

服务与顾客满意丛书

投诉处理的 理论与实务

朱立恩 梁卫权 著



解读ISO 10002:2004
《质量管理 顾客满意
组织内部投诉处理指南》



中国标准出版社

www.spc.net.cn

投诉处理的理论与实务

随着顾客自我保护意识的增强，企业面临的投诉也会增多。国际标准化组织首项出台的ISO 10002国际标准，为企业内部今后能有效处理顾客投诉提供了一条科学的途径。

责任编辑：朱 姝
封面设计：邓韶昌
徐东彦
版式设计：李 玲
责任校对：罗 莉
责任印制：邓成友

ISBN 7-5066-3809-6



9 787506 638098 >

服务与顾客满意丛书

▲ 顾客满意

——服务企业理解GB/T 19000—2000
标准的新视角(已出版)

▲ 投诉处理的理论与实务

——解读ISO 10002:2004《质量管理
顾客满意 组织内部投诉处理指南》
(已出版)

ISBN 7-5066-3809-6/F · 131

定价：35.00 元

服务与顾客满意丛书

投诉处理的理论与实务

—— 解读 ISO 10002: 2004

《质量管理 顾客满意 组织内部投诉处理指南》

朱立恩 梁卫权 著

中国标准出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

投诉处理的理论与实务：解读 ISO 10002：2004《质量管理 顾客满意 组织内部投诉处理指南》/朱立恩，梁卫权著. —北京：中国标准出版社，2005

(服务与顾客满意丛书)

ISBN 7-5066-3809-6

I. 投… II. ①朱…②梁… III. 企业管理：质量管理-国际标准, ISO 10002:2004-学习参考资料
IV. F273.2-65

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 058536 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.bzcs.com

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 13.75 字数 327 千字

2005 年 6 月第一版 2005 年 6 月第一次印刷

*

定价 35.00 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，可以说，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，不仅服务业离不开服务，而且制造业也越来越离不开服务了，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,一直到后来的2001年在中国质量万里行促进会的领导下,参与了许多服务业与制造业的服务部门的服务与顾客满意为主题的培训;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、创维等制造业的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的体会,以及我10多年来跟踪GB/T 19000质量管理体系标准的许多心得,同时与学习和吸收西方服务管理学的最新研究成果,加以必要系统的总结和归纳,来奉献给大家,也算是我对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》杂志上发表的一篇关于我国服务业质量管理的论文开始,至今虽然只有 20 多年的时间,但是我觉得随着市场经济的不断深入,服务领域的服务水平受到越来越多的人关注,随着市场经济的发展,不仅与服务相关的行业也越来越多,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的过程中,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——从与顾客接触的这一点出发,只要有利于增强顾客满意的观点、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 族标准的新视角》是本丛书的第一本,它首次全面系统地提出了服务企业增强顾客满意的基本法则;以这本书为纲,将于 2005 年 6 月出版的《投诉处理的理论与实务——解读 ISO 10002:2004《质量管理 顾客满意 组织内部投诉处理指南》》是本丛书的第二本,是对第一本中所提出的顾客满意基本法则之一——“及时补救”这一基本原则的进一步论述。以后我将继续围绕“服务与顾客满意”这一主题,陆续推

服务是本 满意是金

出如:《重在受控和方便顾客》(暂定名)、《注意细节和区别对待》(暂定名)等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和责任编辑朱姝副编审的精心策划和大力支持,应该说,该丛书有她们的劳动和付出,在此表示衷心的感谢。

朱立恩

2005 年 5 月



前言

2004年7月1日国际标准化组织(ISO)出台了ISO 10002:2004《质量管理 顾客满意 组织内部投诉处理指南》，这是世界上第一套关于投诉处理的国际标准。

为什么在这个时候，国际标准化组织要出台一套关于顾客投诉处理的国际标准呢？这对于我们国家的众多企业意味着什么呢？我们认为有必要对此进行简要分析。

众所周知，随着改革开放进程的不断发展和市场化程度的不断提高，我国企业的服务质量和产品质量，在近十几年里也得到了很多的提高，这是有目共睹的事实。但是令人不能忽视的另一个事实是，许多顾客对各种企业的投诉也日益增多，并且出现了一种有增无减的趋势。

这是为什么呢？有些人百思不得其解：是我们产品质量和服务质量有所下降吗？不是！是我们的企业缺乏对产品质量和服务质量的管理和控制吗？也不是！是我们政府对市场的监管不力吗？更不是！那么究竟是什么原因呢？一个最重要、最根本的原因，就是随着人们生活水平的提高，广大顾客对企业所提供的产品质量和服务质量，提出了更高的要求。也就是说，随着生产力不断发展，企业所提供的产品质量和服务质量提高的幅度，还跟不上顾客对产品质量和服务质量所期望的要求，这是形

前言

成目前顾客投诉增多的一个最根本原因。

在计划经济条件下,由于商品供应的短缺,人们对于是否能够购买到商品所关注的程度,远远大于对商品质量和服务质量的关注程度。广大顾客所产生的各种抱怨,都集中到是否能够买到足够商品和服务方面。因此,在那个时期,顾客对于商品质量和服务质量的各种投诉不会,也不可能达到目前这种程度。

