ICS 91.100.01

Q 04

T/CCIA

T/CCIA XX—2021

|  |
| --- |
|  |

建筑卫生陶瓷行业销售服务规范

|  |
| --- |
| （征求意见稿） |

 - - 发布

- - 实施

中国陶瓷工业协会   发布

团体标准

目  次

前  言 III

1　范围 4

2　规范性引用文件 4

3　术语和定义 4

3.1　销售服务 4

3.2　服务方 4

3.3　顾客 4

3.4　质量保证期 4

3.5　三包 5

3.6　三包的范围 5

4　基本要求 5

4.1　总则 5

5　服务内容 5

5.1　售前服务 5

5.2　售中服务 5

5.2.1　配送服务 5

5.2.2　配件供应 5

5.2.2.1　 配套文件 5

5.2.2.2　 产品配件 5

5.2.3　加工、安装、铺贴服务 6

5.2.4　陶瓷产品加工服务 6

5.2.5　陶瓷产品安装服务 6

5.2.6　瓷砖铺贴服务 6

5.3　技术咨询和培训服务 6

5.4　售后服务 6

5.4.1　三包 6

5.4.1.1　 三包的范围 6

5.4.1.2　 三包的时效 6

5.4.1.3　 三包的内容 6

5.4.1.4　 不纳入三包服务的情况 7

5.4.2　检测服务 7

5.4.3　产品维护 7

5.4.4　上门服务 7

5.5　跟踪服务 7

5.5.1　投诉跟踪 7

5.5.3.1　 投诉响应 7

5.5.3.2　 投诉受理 8

5.5.3.3　 投诉处理 8

5.5.2　顾客满意度调查 8

5.5.2.1　 服务结束后，服务方应向顾客进行各服务环节的满意度调查，收集顾客对服务质量的评价和意见反馈。 8

5.5.2.1　 对不同服务对象进行顾客满意度调查，收集顾客对服务情况的反馈和意见。 8

5.6　服务保障 8

5.6.1　服务场所 8

5.6.2　客服热线 8

5.6.3　物流保障 9

5.6.4　技术支持 9

5.6.4.1　 服务人员 9

5.6.4.2　 配套工具 9

6　服务质量管理 9

6.1　服务方管理 9

6.2　服务机构管理 9

6.3　服务人员管理 9

6.4　顾客信息和客户关系管理 10

7　监督评价 10

7.1　产品生产商对经销商的监督评价 10

7.2　营销中心、服务网点等服务机构对服务人员的监督评价 10

参考文献 11

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。

本文件由中国陶瓷工业协会、佛山市禅城区陶瓷行业协会联合提出并归口。

本文件主要起草单位：

本文件参与起草单位：

本文件主要起草人：

本文件为首次发布。

建筑卫生陶瓷行业销售服务规范

1. 范围

本文件规定了陶瓷墙地砖、卫生陶瓷、陶瓷板、陶瓷大板、建筑琉璃制品、微晶玻璃陶窑复合砖、陶瓷烧结透水砖和陶瓷岩板等陶瓷产品的销售服务活动。

本文件适用于提供建筑卫生陶瓷产品生产、销售和服务的企业及机构。

1. 规范性引用文件

本文件无规范性引用文件。

1. 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

* 1. 销售服务

是指从陶瓷产品销售活动的开始，到服务方满足顾客的需求所提供的无偿或有偿的技术服务。

注：销售服务包括以下一项或多项服务内容：

1. 销售合同签订前，为识别顾客需求，帮助顾客选择适用的陶瓷产品而提供的售前服务，例如咨询导购、产品特性介绍、场地测量、装修设计等；
2. 随陶瓷产品销售合同签订到投入使用期间提供的售中服务，例如配送、配件供应、加工、安装、铺贴、技术咨询与培训等；
3. 陶瓷产品在投入使用后提供的售后服务，例如三包、检测、维护等；
4. 接受顾客对陶瓷产品质量、安装、铺贴、使用、维护、退换等方面的反馈并作出相应跟踪服务，例如顾客投诉处理、满意度调查等。
	1. 服务方

陶瓷产品的生产厂商、营销中心、经销商等服务机构。

* 1. 顾客

是指购买、使用产品的客户。客户包括企业客户和消费者客户。

企业客户指购买产品的企业客户，一般为产品购买者或对产品进行安装、铺贴行为的实施者，但不是产品的最终使用者，产品最终会以销售或提供服务的等方式交付消费者客户，例如经销商、房地产企业、工程团队等。

