ICS 03.100.20
CCS A10

**3201**

南京市地方标准

DB3201/T XXXX-20XX

电子商务客户服务管理规范及服务质量评价

E-commerce enterprise customer service management specification and service quality evaluation

征求意见稿

 发布

 实施

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 南京市市场监督管理局 |  | 发布 |

目  次

[前言 II](#_Tocdcb0cf3f-9b0b-4a0c-9053-f6b32a38689c)

[1 范围 1](#_Toc44c3df6b-350f-49d4-819c-3a9bfcabe1cc)

[2 规范性引用文件 1](#_Toc638361f8-315f-4832-bce1-c418841182d7)

[3 术语和定义 1](#_Toc9a62fbb1-5ea8-4692-bc89-3a2568ecfb58)

[4 基本要求 2](#_Tocf6e8e91c-6f9f-4035-a5fb-3afd9c637317)

[5 电子商务企业客户服务要求 2](#_Toca2f896bc-b52b-4db8-91e2-543681ffd45b)

[5.1 电子商务企业客户服务流程 3](#_Toc63c2f942-1523-4567-9e09-387213ee8b29)

[5.2 电子商务企业客户服务方案设计 3](#_Toc0f99d9e7-5626-4fa1-b1e6-cd92d2e33821)

[5.3 人员要求 3](#_Tocc505d92f-2912-4643-bf8e-b999b63a9043)

[5.4 客户服务要求 3](#_Toc0e42cb7f-1805-43c7-a0f9-1242f80f3dc7)

[6 应急管理 6](#_Toc911a3f64-7374-4832-9f2b-926bbf2d0d00)

[7 电子商务企业在线争议处理 6](#_Tocf24e3373-80c1-48a0-a7b2-68f70d4920d5)

[8 客服质量评价指标 6](#_Toc9729853a-ef92-4008-878e-a1b026d9f178)

[9 服务质量评价 6](#_Tocca26c121-82be-4e74-9fd3-13fcc46c3a20)

[9.1 评价指标 6](#_Tocdef5e30f-79fb-4981-9287-1bd48df829a6)

[9.2 评价方式 6](#_Toc9014f8f1-aafd-4987-ac02-13d673335816)

[9.3 评价流程 6](#_Tocbb933fc0-0834-46b7-a358-7d37d9d256fc)

[10 持续改进 7](#_Tocfe39461f-5e73-4636-b2ae-7259a576f4f3)

[附录 A（资料性） 电子商务企业客户服务绩效指标 8](#_Toccc4fd613-d3e4-45ba-a52f-a9da76196cd6)

[附录 B（资料性） 电子商务企业客户服务质量评价体系 10](#_Toc63ad4b93-456f-4dd3-ae3d-31f810bd4b38)

[参考文献 13](#_Toc117a619f-66fb-4ded-9831-3842ff73fbf3)

前  言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由南京市商务局、南京市市场监督管理局提出，由南京市商务局归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

电子商务客户服务管理规范及服务质量评价

1. 范围

本文件规定了电子商务企业客户服务管理的基本要求、电子商务企业客户服务要求、应急管理、在线争议处理、主要服务质量指标、服务质量评价及持续改进等要求。

本文件适用于电子商务企业规范客户管理以及服务质量评价。

本文件适用于第三方对电子商务企业实施客户服务质量评价。

1. 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 35408-2017 电子商务质量管理 术语

GB/T 38652-2020 电子商务业务术语

GB/T 42498-2023 电子商务在线争议解决规范

GB/T 24620-2022/IS0/IEC Guide 76:2020 服务标准制定导则考虑消费者需求

1. 术语和定义

GB/T 35408和GB/T 38652界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

* 1.

电子商务    e-commerce

通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动

[来源：GB/T 38652-2020  2.1]

* 1.

