

山东省服务名牌认定规范

2017-04-27 发布

2017-05-01 实施

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 认定原则..... 1

5 申报要求..... 2

6 认定程序..... 2

7 认定内容..... 3

8 认定指标..... 4

9 认定方法..... 4

附录 A （规范性附录） 山东省服务名牌认定要指标..... 5

前 言

本标准按照GB/T 1.1—2009给出的规则起草。

本标准由山东省质量技术监督局提出并归口。

本标准起草单位：山东省质量评价协会

本标准主要起草人：孟晓红、李韶南、夏英、夏冬、邓强。

山东省服务名牌认定规范

1 范围

本标准规定了山东省服务名牌认定的术语和定义、认定原则、申报条件、认定程序和认定内容。
本标准适用于山东省服务名牌认定，也可作为山东省服务名牌培育的依据。

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 19001 质量管理体系要求
- GB/T 19039 顾客满意测评通则
- GB/Z 19579 卓越绩效评价准则实施指南
- 《山东名牌认定管理办法》（鲁质监质发〔2015〕38号）

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

山东省服务名牌

按照《山东省服务名牌认定规范》予以认定的服务项目。

3.2

服务组织

利用设备、工具、场所、知识、技能、信息等为顾客提供服务的组织。

3.3

服务项目

服务项目是指服务组织向顾客提供的服务内容，以满足顾客需求。

例如：餐饮服务、家政服务、养老服务、社保服务等。

3.4

组织认定机构

受政府职能部门委托，组织对山东省服务名牌申报项目进行认定，具备政府采购资质的（民政社团评级AAAA级及以上）第三方质量技术中介机构。

3.5

服务质量要素

顾客将预期的服务特性和接受到的服务相比较，期望与感知之间的差距，即是满足顾客需求的程度。

注：服务质量特性包括可靠性、敏感性、可信性、特色化、有形性。

4 认定原则

- 服务组织自愿申请；
- 政府推动、引导、监督；
- 社会第三方组织科学、规范、务实；
- 认定过程公开、公平、公正。

5 申报要求

申报组织应具备下列条件：

- a) 符合国家有关劳动职业健康与安全、税收、环保等法律、法规和产业政策的规定；
- b) 有科学的管理(服务)理念和先进的组织文化，有与现代科技相结合的服务手段；
- c) 建立实施有效的服务质量管理体系、服务标准体系和服务保障机制；
- d) 已注册商标；
- e) 服务质量在国内外同行业处于领先水平，在行业内具有示范作用；
- f) 所提供的服务得到服务对象的普遍认可，社会知名度和美誉度高；
- g) 近三年来未发生较大社会影响的服务质量问题；
- h) 符合《山东名牌认定管理办法》的其它有关要求。

