

CADA

团体标准

T/CADA XX—20XX

汽车售后零部件服务质量评价准则

Service quality evaluation criteria for automobile after-sales parts

(征求意见稿)

20XX-XX-XX 发布

20XX-XX-XX 实施

中国汽车流通协会 发布

汽车售后零部件服务质量评价准则

1 范围

本标准规定了本标准规定了汽车售后零部件服务质量评价的术语和定义、评价原则、评价内容、评价方法、评价程序、评价报告及汽车售后零部件服务指数应用

本标准适用于对汽车售后零部件服务的组织、评价及行业的监督与跟踪。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅所注日期的版本适用于本文件。凡是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 19000-2016 质量管理体系 基础和术语

GB/T 19001-2016 《质量管理体系 要求》

GB/T 24620 服务标准制定导则 考虑消费者需求

GB/T 34417 服务信息公开规范

GB/T 36733-2018 服务质量评价通则

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

汽车售后零部件

汽车销售后，安装于汽车、用来替换该汽车初装零部件的产品。

3.2

服务

服务提供者与顾客接触过程中所产生的的一系列活动过程及其结果。

[GB/T15624-2011，定义3.1]

3.3

服务质量

组织能够满足规定、约定以及顾客需求的特性的程度。[GB/T36733-2018, 定义3.5]