电子商务经营者    e-commerce operator

通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的自然人、法人和非法人组织,包括电子商务平台经营者,平台内经营者以及通过自建网站,其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

[来源：GB/T 38652-2020  2.3]

* 1.

消费者    Consumer

作为服务或服务相关商品(如智能音响)终端用户的普通大众个体。

注1:本文件中,“消费者”术语的使用包括一系列潜在和现有的服务用户,例如:

——考虑使用或购买服务的人员;

——购买了一次性服务的人员;

——处于短期或长期服务合同中的人员;

——直接为服务付费的服务终端用户;

——不直接为服务付费的服务终端用户。

注2:终端用户不必是购买该服务的顾客,例如,在餐馆就餐的人,其费用由该群体中的一人或另有人支付。

[来源：GB/T 24620-2022/IS0/IEC Guide 76:2020 3.5]

* 1.

顾客    customer

出于商业、私人或公共目的而购买或使用服务的组织或个人。

注:顾客与服务提供者直接进行互动。客户有可能是服务的购买者,也 可能是服务提供者合同中的购买者,顾客不一定是服务的最终使用者。

[来源: GB/T 24620-2022/IS0/IEC Guide 76:2020 3.6]

* 1.

顾客满意    customer satisfaction

顾客对服务提供者满足其要求和期望程度的感受。

注1:投诉(3.3)是顾客满意度低的常见表达方式,但没有投诉并不一定表明顾客满意。

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。

[来源: GB/T 24620-2022/IS0/IEC Guide 76:2020 3.7]

* 1.

顾客服务    customer service

在服务提供和售后服务(3.11)的整个过程中,组织与顾客(3.6)之间的互动。

[来源: GB/T 24620-2022/IS0/IEC Guide 76:2020 3.8]

1. 基本要求
	1. 电子商务经营者应建立服务原则，包括但不限于以下内容：
2. 合规经营，维护消费者权益；
3. 诚信服务，顾客满意；
4. 标准补缺，先进适用。
	1. 提供电子商务企业客户服务（以下简称客服）的电子商务经营者，应满足以下要求：
5. 遵守国家相关法律法规要求，维护消费者合法权益；
6. 具有从事电子商务客服的条件和所需的相关资质（适用时），如食品经营许可证等；
7. 具备满足消费者对电子商务企业服务提供和售后服务需求的能力；
8. 具备应急响应处置能力；
9. 履行电子商务经营者应有的社会责任。
	1. 客服人员应具备向客户提供服务的知识和能力,适用时，特殊岗位应根据行业要求和行业特性要求，配备具备相应的能力的人员，如持证上岗等。
	2. 电子商务客服提供过程，应满足信息安全、隐私保护等要求。
10. 电子商务企业客户服务要求
	1. 电子商务企业客户服务流程

电子商务企业客服流程：顾客需求-服务提供-满足顾客要求，具体电子商务客服流程见图1.



图 1 电子商务企业客服流程图

* 1. 电子商务企业客户服务方案设计

应根据自身所属行业、服务类别，制定客户服务总体方案，基于电子商务客户服务的具体要求，可制定包括但不限于以下方案：

1. 客户服务总体目标及运行规划；
2. 支持客户服务的信息系统方案；
3. 应对电子商务企业服务过程中不同类型风险的解决方案；
4. 客户服务提供过程及售后服务运行方案；
5. 客户服务提供和售后服务流程及要求；
6. 客户服务质量目标及绩效考核方案。
	1. 人员要求

电子商务企业客服人员，应具备包括但不限于以下能力：

1. 具有良好的心理素质、适应能力、承压能力及执行力；
2. 具备良好的表达能力、沟通能力和应变能力，对不同顾客采取不同的沟通方式，提升服务有效性；
3. 具有较强的学习能力，熟悉和掌握店铺产品的专业知识和相关知识，为顾客精准推荐和引导；
4. 具有一定的亲和力和稳定情绪，使用文明礼貌用语，耐心解答顾客的每一个问题；
5. 熟悉所在平台的基础规则和对客服基本素养要求；
6. 具有较快的打字速度和基础办公软件的使用能力，满足顾客问询响应要求。
	1. 客户服务要求
		1. 客户服务类型

