

DB330782

浙江省义乌市地方标准

DB330782/T XXXX—2023

4S 店放心消费服务管理规范

Specification for management of reassured consumption service of 4S store

报批稿

XXXX – XX – XX 发布

XXXX – XX – XX 实施

义乌市市场监督管理局 发布

目 次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 人员管理	1
5 商品管理	1
6 服务场所	2
7 交易管理	3
8 销售服务	3
9 售后服务	6
10 安全管理	9
11 投诉与评价	9

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。

本文件由义乌市市场监督管理局提出并归口。

本文件由义乌市市场监督管理局组织宣贯、实施和实施效果评价。

本文件起草单位：义乌市奥龙汽车销售有限公司、义乌市瑞鑫汽车销售服务有限公司、义乌市迪远汽车销售服务有限公司、义乌市长隆汽车销售服务有限公司、义乌市汽车流通行业协会、义乌市人民政府后宅街道办事处、义乌市标准化研究院、义乌市消费者权益保护委员会。

本文件主要起草人：周悦、赵冬子、周江、楼宪飞、金赛雪、陈志干、徐科年、胡春辉、陈和德、王波、蔡福瑞、王亚健、王凯、王斌。

4S 店放心消费服务管理规范

1 范围

本文件规定了4S店放心消费服务管理的人员管理、商品管理、服务场所、交易管理、销售服务、售后服务、安全管理、投诉与评价等内容。

本文件适用于4S店的服务管理工作。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

4S 店 4S store

汽车销售服务4S店 Automobile 4S store

经汽车工厂授权，集整车销售(Sale)、零配件(Sparepart)、售后服务(Service)、信息反馈(Survey)“四位一体”的汽车销售企业。

4 人员管理

4.1 应设置销售、服务、维修等岗位工作人员。

4.2 应建立全面的人员管理制度，包括岗位职责、岗位权限、区块管理方案、奖惩考核等内容。

4.3 工作人员应具备良好的文化素养和道德品质，掌握岗位应知应会技能，按规范和流程为消费者提供服务。

4.4 工作人员应按岗位要求统一着装、佩戴明显的岗位标识，精神面貌良好，仪容端庄、语言文明、通俗易懂、服务热情。

4.5 工作人员应经职业培训，特殊岗位应具备相应的上岗资质。

5 商品管理

5.1 基本要求

5.1.1 应建立并执行进货检查验收制度，配专人进行进货查验管理。

5.1.2 应严格执行入库检查验收、索证索票等制度规定，车辆出库前应进行交车前检查（PDI 质检），出具质检单。

5.1.3 所售汽车产品应具备商品质检合格证等相关质量证明文件，产品信息应与该产品合格证一致。

5.1.4 赠送或选购的汽车赠品或相关零配件等，应符合国家产品质量标准。

5.2 展车要求

- 5.2.1 4S店宜采取线上线下结合的方式，通过店内展示、展会、网络平台等多种形式向消费者提供所售汽车的相关信息。
- 5.2.2 展车应保持洁净，随车工具等物品应摆放整齐。
- 5.2.3 展车所有零部件均应安装到位，车辆应符合交车状态。
- 5.2.4 除特殊情况，展车车门应保持不上锁状态，方便消费者随时进入车内查看。

6 服务场所

6.1 基本要求

- 6.1.1 各功能区块应布局合理，且在醒目位置放置部门名称牌，场所内应放置有清晰明确的导引牌。
- 6.1.2 应设有停车场区、客户接待区、展车区、业务洽谈区、顾客休息区、办公区、交车区、售后服务区等功能区块，并配套设施设备。
- 6.1.3 应在经营场所的显著位置公示营业执照等相关经营资质。
- 6.1.4 场所环境应干净整洁、宽敞明亮，做好常态化环境卫生管理工作。

6.2 停车场区

- 6.2.1 宜划分有新车停放区、售后维修停车区、客户专用停车场区等功能区块，有专人引导。
- 6.2.2 停车位应保持干净、整齐，停车位标线应清晰可见，停车区车辆摆放应齐整。
- 6.2.3 应配备消防器材。
- 6.2.4 应设置电子监控系统，宜设置充电桩。

6.3 客户接待区

- 6.3.1 客户接待区应设专门接待服务人员，并设有醒目的店面名称、品牌等标识。
- 6.3.2 应放置车型资料架，车型资料完整，包括汽车图片资料、商业名片和其它相关材料。
- 6.3.3 应摆放授权牌，台面保持干净整洁，不堆积文件。
- 6.3.4 接待台的电话、电脑等设备保持良好的可使用状态。
- 6.3.5 应保证接待、销售顾问各一名以上人员值守。