随着市场经济的不断发展,市场上能够提供的商品和服务,极大地丰富了,企业之间的竞争也日益激烈,顾客对企业所提供的产品和服务有了更大的选择空间。也可以说,与以前相比现在的顾客变得越来越挑剔。一些过去看来,根本不算问题的问题,也会随着人们对质量要求的不断提高,而被现实地提了出来。因此就出现了许多企业面临的一个共同问题:顾客对企业的投诉变得越来越多。

而我们的大多数企业,在处理顾客投诉的水平还处在传统的、经验的水平上,缺乏科学理论指导,更缺乏系统的培训,所以,如何正确的,有效的处理这些投诉,成为摆在企业面前面临的一个非常现实问题。目前面临投诉的企业,有许多是制造行业,处理投诉的相关人员虽然具有相当的专业技术知识,但是多数仍缺乏投诉处理方面基本知识。由于投诉处理过程实际上是一种服务过程;而投诉又是顾客不满意的表现,因此,了解和掌握与投诉处理相关的各种理论是非常必要的,就算是服务企业,提高投诉处理人员的素质也是极为必要的。有时还会出现这样的情况,本来只是一种很小的顾客投诉,只需花费很

低的成本就可以得到解决,但是,由于企业对投诉的处理不当,结果酿成了一种更大的顾客投诉,使企业不得不为此付出更加沉重的代价,这是十分可惜的,却又是一种经常发生的现象。也许这种尴尬局面的出现,使得许多企业显得很不适应,有些人认为,甚至不可思议,然而这确实是不能回避的事实,因为这是市场经济的客观规律所决定的,这是企业所面临的不以人们意志所能转移的现实。

如果我们从更高的角度来看问题的话,我们还应该看到:顾客的自我保护意识开始增强(顾客要求越来越高),如果顾客投诉得不到有效处理,轻则会造成的客户流失,影响企业的经济效益,重则会形成社会问题,影响安定团结,由此看来,学习和掌握如何正确处理投诉的技巧和方法,有着非常重要的现实意义。

面对日益增多的顾客投诉,不仅是我们的企业,而且也是世界各国许多企业面临的一个难题。那么,我们应该如何有效地处理顾客投诉?这个问题不仅仅是我们国家的所有企业所单独有的,应该说,这也是全球企业所面临的一个共同问题。在这种背景下,作为世界上最大的标准化组织(ISO),在推出2000年版的ISO 9000国际标准的基础上,2004年,又推出了ISO 10002标准《质量管理 顾客满意 组织内部投诉处理指南》。

据了解,国际标准化组织(ISO)推出的关于投诉处理的国际标准共有三套:其中ISO 10001《质量管理 顾客满意 投诉处理实施准则》和ISO 10003《质量管理 顾客满意 组织外部争议处理指南》两套标准,将于

2006 年陆续出台。而于 2004 年 7 月 1 日出台的是 ISO 10002《质量管理 顾客满意 组织内部投诉处理指南》国际标准。

有必要指出的是,现在企业所面临的各种顾客投诉,有相当一部分仅靠企业内部是无法处理的,而是需要通过企业外部的处理方式,如第三方调解、向有关部门申诉、向法院起诉等等方式来解决。关于这方面内容,是另一套国际标准《组织外部争议处理指南》的任务,因此,本书就不作为重点进行论述,等该标准在 2006 年出台以后,再进行详细探讨。现在本书着重讨论的是 ISO 10002:2004《质量管理 顾客满意 组织内部投诉处理指南》国际标准,这是一套主要是针对企业内部如何建立投诉处理体系所制定的一套国际标准。

ISO 10002《质量管理 顾客满意 组织内部投诉处理指南》国际标准的产生绝不是偶然的,也可以说,它是生产力发展到一定阶段的必然结果。因为随着人们生活水平的不断提高,顾客对服务质量和产品质量要求越来越高的情况下,为了让更多的企业能够学会如何处理投诉,国际标准化组织才推出这套国际标准,学习和掌握这套标准是企业今后面临市场经济深入发展的一条必由之路。完全可以这样讲,今后不可能没有一个企业不会遇到投诉,因此,如何有效地处理投诉,可能成为企业间竞争的一个新的焦点。ISO 10002《质量管理 顾客满意 组织内部投诉处理指南》国际标准的出台,只不过是顺应了这一客观规律。

ISO 10002《质量管理 顾客满意 组织内部投诉

处理指南》作为世界上第一套关于处理顾客投诉的国际标准,具有以下特点:它是世界上 ISO 第一次对投诉处理的要求、原则、程序和方法作了明确的系统的规定;该标准第一次提出了投诉处理的方便性、透明性、保密、回应、以顾客为关注焦点等九大原则等等。所以,从企业角度看,有必要学习和掌握 ISO 10002 标准所提出的思想、观点和方法。因为,对企业而言,正确处理顾客投诉已经不是一件可有可无的小事,而是一项义不容辞的责任,这是目前许多企业迫切需要解决的问题。