6 认定程序

山东省服务名牌认定主要包括申报、资格审查、材料审核、顾客意见调查、现场核查、征询意见等步骤。（见图1）

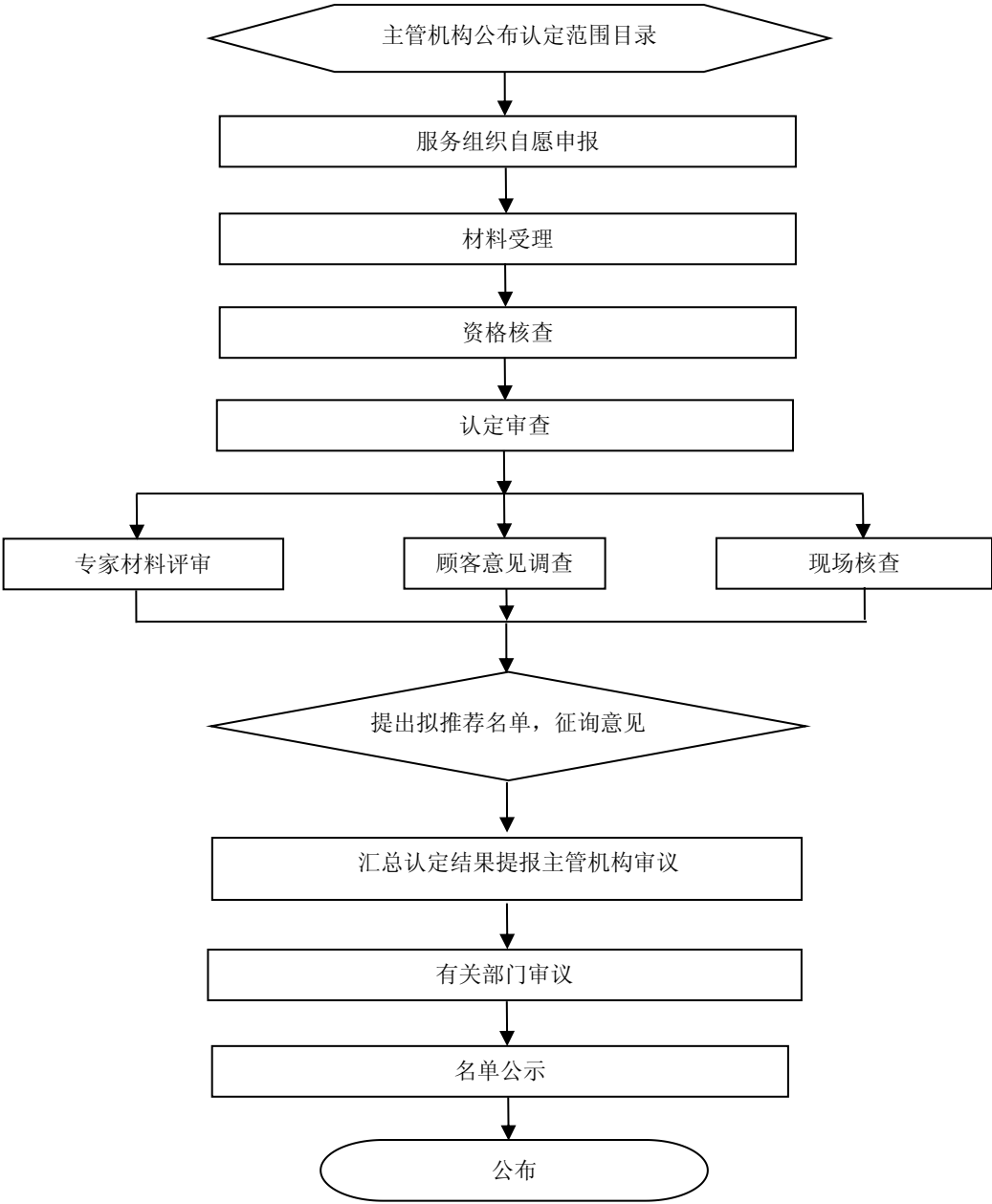


图 1 山东省服务名牌认定程序

7 认定内容

7.1 服务战略

- 服务战略包括：
- 领导；
 - 战略优势；
 - 服务理念；
 - 服务方针和目标。

7.2 服务品牌

服务品牌包括：

- 企业文化；
- 品牌的核心价值观；
- 品牌的知名度和美誉度。

7.3 服务质量要素

服务质量要素包括：

- 可靠性；
- 敏感性；
- 可信性；
- 特色化；
- 有形性。

7.4 服务质量改进

服务质量改进包括：

- 服务创新能力；
- 顾客调查；
- 员工培训和激励。

7.5 服务结果

服务结果包括：

- 财务成果；
- 市场效果；
- 社会责任；
- 认证及荣誉。

8 认定指标

山东省服务名牌认定指标分为三级，具体指标及分值详见附录A。

9 认定方法

9.1 专家材料评审

9.1.1 由组织认定机构组织各行业专家通过网络认定系统对申报材料进行评审。

9.1.2 专家认定过程中若出现异议，由组织认定机构再组织专家进行复核审议。

9.2 顾客意见调查

对通过专家材料评审的服务项目，由组织认定机构组织进行顾客意见调查。

9.3 现场核查

对部分专家材料评审阶段有异议的组织进行现场核查，由组织认定机构提出名单并组织实施。

附 录 A
(规范性附录)
山东省服务名牌认定要指标

表 A.1 山东省服务名牌认定指标

条款	内容	认定要点
1. 服务战略 (100 分)	1.1 领导 (30 分)	1) 组织机构设置合理, 职责划分明确; (10 分)
		2) 领导亲自参与企业方针的制定和实施; (10 分)
		3) 有合理的绩效考核制度并实施考核。 (10 分)
	1.2 战略优势 (20 分)	1) 有组织战略目标; (10 分)
		2) 能对组织战略目标进行阐释。 (10 分)
	1.3 服务理念 (30 分)	1) 有明确的服务理念; (10 分)
		2) 服务理念内涵丰富, 能清晰阐释服务理念产生的背景和内涵; (10 分)
		3) 能通过多渠道、多层面、有效的方式传达到员工、顾客、供方, 被理解和接受。 (10 分)
	1.4 服务方针和目标 (20 分)	1) 制定了服务方针和目标; (10 分)
		2) 服务方针和目标与服务理念相一致; (5 分)
		3) 清晰描述服务方针和目标。 (5 分)
2. 服务品牌 (200 分)	2.1 企业文化 (50 分)	1) 企业文化独具特色; (20 分)
		2) 以顾客为导向, 被顾客所认同; (15 分)
		3) 与服务理念一致。 (15 分)
	2.2 品牌的核心价值观 (70 分)	1) 服务品牌体现核心价值; (25 分)
		2) 符合企业文化, 有丰富的品牌内涵; (15 分)
		3) 进行了品牌的视觉识别的设计、传播; (15 分)
		4) 能客观反映本组织的特色, 体现为顾客着想。 (15 分)
	2.3 品牌的知名度和美誉度 (80 分)	1) 有品牌知名度和美誉度的测量方法和测评指标体系; (25 分)
		2) 有良好的结果 (85 分以上); (30 分)
		3) 能根据测评结果持续改进。 (25 分)