6.4 展车区

- 6.4.1 应保持环境整洁、温度舒适、照明亮度适宜。
- 6.4.2 每辆展车的旁边应设有汽车车型说明架，并摆有与该展车一致的汽车配置和基本性能说明书。
- 6.4.3 展车之间宜留出一定的空间和距离。

6.5 业务洽谈区

- 6.5.1 座椅应摆放舒适，并备有温度适宜的饮用水或饮料。
- 6.5.2 设施设备应摆放整齐、干净洁净，杂志架上应放置相关车型的宣传资料。
- 6.5.3 宜配备正常运作的视听设备。

6.6 顾客休息区

- 6.6.1 应配置沙发、桌椅等设施，并设专人为消费者提供茶水、饮料等服务。
- 6.6.2 宜配备电视、网络、儿童活动娱乐设施和报刊杂志等读物，儿童活动区应设有安全防护措施，

卫生间、母婴室，其它辅助服务区域应保持整洁。

6.7 办公区

6.7.1 办公文件应合理摆放，及时归档。

6.7.2 办公电脑等电子设备应及时更新，定期整合录入产品资料、销售档案等信息。

6.8 交车区

6.8.1 售前交车区应干净整洁。

6.8.2 售后交车区宜设置流程看板、交车消费者的姓名及预定时间告示牌，及时更新交车区展板信息。

7 交易管理

7.1 基本要求

7.1.1 应公开商品和服务的真实信息，无虚假宣传或其他欺诈消费者行为。

7.1.2 在进行交付行为时应出具结算清单，清单内容应明确。

7.1.3 应向消费者提供多种付款方式。

7.1.4 汽车销售及服务款项应由4S店的财务部门收取和结算，消费者款项不应由销售服务人员代收。

7.1.5 开具的汽车销售发票应符合税务部门的要求，按照消费者实际支付的金额开具。

7.1.6 开具的汽车销售发票，买卖双方名称应与汽车销售合同的内容一致，卖方名称应与登记注册的4S店名称一致。

7.2 信息公示

7.2.1 汽车、配件及其他相关产品的价格和各项收费服务均应公开透明、明码标价，并在场所内及电子商务平台的显著位置进行明示，不应在标价之外加价销售或收取额外费用，应如实开具票据。

7.2.2 汽车商品信息和服务信息应包括但不限于产地、厂家、品牌、车型、规格型号、燃气排放标准、配置、颜色、尺寸、排量、功率、油缸限值(电动汽车为电池能量、续航里程及充电时长)、座椅数量、载重量、安全性能、主要技术参数及使用的新技术、汽车价格、交车日期、代办服务项目及收费标准、“三包”范围与期限、随车工具与文件清单等。

7.2.3 4S店出售未经供应商授权销售的汽车商品(含进口汽车)时，应以书面形式向消费者做出提醒和说明，并书面告知消费者承担相关责任的主体。出售“三包”退换汽车、生产日期超过2年的汽车、曾经办理过机动车临时行驶车号牌或办理过保险的汽车时，应事先向消费者进行书面说明，并取得消费者的书面确认。