电子商务企业客户服务的类型结合电子商务的特点，分为售前和售后服务。

* + 1. 售前服务
			1. 服务内容

电子商务企业经营者售前服务包括但不限于以下内容：

1. 售前接待准备；
2. 咨询接待服务；
3. 订单管理。
	* + 1. 售前接待准备

电子商务企业售前服务人员，在实施客户服务前，应具备包括但不限于以下业务知识：

1. 了解店铺主页和产品详细图页，如产品属性、相关参数等；
2. 掌握产品安全库存及效期
3. 学习产品知识；
4. 熟悉公司销售政策；
5. 实时更新接待话术；
6. 熟练操作店铺平台；
7. 熟悉所在平台活动政策；
8. 熟知物流及邮费情况。
	* + 1. 咨询接待服务

接待服务根据顾客对商品的需求问询而展开，在提供服务过程中，应满足包括但不限于以下要求：

1. 热情欢迎顾客，第一时间响应顾客；
2. 根据顾客需求推荐产品；
3. 根据顾客问询及交流情况，推荐关联产品；
4. 当产品缺货时，可引导或推荐相似产品给顾客；
5. 结束语:
* 未购买：感谢关注店铺；
* 已购买：应提醒顾客关注产品物流信息，并提醒收到货后第一时间验货等。
	+ - 1. 订单管理

电子商务订单管理一般分未付款、待发货、已发货三个方面的服务内容。其工作要求包括但不限于：

1. 对于未付款订单，采取不影响客户体验的方式进行催付；
2. 待发货订单，按照平台及承诺要求，及时催发货，直至发货方可完结；
3. 已发货订单，告知顾客物流配送信息；如果出现物流异常，如丢件的，按平台规则及与用户的协商结果进行退款处理、重新发货等方式进行处理；
	* 1. 售后服务
			1. 服务内容

电子商务售后服务一般分退换货处理、客诉处理、顾客反馈处理以及客户关系维护四个方面。

* + - 1. 退换货处理

消费者提出换货申请时,售后服务人员应及时对退换货理由进行分析和判断，分类处理。

1. 对于符合“七日无理由退货”条件的，应按要求办理退货手续；
2. 对于属于商品质量问题的，且消费者同意换货的，应及时联系生产厂家，协助消费者办理换货等手续；
3. 对于属于消费者使用问题，不具备退换货条件的，应告知其理由，并耐心劝导消费者，避免引发纠纷或争议。
	* + 1. 客诉处理

客诉分为商品质量投诉和客户服务质量投诉。

1. 对于商品质量投诉，电子商务客服人员（以下简称客服人员）应采取下列措施：
2. 及时受理并积极给出合理性建议；
3. 对退回商品进行质量检测时，可安排将商品送至第三方检测机构进行检测;
4. 及时做好消费者的安抚工作，并依据消费者需求与相关规定及时提供售后技术服务、退换货服务等，并承担运输等必要费用；
5. 消费者申请退款时，客服人员应及时联系所在平台客户服务人员可根据相关规定进行先行赔付。对于：
* 未进行先行赔付且需要退货的，客服人员应在收到退货后根据平台或约定退款时间内处理退款；
* 不需要退货的，客服人员应在退款协定达成后按约定时效内处理退款。
1. 对于服务质量投诉，应：
2. 持真诚态度，满足消费者的服务需求；当消费者提出的解决方式超出客服人员权限时，应及时上报;
3. 未能及时解决的投诉，应在接到投诉后与消费者商定下次沟通时间，无约定时间的24小时内将投诉解决方案反馈给消费者。
	* + 1. 顾客反馈处理

