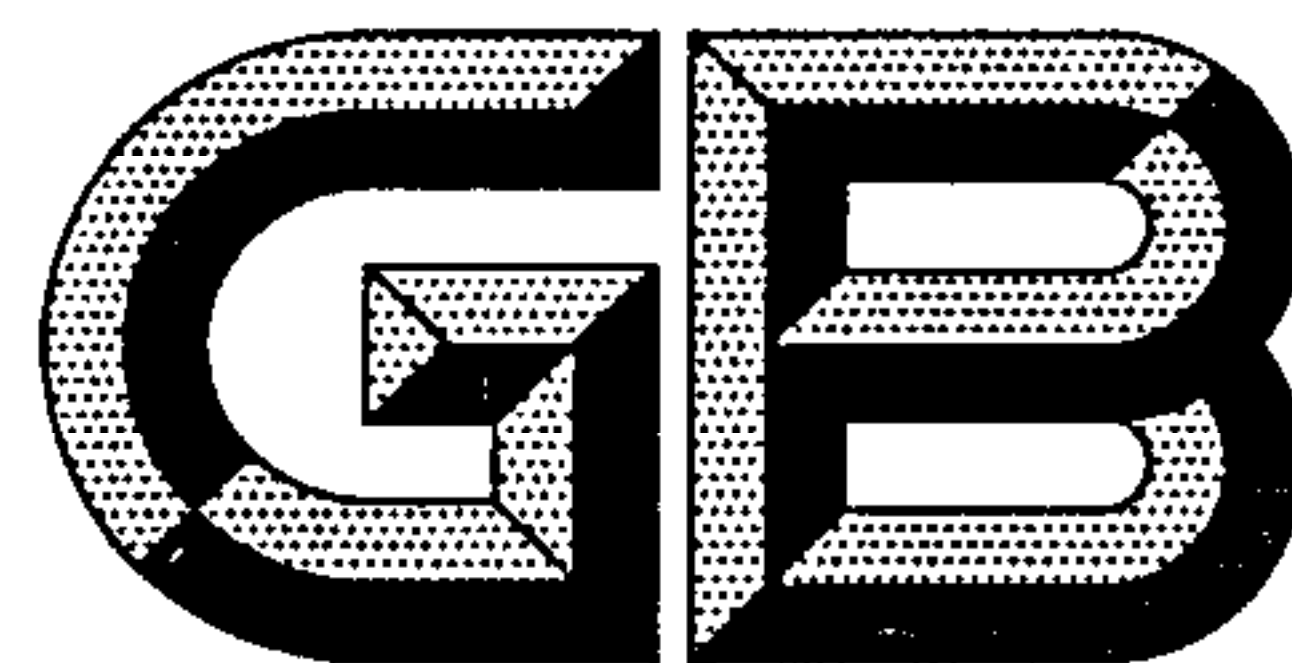




中华人民共和国国家标准

GB/T 24620—2009/ISO/IEC Guide 76:2008

服务标准制定导则 考虑消费者需求

Development of service standards—
Recommendations for addressing consumer issues

(ISO/IEC Guide 76:2008, IDT)

2009-11-15 发布

2010-01-01 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局 发布
中国国家标准化管理委员会

前 言

本标准等同采用 ISO/IEC 指南 76:2008《服务标准制定 考虑消费者需求的建议》(英文版)。

本标准对 ISO/IEC 指南 76 作出了如下编辑性修改:

- 删除“3.5 顾客”中的注 2、“3.11 顾客服务”中的注、“3.18 反馈”中的注;
- 将“4.2 信息”中“尤其是合同签订前的沟通”内容放入“()”内,将“4.6 质量”中“例如提供有用而准确的信息,处理好顾客需求和及时提供”和“例如资源可持续使用和再利用能力”内容放入“()”内;
- 将“4.9 代表”修改为“消费者代表”;
- 删除图 3 中重复的内容“尽可能扩大用户范围”。

本标准的附录 A、附录 B 为资料性附录。

本标准由全国服务标准化技术委员会(SAC/TC 264)提出并归口。

本标准起草单位:中国标准化研究院、中国消费者协会。

本标准主要起草人:柳成洋、曹俐莉、卢丽丽、李涵、陈剑、王世川、祝燕。

引 言

0.1 标准制定正逐步扩展到服务领域,本标准旨在从考虑消费者需求的角度为服务标准制定者提供帮助。ISO/IEC 出版物《消费者与标准——消费者参与标准制定的指导和原则》,详细阐述了制定服务标准的目的。在处理消费者最为关心的问题,本标准体现了全球公认的最佳实践,能够为标准制定者提供帮助。

0.2 本标准适用于服务标准的制定者和修订者。在清单和示例里也包含了一些对其他人有价值的信息,比如服务提供者和教育者。

0.3 服务交付可能涉及到复杂的关系和结构,通常牵涉到不同的组织,此外,消费者接受的公共服务,例如医疗和教育,可能并不涉及合同和支付等服务要素。

0.4 在全球化的贸易环境下,消费者通常期望可以从更多可供选择的服务和服务提供者获益。同样,在不损害市场公平和公众利益的前提下,较低的价格也是消费者的一贯需求。不论是直接付款还是间接付款,质量、经济和效率是消费者所追求的,可持续发展也是消费者一直关心的问题。

0.5 互联网促进了服务比较、知识获取和信息提供。全球消费者期望他们预约、签约和购买的服务不仅在质量、耐用性和易用性上始终如一,而且对安全、环保、社区等方面也要有益。

0.6 每个人都有享受服务的权利,但并不是所有服务都能适用。服务提供者需考虑所有潜在用户的需求,包括儿童和来自不同文化和种族背景的人们,使服务可以被越来越多的人所接受。随着全球老年人口比例的不断上升,物品和服务的易获得性和可用性问题的关键。虽然并非所有老年人功能都有障碍,但该人群中功能障碍或功能受限的情况却最为普遍。

0.7 服务标准化可带来以下好处:

- 通过确保安全、质量、耐用性和易用性,树立消费者信心;
- 提供准确适当的信息,并考虑用户的需求;
- 扩大用户范围,增加服务选择;
- 必要时提供适当和合理的赔偿。

0.8 制定标准时可考虑与服务交付有关的国家和行业规则。但是这些规则通常是从服务提供者的角度制定的,未必考虑到消费者的需求。本标准力求在制定服务标准时确保消费者需求得到考虑。

0.9 制定服务标准时,考虑现行法律法规要求。

服务标准制定导则

考虑消费者需求

1 范围

本标准或服务标准制定时如何考虑消费者的需求提供了指导,在此基础上,可制定任一服务活动的具体标准。本标准提供的清单(见第 9 章)可供消费者代表和其他参与标准制定的人使用。依据此清单,消费者的利益将得到充分的考虑,包括儿童、老年人、残疾人以及来自不同种族和文化背景的人的需求。

本标准适用于服务活动的各个环节,不论是否订立正式合同或结算。本标准也适用于公共服务和慈善服务,例如教育、医疗,在这些服务里存在消费者、用户或参与者等服务要素,但不一定涉及支付要素。

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 质量管理体系 基础和术语(GB/T 19000—2008,ISO 9000:2005,IDT)

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本标准。

3.1

服务 service

服务提供者与顾客接触过程中所产生的一系列活动的过程及其结果,其结果通常是无形的。

注 1: 附录 A 给出了服务活动示例。

注 2: 在 GB/T 19000 中,“产品”被定义为“过程的结果”,通常包括四种通用产品类别[服务(如:运输)、软件(如:计算机编程、字典)、硬件(如:发动机机械零件)以及流程性材料(如:润滑油)]。这表明产品的类别取决于其主导因素,所以本标准中服务包括软件、硬件和流程性材料的交付。本标准此处单独给出“服务”的定义。

3.2

物品 goods

不包括服务在内的产品。

示例: 软件,硬件,流程性材料,例如家用电器、家用护理品、食品。

注: 在 GB/T 19000 中,“产品”被定义为“过程的结果”,通常包括四种通用产品类别[服务(如:运输)、软件(如:计算机编程、字典)、硬件(如:发动机机械零件)以及流程性材料(如:润滑油)]。这表明产品的类别取决于其主导因素,所以本标准中服务包括软件、硬件和流程性材料的交付。本标准此处单独给出“物品”的定义。