8 销售服务

8.1 基本要求

8.1.1 应制定并公示统一的产品销售流程。

8.1.2 销售过程中的交易管理应符合第7章的要求。

8.1.3 销售汽车时，应核实登记消费者的有效身份证明，签订销售合同，并如实开具销售发票。

8.1.4 进口汽车的报关证明和相关进口商品检验证明等文件应配备齐全，确保文件内容与产品信息一致。

8.1.5 销售经过修复的汽车，应提前告知客户与修复有关的信息，并保证产品的技术和安全性能。

8.2 客户接待

8.2.1 应制定汽车销售接待服务规范，明确完善的消费者接待流程。

8.2.2 销售人员宜持有机动车驾驶证。

8.3 产品介绍

8.3.1 销售人员应配合消费者需求向其提供产品介绍服务，提供产品资料。

8.3.2 销售人员在介绍产品时，应如实全面地向消费者提供所售汽车的车型配置、技术指标、产地、性能等相关情况和售后服务信息；介绍竞争对手的产品时，应客观公正。

8.3.3 当遇到销售人员不能解答的专业问题时，应及时联系专业人员进行解答。

8.3.4 销售人员在记录消费者的相关信息时，应承诺和确保信息的私密性。

8.3.5 销售人员在销售过程中不应向消费者承诺超出汽车买卖合同条款的任何权益，不应夸大汽车商品的功能。

8.3.6 销售人员不应以人身威胁、恐吓等言行强迫消费者购买汽车商品或服务项目，不应作出利用职务收取回扣等不正当行为。

8.4 试乘试驾

8.4.1 应向消费者提供商品汽车试乘试驾服务。

8.4.2 应预先确定试乘试驾行驶路线，并设置专门的试乘试驾陪同人员进行试乘试驾工作。

8.4.3 试乘试驾车辆应符合上路行驶车辆相关要求。

8.4.4 应保证产品的安全技术特征和行驶性能，确保试乘试驾汽车符合出厂标准，并在试乘试驾前向消费者进行客观准确的介绍。

8.4.5 应对试乘试驾车辆缴纳车上人员座位险。

8.4.6 试乘试驾陪同人员应具备熟练的驾驶技能，驾龄宜不少于2年。

8.4.7 消费者有试驾需求时，销售人员应审验试驾人驾车资格的合法性，并签订试乘试驾协议，在确保安全的条件下，由试驾陪同人员全程陪同指导，告知消费者应注意的安全要求，按规定的线路行驶。

8.4.8 应制定试乘试驾应急处置预案，在试乘试驾过程中出现异常或紧急情况时，陪同人员应启动应急处置措施。

8.4.9 如行驶过程中出现暴力或危害安全驾驶的行为，陪同人员应立即制止。

8.4.10 若试驾过程中出现事故，应立即拨打急救电话和单位责任人报告。

8.4.11 试乘试驾完成后，应切实了解消费者体验感受，并请消费者填写《试乘试驾反馈表》。

8.5 合同签订

8.5.1 消费者明确购车意向后，销售人员应登记客户身份证明，签订商品汽车销售合同。

8.5.2 签订合同之前，应逐条向消费者解释合同条款。

8.5.3 合同中不应制订免除自身责任、排除消费者主要权利等不公平、不合理的条款。

8.5.4 汽车产品期货交易，双方应在合同中明确规定产品交付时间、定金给付和违约责任等内容。

8.5.5 若合同在履行过程中发生变更，双方应协商一致，重新签订或修改合同，并将变更信息及时通知相关方。

8.6 车辆交付

8.6.1 销售人员应与消费者约定好交车时间，不应向消费者提出不合理、侵犯消费者权益的有偿服务。

8.6.2 销售商应依据供应商的标准要求和相关规定做好新车售前检查，并将新车售前检查的结果告知

消费者，不应向消费者收取售前检查费用。

8.6.3 交付前应再次进行质量检验，销售人员应与消费者一起对汽车的外观、内饰、配置及使用功能进行检查，确保向消费者交付的汽车产品符合质量标准和安全标准，经双方验收确认后签字，销售商按合同约定及时向消费者交付汽车。需要时，可规定并实施新车交车仪式。

8.6.4 交付时应由消费者验收并签署《汽车验收交接书》。交接书应由销售商加盖专用印章或公章，并由消费者(或合法委托人)签字或盖章确认。

8.6.5 交付时应提供《机动车销售统一发票》、产品合格证、随车文件资料，保证车辆配置表述与实物配置相一致，及时按随车文件向消费者交清随车工具、附件、备件。随车凭证和文件应包括以下材料：

- a) 国产汽车的机动车整车出厂合格证；
- b) 使用国产底盘改装汽车的机动车底盘出厂合格证；
- c) 进口汽车的货物进口证明和进口机动车检验证明等材料；
- d) 车辆一致性证书或进口汽车产品特殊认证模式检验报告；
- e) 产品中文使用说明书；
- f) 产品保修、维修保养手册；
- g) 汽车产品“三包”凭证。

8.6.6 销售人员应对照随车文件，告知消费者所售汽车的“三包”条款、包修期、“三包”有效期、使用补偿系数、修理网点查询方式等信息。

8.6.7 销售人员应向消费者明确说明保修规定及销售商将提供的服务内容，并提供 24 h 服务热线及救援电话。

8.6.8 销售人员应提醒消费者阅读安全注意事项并按照产品使用说明书使用、维护、保养汽车产品，告知产品售后服务规定和有关保养的时机，介绍售后服务顾问或递交售后服务商名片。宜陪同消费者参观修理场所。

