

GB/T 19012-2008 idt ISO 10002:2004 标准宣贯教材

投诉处理体系 建立与实施指南

郭庆华 李萌 贾殿徐 孙庆民 编著

TOUSU CHULI TIXI
JIANLI YU SHISHI ZHINAN

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

GB/T 19012—2008 idt ISO 10002:2004 标准宣贯教材

投诉处理体系建立与 实施指南

郭庆华 李萌 贾殿徐 孙庆民 编著

ISBN 978-7-114-06402-7
定价：30.00元

中国铁道出版社

2008年·北京

图书在版编目(CIP)数据

投诉处理体系建立与实施指南/郭庆华等编著. —北京:
中国铁道出版社, 2008. 11
ISBN 978-7-113-09402-7

I. 投… II. 郭… III. 铁路运输—运输企业—质量
管理体系—国家标准—中国 IV. F532.6-65

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 180300 号

书 名: 投诉处理体系建立与实施指南
作 者: 郭庆华 李萌 贾殿徐 孙庆民 编著

责任编辑: 吴 军 **电话:** (010)51873094

封面设计: 崔丽芳

责任校对: 张玉华

责任印制: 金洪泽 陆 宁

出版发行: 中国铁道出版社 (100054, 北京市宣武区右安门西街 8 号)

网 址: <http://www.tdpress.com>

印 刷: 北京市兴顺印刷厂

版 次: 2008 年 11 月第 1 版 2008 年 11 月第 1 次印刷

开 本: 880 mm × 1 230 mm 1/32 **印张:** 4 **字数:** 108 千

印 数: 1 ~ 5 000 册

书 号: ISBN 978-7-113-09402-7/G · 295

定 价: 20.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书,如有缺页、倒页、脱页者,请与本社发行部调换。

电 话: 市电(010)51873170, 路电(021)73170(发行部)

打击盗版举报电话: 市电(010)63549504, 路电(021)73187

前 言

随着全球贸易一体化进程的加快,当今国际市场上国与国之间、地区与地区之间、企业与企业之间的竞争愈演愈烈。竞争的焦点集中在产品和服务质量上。在社会发展过程中,没有任何一个国家的政府,任何一个社会组织,任何一家企业能把所有的事情做得尽善尽美,把产品做得完美无缺,碧玉无瑕。因此,任何政府机关、任何社会组织、任何企业都可能面临着它所服务的对象或它所提供的产品购买者的抱怨或投诉。

如何有效地处理投诉,变投诉为政府、组织或企业改进产品或服务的动力,国际标准化组织质量管理和技术委员会在总结和吸纳世界各国处理投诉的经验的基础上,制定并发布了 ISO 10002《质量管理 顾客满意 组织处理投诉指南》标准,旨在增强组织的顾客满意度和组织的产品或服务竞争力。

为了帮助组织和企业准确理解和应用 GB/T 19012—2008 idt ISO 10002:2004《质量管理 顾客满意 组织处理投诉指南》,我们着手编写了这本宣贯教材。

在本书编写过程中,著名质量管理 and 质量信用专家、中国产品质量协会专家委员会主任郭庆华老师编写了第三章、第四章、第五章和第六章的内容;高级工程师、国家注册审核员、资深企业管理顾问李萌老师执笔编写了第一章、第二章和第七章的内容;中国认证人员与培训机构国家认可委员会委员、国际审核员培训与注册协会(IATCA)咨询师专家组专家贾殿徐老师和著名企业管理顾问、咨询师孙庆民老师在本书的编写过程中,提出了诸多宝贵意见,并参与了本书部分章节的编写。郭庆华老师对全书进行了总撰。

为了使相关组织所建立的处理投诉体系既满足标准的要求,又满足组织的实际情况,在本宣贯教材编写过程中,作者结合数十年的质量

管理实践经验,面向企业,注重实用,通俗易懂地解析了 GB/T 19012—2008 idt ISO 10002:2004《质量管理 顾客满意 组织处理投诉指南》标准要求,并从企业实际出发,给出了投诉处理程序实例。