电子商务顾客反馈处理流程及要求如下：

1. 收集、记录顾客反馈；
2. 分类汇总顾客反馈给企业相关部门，协同制定相应的解决方案；
3. 及时将解决方案反馈给顾客；
4. 跟踪解决方案的实施，促进顾客满意。
	* + 1. 客户关系管理

客户关系管理(CRM)是选择和管理有价值客户及其关系，通过客服人员与顾客的互动，不断提高服务质量,充分尊重消费者在市场交易中有自主选择商品或服务的权利，确保消费者的每一项决策都出于真实意愿，杜绝捆绑销售、隐性收费、误导性宣传等违背自愿原则的行为，在恰当的时机、通过合适的方式与消费者保持互动，建立、维护和发展良好的客户关系，在法律法规规定的范围内最大限度地满足顾客要求,鼓励企业自行设定更优的服务标准，以增强顾客对企业的忠诚度。为此，加强客户关系管理，电子商务企业应：

1. 建立客户关系管理制度，规范客户关系管理；
2. 了解顾客的偏好和个性化需求，建立客户档案，实施标签化服务；
3. 提供针对性服务，与顾客实现良好互动，适用时，与客户实现信息共享。
	* 1. 信息服务
			1. 应具备与顾客信息系统对接的能力,提供给顾客的信息应满足客户要求。
			2. 应保障客户信息安全,不应滥用客户信息或造成客户信息的泄露。
4. 应急管理
	1. 电子商务企业应建立应急响应机制，定期演练。
	2. 当突发事件发生时，如可能造成品牌负面影响、触及客户伤害等情况时，应立即启动应急响应措施，并主动与客户进行沟通或按合同约定进行处理。
5. 电子商务企业在线争议处理
	1. 电子商务企业在线争议的解决，执行GB/T 42498相关要求。
	2. 对于不能达成一致处理意见的争议问题，应给出明确的后续争议解决途径，如仲裁等。
	3. 对于通过平台求助的争议，应根据所在平台有关在线争议处理规则进行。
6. 客服质量评价指标

电子商务企业建立客服质量评价系统，根据服务类别及复杂程度，建立客服指标系统。评价指标见附录表A.1和表A.2要求。

1. 服务质量评价
	1. 评价指标

电子商务企业客服质量评价可根据第8章的主要服务质量指标以及企业或委托方的要求合理确定。

* 1. 评价方式

电子商务企业客服服务质量评价可采用内部评价和外部评价的方式组织开展。内部评价由电子商务企业自行组织开展,一般每年一次，或根据企业的内部管理需求增加内部评价的频次;外部评价由客户、专业评价机构等组织开展。

* 1. 评价流程
		1. 准备工作
			1. 组建评价工作小组,评价小组人员应能满足开展评价工作的基本要求。
			2. 根据评价方法和评价目的,制定可行的评价方案,确定相应的评价对象和评价方法。
		2. 实施评价
			1. 应按照评价方案的要求进行评价。
			2. 实施评价可采用管理审核+客户访谈或数据分析等多种形式。
		3. 评价结果
			1. 电子商务企业评价结果划分为AAA、AAAA、AAAAA 三个级别，AAAAA 级为最高级.依次降低，AAA为达标级,对应的分值分别为：70~79分、80~89分和90~100分。
			2. 等级划分依据电子商务企业的客户服务的基本要求、电子商务客户服务要求、应急管理、质量指标、持续改进等指标体系考评，见附录B。
		4. 编制评价报告
			1. 应对整个评价工作进行总结并形成评价报告。
			2. 编制评价报告应本着公平、公正的原则。
			3. 评价报告应包括评价范围/区域、评价对象/群体、评价过程、评价结论及改进建议等内容。
		5. 评价流程图