3.3

服务提供者 service provider

提供服务活动的实体。

注: 实体可以是组织或个人。

3.4

消费者 consumer

为个人、家庭或家庭成员需要而购买或使用物品、房产或服务的个人。

注：引自 ISO/IEC 关于消费者参与标准化工作的声明。

3.5

顾客 customer

接受服务的组织或个人。

示例：消费者、客户、最终用户、零售商、受益人或购买者。

注：“顾客”包括潜在顾客。

3.6

顾客满意度 customer satisfaction

顾客感受其要求已被满足的程度。

注1：顾客投诉是一种满意程度低的最常见的表达方式，但没有投诉并不一定表明顾客满意。

注2：即使满足了顾客要求，也不能确保顾客满意。

注3：改自 GB/T 19000—2008，定义 3.1.4。

3.7

用户 user

参与者 participant

使用服务提供者所提供的人。

3.8

残障 impairment

人体机能或组织的问题，如功能异常或丧失，这可能是暂时性的（如由于受伤引起的）或永久性的，可能随着时间的推移而有所变化，特别是因年老引起的功能退化更加明显。

注：改自 GB/T 20002.2—2008，定义 3.4。

3.9

合同 contract

一方或多方有义务向另外一方或多方提供服务的协议。

3.10

行为守则 code of conduct

组织对顾客作出的承诺和相关条款。

注1：组织为维护和提高顾客满意度（见 3.6）而作出的承诺，涉及组织提供的物品和服务，或组织与现有或潜在顾客之间的互动。

注2：参见 GB/T 19010—××××《质量管理 顾客满意 组织行为规范指南》。

3.11

顾客服务 customer service

在整个服务提供阶段，服务提供者与顾客之间的互动。

3.12

交付 delivery

提供服务的行为。

3.13

可用性 usability

特定的使用者在规定的使用范围内使用产品所能达到的有效、经济和满意的程度。

[引自 GB/T 20002.2—2008，定义 3.7]

3.14

辅助技术 assistive technology

辅助设备 assistive device

用于适应、提高、维持或改进残障人机体能力的设施、设备、产品、硬件、软件或服务。

注1：技术/设备/设施可通过采购市售成品、进行改装或个性化定制获得。本术语包括对残障人的技术辅助。辅助设备/设施不能消除损伤，但可以减轻残障人在特定环境下执行任务或活动的困难程度。

注2：改自 GB/T 20002.2—2008，定义 3.3。

3.15

可选方式 alternative format

可让行动或感官机能有障碍的人使用产品和服务的不同方式。

[引自 GB/T 20002.2—2008，定义 3.8]

3.16

投诉 complaint

向服务提供者表达不满，涉及产品、服务或投诉处理程序本身，并且明示或暗示期待得到回复或解决办法的行为。

[引自 GB/T 19012—2008，定义 3.2]

3.17

投诉人 complainant

提出投诉的个人、组织或他们的代表。

[引自 GB/T 19012—2008，定义 3.1]

3.18

反馈 feedback

服务或投诉处理后提出的意见和评论。

3.19

补救措施 safeguard

为防止或减少某些服务失败带来的影响而采取的措施。

4 消费者关注的主要内容

4.1 概述

服务包括多种活动(参见附录 A)，其共同特征是顾客提出服务需求，商业、公共或私人组织提供产品或帮助。对于服务提供者提供的服务质量，消费者通常不能独立或立即作出评价。消费者关注的主要内容包括 4.2 至 4.10。

4.2 信息

信息与信息沟通在选择、提供及有效使用服务中起关键作用。与鞋和食品等产品不同，服务在帮助消费者衡量产品质量、用途适合性、价值等方面存在的有形要素很少。信息沟通(尤其是合同签订前的沟通)与处理方式(包括工作人员态度)是基本考虑事项。图 1 说明了沟通在决策中的作用。

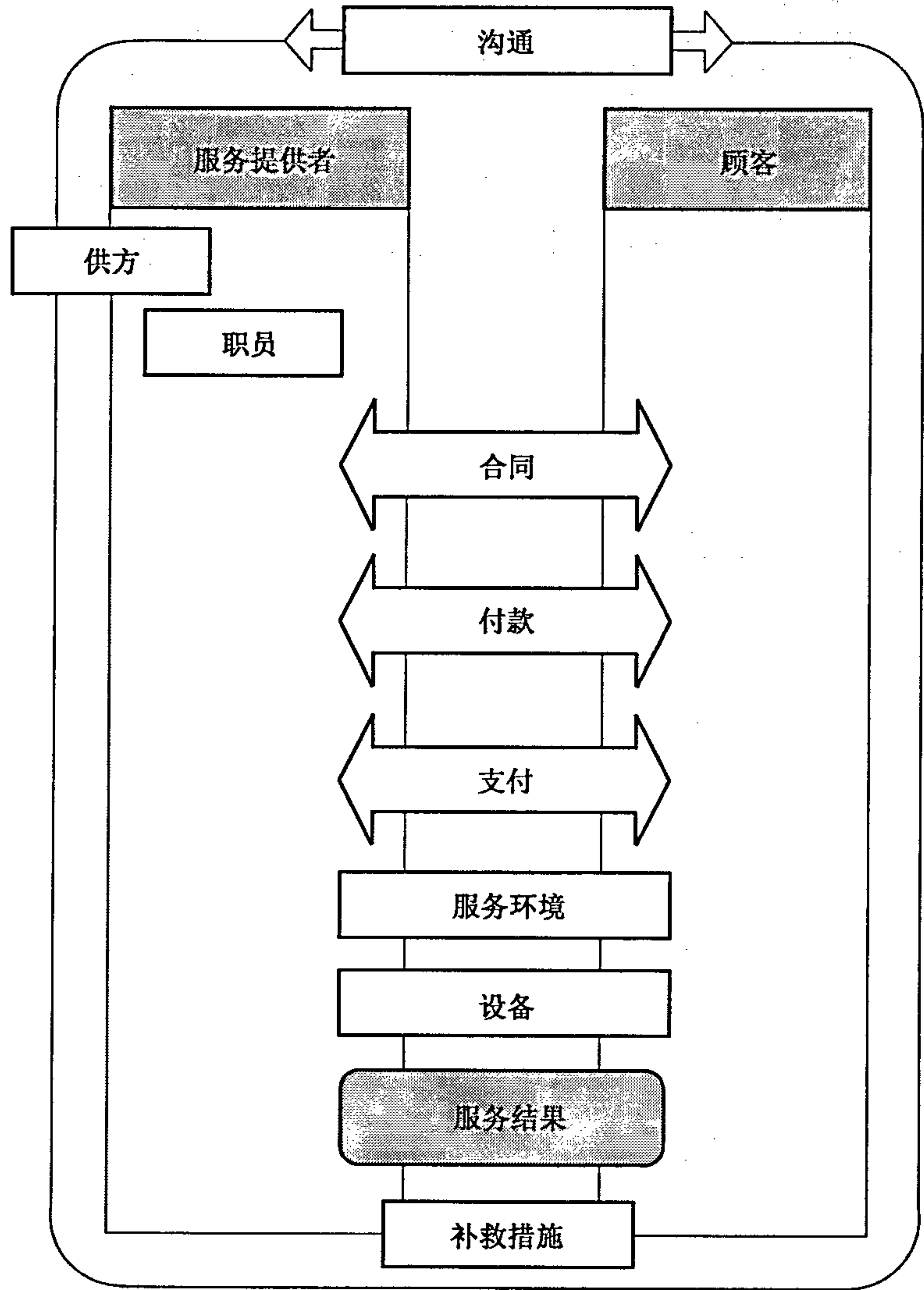


图 1 服务要素及沟通在服务提供每个阶段发挥的作用

4.3 可获得性与公平性

服务可获得性取决于消费者对于他们需要或想要物品的支付能力,以及服务对于所有消费者的可用性,而不论地点、社会和经济因素以及身体或心理机能障碍。因此,所有消费者(包括各年龄段、不同种族和文化背景以及不同能力的人)的利益都需得到承认,并在制定相关标准之初就纳入考虑范围。为维护公平,标准需确保服务不会无故歧视任意特殊消费者群体。

4.4 选择

促进消费者选择是消费者政策的基本原则。在标准化中,这意味着一个标准不宜偏袒任何特定供方或受限于不必要的服务提供形式。服务的各种特点宜与性价比和市场竞争性的需要保持平衡。

4.5 安全和保密

服务提供的安全(包括卫生安全 and 人身安全)和保密(包括财务保密和隐私保密)是首要原则,尤其是要保护弱势群体,如儿童、老年人、残疾人或生活条件差的人或丧失能力(如由于语言功能受损)的人,为他们提供相关信息和帮助。

4.6 质量

质量表示服务满足消费者需求的程度。因此,质量包含构成优良服务的许多其他无形因素。这些因素不仅包括在 4.2 至 4.5 中(例如提供有用而准确的信息,处理好顾客需求和及时提供),而且也包括在环境影响评估和可持续发展框架内(例如资源可持续使用和再利用能力)。易用性是大众质量要求,