本书可作为 GB/T 19012—2008 idt ISO 10002:2004《质量管理 顾客满意 组织处理投诉指南》标准的宣贯教材,也可作为理工科大学质量管理专业的教学用书或参考书。

在本书的编写过程中得到周建军、陈亮等同志的大力支持和热情帮助。在此,谨向上述同志表示衷心感谢。限于时间和作者的水平,有不妥或错误之处,恳请广大读者批评指正。

作 者

2008 年 10 月

02		申诉处理	章十第
12		申诉处理	章八第
12		申诉处理	章八第
02		申诉处理	章六第
02		申诉处理	章一第
02		申诉处理	章二第
目 次			
第一章 概 论	1		
第一节 什么是 GB/T 19012 标准	1		
第二节 我国投诉处理现状	3		
第三节 组织贯彻 GB/T 19012 idt ISO 10002 标准的意义	7		
第四节 组织建立投诉处理过程的作用	9		
第二章 投诉处理相关概念与指导原则	13		
第一节 GB/T 19012—2008 idt ISO 10002:2004 标准结构	13		
第二节 投诉处理相关概念	16		
第三节 投诉处理的指导原则	22		
第三章 投诉处理框架	29		
第一节 承 诺	29		
第二节 方 针	30		
第三节 职责与权限	31		
第四章 策划与设计	36		
第一节 总 则	36		
第二节 目 标	39		
第三节 行 动	39		
第四节 资 源	40		
第五章 投诉处理程序的运作	42		
第一节 沟 通	42		
第二节 投诉受理	44		
第三节 投诉跟踪	46		
第四节 投诉告知	47		
第五节 投诉初步评审	47		
第六节 投诉调查	48		

第七节 投诉响应	50
第八节 沟通决定	51
第九节 投诉终止	51
第六章 保持和改进	53
第一节 信息收集	53
第二节 投诉分析和评价	56
第三节 投诉处理过程的满意程度	57
第四节 投诉处理程序的监视	58
第五节 投诉处理过程的审核	61
第六节 投诉处理过程的管理评审	62
第七节 持续改进	65
第七章 顾客投诉处理程序文件的结构和要点	67
第一节 顾客投诉处理文件结构	67
第二节 顾客投诉处理文件编写要点	68
第三节 顾客投诉处理文件范例	73
附录一 中华人民共和国产品质量法	91
附录二 中华人民共和国消费者权益保护法	102
附录三 部分商品修理更换退货责任规定	111
附录四 道路运输服务质量投诉管理规定	116

第一章

概 论

第一节 什么是 GB/T 19012 标准

一、什么是 GB/T 19012 标准

GB/T 19012《质量管理 顾客满意 组织处理投诉指南》标准是由国家标准化委员会正式发布的用于指导企业有效和高效处理顾客投诉的指南性标准,该标准等同采用国际标准化组织 ISO/TC176/SC3/WG10 质量管理 and 质量保证技术委员会技术支持分委员会的投诉处理工作组所制定的国际标准,即 ISO 10002—2004《质量管理 顾客满意 组织处理投诉指南》标准,它于 2004 年 9 月正式发布实施。我国于 2008 年 5 月 7 日正式等同采用该标准,并于 2008 年 12 月 1 日起实施,国家标准代号为 GB/T 19012—2008。

该标准规定了有效的顾客投诉处理机制,将在促进公平市场的产生、增强组织对投诉问题的处理能力、最终提高顾客满意度上发挥重要作用。

二、什么是投诉处理

任何组织在任何时候都不可能把产品或服务做到尽善尽美或完美无缺,其所提供的产品或服务均可能给部分消费者带来不称心或不满意的情况,导致顾客投诉的发生。因此,有效和高效地处理顾客投诉,实现顾客满意是组织或企业的一项必不可少的增值活动。

