾客满意测评的范围，如：

- 对组织的产品和(或)服务等方面的顾客满意全面测评;
- 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。

5.2 确定测评指标

组织应根据测评范围及所识别的顾客和顾客需求确定测评指标。

5.3 确定测评方法

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。

5.4 获得测评数据

5.4.1 确定抽样总体和抽样方法

组织应确定抽样总体,并选择与测评方法相对应的抽样方法。

5.4.2 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。

5.4.3 设计问卷

组织应以问卷形式将已确定的测评指标转化为调查问卷。

5.4.4 收集数据

组织应根据 5.1 至 5.3 中确定的内容,在 5.4.1 至 5.4.3 的基础上实施数据收集,同时加强对数据收集过程的控制。

5.5 数据处理

5.5.1 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。

5.5.2 确定数据统计分析方法

组织应根据所获得的数据类型和测评范围选择相应的数据分析方法。

5.5.3 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。

5.6 编写测评报告

必要时,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。

6 测评结果的应用

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。