同时也是某种机能障碍人群的基本要素。质量、价格与安全是消费者最关心的核心问题。

4.7 赔偿

通常,消费者需对服务交付充满信心。如出现问题,需要有适当的措施来处理消费者关心的问题或索赔,不论服务提供者是在国内还是国外。

4.8 环境

环境问题越来越为消费者所重视,同时也影响他们的决定。环境问题包括通过减少浪费,降低气味、噪音和视觉污染来促进自然与人文环境的和谐,加强对物质、文化和人类遗产的保护。

4.9 消费者代表

当所制定标准的主要内容会对消费者产生影响时,标准制定组织宜保证所有技术委员会或工作组中都有消费者代表。如果不可行,需用其他方法确保消费者利益得到考虑,例如通过征求意见的方式。适当时,宜在标准中制定关于消费者代表参与的条款,例如规定在制定新服务标准过程中征求消费者意见。

4.10 遵守法律法规

服务提供者从服务最初的设计规划到交付和赔偿,均需确保符合现行法律法规的要求,并考虑其适用性问题。

5 本标准的使用

5.1 本标准概述了制定服务标准时如何确定和考虑消费者利益。标准包括国家、行业、地方、企业标准。本标准给出了制定特定标准时需要考虑的详细要求。

5.2 制定标准时,宜考虑下列文件:

- a) ISO/IEC 政策声明《标准化工作中考虑老年人和残疾人需求》和 GB/T 20002.2—2008《标准中特定内容的起草 第2部分:老年人和残疾人的需求》,为标准制定者和其他人员起草和修订标准提供了解决老年人和残疾人问题的系统方法,并且帮助技术委员会评估其工作计划中解决这些问题的方法。
- b) GB/T 20000.4—2003《标准化工作指南 第4部分:标准中涉及安全的内容》为考虑安全事项提供指导,GB/T 20002.1—2008《标准中特定内容的起草 第1部分:儿童安全》为儿童安全提供了更为具体的指导。
- c) 关于服务交付方面的详细指导,例如 GB/T 19010—2009《质量管理 顾客满意 组织行为规范指南》、GB/T 19012—2008《质量管理 顾客满意 组织投诉处理指南》、GB/T 19013—2009《质量管理 顾客满意 组织外部争议解决指南》。

5.3 本标准第6章给出了标准制定过程中需要考虑的主要消费者问题,包括老年人和残疾人需求。

5.4 本标准第7章指出当消费者在选择、购买或预约服务时有可能询问的主要问题,并指出这些问题与不同服务要素之间的关系(见表1)。

表 1 消费者可能询问的主要问题以及相关的服务要素

消费者询问的问题	服务要素
预约前有关服务提供者和服务的问题	
1. 我信任服务提供者吗? 需要有关诚信、声誉、偿付能力、可靠性、优良服务质量等方面的信息。信息可能直接来自服务提供者,包括品牌名称、顾客服务相关规范的使用。信息也可来自第三方,例如消费者和其他对服务评级或认证的机构。	服务提供者 沟通 供方
2. 我符合接受该服务的条件吗? 某些服务适合于所有人,某些服务需要满足一定条件,例如年龄或技能。	顾客 沟通

表 1（续）

消费者询问的问题	服务要素
3. 我是否从服务提供者处获得了价格、性价比、可选性等方面的足够信息,以便能作出正确的决策?	沟通
4. 我能否理解信息? 信息是否易于使用? 信息是足够还是过多?	沟通
5. 关于服务提供者或服务的某些方面影响我的决策吗? 例如环境、健康和安全、组织或服务的社会影响、责任。	服务提供者 沟通
6. 服务提供者及其职员对我有礼貌并且有帮助吗?	职员 沟通
7. 我容易联系到该组织吗? 例如办公开放时间、网站、免费热线服务电话、电子邮件等。	服务环境 设备 沟通
8. 该组织考虑我的特殊需求和局限吗? 例如老年人、残疾人、青年、不同文化和语言的局限。	服务环境 设备
有关购买或预约服务阶段的问题	
9. 我理解合同(或默示合同)吗?	合同 沟通
10. 合同给我提供了足够的信息作决策吗? 例如清楚规定买方、卖方和第三者权利义务,格式合同,撤销权。	合同 沟通
11. 我可以清楚预见该服务将给我带来什么吗?	交付 沟通
12. 我能试用该服务吗?	服务环境 设备 沟通
13. 我可以选择不同类型或等级的服务吗? 如果可以,信息清楚吗?	交付 服务环境 设备 沟通
14. 我可以采用不同的支付方式吗? 是否清晰说明? 例如通过互联网支付、从银行账户扣除。	支付 服务环境 设备 沟通
有关服务交付的问题	
15. 我是否在预定的时间,以预期的方式享受到预期的服务质量?	交付 服务结果 沟通
16. 服务的提供是否安全,是否尊重我的隐私,且不损害健康和环境? 如果不是,我怎样才能获得帮助? 例如服务热线。	交付 服务结果 设备 服务环境 补救措施 沟通
17. 是否以礼貌、专业、友善的方式和适当的态度提供了服务?	职员 沟通

表 1 (续)

消费者询问的问题	服务要素
有关售后/后期服务的问题	
18. 我如何投诉,有可供选择的投诉方式吗?	补救措施 沟通
19. 我的投诉是否得到迅速、礼貌、专业的处理,服务是由国内提供还是国外提供?	职员 沟通
20. 如果服务提供者没有解决我的问题,我是否可以请第三方考虑我的投诉?	职员 补救措施 沟通
21. 如需要,是否提供应急服务?	补救措施

5.5 制定企业标准或者具体领域标准时,可以考虑从消费者角度提出的服务要素。每一服务要素包含多个主题,第 8 章给出了每一服务要素内的不同主题。宜考虑所有相关主题,以确保制定标准时满足消费者需求。服务交付的每一阶段均涉及服务提供者和顾客之间的互动。

注:见图 2,体育赛事示例,该图也显示可能与之相关的支持活动。

5.6 本标准第 9 章中表 2 至表 6 提供了第 8 章所确定的相关主题一览表,帮助标准制定者考虑到所有相关方面。

5.7 附录 B 以列清单的形式,说明了差别较大的服务行业(例如理发店、旅馆、人寿保险)中不同的服务要素的重要性程度。

注:附录 B 中所列举的例子并非包括每一服务所必需的要求。

5.8 参考书目提供了参考资料清单,标准制定者可用来查找更为详细、具体的资料。

5.9 为确保可操作性,制定服务标准时,不管服务提供者的规模或定位,均宜有效识别需求。服务越复杂,要考虑的可选要素就越多。为便于使用标准,建议以列清单的方式确定特定服务的标准化内容,并以此为依据制定需遵守的基本要求,该清单可作为附录(例如 GB/T 19012—2008《质量管理 顾客满意 组织投诉处理指南》的附录 A)。

图 2 是一个职业足球俱乐部提供的服务,观众是消费者,在每个过程中可能提供几项服务,例如中场休息可能播放音乐,观众可能购买饮料或小吃,或去洗手间。支持活动还包括其他事项,但不与比赛直接相关的,例如销售俱乐部物品或发行杂志。为使服务结果让顾客满意,这些活动需要规划并良好实施。