消费者客户指购买和使用产品的终端客户，例如购买和使用产品的个人、机构、团体等。

* 1. 质量保证期

对陶瓷墙地砖、陶瓷卫生洁具、陶瓷板、陶瓷大板、建筑琉璃制品、微晶玻璃陶窑复合砖、陶瓷烧结透水砖和陶瓷岩板等陶瓷产品，从产品交付之日起，质量保证期不低于两年。

* 1. 三包

是指服务方在质量保证期内对售出的陶瓷产品提供包修、包换、包退的服务。

* 1. 三包的范围

是指对售出的陶瓷产品质量和服务内容，由于服务方的行为，或质量保证期内由于产品本身质量问题出现的三包服务。

1. 基本要求
	1. 总则

服务方应配备产品销售服务的部门和相应的服务网络，并制定约定与规范规章制度，明确职责。

服务方应配有产品售后服务保证文件，明确售后服务内容，随产品交付顾客。

服务方应具备适应产品销售服务的配套资源、手段和条件，并有与其相适应的后勤服务保障，包括技术咨询、配件、辅材的供应及维护维修服务。

服务方应建立产品销售服务评价反馈系统，公开咨询、投诉渠道。

服务方应建立产品销售服务档案，并遵守保密义务。

1. 服务内容
	1. 售前服务

服务方在接收到顾客的购买意向时，应向顾客了解具体需求，根据顾客需求提供以下相应的服务：

1. 陶瓷产品特性、产品性能的介绍；
2. 派专业人员到安装、铺贴现场测量，并根据测量数据提供安装、铺贴方案；
3. 根据顾客需求提供安装、铺贴、装修等设计方案。
	1. 售中服务
		1. 配送服务

服务方在与顾客签订陶瓷产品销售合同后，应根据顾客需要提供产品配送服务，按照合同约定的陶瓷产品类别、品牌、工艺、外观、尺寸、数量和零配件等按时送达指定地点，交付顾客。

* + 1. 配件供应

5.2.2.1 配套文件

1. 应向顾客说明所购买的陶瓷产品性能、结构特点和注意事项，并提供所购买的陶瓷产品所适用的加工、安装、铺贴、维护等技术文件或说明资料；
2. 应向顾客提供售后服务保证文件，随产品一起交付，售后保证服务文件应包括销售产品的三包期限、范围、方式、条件、记录等；
3. 应向顾客提供明确、便捷的售后服务咨询方式、投诉渠道。

5.2.2.2 产品配件

1. 销售陶瓷卫生洁具产品时，可向顾客提供产品安装、使用时配套的零件、配件等。
2. 销售瓷砖产品时，可向顾客提供适用的辅材、耗材等。
	* 1. 加工、安装、铺贴服务
		2. 陶瓷产品加工服务

服务方在与顾客签订陶瓷产品销售合同后，如顾客有产品加工的需要的，应按照合同约定提供陶瓷产品的加工服务，并按期交付顾客。

* + 1. 陶瓷产品安装服务

服务方在与顾客签订陶瓷产品销售合同后，如顾客有安装产品的需要的，应按照合同约定指派技术人员上门提供陶瓷产品的安装服务。

* + 1. 瓷砖铺贴服务

服务方在与顾客签订陶瓷产品销售合同后，根据顾客的需要，由销售人员提供瓷砖铺贴的技术指导。

* 1. 技术咨询和培训服务

产品生产商应向企业客户提供所销售陶瓷产品的相关特性讲解、产品安装和铺贴技术、适用辅材等技术咨询和技术指导，如企业客户有需要，产品生产商可提供有针对性的专业培训服务。

服务方应向消费者客户提供所销售陶瓷产品的产品安装和铺贴技术、适用辅材等技术咨询和技术指导服务。

* 1. 售后服务
		1. 三包

5.4.1.1 三包的范围

1. 售出的产品在质量保证期内出现破损、开裂、脱落等质量问题；
2. 因服务方对产品运输配送方法不当，造成产品损坏的情况；
3. 售出的产品在三包服务时效内，并符合退换条件的情况。

5.4.1.2 三包的时效

1. 产品质量的三包时效同产品质量保证期，如有特殊约定或超出一般产品特性的产品，以服务方与顾客签订合同约定的时效为准；
2. 产品安装、铺贴质量的三包时效以服务方与顾客签订合同约定的时效为准，三包时间从安装、铺贴完成，交付顾客之日起计算。

5.4.1.3 三包的内容

5.4.1.3.1 保修

由于服务方提供的产品质量问题，发生发生磨损、不平整、脱落、开裂等情况，应予以免费抛光、修补或重新安装或铺贴。

5.4.1.3.2 更换

——更换相同规格型号产品、工艺样式的产品，服务方经现场查验，确认包装完好、无损坏、未使用或铺贴、未二次加工、不影响二次销售，予以更换；三包期自换货之日重算。

——更换不同规格型号、样式产品，应经双方协商，服务方经现场查验需更换产品，确认包装完整、无损坏、未使用或铺贴、未二次加工、不影响二次销售，应予以更换；双方补差价；三包期自换货之日重算。