组织

3.4

服务能力

在要求时间内可持续提供的能力。

3.5

服务保障体系

为保证服务质量，按照约定建立一系列配套服务系统。

4 汽车售后零部件服务质量评价原则

4.1 目的性原则

评价内容应紧紧围绕评价目的，设计能反应汽车售后零部件领域服务质量要素和服务质量特性等方面的关键信息。

4.2 可操作性原则

评价内容实用，方法可行，评价指标等要素可采集、可量化并且便于操作。

4.3 全面性原则

依据评价目的，选取的评价指标能够全面反映消费者对服务的需求。

4.4 客观性原则

评价的组织或评价人员应秉持公正立场进行，按照客观实际情况进行评审。

5 汽车售后零部件服务质量评价内容

5.1 汽车售后零部件服务质量要素

服务质量要素主要包括：

- a) 企业服务资源及服务提供能力
- b) 服务过程
- c) 服务结果

5.2 评价指标选取

评价活动中，可按不同评价目标，对服务质量要素进行组合和剪辑，并结合服务质量特性开展评价。汽车售后零部件服务质量评价指标体系框架如图 1，具体指标项目参见

附录 A。

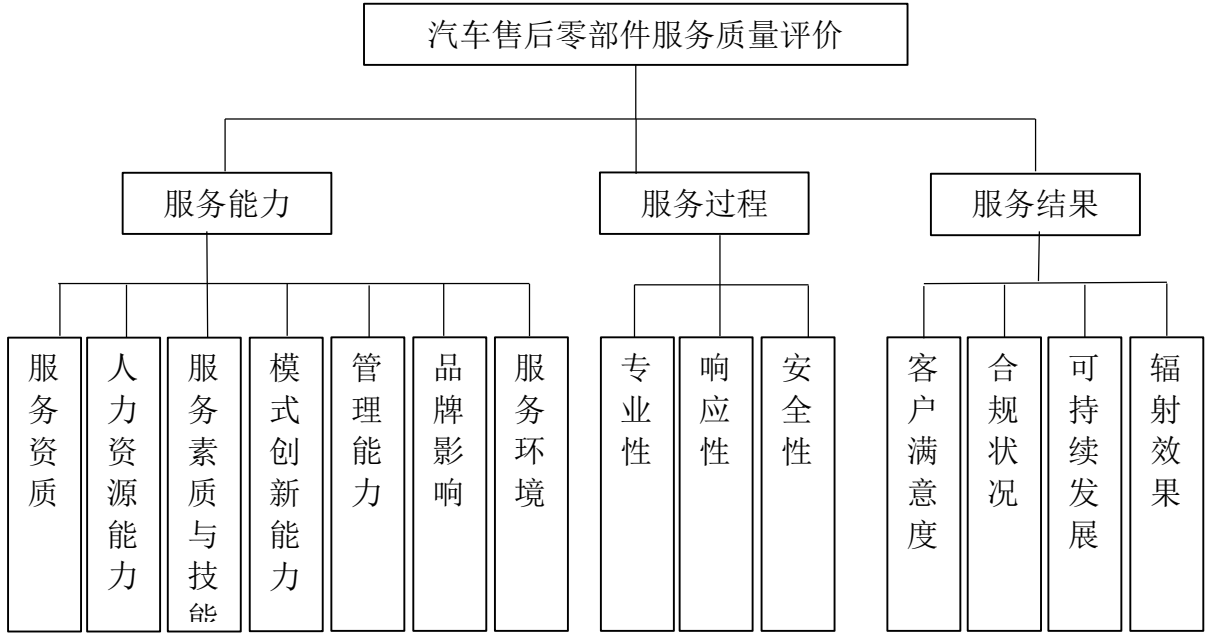


图1 汽车售后零部件服务质量评价指标体系框架

6 汽车售后零部件服务质量评价方法

汽车售后零部件服务质量评价中涉及到的专业性、响应性、服务环境、服务满意度等顾客感知服务质量部分采用问卷调查、抽样调查方法，对于服务资质、人力资源能力、模式创新、安全性等由第三方专家评判，采用关键过程、关键要素及层次分析法。

6.1 关键过程评价法

抓住服务过程中决定服务质量的关键点，及关键点质量的落实情况，根据其在整个过程中的贡献大小，赋予权重。

6.2 关键要素评价法

对于关键服务质量要素的管理水平，采用打分法评价，得分叠加，得出评价结果。

6.3 层次分析法

对专家意见及经验判断进行定量化表达，对服务质量要素建立目标层、准则层、制约因素层的递阶层次结构，在同一判断标准下，测算各因子对目标权重，得出评价结果。

6.4 抽样调查及问卷调查

6.4.1 抽样调查法

从被调查对象的主体中，采用分层按比例随机抽取一部分对象作为样本进行调查分析，估计和推断被调查对象的总体特征。

6.4.2 问卷调查法

根据调查目的，以严格设计的书面问卷为工具，向研究对象收集研究资料和数据，然后回收整理分析，从而得到结论的。适合于调查特定对象的满意度、需要、价值观、个人态度和行为等。

7 汽车售后零部件服务质量评价程序

7.1 评价准备

- 7.1.1 确定评价对象；
- 7.1.2 确定评价对象相关的法律法规、标准和其他要求；
- 7.1.3 确定评价范围；
- 7.1.4 明确评价结果公布的范围；
- 7.1.5 保密要求；
- 7.1.6 成立评价工作组。

7.2 建立指标体系

- 7.2.1 明确服务质量评价目的、对象、范围、评价结果的用途；
- 7.2.2 确定评价要素及对应指标，建立各级服务质量评价指标体系；
- 7.2.3 对于相关程度低的指标，明确所需信息及采集方法。

7.3 采集及校验数据

- 7.3.1 定期修正数据采集系统，保持数据稳定性；
- 7.3.2 记录和存储指标体系需要数据；
- 7.3.3 应用数据质量管理程序，对不确定性进行评级爱，减少不确定性；
- 7.3.4 采集数据可用现场访谈、网络调查、问卷调查、神秘顾客等一种或多种方式进行。

7.4 测算评价结果

根据评价指标体系和权重方法，利用采集数据，计算各项指标分值和加权综合分值，得出服务质量结果。

7.5 完成评价结果

7.5.1 撰写评价报告

评价报告是对评价结果的概括呈现,是对汽车售后零部件服务质量满足需求程度的综述,可结合评价目的得出相应结论。

7.5.2 提交评价报告

评价主体按照评价计划时间点,向服务质量评价委托方提交评价结果。

7.5.3 评价结果的反馈和确认

被评价方对评价主体提出的评价结果确认或提出反馈意见。

8 评价报告

评价报告内容包括但不限于:

- a) 评价机构和项目方基本情况,评价专家单位、资质和身份;
- b) 评价目标、内容和方法;
- c) 服务能力、服务过程、服务结果及各项指标分数;
- d) 评价结论;
- e) 主要存在问题;
- f) 评价专家及评价机构指导意见;
- g) 改进建议。

9 汽车售后零部件服务质量指数的应用

9.1 服务质量指数的发布

9.2 趋势分析

定期组织服务质量测评,沉淀数据,进行历时情况对比分析,反应服务质量随时间变化情况。

9.3 对比分析

与对标对象对比分析、行业平均水平对比分析,促进企业找差距,及时提升;同时进行影响服务质量的因素分析,促进服务质量改善和提升。

9.4 作为评价依据

通过对服务质量指标测评,相应的测评分析报告可作为第三方服务认证的评价依据。

9.5 行业监督与跟踪

附录 A

汽车售后零部件服务质量评价指标体系表

汽车售后零部件服务质量评价指标项目表如表 A.1。

表 A.1 服务质量评价指标体系表

一级指标	二级指标	三级指标
服务能力	服务资质	专业岗位资质认证或许可
	人力资源能力	对员工劳动保护，提供适宜劳动条件、依法保障福利待遇，建立完善的绩效管理体系
		专业技术人员数量及占比
		员工大专以上学历人数及占比
		销售服务人员数量及占比
		岗前培训
		持续学习和培训
	服务素质与技能	服务态度及仪容仪表
		业务环节、程序、规范掌握情况
		语言表达、普通话及岗位要求外语能力
		使用本岗位配备的设备和设施能力
		提供满足需要的针对性服务能力
	模式创新能力	运营模式、服务方法、服务模式创新情况
	管理能力	对产品质量、供应商管理
		对市场渠道的控制能力
		风险防控
		突发响应
		节能环保，废水、废渣、废气、油烟治理工作
	品牌影响	品牌知名度，品牌在本地区和本行业的地位
		品牌宣传、推广投入
组织文化、经营理念		

	服务环境	<p>基础设施设备满足服务需求的情况，便利性、安全性（日常维护及安全使用年限）</p> <p>标识与标志，体系设计、维护、警示标识达标情况</p> <p>环境卫生，噪音、空气质量、服务窗口及卫生间卫生情况</p>
服务过程	专业性	产品使用、营销培训，相关选型指导、型号查询培训，产品知识培训，安装操作及营销培训
		辅助客户进行模块化产品组合服务
		服务合同，合同内容完整详实、清晰明确、客观公正
		售后服务，投诉机制完善度、投诉及时响应速度、投诉处理解决完成率
		库存优化管理
	响应性	按照合同要求，及时交付
		订单满足率
		发货准确率
		信息沟通效率，询价反应速度、顾客通知及时率、出现质量等问题快速反应速度
	安全性	对客户商业信息、个人信息保护
		服务收费合理、公开透明
		建立完善的物流体系，保证产品运输及时、安全
	移情性	为客户着想和对客户给予特别关注
拥有接近顾客的能力、敏感度、有效地理解顾客需求		
服务结果	满意度	客户感受到的性价比
		客户投诉率
		对客户投诉的处理

	内部员工满意度
合规状况	合规管理及合约执行符合度
可持续发展	利润及成长空间，包括销售额、利润、市场覆盖 率、客户数量、优质客户占比等的提升
	企业近 3、5 年战略规划，成长性评估
辐射效果	服务提供者对行业发展支撑带动作用，包括技 术升级、商业模式创新等

参 考 文 献

《中华人民共和国消费者权益保护法》

2017年商务部1号公布《汽车销售管理办法》

2019年1月国家市场监督管理总局、国家发展改革委联合印发的《服务业质量提升专项行动方案》文件精神

《服务质量评价理论与方法》 中国标准出版社出版 2011

《汽车维修服务质量评价与服务认证》中国标准出版社出版 2011