本书从解读 ISO 10002:2004《质量管理 顾客满意 组织内部投诉处理指南》国际标准出发,重点对投诉处理的相关理论(顾客服务理论、质量管理体系理论、顾客满意理论等)及其实务(大量的顾客投诉处理案例评析)作深入的探讨。应该特别强调的是,这套国际标准的标题《质量管理 顾客满意 组织内部投诉处理指南》的前面有两个限定的名词,一是质量管理,二是顾客满意;这说明这一套国际标准与质量管理理论以及顾客满意理论有着非常密切的关系。因此,本书在解读 ISO 10002《质量管理 顾客满意 组织内部投诉处理指南》国际标准时,紧紧围绕这些理论来进行,因为只有这样,才能更好地把握投诉处理国际标准的核心内容。由于投诉处理涉及的行业很多,它们之间虽然有一定区别,但是,投诉处理的相关理论对于其他领域和其他行业的投诉处理也是同样可以通用的。因此,其他行业的读者完全可以参考、借鉴和使用。

本书共分八章:第一章 重点探讨在市场经济条件下形成顾客对企业投诉的外部环境。第二章 主要是强调无论对制造业和服务业而言,对顾客投诉的处理就是一项为顾客服务的活动。第三章 主要对 ISO 10002 国际标准主要的内容作进一步探讨。第四章 重点探讨 ISO 10002 标准和 ISO 9000:2000 标准之间的密切关系,以及企业内部应该如何建立投诉处理体系,并对此提出具体要求。第五章 重点介绍与投诉处理有密切关系的顾客满意理论。第六章 为处理投诉的相关人员,提出了一些与顾客进行沟通联络的技巧和方法。第七章 对处理顾客投诉的一些方法和技巧进行了归纳和总结。第八章 收集了各行业中具有许多典型意义的顾客投诉案例。帮助组织和相关人员在处理顾客投诉的过程中,提高解决实际问题的能力。

书后列有 4 个附录。附录的内容可以更加有利于我们对投诉处理相关内容的理解。

还必须强调的是,本书也是作者在 2004 年 4 月出版的另一本书《顾客满意——服务企业理解 GB/T 19000—2000 标准的新视角》提出的 12 项增强顾客满意的基本原则之一——“及时补救”这一章节更加深入和系统的探讨,也可以说,本书是《顾客满意——服务企业理解 GB/T 19000—2000 标准的新视角》的姐妹篇之一。

最后,要特别感谢中国质量协会培训中心王晓生高级工程师提供 ISO 10002《质量管理 顾客满意 组织内部投诉处理指南》的中文译稿。

前言

在本书的策划、编辑和出版的过程中,中国标准出版社朱姝副编审付出了许多心血,在这里再次表示深深的谢意。

目前,有关GB/T 19000—2000质量管理体系方面的教材有许多,但是结合投诉处理的相关内容还很缺乏,而ISO 10002:2004《质量管理 顾客满意 组织内部处理投诉指南》国际标准又刚刚公布,因此对该标准的探讨只是刚刚开始,目前还是一个崭新的课题,作者虽然这方面作出不少努力,但由于水平有限,书中肯定还存在不少缺点和不足,希望广大读者批评指正。

A handwritten signature in black ink, reading '朱立恩' (Zhu Lixun).

2005.5 于北京三里河



目 录

第一章 投诉处理概述	1
第一节 市场竞争日趋激烈	1
第二节 维权意识日益增强	8
第三节 加强投诉处理迫在眉睫	14
第四节 关于 GB/T 17242—1998 投诉处理 指南	18
第二章 投诉处理是一种为顾客服务的活动	23
第一节 服务的定义	24
第二节 服务的特征和特性	28
第三节 投诉处理是顾客服务的关键时刻	36
第四节 影响投诉处理的各种因素	47
第三章 ISO 10002 国际标准的主要内容	55
第一节 ISO 10002 国际标准概述	55
第二节 ISO 10002 标准的主要内容	58
第三节 ISO 10002 标准的 8 个附录	87
第四节 ISO 10002 标准的特点	92



第四章 ISO 10002 国际标准和质量管理	105
第一节 ISO 10002 标准和 ISO 9000 标准的 关系	106
第二节 建立投诉处理体系的基本要求	110
第三节 投诉处理体系的审核与管理评审	127
第五章 ISO 10002 国际标准和顾客满意	138
第一节 投诉处理与顾客满意理论	138
第二节 投诉处理中应遵循的基本原则	157
第六章 投诉处理中的人际关系和沟通技巧	197
第一节 投诉处理前的各种准备	198
第二节 投诉处理过程的沟通与联络	210
第三节 投诉处理中的沟通技巧	223
第七章 顾客投诉是最好的礼物	237
第一节 顾客投诉是最好的礼物的原因	237
第二节 顾客为什么会投诉	242
第三节 要正确对待顾客投诉	246
第四节 结合 ISO 9000 标准有效处理顾客 投诉	254
第八章 顾客投诉处理案例评析	264
第一节 与产品质量有关的顾客投诉处理案例	