——无法提供相同规格型号、工艺样式的产品，且顾客不愿意更换不同规格型号和样式的产品的，服务方应予以退货，按原价返还货款。

5.4.1.3.3 退货

服务方经现场查验，确认包装完整、无损坏、未使用或铺贴、未二次加工、不影响二次销售，予以退货，按原价返还货款。

注：非服务方原因发生的退货，服务方不承担因退货产生的费用。

5.4.1.4 不纳入三包服务的情况

1. 顾客未按服务方提供的使用说明的要求铺贴、安装或选用辅材造成的损坏；
2. 顾客因使用、保养不当或自行运输造成的损坏；
3. 非服务方提供的运输、安装、拆动、保养、维修造成的损坏；
4. 无有效购买凭证，且没有其他凭证能够证明该产品购自何处或在三包服务时效内；
5. 有效购买凭证与产品不符或涂改的；
6. 因不抗拒力造成损坏的；
7. 因故降价销售，并已声明不实行三包服务的；
8. 超过三包服务时效的。
	* 1. 检测服务

服务方根据顾客的需要，由服务方的技术部门或经双方认可的第三方检测机构就指定的陶瓷产品进行检测，提供检测数据；如有需要，可提供检测报告。

* + 1. 产品维护

服务方根据顾客的需要，提供陶瓷产品日常维护和保养服务，例如瓷砖清洁、打蜡、修复等。

* + 1. 上门服务
1. 仪态整洁，佩戴或出示工作凭证，配套适用的专业工具；
2. 提前预约上门时间；
3. 上门时应第一时间向顾客亮明身份；
4. 按标准流程服务；
5. 不接受礼品、宴请，作业现场不吸烟；
6. 服务后清理现场；
7. 对服务情况进行回访。
	1. 跟踪服务
		1. 投诉跟踪

5.5.3.1 投诉响应

1. 客服接到投诉后应在24小时内响应；
2. 投诉处理结束后，客服应在72小时内对顾客进行跟踪回访。

5.5.3.2 投诉受理

1. 向顾客公开便捷的投诉方式，提供便捷客诉渠道；
2. 客服部门通过电话反馈、线上留言等方式受理顾客投诉；
3. 客服接待人员应向顾客仔细询问投诉事项，详细填写工单。

5.5.3.3 投诉处理

1. 接到投诉后，客服应向顾客提供解决问题的建议；
2. 如果客服无法解决，应及时向技术部门反应，由技术工程师进行回复，并提供处理解决方案；
3. 如果通过电话或线上无法解决的，可与顾客进行协商，派技术人员上门查验；如需进行拆动查验的，应征得顾客的同意后才可进行；
4. 客服在投诉处理结束后，应对顾客进行跟踪回访，询问处理结果，问题解决，形成服务闭环；
5. 对重复出现相同的顾客投诉，应分析原因，制定解决措施，提前预防产品质量潜在隐患。
	* 1. 顾客满意度调查

5.5.2.1 服务结束后，服务方应向顾客进行各服务环节的满意度调查，收集顾客对服务质量的评价和意见反馈。

1. 产品销售服务评价：产品销售过程中，服务人员在向顾客提供产品介绍、产品设计等服务行为结束后，应收集顾客对以上服务的满意度评价。
2. 产品配送服务评价：产品配送服务结束后，应收集顾客对配送情况的满意度评价。
3. 客服咨询服务评价：在客服受理、响应、回复顾客的咨询、投诉等服务行为结束后，应收集顾客对以上服务的满意度评价。
4. 加工、安装、铺贴服务评价：服务方完成陶瓷产品的加工、安装、铺贴工序后，应收集顾客对产品加工、安装、铺贴效果的满意度评价。
5. 三包服务评价：在服务方向顾客提供三包服务行为结束后，应收集顾客对三包服务的满意度评价。
6. 投诉处理服务评价：在服务方全部解决顾客投诉事项后，应收集顾客对该投诉事项的处理过程和结果的满意度评价。

5.5.2.1 对不同服务对象进行顾客满意度调查，收集顾客对服务情况的反馈和意见。

1. 对企业客户进行的满意度调查，即产品生产商向企业客户销售产品时提供的加工、销售、咨询、配送、培训等服务行为结束后，应收集企业客户对服务过程和结果的满意度评价。

b) 对消费者客户进行的满意度调查，即营销中心、经销商等服务组织机构向消费者客户提供的加工、销售、咨询、配送、培训、安装、铺贴等服务行为结束后，应收集消费者客户对服务过程和结果的满意度评价。

