

服务与顾客满意丛书

# 遵守承诺和 投诉处理

朱立恩 著



解读ISO 10001:2007

《质量管理 顾客满意  
组织行为规范指南》



中国标准出版社

www.spc.net.cn



服务与顾客满意丛书

# 遵守承诺和投诉处理

——解读 ISO 10001:2007

《质量管理 顾客满意 组织行为规范指南》

朱立恩 著

中国标准出版社

北 京

**图书在版编目 (CIP) 数据**

遵守承诺和投诉处理: 解读 ISO 10001: 2007《质量管理  
顾客满意 组织行为规范指南》/朱立恩著. —北京:

中国标准出版社, 2010

(服务与顾客满意丛书)

ISBN 978-7-5066-5542-2

I. 遵… II. 朱… III. 企业管理; 销售管理-商业服务  
IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 231280 号

中国标准出版社出版发行

北京复兴门外三里河北街 16 号

邮政编码: 100045

网址 [www.spc.net.cn](http://www.spc.net.cn)

电话: 68523946 68517548

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷

各地新华书店经销

\*

开本 880×1230 1/32 印张 14.25 字数 302 千字

2010 年 2 月第一版 2010 年 2 月第一次印刷

\*

定价 38.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换

版权专有 侵权必究

举报电话: (010)68533533



# 服务是本 满意是金

(代丛书序)

“服务是本，满意是金”是我与朋友聊天时，突然迸发出的一个灵感，我觉得这句话，最能够精辟地概括我目前正在编写这套《服务与顾客满意丛书》的主题思想。

强调“服务是本”，是因为当今社会，不但服务业离不开服务，而且制造业也越来越离不开服务。可以设想一下，如果离开了销售服务和售后服务，制造业还能生存和发展吗？当然，和制造过程相比，服务过程是一个比较特殊的领域，有它自身的规律和特点：比如，与顾客的直接接触，就是服务领域（这里既包括服务企业，也包括制造业的服务部门）与制造领域之间的最大区别。因此，这也成为编写本丛书的一个重要出发点，因为市场经济的发展趋势必然会使我们很快进入服务经济时代。

强调“满意是金”，是因为“顾客满意”应该成为市场经济时代的主旋律，在 GB/T 19000—2000 质量管理体系标准中，首次导入顾客满意理念，就是最好的证明之一。当今的经营活动中，市场的竞争日益激烈，可以说，谁掌握了“顾客满意”的秘诀，谁就会拥有广阔的市场；谁掌握“顾客满意”的精髓，谁就掌握了战胜竞争对手的秘密武器。当然，在理解“顾客满意”这一重要概念时，服务

领域也必然有着和其他领域不同的体会,所以,这也成为编写本丛书的另一个重大出发点。

因此,“服务是本,满意是金”这句话不仅道出了编写本丛书的根本目的,而且也应该成为我国各类服务企业(当然也包括制造业的服务部门)不懈追求的一个永恒的目标。

我多年来一直在从事服务领域服务质量方面的教学和研究工作,可以说,我这一生都在与各类服务行业打交道。从1986年首次在北京市商业系统推行全面质量管理(TQM)和1994年在国内贸易部系统率先宣贯GB/T 19000质量管理体系标准开始,一直到2001年在中国质量万里行促进会领导下,我参与了许多服务业与制造业服务部门的以“服务与顾客满意”为主题的培训作。我所接触的企业,从过去主要是商场和饭店等企业,一直到今天已扩大到保险、民航、铁路、电信、旅游、医院等各类服务企业,以及海尔、松下、创维等制造业售后服务等部门的企业。可以说直接进行培训、咨询、指导和认证的企业有数百家之多,足迹遍布全国。但是我由于过去工作繁忙,无暇顾及进行系统的总结。从2003年开始,我已正式退休,有条件把我近40年来在服务行业的丰富实践和从事服务培训的各种点滴体会,包括我十几年来跟踪GB/T 19000质量管理体系标准的许多心得,以及学习和吸收西方服务管理学的最新研究成果,加以系统地总结和归纳,来奉献给大家,也是我对一生从事这项工作的体会和总结。

使我感到特别振奋的是,自从我1981年在《财贸经

济》杂志上发表我国一篇关于服务业质量管理的论文开始,至今虽然只有 20 多年时间,但是我觉得随着市场经济不断深入,服务领域的服务水平受到越来越多的关注;随着市场经济发展,不仅与服务相关的行业越来越多,而且服务领域的服务水平也有了空前的提高。这不仅证明服务领域在市场经济中的地位日益重要,而且也反映了当前顾客对服务的要求也在不断提高。几十年来,让我感到十分幸运的是,在探索服务领域服务质量过程中,得到了许多相关部门的支持,以及众多领导、专家和学者的帮助,这是我应该用一生来表示感谢的,本丛书的出版就是对他们给予我支持和帮助的一种最好回报。