表 A.1 山东省服务名牌认定指标（续表）

条款	内容	认定要点
3. 服务质量的要素 (350 分)	3.1 可靠性 (90 分) 有服务标准, 并准确地履行服务承诺。	1) 组织的服务项目执行相关服务标准 (国家、行业、地方、团体、企业标准); (30 分)
		2) 建立完善的服务标准体系; (30 分)
		3) 能准确地履行服务承诺。 (30 分)
	3.2 敏感性 (60 分) 应迅速、有效地提供服务。	1) 为顾客提供及时、有效的服务; (25 分)
		2) 能够根据顾客的需求和意见快速反应; (20 分)
		3) 在紧急情况下, 能提供直接的帮助。 (15 分)
	3.3 可信性 (60 分) 员工服务技能娴熟到位。	1) 员工在提供服务时熟练的专业技能; (20 分)
		2) 能有效处理顾客的意见和建议; (15 分)
		3) 有服务质量监督与考核制度并实施。 (25 分)
	3.4 特色化 (60 分) 提供特色服务。	1) 独有的服务特色, 兼顾顾客的利益; (20 分)
		2) 建立了顾客信息管理档案, 分析顾客信息, 建立与忠诚顾客沟通机制; (20 分)
		3) 对不同的顾客分层服务, 有针对性地提供差异化服务 (20 分)
	3.5 有形性 (80 分) 服务场所应提供有形的设施、设备, 员工职业形象良好。	1) 为顾客提供完善服务所必须的安全、齐备的设施 (20 分)
		2) 为顾客提供完善服务所必须的整洁卫生、优雅舒适的环境; (20 分)
		3) 员工上岗时能统一的着装, 职业形象良好; (30 分)
		4) 其他辅助设施、工具完备。 (10 分)
4. 服务质量改进 (150 分)	4.1 服务创新能力 (50 分)	1) 建立服务质量创新制度并实施; (20 分)
		2) 有服务创新意识, 为顾客提供更好的服务; (15 分)
		3) 有明确的同行业标杆, 持续改进。 (15 分)
	4.2 顾客调查 (60 分)	1) 有符合企业实际的顾客调查制度和办法; (20 分)
		2) 有良好的结果 (85 分以上); (20 分)
		3) 汇总、分析调查结果, 寻找服务质量差距; (10 分)
		4) 制定纠正和预防措施, 进行改进。 (10 分)
	4.3 员工培训和激励 (40 分)	1) 有符合企业规模的员工培训计划、内容; (20 分)
		2) 针对不同岗位的需求, 开展员工素质和技能的培训; (10 分)
		3) 制定员工激励制度。 (10 分)

表 A.1 山东省服务名牌认定指标（续表）

条款	内容	认定要点
5. 服务结果 (200 分)	5.1 财务成果 (50 分)	1) 财务各指标均处于行业领先水平; (20 分)
		2) 服务组织各项财务指标连续稳定增长; (15 分)
		3) 无不良债权发生。 (15 分)
	5.2 市场效果 (50 分)	1) 顾客满意度、忠诚度高; (20 分)
		2) 品牌知名度、美誉度高; (20 分)
		3) 顾客数量不断持续快速增长, 顾客范围显著增大。 (10 分)
	5.3 社会责任 (80 分)	1) 注重安全、环保责任, 无重大安全环保事故, 注重节能减排可持续发展; (20 分)
		2) 组织遵守职业道德, 经营诚实守信; (20 分)
		3) 注重社会责任, 积极支持公益事业; (20 分)
		4) 主动发布质量信用报告或社会责任报告。 (20 分)
	5.4 认证及荣誉 (20 分)	1) 通过有关认证 (计量、标准化、质量体系、环境、卫生等) (每小项 2 分, 满分 10 分)
		2) 省级以上有关部门颁发荣誉 (10 分) (每小项 2 分, 满分 10 分)