应依据评价流程图开展评价工作，详见图2。



图 2 服务质量评价流程图

1. 持续改进

电子商务企业应根据评价报告反馈的评价结论及改进建议,采取有效措施对客服过程进行改善，以提高服务质量，提升顾客满意度。

附 录 A
（资料性）
电子商务企业客户服务绩效指标

表A.1为考核指标，表A.2为加分项指标。

表 A.1 电子商务企业客户服务考核指标

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 绩效指标 | 计算方法 | 单位 | AAA | AAAA | AAAAA |
| 目标达成率 | （实际销售额/计划目标销售额）×100% | % | 85≤X＜90 | 90≤X＜95 | 95≤X＜100 |
| 响应时间 | 首次响应时间（FRT） | 秒 | ≤30 | ≤20 | ≤10 |
| 平均响应时间（PT） | 秒 | ≤40 | ≤30 | ≤20 |
| 询单转化率 | （订单/咨询总数）×100%（不同行业不同，以服装行业示例） | % | 30≤XD＜35 | 35≤XD＜40 | ≥40 |
| 客户满意度 | [（很满意+满意）/顾客评价总数]×100% | % | ≥85 | ≥90 | ≥95 |
| 回复率 | （客服对顾客发起咨询回复总数/顾客发起咨询总数）×100% | % | ≥85 | ≥90 | ≥95 |
| 客户投诉率 | （对产品或服务提出的投诉数量/总交易数量）% | % | 0.1＜TS≤0.05 | 0.05＜TS≤0.03 | ＜0.03 |
| 1. 响应时间：响应时间分为智能服务和人工在线服务，本文指标为人工在线服务；如设立了智能响应的企业，可以根据行业的要求进行设定指标；
2. 询单转化率：本文以服装行业为例，不同行业有不同的转化率指标，各企业可以根据行业的标杆指标设立；
3. 回复率：回复率分为智能回复（含自助电话和在线机器人）和人工回复，本文指标为人工回复指标；
4. 客户投诉率：是指在一定时间内，客户对产品或服务提出的投诉数量与总交易数量之间的比例。
 |

表 A.2 电子商务企业客户服务加分项指标

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 绩效指标 | 计算方法 | 单位 | 要求 |
| 商品差评率 | （客户差评/客户评价总数）×100% | % | 具体指标视所在平台及企业实际管理要求而定，如行业有规定指标的，两者相比取其低值。 |
| 客户反馈处理率 | （反馈处理数/客户反馈总数）×100% | % | 要求100% |
| 退款退货时长 | 平台规则或与客户约定时长 | 小时 | 具体指标视所在平台及企业实际管理要求而定，如行业有规定指标的，两者相比取其低值。 |
| 平台求助率 | （平台参与处理数/争议发生总数）×100% | % | 具体指标视所在平台及企业实际管理要求而定，如行业有规定指标的，两者相比取其低值。 |
| 在线争议发生量 | 每发生一次 | 次 | 具体指标视所在平台及企业实际管理要求而定，如行业有规定指标的，两者相比取其低值。 |

表 A.2 电子商务企业客户服务加分项指标（续）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| AI客服系统应答准确率a | (应答准确性或匹配度/应答总数) ×100% | % | 在电商场景中，智能客服系统的准确率通常较高，一般在90%~95%以上。 |
| 1. AI客服系统应答准确率：是指智能客服系统在无需人工干预的情况下，能够正确理解用户问题并提供准确答案的比例；准确率的衡量通常基于两个维度，一是语义理解准确率，系统能否正确理解用户的意图；二是回复内容准确率，系统提供的答案是否与用户需求匹配。
 |