本丛书将从服务企业(也包括制造业的服务部门)的最基本特点——与顾客接触面的这一基本点出发,只要有利于增强顾客满意的各种观点、方法和技巧,都应该是本丛书所应该探讨的内容。

2004 年 4 月中国标准出版社出版的《顾客满意——服务企业理解 GB/T 19000:2000 标准的新视角》是本丛书的第一本,它第一次比较全面系统地提出了服务企业增强顾客满意的 16 项基本法则。以这本书为纲,我在 2005 年 6 月出版的《投诉处理的理论与实务——解读 ISO 10002:2004 国际标准》是本丛书的第二本,是对丛书的第一本中所提出的顾客满意基本法则之一——“投诉处理”这一基本原则的进一步论述。2006 年 6 月出版《重在受控和方便顾客》是本丛书的第三本,是对丛书的第一本中提出的顾客满意基本准则之三和之四——“重在受控”和“方便顾客”两条基本法则的进一步阐述。



服务是本 满意是金

2008年8月出版的《投诉处理的外部争议解决方案——解读 ISO 10003:2007 国际标准》是本丛书的第四本,它既是《投诉处理的理论与实务——解读 ISO 10002:2004 国际标准》的“姐妹篇”,也是对“投诉处理”这一基本原则的进一步论述。

本书是丛书的第五本。它是对投诉系列国际标准之一——ISO 10001 国际标准的解读,该标准为实施 ISO 10002和 ISO 10003 奠定可靠的基础。

以后我还将继续围绕“服务与顾客满意”这一主题,再陆续推出如:《注意细节和区别对待》等其他著作供读者参考。

最后,《服务与顾客满意丛书》的出版,还应该特别感谢中国标准出版社总编辑白德美编审、责任编辑朱姝副编审的精心策划和大力支持,应该说,该丛书有他们的劳动和付出,在此表示衷心的感谢。

朱立恩

2009年4月



## 投诉处理的外部争议解决方案

符合 ISO 10001 质量管理体系 顾客满意 组织外部争议解决指南

# 前 言

ISO 10001《质量管理 顾客满意 组织行为规范指南》国际标准于 2007 年 12 月 1 日正式公布。2009 年 12 月国家质检总局已把它等同采用为 GB/T 19010 国家标准。作为国际标准化组织(ISO)公布的处理投诉系列国际标准的第一套,它的出台为企业进一步减少顾客投诉的产生和增强顾客满意又增加了一种非常有用的工具。

ISO 10001 与在 2004 年出台 ISO 10002《质量管理 顾客满意 组织内部投诉处理指南》以及在 2007 年出台 ISO 10003《质量管理 顾客满意 组织外部争议解决指南》都属于国际标准化组织(ISO)公布的关于投诉处理系列国际标准中的三套。它们之间最大不同在于:ISO 10001 着重强调如何减少顾客投诉的产生,做到防患于未然;而 ISO 10002 和 ISO 10003 则着重强调在企业内部如何处理顾客投诉和在企业外部争议如何解决。

学习 ISO 10001 是宣贯 ISO 10002 和 ISO 10003 的前提和条件。作为企业,为了能够有效地处理顾客投诉,首先必须要减少顾客投诉的发生。因为只有从“源头”上做到尽可能减少顾客投诉产生,才可能为顾客投诉的有



效和高效地处理奠定良好基础。如果产生投诉的“源头”没有堵住,企业即使有再强处理顾客投诉的能力,其结果往往也只能是事倍功半。所以 ISO 10001 是实施 ISO 10002 和 ISO 10003 的重要前提,它们之间完全可以相辅相成。

那为什么要把《遵守承诺和投诉处理》作为本书的标题,并且放在一起论述?第一,遵守承诺和投诉处理有着非常密切的关系。现在许多企业面临的顾客投诉之所以在不断增多,就是许多企业没有真正做到遵守承诺。而企业遵守承诺,是有效地减少顾客投诉产生的重要原因之一。第二,作为投诉处理系列国际标准之一,ISO 10001 的重点内容就在于探讨:如何通过遵守承诺来减少顾客投诉,为有效和高效地处理顾客投诉奠定良好基础。第三,就是遵守承诺和投诉处理都是我提出的增强顾客满意的两项重要基本法则(见《顾客满意——服务企业理解 GB/T 19000 标准的新视角》一书)。两者不同之处在于:前者是在顾客投诉产生前的活动——通过遵守承诺,为增强顾客满意创造条件,而后者是在顾客投诉产生后的行为——通过处理投诉,为增强顾客满意“添砖加瓦”。因此 ISO 10001 的出台,恰好为遵守承诺和投诉处理两者有机结合提供了一个很好的平台。