* 1. 服务保障
		1. 服务场所

服务方应设立专门负责产品销售服务的服务机构，包括固定的营业厅、服务网点或线上服务平台等。

* + 1. 客服热线
1. 向顾客提供7\*24小时技术支持和咨询的客服热线服务；
2. 向顾客提供产品安装、铺贴、使用和维护等技术问题咨询服务；
3. 受理顾客对产品质量、产品使用、售后配套服务等情况的投诉。
	* 1. 物流保障

服务方应具备满足顾客需要的物流配送资源，向顾客提供配送服务；

* + 1. 技术支持

5.6.4.1 服务人员

服务人员包括销售人员、客服人员和技术人员。

1. 销售人员应熟悉陶瓷产品特性、产品性能、规格型号、工艺样式等产品专业知识，能够满足顾客了解产品详细情况需要，并能够为顾客对陶瓷产品的使用、加工、安装、铺贴、适用辅材等需求提供适当的建议；
2. 客服人员应具备耐心、细致的服务素质和文明礼貌的服务素养，并对陶瓷产品的使用、维护和保养等专业知识有一定了解，能够应付顾客的日常咨询需要；
3. 技术人员应熟悉陶瓷产品特性、产品性能、工艺样式等专业知识，并熟练掌握陶瓷产品的安装、铺贴、适用辅材等专业技术，能够满足顾客对陶瓷产品使用、安装、铺贴等技术咨询和指导的需求。

5.6.4.2 配套工具

服务方应配备适应陶瓷产品销售服务过程中需要的专业器材，例如专业测量器材、设计用的设备、上门服务的交通工具等。

1. 服务质量管理
	1. 服务方管理
2. 服务方应明确适合自身经营特点的产品销售理念和售后服务承诺；
3. 服务方应围绕自身产品销售服务的各项活动和流程，制定相应的制度和标准，具备服务规范化管理能力，建立服务质量管理制度，包括产品追溯管理制度、投诉处理管理制度、服务质量评价管理制度等；
4. 服务方应确保能够对服务网点进行有效管理，定期对网点服务质量开展评价，评价采取奖惩激励机制，建立统一的产品销售管理信息系统。
	1. 服务机构管理
5. 服务方应根据销售区域合理设置营业厅或服务网点，保证对产品销售区域全覆盖；
6. 营业厅、服务网点应建立营业厅、服务网点的服务管理制度，按制度管理营业厅、服务网点；
7. 营业厅、服务网点应配备能够适应产品销售所需提供的服务配套资源。
	1. 服务人员管理
8. 服务方应制定服务人员管理制度，按制度管理服务人员；
9. 服务方应定期对服务人员进行专门的仪态行为、专业技术等指导和培训，使其具有必要的专业知识和技能；
10. 服务人员应妆容整洁，举止文明礼貌。
	1. 顾客信息和客户关系管理
11. 建立顾客信息档案和客户关系档案；
12. 对顾客投诉应迅速处理，及时回访，形成服务闭环，并对处理过程进行跟踪记录和归档；
13. 对顾客信息采取保密措施。
14. 监督评价
	1. 产品生产商对经销商的监督评价
15. 产品生产商应设立服务监督部门，由专职人员负责，对经销商（服务方）进行定期考评；
16. 采取奖惩激励机制，促进经销商提高服务质量；
17. 持续跟踪经销商（服务方）管理情况，对经销商（服务方）反复、多次反馈的客诉问题应分析原因，制定预防措施，跟踪改善服务质量，促进经销商（服务方）服务质量的提升。
	1. 营销中心、服务网点等服务机构对服务人员的监督评价
18. 营销中心、服务网点等服务机构应设立服务监督部门或监督人员，对服务人员进行定期考评；
19. 采取奖惩激励机制，促进服务人员提高服务质量；
20. 持续跟踪服务机构的管理情况，定期收集顾客满意度评价，对反复、多次出现的问题应分析原因，制定预防措施，跟踪改善服务质量，促进服务机构服务质量的提升。

参考文献

1. GB/T 16784-2008 《工业产品售后服务 总则》
2. GB/T 17242-1998 《投诉处理指南》
3. GB/T 18760-2002 《消费品售后服务方法与要求》
4. GB/T 27922-2011 《商品售后服务评价体系》
5. GB/T 34432-2017 《售后服务基本术语》
6. SB/T 10971-2013 《装饰装修材料售后服务管理规范》

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_