附 录 B
（资料性）
电子商务企业客户服务质量评价体系

    表B.1给出了电子商务客服质量评价体系。

表 B.1 电子商务企业客户服务质量评价体系

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 一级指标及权重 | 二级指标及分值 | 内容 | 各级别要求 |
| AAA | AAAA | AAAAA |
| 1 | 基本要求(20%) | 获取资质（5分） | 依法取得营业执照且经营范围覆盖企业实际经营活动，根据具体经营活动取得所需的资质，例如食品经营许可证等。 | 依法取得 | 依法取得 | 依法取得 |
| 2 | 法律法规（10分） | 充分识别与自身相关的法律法规要求，并依法开展经营活动，有效保障消费者合法权益。 | 未出现违法违规行为 | 未出现违法违规行为 | 未出现违法违规行为 |
| 3 | 人员资格（5分） | 需持证上岗人员资格证书齐全且在有效期内。 | 符合要求 | 符合要求 | 符合要求 |
| 4 | 电子商务客户服务要求(60%) | 服务方案设计（10分） | 客户服务总体目标及运行规划；  | 建立并成文发布，尚未实施 | 建立并成文发布，实施 | 建立并成文发布、实施，取得一定实效 |
| 5 | 客户服务要求 | 售前服务（25分） | 售前服务人员应具备：a)了解店铺主页和产品详细图页，如产品属性、相关参数等；b)掌握产品安全库存及效期；c)学习产品知识；d)熟悉公司销售政策；e)实时更新接待话术；f)熟练操作店铺平台；g)熟悉所在平台活动政策；h)熟知物流及邮费情况。 | 50%客服人员满足全部要求 | 75%人员满足全部要求 | 100%人员满足全部要求 |
| 6 | 根据顾客对商品的需求问询而展开应满足：a)热情欢迎顾客，第一时间响应顾客；b)根据顾客需求推荐产品；c)根据顾客问询及交流情况，推荐关联产品；d)当产品缺货时，可引导或推荐相似产品给顾客；e)结束语；f)禁用禁语。 | 满足50%的要求，但禁用禁语必须满足 | 满足75%的要求，但禁用禁语必须满足 | 满足100%的要求. |
| 7 | 电子商务订单管理其工作要求：a)对于未付款订单，采取催付工作；b)待发货订单，按照平台及承诺要求，及时催发货，直至发货方可完结；c)已发货订单，告知顾客物流配送信息；d)如果出现物流异常，如丢件的，按平台规则进行退款处理等； | 满足50%的要求，但禁用禁语必须满足 | 满足75%的要求，但禁用禁语必须满足 | 满足100%的要求. |

表 B.1 电子商务企业客户服务质量评价体系（续）

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 8 |  |  | 售后服务(20分) | 退换货处理：消费者提出换货申请时,售后服务人员能及时对退换货理由进行分析和判断，分类处理。a)对于符合“七日无理由退货”条件的，应按要求办理退货手续；b)对于属于商品质量问题的，且消费者同意换货的，应及时联系生产厂家，协助消费者办理换货等手续；c)对于属于消费者使用问题，不具备退换货条件的，应告知其理由，并耐心劝导消费者，避免引发纠纷或争议。 | 建立了退换货流程及相关管理制度，但未按流程制度要求执行。 | 建立了退换货流程及相关管理制度，按流程制度要求执行，处理结果消费者基本满意。 | 建立了退换货流程及相关管理制度，按流程制度要求执行，消费者满意。 |
| 9 | 客诉处理 | a)对于商品质量投诉，电子商务客服人员（以下简称客服人员）：1)及时受理并积极给出合理性建议；2)对退回商品进行质量检测时，可安排将商品送至第三方检测机构进行检测。3)及时做好消费者的安抚工作，并依据消费者需求与相关规定及时提供售后技术服务、退换货服务等，并承担运输等必要费用；4)消费者申请退款时，客服人员应及时联系所在平台客户服务人员可根据相关规定进行先行赔付。未进行先行赔付且需要退货的，客服人员应在收到退货后根据平台或约定退款时间内处理退款；不需要退货的，客服人员应在退款协定达成后按约定时效内处理退款。 | 满足50%的要求 | 满足75%的要求 | 满足100%的要求 |
| 10 | b)服务质量投诉:1)持真诚态度，满足消费者的服务需求；当消费者提出的解决方式超出客服人员权限时，应及时上报。2)未能及时解决的投诉，应在接到投诉后的24小时内将投诉解决方案反馈给消费者。 | 未能及时提出解决方案 | 解决方案未能在24小时内反馈给消费者 | 制定解决方案并在24小时内反馈给消费者 |
| 11 | 顾客反馈处理 a)收集、记录顾客反馈； b)分类汇总顾客反馈给企业相关部门，协同制定相应的解决方案； c)及时将解决方案反馈给顾客； d)跟踪解决方案的实施，促进顾客满意。 | 建立顾客反馈处理流程或管理规范，明确处理要求，但未制定相应的解决方案等； | 建立顾客反馈处理流程或管理规范，明确处理要求，针对顾客反馈制定相应的解决方案等，但未能有效跟踪 | 建立顾客反馈处理流程或管理规范，明确处理要求，针对顾客反馈制定相应的解决方案等并能及时和有效跟踪 |
| 12 | 建立客户关系管理(CRM)系统： a)建立客户关系管理制度，规范客户关系管理；b)了解顾客的偏好和个性化需求，建立客户档案，实施标签化服务；c)提供针对性服务，与顾客实现良好互动，实现信息共享。 | 建立CRM系统，未建立客户档案 | 建立CRM系统，建立客户档案，尚未实现信息共享 | 建立CRM系统，建立客户档案，建立信息共享渠道，实现信息共享 |