8.6.9 销售人员应协助消费者填写《保修手册》，并检查资料是否正确填写。

8.6.10 交付汽车时应按照《车辆使用说明书》指导消费者(或消费者委托提车人)在交付场所启动和操作该辆汽车，宜实行交付过程摄录备案。

8.6.11 代办服务时应及时向消费者交付车辆、号牌及车辆法定证明、凭证。车辆法定证明、凭证主要包括：

- a) 《机动车登记证书》；
- b) 《机动车行驶证》；
- c) 有效的机动车安全技术检验合格标志；
- d) 车辆购置税完税证明。

8.7 代理服务

8.7.1 4S 店不应强迫消费者接受按揭代理、保险代理、手续代理等任何代理服务。

8.7.2 4S 店与消费者应就代理服务的内容、职责范围、费用、代理过程中的责任进行明确规定。

8.7.3 按揭代理服务应包含以下内容：

- a) 向消费者推荐和提供按揭银行的相关资料；
- b) 审核消费者资信方面的书面材料；
- c) 办理按揭之前，按需可履行公证程序。

8.7.4 汽车保险代理服务应包含以下内容：

- a) 销售商及其保险代理人取得银保监会核发的保险兼业代理证书；
- b) 向消费者介绍、推荐相关的保险公司和险种，供消费者自主选择；
- c) 代理收取规定的汽车保险费。

8.7.5 汽车手续代理服务应包含以下内容：

- a) 代办新车证照；
- b) 代理缴纳车辆购置附加税；
- c) 代理汽车保险；
- d) 代办汽车变更、过户、转籍；
- e) 代理补办牌证；
- f) 代办汽车报废。

8.7.6 代理工作完成后，双方按合同办理交车手续。

8.8 客户档案

8.8.1 汽车销售商应建立商品汽车销售档案，用于质量跟踪和数据分析。档案应包括：

- a) 汽车销售合同；
- b) 《机动车销售统一发票》(复印件)；
- c) 国产汽车产品合格证或进口汽车关单、商检单(复印件)；
- d) 售前质量检验表；
- e) 商品车交接单；
- f) 消费者有效证件(复印件)；
- g) 其它需要的文件。

8.8.2 汽车经销商应建立销售汽车、消费者等信息档案，准确、及时地反映本区域销售动态、消费者要求和其他相关信息。

8.8.3 汽车销售、消费者等信息档案保存期不应少于 10 年。

9 售后服务

9.1 基本要求

9.1.1 应建立完善的售后服务制度，健全售后跟踪机制。

9.1.2 提供售后维修服务的，应在依法向有关部门机构办理相关登记手续后，向所在地有关部门机构进行备案。

9.1.3 提供售后服务时的交易管理应符合 7.1 要求。

9.1.4 应制定完善的 4S 店维修业务标准流程，单位内应设专人按该流程对维修中出现的偷换车辆原装部件零件、污损汽车内饰、未经许可擅自驾驶车辆外出等可能存在的一系列问题进行检查，并登记造册。

9.1.5 应积极履行售后服务承诺和质保承诺，不应故意拖延或无正当理由拒绝承担“三包”责任，消费者因遗失“三包”凭证申请补办的，应及时为其免费补办。

9.1.6 提供售后维修服务时，应按规定使用生产商提供或认可的质量合格零部件，不应出现以次充好的情况。

9.1.7 质保期内的车辆，使用中出现机械、电路、油路等严重事故或自燃等重大损失后，需要对事故车辆进行现场鉴定时，应提醒车主对事故车辆进行证据保全。

9.1.8 在获知所售产品存在缺陷后，应立即停止销售、使用缺陷产品，协助生产商进行产品召回，并及时联络消费者，详尽告知产品存在的缺陷、避免损害发生的应急处置方法和生产商消除缺陷的措施等事项内容。

9.2 售后跟踪

9.2.1 应建立消费者回访制度，了解产品使用状况和磨合期的技术状况，收集消费者意见，向消费者提醒并预约首次保养，对已经发生或可能发生的异常情况，指导消费者进行预约修理。

9.2.2 当发现产品存在质量缺陷时，按汽车供应商的规定实施主动召回程序或按主管部门的指令实施指令召回程序。

9.2.3 4S店应保持与汽车供应商的信息联系，及时反馈商务信息。

9.2.4 4S店售后服务部门应建立汽车销售服务评价机制。宜采取现场评价、问卷调查、设置意见箱等方式，定期对汽车销售服务质量进行测评，获取服务对象及相关方的意见和建议。