另外,自 2001 年以来,我有幸多次参与了中国质量万里行促进会开展的对我国“窗口行业”进行明察暗访活

动,这对于本书的编写提供了许多有益的实践。因为在全国服务质量察访中,我的确发现有相当一部分企业售后服务不能“说到做到,言而有信”,从而造成许多顾客投诉的实例时有发生。出现上述问题的原因有许多,除了有的企业以虚假承诺宣传恶意蒙骗消费者之外,主要就是由于这些企业不能遵守承诺,不履行服务公约而造成的。分析这些顾客投诉产生的原因,有思想认识上问题,更有方法技巧问题。因为大多数企业从主观上也想把售后服务做好,但是由于缺乏对相关理论的掌握,从而造成许多顾客投诉的产生。

本书提供的 ISO 10001 为解决这一问题提供了很好的理论武器。因为该标准不仅为企业提供了减少顾客投诉的基本理论,而且为企业指出了减少顾客投诉产生的具体步骤,具有很强的可操作性。因此,企业学习和实施 ISO 10001 的相关内容之后,既可以减少顾客投诉的产生,又可以有效地达到增强顾客满意目的。

本书共分七章:

第一章:重点探讨在市场经济条件下强调企业遵守承诺的必要性、遵守承诺的基本概念、遵守承诺和顾客满意基本理论之间关系等。

第二章:主要是根据国内外企业的实践,强调企业应该如何做到遵守承诺。其中包括如何有效地控制好顾客的期望值、如何评审企业是否具有履行承诺的能力、如何科学地调整顾客期望值等内容。



第三章:论述遵守承诺和投诉处理之间的关系:遵守承诺既可以为企业减少顾客投诉产生奠定基础,同时又可以为处理顾客投诉及争议解决的一个重要因素。

第四章:重点探讨 ISO 10001 基本概念,它包括关于该标准的结构框架、主要术语、指导原则和相关附录,为理解 ISO 10001 的核心内容奠定基础。

第五章:是 ISO 10001 的核心部分,即探讨该标准的第 5 章、第 6 章、第 7 章和第 8 章的内容。它重点介绍企业应该如何制定以承诺为核心的顾客满意行为规范和各种承诺,以及对顾客满意行为规范的实施和改进。它充分体现遵守承诺和 ISO 10001 之间的密切关系。

第六章:把遵守承诺的要点和实施 ISO 10001 的相关内容结合在一起,提出具有很强操作性的具体实施步骤,同时还提出实施该标准的各项准备工作。

第七章:收集了一些具有典型意义的案例。通过对这些案例的分析,使企业更好地理解 ISO 10001 和遵守承诺的相关理论。而且还可以帮助企业掌握如何减少顾客投诉产生的一些方法和技巧,提高解决实际问题的能力。

最后,特别要感谢中国标准化研究院质量所咸奎桐副所长、郑兆红副所长和张荣静老师,他们不仅为我提供了参与 ISO 10001 国际标准(还包括 ISO 10003 国际标

准)转化为国家标准的机会,同时又把该标准译文提供给我作为本书的附录(见本书的附录一及附录三)。把 ISO 10001、ISO 10002(已转化为 GB/T 19012 国家标准——见本书的附录二)和 ISO 10003 三套系列国际标准同时向读者公布,这对于进一步加深理解 ISO 10001 国际标准应该是十分有用的。