表 B.1 电子商务企业客户服务质量评价体系（续）

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 13 |  |  | 信息服务（5分） | 应具备与顾客信息系统对接的能力,提供给顾客的信息应满足客户要求 | 提供给客户的信息应包括：产品识别、产品生产销售、产品安全警示、产品性能。 | 除了前一个基本要求外，还应分别展示购买 其产品的支付方式和运输费用的说明、售后服务、维修保养、运输安装、节能环保、民事责任等信息。 |
| 14 | 应保障客户信息安全,不应滥用客户信息或造成客户信息的泄露。 | 客户信息安全应建立应用系统层和安全协议层的信息安全管理方案和技术措施，以保电子商务交易的：保密性、完整性、不可否认性、身份可认证性、可用性和可控性。未出现客户信息泄露事件。 | 在建立应用系统层和安全协议层的基础上，建立安全认证层和加密技术层的信息安全管理方案和技术措施，未出现客户信息泄露事件。 | 在4A的基础上，建立了网络服务层的技术措施以及相应的安全管理方案，未出现客户信息泄露事件。 |
| 15 | 应急管理（5%） | 建立应急响应机制，定期演练。（2分） | 未建立机制 | 建立机制但未开展演练 | 建立机制并按计划开展演练 |
| 16 | 掌握突发事件处理流程与方法（3分） | 未建立突发事件处理流程与方法 | 已建立突发事件处理流程与方法，但人员仅了解相关内容 | 已建立突发事件处理流程与方法，相关人员能够清楚知晓相关要求并实施 |
| 17 | 质量指标（10%） | 电子商务客服质量指标建立与达成情况（10分） | 85%≤X＜90% | 90%≤X＜95% | 95%≤X＜100% |
| 18 | 持续改进（5%） | 能及时获取反馈的评价结论及改进建议,采取有效措施对客服过程进行改善。（5分） | 建立持续改进机制，未制定改进计划 | 建立持续改进机制，制定改进计划，但未按计划实施 | 建立持续改进机制，制定改进计划，按计划实施。 |

参 考 文 献

[1] GB/T 19038    顾客满意测评模型和方法指南

[2] GB/T 19039    顾客满意测评通则

[3] GB/T 31526-2015    电子商务平台服务质量评价与等级划分

[4] GB/T 35273-2020    信息安全技术 个人信息安全规范

[5] SB/T 11221-2018    客户服务专业人员技术要求