投诉处理是一项集心理学、社交技巧于一体并体现组织与投诉处理相关人员的道德修养、业务水平、工作能力等综合素养,给投诉者所提问题予以妥善解决或圆满解答的工作。顾客投诉如果能得到较好的解决,组织可以获得顾客的进一步信任,可以有效地维护好组织的自身形象。反之,如果顾客投诉得不到组织的圆满答复和处理,则可能会对顾客造成二次伤害,加深顾客对组织的误解,甚至导致给组织造成更大的负面影响,损害组织的社会形象。

三、GB/T 19012—2008 idt ISO 10002—2004 标准的特点

该标准首次站在组织角度,指导组织作为主体来处理顾客投诉,为所有类型组织提供了一个公开、公平,有法可依、有章可循,顾客能积极响应的投诉处理系统,提高了组织解决投诉的水平和组织消除投诉根源的能力,使组织以一种自己和投诉者双方都满意的系统方式来解决投诉。

该标准确立了有效和高效处理投诉的9项指导原则,规定了处理投诉的框架,为组织建立有效和高效的处理顾客投诉体系奠定了理论基础。

四、GB/T 19012—2008 idt ISO 10002—2004 标准的功能

GB/T 19012—2008 idt ISO 10002—2004 标准的实施,可以有效地提高顾客满意度,使组织在任何地域都可按同一标准处理投诉,并最终使企业和顾客满意,提升组织的声誉和社会影响。

实施该标准中所阐述的过程,将能够:

——为投诉者提供一个开放并有回复的投诉处理过程;

——提高组织以一致、系统和积极响应的方式解决投诉的能力,以使投诉者和组织都满意;

——提高组织识别投诉的趋势、消除投诉的原因,并改进组织运作的能力;

——帮助组织采用以顾客为关注焦点的方式解决投诉,并鼓励组织人员改进与顾客相处的技能;

——为投诉处理过程、解决投诉的问题、改进相关过程提供持续评审和分析的基础。

第二节 我国投诉处理现状

一、与投诉处理相关的法律法规

1. 1993年9月1日起实施的《中华人民共和国产品质量法》对因产品质量导致消费者权益损害的处理作出了规定:“消费者有权就产品质量问题,向产品的生产者、销售者查询;向产品质量监督部门、工商行政管理部门及有关部门申诉,接受申诉的部门应当负责处理。”

“保护消费者权益的社会组织可以就消费者反映的产品质量问题建议有关部门负责处理,支持消费者对因产品质量造成的损害向人民法院起诉。”

“售出的产品有下列情形之一的,销售者应当负责修理、更换、退货;给购买产品的消费者造成损失的,销售者应当赔偿损失:

- ① 不具备产品应当具备的使用性能而事先未作说明的;
- ② 不符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准的;
- ③ 不符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况的。”

“销售者依照前款规定负责修理、更换、退货、赔偿损失后,属于生产者的责任或者属于向销售者提供产品的其他销售者(以下简称供货者)的责任的,销售者有权向生产者、供货者追偿。”

“因产品存在缺陷造成人身、缺陷产品以外的其他财产(以下简称他人财产)损害的,生产者应当承担赔偿责任。”

“因产品存在缺陷造成人身、他人财产损害的,受害人可以向产品的生产者要求赔偿,也可以向产品的销售者要求赔偿。属于产品的生产者的责任,产品的销售者赔偿的,产品的销售者有权向产品的生产者追偿。属于产品的销售者的责任,产品的生产者赔偿的,产品的生产者有权向产品的销售者追偿。”

“因产品存在缺陷造成受害人人身伤害的,侵害人应当赔偿医疗费、治疗期间的护理费、因误工减少的收入等费用;造成残疾的,还应当支付残疾者生活自助具费、生活补助费、残疾赔偿金以及由其扶养的人所必需的生活费等费用;造成受害人死亡的,并应当支付丧葬费、死亡赔偿金以及由死者生前扶养的人所必需的生活费等费用。”