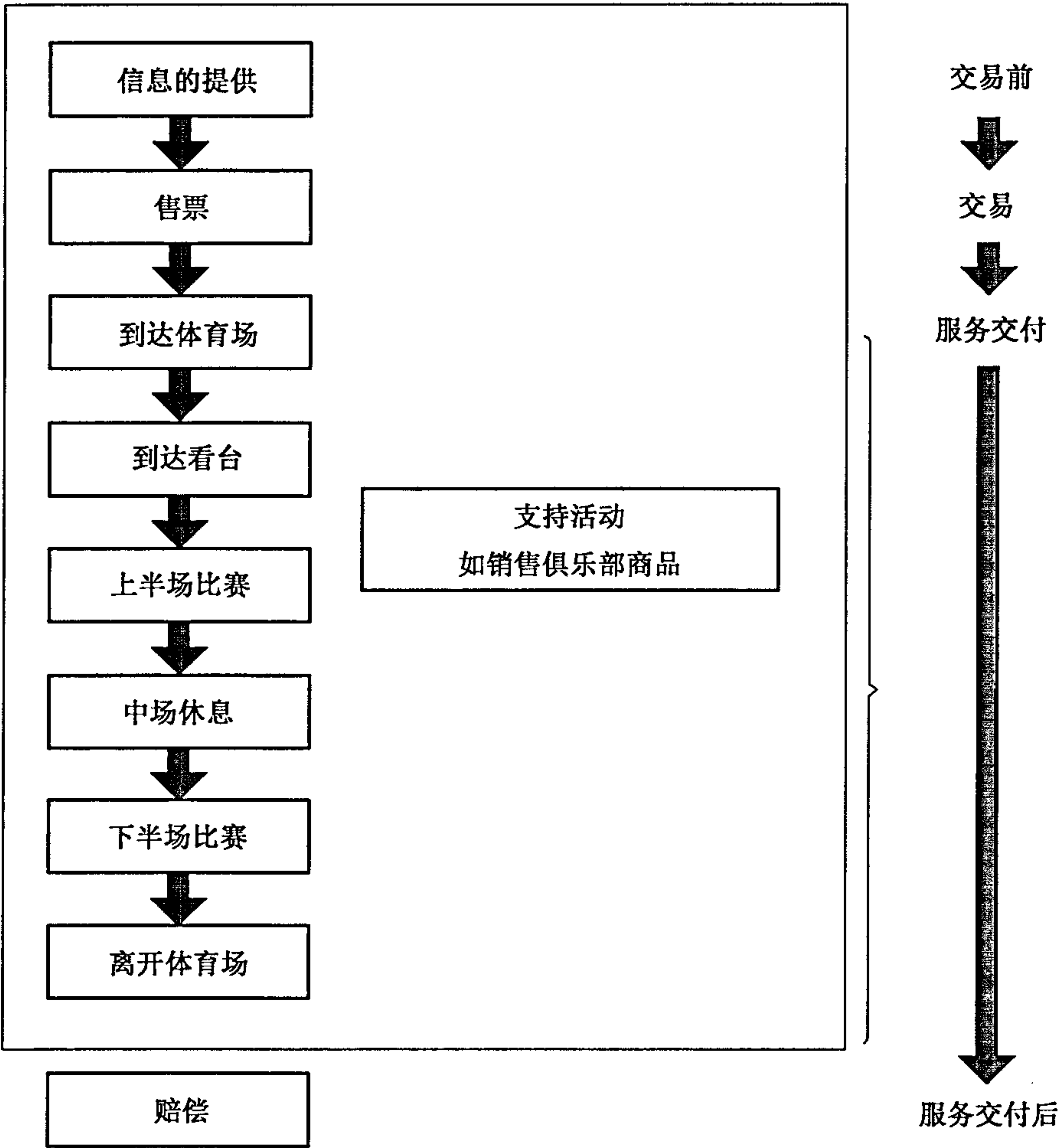


图 2 活动各阶段的服务提供(以职业足球为例)

6 标准制定过程中需要考虑的事宜

在制修订标准时,图 3 所示过程有助于识别和解决与消费者相关的主要问题。



图 3 服务标准制定过程中消费者相关问题的识别

7 消费者询问的问题

7.1 当选择、购买或预约服务时，消费者可能在服务提供的各个阶段提出各种各样的问题。制定标准解决这些问题可以增强消费者信心。同时，需要分析顾客投诉和调查数据，确保服务标准要求能够解决消费者不满意且又非常重要的问题。

7.2 表 1 给出了消费者可能询问的主要问题，并将它们与服务要素对应。制定服务标准时，需考虑这些要素。这些问题与服务提供者或服务过程相关，服务过程包括购买和预约前、合同阶段、服务交付时、

购买或签约后,有时可能合同已经履行或提前终止。表 1 所列出的问题清单并非详尽,有可能出现与特定服务行业相关的其他问题,这些问题可以采用相同的方法交叉对应到服务要素。

7.3 服务可以是单一事件(例如参加一场音乐会,度假或接受手术)或连续事件(例如电话服务)。服务可以由单一活动组成或包括多个支持活动,如图 2 所示。附录 A 给出了服务活动示例。

8 服务要素及其相关内容

8.1 概述

第 7 章确定的服务要素涉及参与服务交付的各方(服务提供者、供方、职员和消费者),服务各阶段(合同、支付和服务交付),以及具有同等重要性的其他方面(例如服务环境、设备、结果和补救措施)。从顾客角度出发,信息沟通是服务提供的一个关键要素,贯穿服务交付的所有阶段。沟通对提供服务的组织、服务提供者及其供方都非常重要。表 1 体现了沟通在预约服务和交付服务的所有阶段中的重要性。每一个服务要素都要考虑许多主题,详细描述见 8.2 至 8.14。不同主题的重要性取决于标准制定的行业。为便于标准制定者使用,第 9 章将 8.2 至 8.14 中信息以清单的形式给出。

8.2 服务提供者

8.2.1 总则

服务提供者可能提供一种或多种服务,包括:

- 专家意见或支持(例如法律意见或财务服务);
- 无形产品销售(例如保险);
- 教育或培训(例如语言学习、体育指导或其他体育活动);
- 膳宿和娱乐(例如旅馆、餐馆或剧院);
- 有组织的引导活动(尤其是与旅游有关的活动);
- 设备租用(例如工具、房屋出租代理或无形产品);
- 护理或治疗(例如理发师或治疗师)。

8.2.2 质量管理

质量由许多因素构成,这些因素有助于确保提供持续的优质服务。具体领域服务标准可能要求遵守如 GB/T 19001(它给出了质量管理体系的具体要求,适用于公司内部、认证或合同目的)和/或该领域所确定的关键质量要求。

8.2.3 环境管理

服务可能通过直接和间接的多种途径对环境产生影响,例如为给游客提供便利,在尚未开发的地区砍伐森林;为运载乘客或产品而增加能源使用量和废物处理。环境管理宜符合 GB/T 24001、GB/T 20000.5 或其他关键环境要求。

注:有许多环境管理方面的标准,包括环境宣言、生命周期评估等。参考文献中列出部分标准。

8.2.4 职业健康安全管理

大多数国家都有职业健康安全管理方面的法律法规,其适用性取决于正在制定的服务标准。通常,服务合同签订地与实际活动发生地所适用的法律之间存在差别(例如出国观光),可能直接影响到消费者(例如允许客车司机换班的时间长短可能存在潜在的安全问题)或者有利害关系(例如“民族特色服务”的购买者)。

8.2.5 偿付能力和其他财务方面

供方的偿付能力是服务购买者所关心的问题,尤其是当服务依赖于长期投资时,如私营个人养老金。随着金融服务在全球市场上所占比重的增加,许多国家出台了金融贸易方面的法规和协议,标准中涉及要求时需予以考虑。责任保险是需要考虑的一个方面。

8.2.6 诚信

服务提供者的诚信可通过相关行业规章和组织守则管理,例如诚信广告和销售方法要遵守国家有

关规定或协议等。同时,要求服务提供者遵守所有相关的法律法规。

注1:可参考其他标准、具体行业规章或组织守则,例如诚信广告。

注2:参见 GB/T 19010—2009《质量管理 顾客满意 组织行为规范指南》。

8.2.7 能力

组织的规模或资源可能影响顾客获得补救措施。因而,不论是在组织内部或是与其他服务提供者的协议方面,需要考虑制定最低要求,例如提供床位和早餐供应联网服务,以确保解决顾客超订问题。

8.2.8 社会责任

社会责任涉及面广泛,本身尚无定论,可能存在相应的国际协议、国家法规和协议、企业要求,例如与关心工人、环境、雇用童工相关的要求。

8.2.9 人力资源

职员的数量、技能和资质可能影响安全、保密或补救措施,因此,标准可以具体规定服务提供者的人员安排,例如职员的最少数量(取决于服务提供的类型)、资质,及一定数量职员所需要的管理者的最少数量。

8.3 供方

为服务提供者提供支撑的组织可能影响最终提供给顾客的服务质量。可能需要对供方规定与服务提供者同样的最低要求,例如遵守质量标准。同时需要考虑国际协议、国家法律法规、行业规范和相关的领域标准(例如旅游运营商采用的航线需符合国家航空安全标准,厨房设计公司安装的设备需符合产品安全和性能标准)。

8.4 职员

8.4.1 概述

具体领域标准主要涉及直接与顾客接触的职员,无论是雇员还是志愿者。

8.4.2 知识

标准在某些方面需规定最低要求,例如与顾客直接接触的职员需要掌握流利的目标用户语言,或完全理解并能够解释组织的投诉程序。

8.4.3 技能和资质

所要求的技能既包括必要的最低资质和执行主要服务任务的经验,也包括辅助技能,例如沟通技能(尤其是当提供个人护理服务时),灵活处理不同问题和理解顾客的技能,必要时,具备良好的体能。

