

卓耀认证中心有限公司

Zhuoyao Certification Center Co., Ltd.



客户投诉管理体系要求

文件编号：CTS Q/ZY035-2025

文件版次：A/0版

编 制：文件编制小组

审 核：郭朝岗

批 准：杨超杰

受控状态：**受控**

发布日期：2026 年 6 月 5 日

实施日期：2026 年 6 月 5 日

客户投诉管理体系要求

1 范围

本规范规定了组织建立、实施、保持并持续改进客户投诉管理体系的要求，包括术语和定义、基本原则、组织环境与领导作用、策划、支持、运行、绩效评价和改进。

本规范适用于：

- a) 期望建立、实施并改进客户投诉管理体系的任何组织；
- b) 认证机构对组织的客户投诉管理体系进行审核与认证的依据。

2 规范性引用文件

本规范参考并引用了《客户投诉管理规范》（T/GKXBW 0001—2019）的核心内容。鼓励使用本文件的各方探讨使用该规范最新版本的可能性。

3 术语和定义

T/GKXBW 0001—2019 界定的术语和定义适用于本文件。

4 组织环境与领导作用

4.1 理解组织及其环境

组织应确定与客户投诉管理相关、且影响其实现预期结果能力的外部 and 内部因素，并进行监视和评审。

4.2 领导作用与承诺

最高管理者应通过以下活动，对建立、实施和改进客户投诉管理体系作出承诺，并发挥领导作用：

- a) 确立并践行文明性、客观性、时间性、公平性、公益性的五项基本原则；

- b) 确保将投诉管理要求融入组织的业务过程；
- c) 建立并批准投诉管理的各项制度；
- d) 确保配备投诉处理所需的办公场所、设施设备及专人（见 7.1）；
- e) 通过定期会议、报告等方式，促使员工关注并提升客户投诉处理的有效性。

5 策划

5.1 应对风险和机遇的措施

组织在策划投诉管理体系时，应考虑 4.1 所提及的因素，确定需要应对的风险和机遇，以：

- a) 确保体系能实现预期结果，尤其是保障投诉处理的及时与公正；
- b) 预防或减少投诉处理过程中的二次不满；
- c) 识别可能导致系统性、重复性投诉的潜在问题（见 9.2），并抓住提升品牌声誉的机遇。

5.2 投诉管理体系目标

组织应建立与投诉管理方针一致的、可测量的目标。目标应至少包括：

- a) 投诉受理率（依法不予受理的除外）；
- b) 投诉处理平均时长；
- c) 投诉人满意率。

6 支持

6.1 资源

组织应确定并提供所需的资源，包括：

- a) **人员：** 指定专人负责投诉处理，明确其职责权限。人员应具备沟通、调查、调解及相应法律法规知识的能力。

b) **基础设施：**设有标识明确的投诉处理办公场所，并配备必要的设施设备，备有相关法律法规和专业知识文件资料供查阅。

b) **信息与知识：**组织应建立并维护有关客户投诉的知识库，包括法律法规、典型案例、鉴定机构信息等。

6.2 能力

组织应：

a) 确保从事投诉处理的工作人员具备必要的能力（基于适当的教育、培训或经历）；

b) 适用时，采取措施以获取所需能力，并评价所采取措施的有效性；

c) 保留适当的形成文件的信息，作为人员能力的证据。

6.3 意识

组织应确保在投诉处理过程中与投诉人接触的工作人员，均能意识到并践行 3.1 所要求的文明性，关注投诉人情绪，并理解自身活动对提升客户满意度的贡献。

6.4 沟通

组织应确定与投诉管理体系相关的内部和外部沟通，包括：

a) 内部沟通：投诉信息在相关部门间的传递、处理及预警机制。

b) 外部沟通：

通过网络、报刊、宣传栏等渠道，公布投诉受理流程、联系方式等信息；

对投诉受理前的主动沟通、不予受理的耐心讲解，以及受理后的一次性告知。

6.5 形成文件的信息

组织的投诉管理体系文件应包括：

a) 本规范所要求的形式文件；

b) 组织为确保体系有效运行所需的文件，包括但不限于：投诉受理登记表（包含投诉人基本信息、被投诉方信息、事由、后果及诉求、证据等要素，见 5.2.1）；投诉处理工作方案；调查与处理记录。

c) 对上述文件的控制，确保其可用、适宜并得到保护。

7 运行

7.1 运行策划与控制

组织应策划、实施和控制投诉处理全过程，该过程应包括以下阶段，并满足相应要求：

7.1.1 沟通与受理

a) 受理范围应符合国家规定。对依法不予受理的情形，应明确告知并耐心讲解（覆盖 5.1.2 所列的全部六种情形）。

b) 符合受理条件时，应一次性告知来访所需携带的全部材料。

c) 指导投诉人填写《投诉受理登记表》。对不愿提供个人隐私信息的，应予以尊重和理解。

d) 初步评估工作量与风险，与投诉人协商处理方案。

7.1.2 调查

应秉持客观性，根据投诉内容选择调查方式：

a) 对可再现问题，进行现场或现物取证；

b) 对不可再现问题，通过沟通获取人证或场景信息（监控、影像等）。

7.1.3 处理

a) **时限要求：** 投诉处理总时限宜不超过 3 个工作日。逾期未结的，必须向投诉人说明原因并确定新的解决时间。

b) **处理方式：** 根据调查结果研究合理处理意见，并向投诉人提供合适的处理方案。

c) **鉴定支持：** 涉及质量问题的，可委托有资质的鉴定人鉴定，并获取鉴定意见。

d) **升级支持：** 对损害客户合法权益的行为，应支持受损害客户提起诉讼，或经受其同意通过大众媒介予以揭露、批评。

7.2 外部供方控制

当投诉处理涉及委托鉴定等外部供方时，组织应确保其具备相应资质，并对委托过程及结果的应用进行控制。

8 争议解决与支持

当投诉无法直接协商解决时，组织应向投诉人明确告知其他争议解决途径，并予以支持：

- a) 向有关行政部门投诉；
- b) 根据仲裁协议提请仲裁；
- c) 向人民法院提起诉讼。

9 绩效评价

9.1 监视、测量、分析和评价

组织应确定：

- a) 需要监视和测量的对象，至少包括投诉数量、分类、处理时长、处理结果等；
- b) 适用的监视、分析和评价方法，以确保结果有效；
- c) 应定期（如每季度）实施监视与评价。

9.2 内部审核

组织应按照策划的时间间隔进行内部审核，以提供体系是否有效实施和保持的信息。

9.3 管理评审

最高管理者应按照策划的时间间隔对投诉管理体系进行评审，以确保其持续的适宜性、充分性和有效性。评审输入应包括投诉趋势分析、以往改进措施的有效性等。

10 改进

10.1 持续改进

组织应基于分析和评价的结果（见 9.1），持续改进投诉管理体系的适宜性和有效性。

10.2 投诉分析与根本原因追溯

- a) 应定期对所有投诉进行归类分析，识别是系统性、重复性还是偶然性问题，并追溯其根本原因。
- b) 应将分析结果用于督促相关责任部门持续改进产品和服务质量。

10.3 预防与前瞻性行动

- a) 应定期向相关监管部门提供企业质量信用信息报告。
- b) 对社会反应强烈但尚未形成正式投诉的产品或服务，应主动协同相关部门开展调查，实施预防。

10.4 品牌与能力提升

应以客户为中心，将投诉处理经验转化为组织知识，持续提升服务质量，树立公益品牌形象。