“因产品存在缺陷造成受害人财产损失的,侵害人应当恢复原状或者折价赔偿。受害人因此遭受其他重大损失的,侵害人应当赔偿损失。”

2. 1994年1月1日起施行的《中华人民共和国消费者权益保护法》规定:“消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利。”

“消费者因购买、使用商品或者接受服务受到人身、财产损害的,享有依法获得赔偿的权利。”

“消费者在购买、使用商品时,其合法权益受到损害的,可以向销售者要求赔偿。销售者赔偿后,属于生产者的责任或者属于向销售者提供商品的其他销售者的责任的,销售者有权向生产者或者其他销售者追偿。”

“消费者或者其他受害人因商品缺陷造成人身、财产损害的,可以向销售者要求赔偿,也可以向生产者要求赔偿。属于生产者责任的,销售者赔偿后,有权向生产者追偿。属于销售者责任的,生产者赔偿后,有权向销售者追偿。”

“消费者在接受服务时,其合法权益受到损害的,可以向服务者要求赔偿。”

3. 1995年8月25日,原国家经贸委、国家技术监督局、国家工商

局、财政部联合发布《部分商品修理更换退货责任规定》，对在三包有效期内的产品修理期限及有关责任作出了规定。

4. 1998 年 3 月 6 日，原国家技术监督局发布 GB/T 17242—1998《投诉处理指南》。

5. 1997 年 6 月 16 日，原国家技术监督局发布 GB/T 16868—1997《商品经营质量管理规范》。

6. 1998 年 10 月 1 日，原国家技术监督局发布 GB/T 16784—1998《工业产品售后服务》。

7. 2002 年 6 月 20 日，国家质量监督检验检疫总局发布 GB/T 18760—2002《消费品售后服务方法与要求》。

8. 2004 年 8 月 1 日，国家发展改革委会发布实施《工程建设项目招标投标活动投诉处理办法》。

9. 2006 年 5 月 12 日，商务部发布 SB/T 10401—2006《商品售后服务评价体系》。

二、产品质量投诉现状

1. 2008 年上半年全国各级消费者组织共受理顾客投诉 307 626 件，比 2007 年同期上升了 2.7%，接待来访和咨询共计 227 万人次。其中，各级消费者组织为投诉者挽回经济损失 28 933 万元，因经营者有欺诈行为被政府处以加倍赔偿 6 219 件，计 416 万元。

2. 投诉问题按性质分：质量问题占 58.6%，营销合同问题占 8.1%，价格问题占 6.2%，计量问题占 2.0%，广告问题占 1.9%，假冒问题占 1.9%，安全问题占 1.8%，虚假品质占 1.7%，人格尊严占 0.3%，其他占 17.4%。

3. 投诉问题按类别分：百货类占 29.6%，家用电子电器类占 25.9%，服务类占 25.9%，房屋及装修建材占 6.4%，家用机械类占 5.6%，农用生产资料类占 2.5%，其他类占 4.1%。

4. 投诉增长较多的商品和服务分别是文体用品和邮政。

投诉变化情况如表 1-2-1、1-2-2 所示。

表 1-2-1 受理投诉情况变化表

项 目	2007 年上半年	2008 年上半年	变化幅度
受理数(件)	299 552	307 626	↑2.7%
解决率	87.9%	94.7%	↑6.8%
挽回损失(万元)	45 791	28 933	↓36.8%
加倍赔偿(件)	11 118	6 219	↓44.1%
加倍赔偿(万元)	517	416	↓19.5%
支持起诉(件)	1 455	1 827	↑25.6%
政府罚没款(万元)	936	1 577	↑68.5%
来访咨询(万人次)	249	227	↓8.8%

表 1-2-2 投诉性质变化表

单位:件

类 别	2007 年上半年	2008 年上半年	变化幅度
质 量	187 844	180 348	↓4.0%
营销合同	14 777	24 996	↑65.8%
价 格	17 767	19 101	↑7.5%
计 量	6 013	6 269	↑4.3%
广 告	5 154	5 776	↑12.1%
假 冒	5 592	5 706	↑2.0%
安 全	5 588	5 652	↑1.1%
虚假品质表示	4 017	5 316	↑32.3%
人格尊严	1 084	1 039	↓0.2%