8.4.4 态度

职业道德要求贯穿服务提供的全部阶段,包括行为和决策责任、礼貌和关心顾客需求、遵守行业或组织道德规范,例如为顾客保密。态度不好是投诉的一个主要原因,需予以特别强调。

8.4.5 培训

组织或公司的管理文件需包括监测职员表现和促进职员持续发展的措施。所有的培训宜包括与顾客沟通(投诉处理过程中的态度和技巧)、安全和健康要求、特殊需要等。需提供与职员岗位和服务相关的专业培训。

8.5 顾客

顾客包括正在考虑预约服务、购买服务或享用服务的人。为保证顾客(相关的个体或预约团体)的安全和隐私,顾客可能需要达到一定条件才能被允许签订服务合同或接受服务。这些条件包括年龄、知识或技能、态度(顾客爱惜设施、尊重职员和其他顾客)或健康(例如患有心脏病的顾客不能坐过山车)的最低要求。需要对在年龄、健康或智力方面处于弱势的顾客制定具体条款。有限制条件时(例如合理的安全因素),需明确表述。

8.6 合同

8.6.1 清晰和明确

以口头形式订立合同时,其他沟通(包括购买前的宣传材料)清晰而有条理尤为重要(见 8.13)。书

面合同宜使用简单易于理解的语言,并包含关键条款的解释。具体领域的标准需明确哪些条款需要解释。合同文本印刷宜具有足够的尺寸和可选方式(例如字符大小和语种)。为与服务交付相适应,具体领域标准可提供适合格式的详细信息。

8.6.2 客观和公平

关于公平合同条款、撤销权、全部成本、数据保护等方面的规定,需遵守国家法律法规。对于每年一签的服务合同,消费者可能认为服务继续延续(例如车险),因此,合同需明确指出是否存在自动转签,以及长期服务享有哪些权利。需考虑长期服务的一些权利是否为该行业消费者享有,并考虑是否有必要对其进行详细描述。

8.6.3 格式

合同的设计影响对合同的理解。关键信息的位置和表达方式需考虑国家或部门规定。

8.7 支付

8.7.1 与支付相关的信息

需明确说明发票或结算单是否包含服务费、税费、运费等。适当时,需提供单位价格信息(电话费、电力和燃气供应)。

8.7.2 支付方式

支付方式可包括现金、代金券、签账卡或信用卡和电子转账。支付方式宜适合于被交付服务的方式,如果预计的支付方式不可用或特定的支付方式存在相关的附加费用,需明确指出。宜提供多种支付方式供消费者选择。

8.7.3 条件

关于部分或全部支付服务费用的时限信息、大笔金额支出(例如购房保证金)、增值税、小费的信息需明确。合同中需规定投诉种类的处理,参照组织投诉程序和外部争执解决条款。

注:参见 GB/T 19012—2008《质量管理 顾客满意 组织投诉处理指南》、GB/T 19013—2009《质量管理 顾客满意 组织外部争议解决指南》。

8.8 交付

8.8.1 活动说明

具体领域的标准宜简要概述服务所包含的各种活动。

8.8.2 可信赖性

具体领域的标准需描述交付协议。参照具体行业的评级方案,例如酒店评级方案。

8.8.3 隐私

需遵守隐私和数据保护方面国家规定。

8.8.4 安全

其他标准或法律法规要求可能涉及安全问题,例如与服务环境、使用设备或作为特定服务交付部分的物品的供应有关。

8.8.5 健康和卫生

其他标准或适用的法律法规要求可能与健康和卫生问题相关,例如与服务环境或者作为特定服务交付部分的物品的供应有关。

8.8.6 环境方面

对环境、文化和人类遗产的保护宜予以考虑,包括废物处理(减少、恢复或再利用)、降低气味、减少噪音和视觉污染。建议增强顾客和职员的环境保护意识。

8.8.7 行为守则

GB/T 19010—2009《质量管理 顾客满意 组织行为规范指南》提供行为守则供参考。此外还需考虑组织使命、价值和质量承诺以及具体行业规范。

8.8.8 保密

保密包括人(例如成人/儿童和领导/团队安排)、所有物(例如用于安全存放有价值物质的设施)、投

资、财务信息和顾客身份(例如个人数据访问限制等)的安全。它们各自相应的重要性取决于被交付的服务。

8.9 服务结果

8.9.1 满意度

参考建立顾客满意度的方法,包括对投诉数据和顾客调查的定期分析。

8.9.2 持续改进

服务提供者需预见/预先设计到某种持续改进的方案。质量管理标准(例如 GB/T 19004)提供了持续改进方法。实现改进目标的途径包括分析相关的投诉、索赔和事件(或意外事故)数据。适当时,定期分析顾客满意度信息以及对顾客需求的调查,不断提高服务质量。

8.10 服务环境

8.10.1 概述

服务交付的环境可能是场所(例如物品出售地、工作室、乡村或顾客自己家里),或者是服务网点(例如铁路网点、航空终点站或客车)。

8.10.2 健康和安全要求

服务环境需符合国家法律法规、国家标准和国际协议(例如写字楼日光通道、温度、空气质量、洗手间环境),相关要求需明确说明。特定服务领域可能需要特殊要求。

8.10.3 可达性

需遵守相关的法律法规、协议和标准(例如 GB/T 20002.2—2008),相关要求需明确说明。特定服务领域可能需要特殊要求。

8.11 设备

8.11.1 质量和安全要求

在服务交付中使用的物品和设施需安全并且适用其用途,同时需遵守相关的标准和国家的技术要求(例如用于公共交通服务的列车、修理厨房用的钻孔机)。要求可包括例如手动作业、补救措施等。

作为服务的一部分,提供的物品需遵守法律法规要求、相关的标准和协议,例如食品卫生标准。

8.11.2 可用性

家具的尺寸和形状、固定装置和设备必须适合目标用户,包括那些因有移动、视觉或听力障碍或年龄(儿童或老年人)因素而有特殊要求的用户。

8.11.3 其他相关要求

对于有必要进行风险管理的领域可能需要规定具体要求。如果提供的服务包括设备且设备需要定期检查(例如游乐场设备)时,则需要提供维护说明。

8.12 补救措施

8.12.1 服务的中断或变更

8.12.1.1 紧急措施

发生影响使用者安全、服务中断或紧急情况时,用户希望在恢复正常服务和采取临时措施之前,及时得到有关事故性质、所涉风险、联系方式、清晰的说明等信息。补救措施中宜具体规定政策、程序、相关设备以及在各种情况下获得应急服务的渠道。具体领域标准可规定具体情况以及适用相关法律法规的特定情况。

8.12.1.2 公司重组/兼并/迁移

一旦出现公司被接管、兼并、迁移或其他对消费者造成影响的类似情况时(例如服务的可获得性或条件可能发生变化时),在情况确定之前宜采取适当的措施通知消费者,并提供合理的连续性服务或顺延服务期限。

8.12.2 责任条款

组织宜依据具体情况提供适当的保险。具体领域标准需明确可能需要保险的特殊领域和最低程度。

8.12.3 保证

依据所交付的服务,保证向顾客提供适当的担保(例如列车到达时间间隔或旅馆客房保留时间段)。具体领域标准宜指出需要提供担保的范围或最低要求。

8.12.4 赔偿

需制定服务未按照协议交付时的赔偿条款(例如由于电力供应中断,电力公司自动提供补偿,或者航班延误超过规定的时间时,航空公司自动提供补偿)。在行为守则中宜制定这样的承诺(见 8.13.7)。需要制定组织投诉程序和外部争端解决条款。

注:参见 GB/T 19010—2009《质量管理 顾客满意 组织行为规范指南》、GB/T 19012—2008《质量管理 顾客满意 组织投诉处理指南》、GB/T 19013—2009《质量管理 顾客满意 组织外部争议解决指南》。

8.13 服务提供者与顾客之间的沟通

8.13.1 概述

顾客与服务提供者之间的沟通发生在服务提供之前、服务提供过程中和服务提供之后。广告中和其他宣传资料中所包含的信息,以及签订合同、提供和支付账单、保证、维护和投诉等后续信息非常重要。

8.13.2 方法

特定领域标准宜规定可能使用的信息和沟通技术(面对面、互联网、电话、传真、信件、电子邮件),提出具体要求。宜提供可选方式和面对面交流的机会。

8.13.3 内容

服务交付时,需要提供详细说明和具体要求,尤其涉及儿童时。需扼要说明价格、税费或服务费,支付方法和账单。需清楚说明保证和赔偿形式,包括索赔和投诉处理政策,活动取消政策(例如允许的取消时限)。此外还要提供详细的服务提供者的联络信息,以及关于第三方参考资料的可用性和使用权限的信息。