目前,对 ISO 10001 探讨还是一个崭新的课题,我虽然在这方面作出了一些努力,但由于水平有限,书中肯定还存在着不少缺点和不足,希望广大读者批评指正。

朱立恩

2009 年 4 月于北京三里河



# 投诉处理的外部争议解决方案

——解读ISO 9000《质量管理——顾客满意——组织外部争议解决指南》

## 目 录

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| 第一章 遵守承诺概述 .....                   | 1   |
| 第一节 从中国质量万里行促进会的明察暗访<br>活动谈起 ..... | 3   |
| 第二节 遵守承诺的内涵 .....                  | 17  |
| 第三节 遵守承诺是一种体现服务可靠性的<br>活动 .....    | 32  |
| 第四节 遵守承诺和顾客满意基本理论 .....            | 38  |
| 第五节 遵守承诺首先是企业的一种<br>社会责任 .....     | 51  |
| 第二章 遵守承诺的要点 .....                  | 65  |
| 第一节 遵守承诺基本原理——控制顾客的<br>期望值 .....   | 66  |
| 第二节 企业要对遵守承诺的能力进行评审 .....          | 83  |
| 第三节 遵守承诺和广告促销的关系 .....             | 93  |
| 第四节 企业要认真遵守承诺 .....                | 106 |
| 第五节 企业要科学地调整顾客的期望值 .....           | 115 |
| 第六节 企业对未履行承诺的行为要承担<br>责任 .....     | 127 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| <b>第三章 遵守承诺和投诉处理的关系</b>       | 134 |
| 第一节 遵守承诺和 ISO 10001 的关系       | 135 |
| 第二节 遵守承诺是顾客满意行为规范的<br>主要内容    | 142 |
| 第三节 遵守承诺是减少顾客投诉产生的<br>必要措施    | 152 |
| 第四节 遵守承诺是处理投诉和争议解决的<br>有效手段   | 160 |
| <b>第四章 ISO 10001 概述</b>       | 172 |
| 第一节 ISO 10001 的结构框架           | 172 |
| 第二节 ISO 10001 的主要术语           | 182 |
| 第三节 ISO 10001 的指导原则           | 187 |
| 第四节 ISO 10001 的相关附录           | 212 |
| <b>第五章 ISO 10001 的核心内容</b>    | 216 |
| 第一节 ISO 10001 第 5 章《规范框架》     | 217 |
| 第二节 ISO 10001 第 6 章《策划、设计和开发》 | 222 |
| 第三节 ISO 10001 第 7 章《实施》       | 250 |
| 第四节 ISO 10001 第 8 章《保持和改进》    | 256 |
| <b>第六章 遵守承诺和实施 ISO 10001</b>  | 271 |
| 第一节 实施 ISO 10001 的准备工作        | 272 |

|      |                                                    |     |
|------|----------------------------------------------------|-----|
| 第二节  | ISO 10001 的具体操作步骤                                  | 280 |
| 第七章  | 遵守承诺和投诉处理的案例                                       | 289 |
| 第一节  | 与遵守承诺和投诉处理有关的案例                                    | 289 |
| 第二节  | 与 ISO 10001 有关的案例                                  | 307 |
| 附录一  | ISO 10001:2007《质量管理 顾客满意 组织行为规范指南》(标准译文)           | 336 |
| 附录二  | GB/T 19012—2008/ISO 10002:2004《质量管理 顾客满意 组织处理投诉指南》 | 359 |
| 附录三  | ISO 10003:2007《质量管理 顾客满意 组织外部争议解决指南》(标准译文)         | 393 |
| 参考文献 |                                                    | 436 |

# 第



# 一 章

## 遵守承诺概述

遵守承诺是笔者提出的 16 项增强顾客满意的重要基本法则之一(见《顾客满意——服务企业理解 GB/T 19000 标准的新视角》一书),是企业提高顾客满意程度的一种重要手段。作为一个企业如果能够“说到做到,言而有信,遵守承诺”,它不仅 can 树立良好的讲究信誉的企业形象,而且可以有效地增强顾客的满意程度。

但是,在本书之所以强调企业要遵守承诺,还有另一个非常重要的作用,就是它是减少顾客投诉产生的重要前提。如果企业能够保证遵守所提出的各种承诺,还可以大大减少各种顾客投诉的产生,为有效和高效地处理顾客投诉奠定可靠的基础。这也是本书之所以把《遵守承诺和投诉处



理》作为标题的重要理由。

而 ISO 10001《质量管理 顾客满意 组织行为规范指南》(注:ISO 10001 已经等同采用为 GB/T 19010 正式国家标准,但因该国家标准刚刚正式出台,故在本书中还一律称 ISO 10001——下同)作为国际标准化组织 ISO/TC 176 出台的,关于处理投诉系列国际标准中的第一套,其主要作用就在于:首先要尽可能地预防和减少顾客投诉的产生。所以从这个意义上讲,遵守承诺的相关理论应该成为 ISO 10001 重要的理论基础之一。因此掌握遵守承诺的相关理论,应该是理解 ISO 10001 的前提和条件。所以在本书正式介绍 ISO 10001 的内容之前,首先向大家介绍有关遵守承诺的相关理论。

在本章重点介绍遵守承诺在企业中的重要作用、有关遵守承诺的一些基本概念、以及遵守承诺和增强顾客满意的相互关系、遵守承诺是企业的一种社会责任等内容。主要为企业进一步理解和宣贯 ISO 10001 奠定良好的理论基础。