三、产品质量投诉的主要特点

1. 销售服务中的电视购物和网络购物存在较多违约和失信问题,顾客投诉呈上升趋势,较上年度同期增加 53.2%。
2. 美容美发行业存在利用会员卡、优惠卡欺诈消费者的现象,消费者投诉较上年度同期上升 85.2%。
3. 洗衣行业的投诉较上年度有所上升。
4. 个别家电产品质量较差,企业售后服务能力弱,自定保修条款,

导致投诉上升。

5. 房屋、建材、装修行业投诉案件均有所上升,消费者维权难度大,其中因合同纠纷导致的房屋投诉上升了106.9%。

6. 汽车投诉较去年同期上升了11.1%,消费者投诉的主要问题是产品质量和售后服务。

综上所述,随着产品质量竞争的加剧和消费者维权意识的增强,顾客投诉呈明显上升趋势。在这种情况下,组织迫切需要及时有效地导入一套先进的处理投诉的管理模式,建立健全有效和高效的顾客投诉处理过程,通过有效和高效的处理顾客投诉,争取顾客满意,进而提升组织的产品竞争力。

第三节 组织贯彻 GB/T 19012 idt ISO 10002

标准的意义

随着全球经济一体化的形成,组织服务于顾客的概念不再仅仅停留在生产和销售合格产品的阶段,而是延伸到产品的整个寿命周期。组织建立以顾客为关注焦点的意识,就是要求组织关注在产品的整个寿命周期内所有顾客的需求和期望,全过程服务于顾客,有效和高效处理在产品的整个寿命周期内顾客的投诉和抱怨,改进产品和服务质量,增强顾客的满意度。GB/T 19012—2008 idt ISO 10002:2004 标准规定了处理投诉的科学模式,对提升组织的投诉处理管理水平有着积极和深远的意义。

一、为组织处理顾客投诉提供新的依据

对待顾客投诉,不同组织会有不同的方式方法。对同一类型的顾客投诉,不同的组织会采取不同的措施,其所产生的效果也存在较大差异。怎样才算处理好了难以判断,相关法律也没有作出具体规定。

要想达成相对一致,便于组织以共同依据解决同一类型的顾客投诉,为组织和社会节约资源,有必要制定一个适用所有组织和行业的统

一标准。GB/T 19012—2008 idt ISO 10002:2004 标准正好解决了这一难题。

国际标准化组织 TC176 质量管理和质量保证技术委员会 WG10 技术分委员会在总结各国处理投诉经验的基础上,研究制定了适用于全球范围内所有领域和组织的处理投诉指南标准,较好地解决了标准的统一问题,同时为组织处理顾客投诉提供了新的依据。

二、投诉处理更加科学化

投诉处理涉及相关的法律法规,涉及企业的管理水平,涉及与处理投诉相关人员的个人能力,涉及心理学和社交艺术。可怎样处理顾客投诉才算是好的,才能让投诉者满意。GB/T 19012—2008 idt ISO 10002 标准充分吸收了国际上众多组织投诉处理问题的成功经验,规定了投诉处理的指导原则以及规范的投诉处理流程,可以引导组织科学地投诉处理问题。

三、有利于达成共识

GB/T 19012—2008 idt ISO 10002:2004《质量管理 顾客满意 组织处理投诉指南》为投诉者、产品提供者及社会其他组织之间寻求到更多的共识,提供了一个科学合理的判断标准。对投诉者而言,会对产品提供者经过这样一个处理过程感到被投诉者积极的态度,解决问题的良好愿望;对产品提供者,可找到解决问题的最佳途径;对社会其他组织也可以通过这项标准较好的解决投诉问题。