标准宜考虑格式布局、用辞、电子信息的句法规则等。语言需明确、简洁、真实,考虑顾客的潜在特殊需求。此外,也要考虑具体行业要求、协议和标准。

注:GB/T 21737 就信息提供给出指导。

8.13.4 沟通频率

沟通失败可能导致出现问题以及顾客对服务提供者的投诉。在服务交付阶段,标准宜指出沟通的关键环节,以及最小沟通频率/间隔。在可能进行“实时”沟通的情况下,宜考虑适当的反应速度(例如电话询问或使用互联网)。

8.13.5 易获得性

不能与服务提供者联系是顾客失望的潜在原因。宜为所有用户提供清晰可用的有关组织职员的信息(包括地点、办公时间、平均等待时间、每次呼叫成本、媒体、可选方式等),并且这些信息需适合被交付的服务。

8.13.6 态度

组织宜制定相应的顾客服务要求和流程,包括礼貌要求(参见 8.4)。

8.13.7 行为守则

组织宜提供其行为守则是否公开和如何获得的信息。特定领域标准中可作出规定。

8.13.8 顾客满意度测量

服务交付时,需提供获得反馈信息的方法,并确定能够从广泛的用户包括有特殊需求的用户处获得反馈。

注:ISO/TC 176 正考虑制定关于顾客满意度测评和监督顾客满意度方法的标准。

8.14 服务组织内部沟通

8.14.1 概述

服务组织内部,以及该组织与其供方之间应进行良好的沟通。

8.14.2 方法

标准宜规定可能使用的信息和通信技术(面对面,互联网,电话,传真,信件,电子邮件),提出具体要求。宜提供可选方式。

8.14.3 沟通频率

沟通失败可能导致出现问题和顾客对服务提供者的投诉。在服务交付阶段,标准宜指出沟通的关键环节,以及最小沟通频率/间隔。

8.14.4 共享信息

组织的政策和流程宜涵盖服务提供者与其供方之间,或服务组织内部的不同部门之间要共享信息的数量和质量,尤其涉及顾客隐私信息时。这包括对个人数据使用权的控制,尤其涉及广告、向其他组织销售等。

9 清单

如第 8 章所述,表 2 至表 6 确定了各个服务要素所涉及的相关内容。表中第二栏的序号编排遵照第 8 章的顺序给出了详细的主题,表中第三栏给出了在制定标准时可能需要考虑的信息提示。服务要素在三种不同类型服务(美发、住宿和保险)中的说明清单见附录 B。

表 2 与服务提供者有关的主题清单

服务要素	相关主题	标准制定过程中要考虑的事项
服务提供者 提供下列一种或多种服务： ——专家意见/支持(例如法律/财务方面) ——无形产品(例如保险) ——培训和教育(例如体育指导) ——膳宿和娱乐(例如旅馆/剧院) ——有组织和引导的活动(例如旅游) ——设备或场所租用(例如租赁代理,工具租用) ——护理或治疗(例如理发师,治疗师)	8.2.2 质量管理	相关标准,例如 GB/T 19001 和 GB/T 19004; 行业内具体要求
	8.2.3 环境管理	相关标准,例如 GB/T 24001
	8.2.4 职业健康安全管理	国家法律法规、协议和标准
	8.2.5 偿付能力和其他财务方面	财务稳定性,包括责任保险 国家法律法规、协议和标准
	8.2.6 诚信	例如诚信广告 职业和组织守则;第三方相关资料的获得
	8.2.7 能力	影响补救措施的规模或资源
	8.2.8 社会责任	国际协议,标准,国家法律法规(例如雇佣童工),组织或具体行业要求
	8.2.9 人力资源	例如最少员工人数及其技能和资质 可能影响安全、防护或补救措施

表 3 与供方、职员和顾客有关的主题清单

服务要素	相关主题	标准制定过程中要考虑的事项
供方 可能提供： ——作为服务的一部分的物品 ——参与提供该服务的人员	8.3	国家法律法规、协议;标准;具体行业规范或组织守则 例如旅游承办商采用符合国家航空安全标准的航线;厨房设计公司安装符合产品安全和性能标准的设备
职员 主要是指直接与顾客接触的人员	8.4.2 知识	所要求的相关领域知识,例如目标顾客的语言、组织投诉程序
	8.4.3 技能和资质	资格的最低要求和必要的经验;必要时,需要具备良好的体能
	8.4.4 态度	在服务交付所有阶段的职业态度,包括行为和决策责任、礼貌周到、顾客信息保密
	8.4.5 培训	组织的政策和程序,包括监督表现 例如态度、安全、投诉过程知识、特殊需求意识

表 3 (续)

服务要素	相关主题	标准制定过程中要考虑的事项
顾客 潜在或现实顾客	8.5	允许签订服务合同或接受服务需要达到的标准,例如年龄、知识或技能、态度(爱惜设施,尊重职员和其他顾客),健康(例如过敏症) 有可能与服务用户(个体或团体)的安全或保密有关;考虑弱势用户(年龄、智力)

表 4 与合同、支付和服务交付有关的主题清单

服务要素	相关主题	标准制定过程中要考虑的事项
合同	8.6.1 清晰和明确	例如字迹清晰、易读,有可选方式
	8.6.2 客观和公平	公平的合同条款、撤销程序、成本的详细说明
	8.6.3 格式	版面设计,关键信息位置和表达方式 考虑国家要求和协议
支付	8.7.1 与支付相关的信息	是否包括服务费、税金等
	8.7.2 支付方式	支付方式、罚金、安全问题
	8.7.3 条件	部分或全部服务费用支付的时限信息;大笔金额支出(如购房保证金);增值税/小费的信息
交付 行为要求	8.8.1 活动说明	例如采取行动的说明、要求的项目、详细的程度
	8.8.2 可信赖性	交付协议
	8.8.3 隐私	数据保护要求;国家法律法规、协议;标准;具体行业规范或组织守则
	8.8.4 安全	相关标准
	8.8.5 健康和卫生	相关标准
	8.8.6 环境方面	环境保护、文化和人类遗产;废物处理(减少、回收或再利用);降低气味、噪音和视觉污染;增强顾客和职员的环境保护意识
	8.8.7 行为守则	相关标准,例如 GB/T 19010—2009《质量管理 顾客满意 组织行为规范指南》;组织使命,价值,质量承诺
	8.8.8 保密	人员(例如成人和儿童和领导和团队)、所有物(用于安全存放有价值物质的设施)、财务信息和客户身份(个人数据访问限制、互联网代码等)的安全

表 5 与服务结果、服务环境、设备和补救措施有关的主题清单

服务要素	相关主题	标准制定过程中要考虑的事项
服务结果	8.9.1 满意度	分析投诉数据、顾客调查结果
	8.9.2 持续改进	相关标准,例如 GB/T 19004;分析相关的投诉、索赔和事件(意外事件)数据;调查顾客满意度
服务环境 如工作室,家,交通情况	8.10.2 健康和安全要求	国家法律法规、协议;标准;具体行业规范或组织守则,例如写字楼日光通道要求,温度,空气质量,实验室设备
	8.10.3 可达性	遵守国家法律法规和标准,例如国家残疾人法 考虑各类残疾人的需求,包括视觉,听力,移动性和学习能力欠缺的人; 例如触觉标记,助听工具,无障碍通道,清晰、明确的标志

表 5 (续)

服务要素	相关主题	标准制定过程中要考虑的事项
设备支持服务交付	8.11.1 质量和安全要求	在服务交付中使用的物品和设施应安全并且适用于其用途,同时应遵守相关的标准和国家的技术要求(例如用于公共交通服务的列车,修理厨房用的钻孔机)。要求可包括例如手动作业、安全保护措施等。 作为服务一部分的物品的供应,应符合国家法律法规、协议和标准,例如食品安全和卫生标准
	8.11.2 可用性	家具的尺寸和形状、固定装置和设备,包括特殊需要必须适合目标用户
	8.11.3 其他相关要求	维护说明、风险管理
补救措施	8.12.1 服务的中断和改变	适用于不同情况的政策、程序、设备;应急服务提供 一旦出现公司被接管、兼并、迁移或其他对消费者造成影响的类似情况时,采取适当的措施,向消费者提供建议、提供持续服务等
	8.12.2 责任条款	适当程度的保险
	8.12.3 保证	合理提供服务,如列车到达时间,旅馆房间保留时间
	8.12.4 赔偿	投诉处理和外部争端解决 相关标准,例如 GB/T 19012—2008《质量管理 顾客满意 组织投诉处理指南》