9.3 售后维修

9.3.1 预约建议

消费者预约维修保养时，服务人员应按以下顺序主动询问消费者信息并给予消费者合理建议：

- a) 询问消费者期望的维修保养日期、时间及维修保养的相关内容，并告知服务人员的联系方式；
- b) 提醒新用户携带保养手册、产品合格证、行车证、防盗密码、防盗螺栓钥匙，提醒老用户携带保养手册等随车文件。

9.3.2 车辆检查

9.3.2.1 工作人员应向消费者确认并取得行驶证及相应的车辆保养手册。

9.3.2.2 工作人员应环车检查，详细、准确地记录检测车辆信息，按规定安装方向盘套，座椅套和脚垫。

9.3.2.3 到店对车辆进行维修或保养的，工作人员应向消费者展示可视化透明车间或具体化的维修过程，并如实填写维修单。

9.3.2.4 应在消费者对保修单内容进行确认签名后，附上陪同参与检查的工作人员签名。

9.3.3 故障确认

9.3.3.1 可以立即确定故障的，应根据“三包”政策规定，向消费者说明车辆的维修项目和消费者的需求是否属于“三包”规定范围内。

9.3.3.2 无法确定是否属于“三包”政策范围的，应向消费者说明原因，待进一步诊断后得出结论。如仍无法断定，应将情况上报主机厂再做结论。不能立即确定故障的，应向消费者解释。

9.3.4 估算费用

9.3.4.1 工作人员应提前查看消费者在系统内的服务档案，确认车辆是否还有其它可推荐的维修项目，确认结束后，工作人员宜尽量准确地对维修费用进行估算，并将维修费用按工时费和备品费进行细化，将所有维修项目录入系统。