四、促进全球经济一体化

全球有了统一投诉处理方面的标准,便于经济全球化形式下国际间投诉问题的处理。

随着经济全球化进程的加快,产品流通也更加国际化,投诉不仅会在同一国家或地区内进行,还会跨越地区界限。没有一个统一的标准,达成共识将更加困难。

第四节 组织建立投诉处理过程的作用

一、帮助组织员工正视顾客投诉

顾客是组织最好的医生。他们把所诊断出来的问题反馈给组织,让组织能够充分了解自身存在的不足与问题所在,以便组织的管理者能够对症下药,改进自身的产品或服务的质量,避免更大的失误。无论组织的规模大小、所处的地理位置和环境如何,如果顾客投诉得到了有效的处理,就能提升该组织的声誉。因此,作为任何一个组织的员工,都应该正视在产品实现过程中可能会存在不可避免的隐含的质量问题,这是由于技术水平和基础设施能力所决定的。在这种情况下,投诉者帮助组织发现产品质量的隐含问题,给组织改进产品质量提出了新的课题,组织应认真分析问题,找出导致问题发生的根本原因,制定措施解决问题。只有这样组织才可能把产品做得更好,才可能获得顾客的真正满意。

二、改变员工和管理层对顾客投诉的恐惧心理

随着组织和消费者自我保护的维权意识的提高,处理顾客投诉将是所有组织所面临的一个永久课题。很少有组织能把产品一次做到尽善尽美,把服务做到无可挑剔。因此,所有的组织都可能面临顾客投诉。但作为组织应该明白其所接受的顾客投诉仅仅占不满意的顾客中的极少的一部分。

发生顾客投诉,则表明投诉者还希望与组织进行合作。只有投诉者对组织完全丧失希望,选择沉默,才会导致顾客终止与组织的合作。调查表明,26个不露声色的不满客户中,平均有25个将弃你而去,而他们的朋友中有1560个也不会选择你,而98%的不满顾客从来没有投诉过。

因此,我们应该明白有投诉是正常的。任何组织都很难做到让所有顾客都满意。

同时,作为组织的所有管理者更应该明白顾客投诉中蕴藏着巨大的价值,其投诉的内容能够提供很多改善产品、转变市场策略及提高服务质量的信息,所以它是一个收集客户意见的极好渠道。

同时,适当地处理客户投诉还可以成为提高客户忠诚度的工具,以致提高组织声誉。顾客对组织投诉肯定要比他对其他顾客抱怨或者无声无息地“离你而去”更好。

三、帮助组织排解顾客投诉的负面影响

组织按照 GB/T 19012—2008 idt ISO 10002:2004 标准要求建立和保持顾客投诉处理过程,实施顾客投诉管理,可以缩短投诉处理周期,有效化解顾客抱怨,避免非正常投诉和恶意投诉的发生。即使发生非正常投诉或恶意投诉,组织也是有备应之,避免或减少负面影响的发生。

四、指导组织处理顾客投诉、提高顾客忠诚度

组织按照标准要求实施所设计的顾客投诉处理程序,可以最有效地提高顾客的满意度,通过有效和高效的顾客沟通,培养顾客的跟随意识,提高顾客的忠诚度。通常情况下,如果某一顾客的投诉得到了圆满的解决,他会将此次结果告诉至少三个以上的客户,其广告效应是媒体广告效应的 2~3 倍。

五、使顾客投诉对组织的益处明朗化

顾客投诉是顾客送给组织最好的礼物,为组织改进产品质量和处理投诉过程的改进提供了线索。组织通过不断的质量改进可以进一步增强组织的竞争力。所有的组织只有认真地对待顾客投诉,认真分析导致顾客投诉产生的原因,组织制定相应的纠正或预防措施,才能真正减少产品质量问题的发生,减少组织的产品质量损失,降低故障成本,进而将损失转化为利润和效益。同时,组织通过有效和高效地处理顾客投诉,可以减少顾客的流失,培养顾客的跟随意识,巩固和进一步增强组织的市场竞争力。