表 6 与各阶段沟通相关的主题清单

服务要素	相关主题	标准制定过程中要考虑的事项
沟通 顾客和服务提供者之间的沟通(在提供服务之前、服务提供过程中、服务提供后)包括: ——广告 ——服务提供前的文字说明 ——合同 ——账单	8.13.2 方法	可使用的信息和沟通技术(面对面、互联网、电话、传真、信件、电子邮件);可选方式;格式编排、电子报文语法规则;标准;国家法律法规要求及协议。
	8.13.3 内容	所交付服务的详细说明;特殊要求,尤其是与儿童相关的特殊要求;费用,包括税或服务费;支付方法;账单;保证;索赔/投诉处理政策;活动取消政策;服务提供者联络信息。 术语;语言表达清晰,内容真实,并考虑顾客的潜在特殊需要。 国家法律法规、协议;标准(GB/T 21737《为消费者提供商品和服务的购买信息》)。
	8.13.4 沟通频率	与服务交付相关的最小频率/时间间隔
	8.13.5 易获得性	为所有用户提供有关组织职员的信息,如:地点、办公时间、平均等待时间、每次呼叫成本、媒体、可选方式等。
	8.13.6 态度	礼貌周到。
	8.13.7 行为守则	是否公开提供。
	8.13.8 顾客满意度测量	获得反馈的方法。 考虑 ISO/TC 176 正在制定的相关标准。

表 6（续）

服务要素	相关主题	标准制定过程中要考虑的事项
沟通 在服务组织内部或在该组织与其供 方之间的沟通	8.14.2 方法	使用的信息和通信技术（面对面、电话、传真、信件、电子邮件）；可选方式。
	8.14.3 沟通频率	与服务交付相关的最小频率/时间间隔。
	8.14.4 共享信息	数量/质量，尤其与客户相关的数量/质量。

附 录 A
(资料性附录)
服务活动示例

本标准中的服务包括但不限于以下活动：

- 为满足顾客需求，在有形产品上所完成的活动(例如汽车服务或维修)；
- 提供专家意见或顾客支持(例如法律或财务建议)；
- 提供无形产品(例如保险)；
- 为用户提供培训和教育(例如语言、体育和技艺知识的传授)；
- 膳宿和娱乐(例如旅馆、剧院)；
- 为参与者提供有组织和引导的活动(例如旅游，假日活动)；
- 设备或房屋租用(例如出租代理、工具出租)；
- 为顾客或用户提供护理或治疗(例如理发师、牙医)；
- 健康护理；
- 网络服务(例如电信、电缆、互联网、电力和燃料传输服务)；
- 交通服务(例如公共汽车、火车、轮船和飞机)。

附录 B
(资料性附录)

服务要素在不同服务中的说明示例

B.1 表 B.1 说明服务类型不同时,不同的服务要素具有的重要性程度不同。所举的例子是解释说明性的,因而不完整。鼓励为具体服务活动制定标准。

表 B.1 用于理发、酒店和人寿保险服务的清单

服务要素	理发店	酒店	人寿保险公司
服务提供者	规模较小的组织可能不了解或未能实施质量和环境管理标准,例如 GB/T 19000 或 GB/T 24001 系列标准,可制定工作流程标准对理发店实施管理。 通常付款在服务交付后发生,偿还能力和其他财务方面对消费者的直接影响较小。 其他问题可能包括预约安排是否有充足的时间间隔以减少顾客等待某一理发师的时间,并适当处理化学废物(未使用过的染发剂等)。	全部服务项目可包含在组织管理规定中。酒店连锁经营,组织管理规定是企业形象的一部分。可能也使用外部标准,例如质量管理体系标准和环境管理体系标准。 随着网络预定和预付房款情况的增多,在偿还能力和财务方面可能存在一定的风险,但投保旅行险可降低风险。 服务交付的复杂性可能需要制定一套详细的程序,并需要对职员进行专业技能培训,以满足顾客需求。 特殊问题包括废物处理,毛巾洗烫,雇用弱势群体,禁止暴力或色情视频,管理喧哗或不守规矩的客人。	可能使用质量管理体系标准和环境管理体系标准(不太重要)。一般不需要具体领域标准。 对于保险公司而言,偿还能力和其他财务方面信息极为重要。国家管理部门可能制定了相关要求。如未制定相关要求,或相关要求不足以解决问题,可以制定标准予以补充。公司管理规定可能对公司自身提出相关要求。 问题可能包括保险费是否应取决于个人数据信息,例如健康或财产情况,以及费率设置是否基于对健康风险的分析。
供方	供方提供的洗发剂、头发处理剂等产品的质量。	包括相关服务的提供者,例如高尔夫球场、出租车服务。	保险代理人,经纪人等。
职员	接待员、洗头工、美发师等。 最低要求包括理发资质,所有职员需掌握有关健康、安全、顾客管理等方面的知识。 不太可能有书面规定。	职员范围广泛,包括行政人员、清洁人员和厨师。 工作职员最低要求(例如酒店和餐饮业从业证书)、应对顾客需求的知识和技能以及紧急撤离规程方面的知识。 全部要求将在公司管理规定中提到。	精算师和前台服务人员 除国家行政管理部门制定的要求以外,其他要求有可能在国家、行业部门或公司管理规定中提出。

表 B. 1 (续)

服务要素	理发店	酒店	人寿保险公司
顾客	顾客包括所有年龄和不同行为能力的人。 必要的顾客信息包括对产品化学成分敏感性等方面。 提供美容等辅助服务时,可能需要制定相关规定,例如哪个年龄段的孩子需要看管。	客户:酒店客人包括所有年龄段和不同行为能力的人。 要求可能包括支付能力,年龄以及社会地位。	被保险人/保险受益人 要求可能包括保险受益顾客的年龄、智力以及被保险人健康状况、职业等。
合同	没有明示合同。	预订。 可包括允许的预订方式、表格、确认和取消预定的规定。还存在数据保护问题。	管理规定和相关的条款。 国家保险管理部门可能制定基本要求。国家、行业部门或公司管理规定可能提出其他要求。
支付	是否包含小费等问题。	允许的支付方式和是否包含小费等。	消费者许可的支付方式
交付	头发处理(剪发、洗头、修剪、染发、烫发等) 头发护理建议、与顾客的一般交谈。 其他护理,例如修指甲、化妆。 其他服务,包括等待设施(座椅和读物、音乐和饮料)	提供膳宿,但整套服务包括接待(预定、进入或离开酒店时的引导服务,居住期间的建议)、客房(配备例如床、淋浴、家具、熨斗等设备硬件设施和软件实施(例如风景或环境)、早餐和客房服务、设施(例如酒吧间和游泳池)及其他服务(例如提供短途旅行)。 提供与宣传手册、星级等相符的服务;不向第三方或其他客人透漏客人信息;为客人提供安全的环境,包括应急疏散程序、食品卫生、防止细菌感染等;客人行李等财产安全。	提供保险服务 除国家管理部门制定的要求以外,公司政策也适用。计算保险费的前提条件和规则是基本要素。为使消费者了解相关信息,具体分支机构可制定行为守则提供相关指导。 需要赔付时,公司、职员、技术、程序措施应保证保险公司的赔付能力。
服务结果	主要是理发和造型。 其他:等待设施、聊天、建议(此时,服务交付和服务结果不可分;顾客满意度不仅取决于发型,还取决于服务交付的其他要素)。	居住,享受成套服务 评估顾客满意度的形式。	一旦协议条件满足,获得协议金额。 需要赔付时,公司、职员、技术、程序措施应保证保险公司的赔付能力。
服务环境	理发厅或顾客家里。	公共场所和客房。 包括残疾人无障碍通道、电器设备安装要求、质量(客房大小)。	公司办公室。 办公室一般标准。

表 B. 1 (续)