9.3.4.2 工作人员应在维修前将故障和修理方案如实告知消费者，并向消费者提供维修配件的生产厂家信息及相应的价目表，供消费者自行选择。

9.3.4.3 如不能确定故障的，应告知消费者待检查结果出来后，再给出详细费用。

9.3.5 预估时间

工作人员应根据项目所需工时及店内实际情况预估出相应的完工时间，并告知消费者。

9.3.6 维修委托书

9.3.6.1 销售商应根据接车单制作维修委托书，委托书应明确更换零部件名称、件号、规格、单位、数量、单价、总价、工时费等信息。

9.3.6.2 工作人员应向消费者询问并说明付费方式。

9.3.6.3 工作人员应向消费者说明交车程序，询问消费者旧件处理方式。

9.3.6.4 工作人员应将以上信息准确无误地录入系统。

9.3.6.5 如在维修进程中发现新的维修或保养项目，工作人员应及时联系并告知消费者，在消费者同意并授权后再进行新的项目。

9.3.6.6 工作人员应将维修委托书打印成册，在消费者签字确认后加盖公章，并附上陪同参与维修的工作人员签名。

9.3.7 维修作业

9.3.7.1 维修人员在接到任务后，应根据接车单对车辆进行验收，确认故障现象，必要时试车。

9.3.7.2 维修人员应根据接车单上的工作进行维修或诊断。

9.3.7.3 维修进程中涉及安全性项目施工的，应由技师逐项签字或由班组长按清单流程逐一记录或标记，宜进行视频、照片记录并储备。

9.3.7.4 维修技师应凭委托书领料，并在出库单上签字。

9.3.7.5 消费者遗留在车内的物品，维修技师应加以保护，非工作需要严禁触动，因工作需要触动时应及时通知服务顾问并征得消费者的同意。

9.3.7.6 维修技师作业完成后，应先进行自检，自检完成后，再逐层检验，质检员或技术总监应进行100%终检。

9.3.7.7 检验完成后，应对车辆进行清洗，且清洗过程中应不出现漆面划伤、外力压陷等情况。

9.3.7.8 清洁完成后，应将车辆停放到竣工停车区。车辆应摆放整齐，车头应朝向出口方向。

9.3.8 交车

9.3.8.1 车间在完成维修作业后应及时通知服务顾问准备交车及车辆停放位置。

9.3.8.2 服务人员应检查接车单，确认消费者委托的所有维修保养项目的书面记录都已完成并附有质检员签名。

9.3.8.3 服务人员应实车核对委托书，以确保消费者委托的所有维修保养项目在车辆上都已完成。

9.3.8.4 服务人员应确认故障已消除，必要时试车。

9.3.8.5 服务人员应确认从车辆上更换下来的旧件。

9.3.8.6 服务人员应确认车辆内外清洁度，包括无灰尘、油污、油脂等。

9.3.8.7 服务人员陪同消费者查看车辆的维修保养情况时，应对照接车单、工单、委托书，实车向消费者进行说明。

9.3.8.8 服务人员应向消费者展示更换下来的旧件。

9.3.8.9 服务人员应告知消费者车辆维修建议及车辆使用注意事项。

9.3.8.10 服务人员应说明备胎、随车工具已检查并告知检查结果。

9.3.9 费用结算

9.3.9.1 服务人员应告知消费者有关注意事项，按照车辆维修结算单上的款项，向消费者解释收费情况后，请消费者在结算单上签字确认。

9.3.9.2 服务人员应根据接车单上的“维修方案”向消费者进行推荐工作的说明，并记录在车辆维修结算单上。有关安全的建议维修项目，应告知消费者必须维修的原因及不修复可能带来的严重后果，若消费者不同意修复，应请消费者注明并签字。

9.3.9.3 对于首次进行保养的消费者，服务顾问应主动告知首次保养是免费的保养项目，并介绍质量担保规定。

9.3.9.4 服务人员应对保养手册上的记录进行说明，并在车辆维修结算单上记录下次保养的时间和里程，同时提醒消费者留意。

9.3.9.5 服务人员应与消费者确认方便接听服务质量跟踪电话的时间并记录在车辆维修结算单上。

9.4 售后档案

9.4.1 4S店应建立售后服务技术档案。售后技术档案应包括：

- a) 车辆基本资料。主要包括车辆品牌型号、车辆号码、发动机号、车架号、出厂日期、使用性质、维修记录、销售时间、地点等；
- b) 消费者基本资料。主要包括消费者姓名、联系方式等；
- c) 维修保养记录。主要包括维修保养的时间、里程、项目、合同、具体操作人员、结算清单等。

9.4.2 售后服务技术档案保存期应不少于3年。

9.4.3 4S店在建立售后服务技术档案时，应保护消费者私密。

10 安全管理

10.1 安全管理

10.1.1 应建立完善的安全管理制度，成立专门的应急小组，实行安全负责人制，定期开展相关培训和演练，做好相关物资储备工作。

10.1.2 应确保设施设备的安全防护装置完好，按规定配置消防设施和器材，并设置消防、安全标志。

10.1.3 应按国家有关规定的要求妥善使用与存放有毒、易燃易爆物品、腐蚀剂、压力容器等危险物品。

10.1.4 应配备相关人员进行安全巡查或设置电子安全设备、安全控制程序等。

10.1.5 建立各项保障措施，确保经营范围内的人身、财产安全不受侵害。

10.2 应急管理

10.2.1 应建立企业事故应急处置机制。

10.2.2 应落实应急管理措施，制定针对经营过程中可能遇到的各类突发事件的应急预案，如火灾、自然灾害、抢劫、大型促销活动造成的人流过度密集、电梯等设备设施运行故障等。

11 投诉与评价

11.1 投诉与处理

11.1.1 应建立健全消费者投诉处理制度，并在显著位置明示责任部门、处理人员、处理流程等信息。

11.1.2 投诉的受理、转交以及处理情况应自收到投诉之日起7个工作日内通知投诉的消费者。

11.1.3 涉及重大投诉事件和产品质量纠纷时，应通过合法途径合理解决，必要时可通过有关部门进行仲裁。

11.1.4 当与消费者无法就投诉事宜达成共识时，应告知消费者其它投诉处理的合法途径和相关机构。

11.1.5 消费者投诉的补救措施和处理结果应及时反馈给消费者。

11.1.6 应严格执行投诉处理制度，建立并留存真实、完整、规范的投诉处理记录。

11.1.7 应建立服务监督机制，主动接受服务对象监督，并对外公布投诉电话。

11.2 评价与改进

11.2.1 应在企业内树立全员服务质量持续改进的理念，明确岗位职责。

11.2.2 应建立服务质量评价系统，明确服务质量的自检、自查和外部评价方法，定期组织自我评价、重大事项评价和第三方评价，针对评价结果进行讨论学习。

11.2.3 应对满意度调查及投诉事件处理中的意见和建议进行定期的分类统计和分析研究，针对发现的问题，确定改进目标和措施，并建立专门的服务档案资料。

11.2.4 应根据对消费者需求和消费者投诉的调查，适时调整服务内容，改进服务质量，确保服务改进过程的有效性和效率，不断提升服务满意度。