服务要素	理发店	酒店	人寿保险公司
设备	剪刀、刷子、染发剂、吹风机等。 位置、面盆高度(工效学因素)等。	顾客将在没有监督情况下使用许多设备(例如咖啡机、电视机等)。 包括最低成套可用器具(如吹风机)和一次性用品(如客房内的洗漱品)、儿童安全、电器设备安全和残疾人设备的可用性。	信息沟通技术、软件、文件。 信息和通信技术的标准。
补救措施	了解顾客的发型要求以及对使用化学物品(例如染发剂)的敏感度。 安全操作和处理染发和烫发等产品。 梳子、刷子的卫生情况等。 退款或重新理发等相关的规定, 责任保险等。	紧急撤离程序和与当地紧急服务机构的联系。 超额预定的处理。 投诉处理规定与外部争端解决办法的规定和宣传。	信息安全条款。 再保险标准。 责任条款。
顾客和服务提供者之间的沟通	预约、提供建议、交谈。	酒店和客人之间的沟通(提供酒店信息、预定、入住、居住期间信息提供、办理退房手续)。 可能使用互联网预定设施。 包括:酒店及其成套服务说明、是否采用评级系统;要求客人出示的信息(例如信用卡号、护照等),服务时间(每天 24 小时,每周 7 天或更少)。 提供行为守则。 顾客满意度测量方法,例如问卷调查。	保险公司和被保险人之间的沟通。 对保险条款的说明。 出现索赔时,提供承保政策查询。 行为守则公开。
服务提供者内部之间的沟通	预约计划。 订购材料。 化学药剂残留在头发上的时间、吹干头发的时间等相关信息。	预定系统。 居住前和居住时客人的沟通要求(例如通过客房服务预定禁止吸烟的房间)。	关于公司内部沟通以及与经纪人、投资公司、管理部门、供方和其他单位沟通的具体领域标准或者公司要求。 使用信息沟通技术的详细说明

B. 2 理发店是小规模组织的示例,可能是个体经营或独立的小店铺经营模式。

B. 3 酒店是服务提供者提供多种服务的一个示例,其主要服务是提供膳宿,但整套服务包括接待(例

如预定、进入或离开酒店时的引导服务、居住期间的建议)、客房(配备包括床、淋浴、其他家具、熨斗等硬件设备及景观、装饰等软件设施,早餐和客房服务、设施(例如酒吧间和游泳池)及其他服务(例如提供短途旅行)。酒店本身可能是连锁经营店或是在某一特定品牌下的加盟店,设有连锁预定系统和互联网预定系统。

B.4 人寿保险是无形产品的一个例子。在人寿保险中,顾客所关心的问题是在信息不透明(不同的公司可能采用不同的方式提供信息)或缺乏信任(例如发生保单所列的事项时,保险公司是否会赔偿)的情况下,如何选择购买的险种。

参 考 文 献

- [1] GB/T 19001 质量管理体系 要求 (GB/T 19001—2008, ISO 9001:2008, IDT)
- [2] GB/T 19010 质量管理 顾客满意 组织行为规范指南 (GB/T 19010—2009, ISO 10001:2007, IDT)
- [3] GB/T 19012—2008 质量管理 顾客满意 组织投诉处理指南 (ISO 10002:2004, IDT)
- [4] GB/T 19013 质量管理 顾客满意 组织外部争议解决指南 (GB/T 19013—2009, ISO 10003:2007, IDT)
- [5] GB/T 24001 环境管理体系要求及使用指南 (GB/T 24001—2004, ISO/IEC 24001:2004, IDT)
- [6] GB/T 21737 为消费者提供商品和服务的购买信息 (GB/T 21737—2008, ISO/IEC Guide 14:2003, MOD)
- [7] GB 5296.1 消费品使用说明 总则
- [8] GB/T 17306—2008 包装 消费者的需求 (ISO/IEC Guide 41:2003, IDT)
- [9] GB/T 16759 消费品和有关服务的比较试验 总则 (GB/T 16759—2008, ISO/IEC GUIDE 46:1985, Comparative testing of consumer products and related services, MOD)
- [10] GB/T 20002.1 标准中特定内容的起草 第1部分:儿童安全 (GB/T 20002.1—2008, ISO/IEC Guide 50:2002, IDT)
- [11] GB/T 20000.4 标准化工作指南 第4部分:标准中涉及安全的内容 (GB/T 20000.4—2003, ISO/IEC Guide 51:1999, Safety aspects—Guidelines for their inclusion in standard, MOD)
- [12] GB/T 20000.5 标准化工作指南 第5部分:产品标准中涉及环境的内容 (GB/T 20000.5—2004, ISO Guide 64:1997, NEQ)
- [13] GB/T 20002.2 标准中特定内容的起草 第2部分:老年人和残疾人的需求 (GB/T 20000.2—2008, ISO/IEC Guide 71:2001, IDT)
- [14] ISO/IEC Guide 74, Graphical symbols—Technical guidelines for the consideration of consumers' needs
- [15] ISO/IEC Policy Statement, Addressing the needs of older persons and people with disabilities in standardization work
- [16] The consumer and standards—Guidance and principles for consumer participation in standards development, ISO/IEC, 2003
- [17] ISO/IEC Statement on Consumer participation in standardization work, ISO/IEC, 2001
- [18] MEESTERS, B. and DE VRIES, H. J., “ISO 9000 scores in professional soccer—but who is the customer?”, ISO Management Systems, Vol. 2 No. 6, November—December 2002, ISO Central Secretariat, Geneva, pp. 51-55

[19] Americans with Disabilities Act (1990)

[20] European Mandate M283, Mandate to the European Standards Bodies for a guidance document in the field of safety and usability of products by people with special needs (e. g. elderly and disabled)

中 华 人 民 共 和 国
国 家 标 准
服务标准制定导则
考虑消费者需求

GB/T 24620—2009/ISO/IEC Guide 76:2008

*

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

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

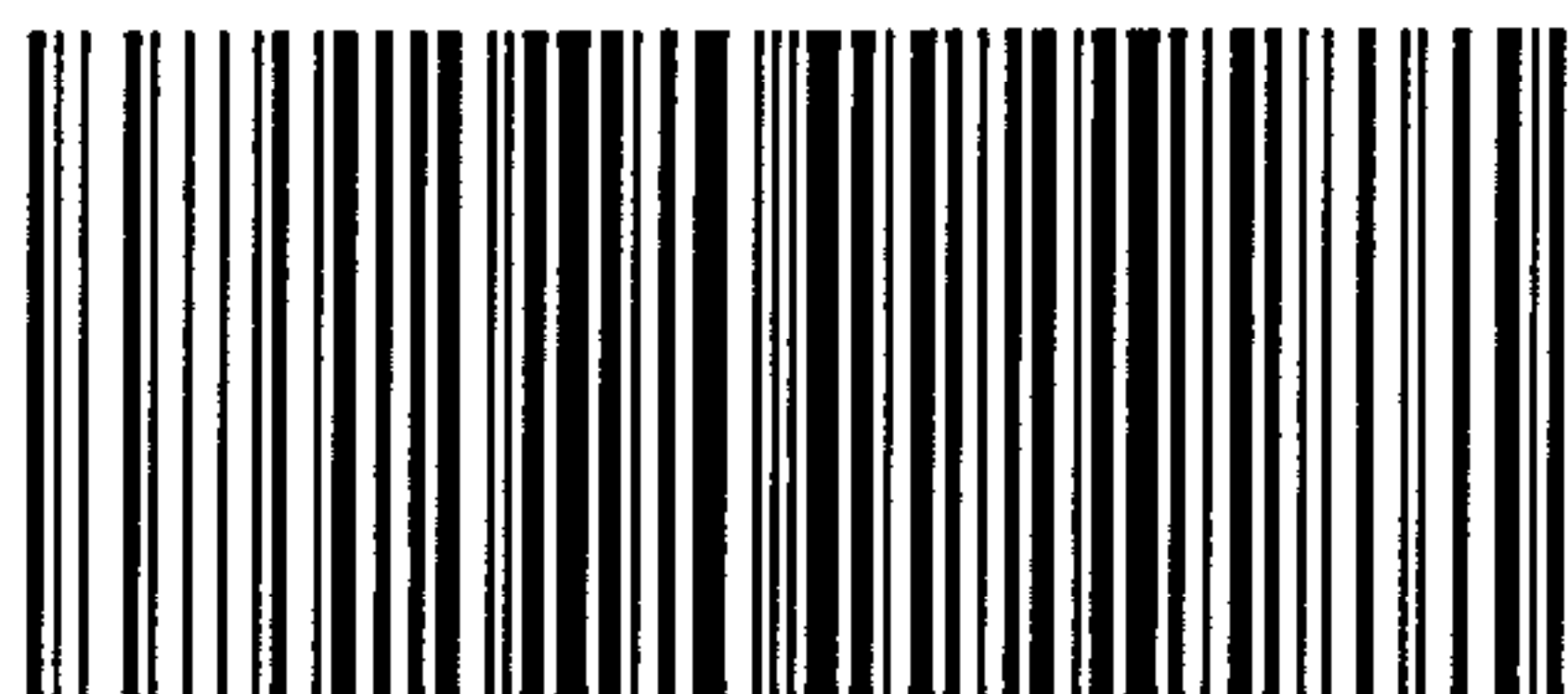
*

开本 880×1230 1/16 印张 2 字数 50 千字
2009年12月第一版 2009年12月第一次印刷

*

书号:155066·1-39695

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



GB/T 24620-2009