中国房地产业协会标准

房地产开发及物业服务客户满意度评价标准(征求意见稿)

Customer Satisfaction Evaluation Standard of Real Estate Development and Property Services Enterprises

**标准号 -20XX**

批准部门：

施行日期：20XX年XX月XX日

\*\*\*\*\*\*\*\*\*出版社

20XX 北京

前 言

以客户为关注焦点是组织质量管理的重要原则之一，客户满意度测评为组织正确和有效地提高客户满意提供了重要方法。

为了解决传统客户满意度评价反馈周期长、成本高、客户体验不佳等问题，标准编制组经广泛调查研究，认真总结实践经验，参考有关国内标准和国际先进标准，并在广泛征求意见的基础上，特制定本标准。

标准规定了房地产开发及物业服务企业客户满意度评价模型的基本原则、设计测评方案、数据标准化、调查实施、统计与分析数据、测评结果的应用、反舞弊、管理体系评审等测评实施过程中涉及的步骤和方法，为各类组织规范化地开展客户满意度评价工作提供指南。

本标准由中国房地产业协会负责管理，由北京慧鹏房地产咨询有限公司负责具体技术内容的解释。执行过程中如有意见和建议，请寄送中国房地产业协会（地址：北京市海淀区首体南路9号主语国际中心5号楼4层，邮编：100048）。

|  |  |
| --- | --- |
| 本标准主编单位： | 中国房地产业协会法律事务专业委员会  中海企业发展集团有限公司  北京慧鹏房地产咨询有限公司 |
| 本标准参编单位：  （排名不分先后） | 万科企业股份有限公司  华润置地有限公司  中国金茂控股集团有限公司  建发房地产集团有限公司  中国电建地产集团有限公司  旭辉集团股份有限公司  融创房地产集团有限公司  北京仲裁委员会/北京国际仲裁中心  上海仲裁委员会 |
| 本标准主要起草人员：  （排名不分先后） | 康俊亮、王晓玲、徐宗宣、郝 芸、张 伟、丁 杨、  杨 懿、罗 浩、徐 林、姚壮潘、邢书杰、杨国慧、  林晓燕、陈秋灵、王 英、张立哲、汤科正、张哲君、  涂礼峰、贾 卉、林志炜、陈福勇、何乃刚、欧阳金颖、  贾 晶、李 昀 |
| 本标准主要审查人员： |  |

**目 次**

[1 总则 1](#_Toc1891)

[2 规范性引用文件 1](#_Toc25241)

[3 术语和定义 1](#_Toc14656)

[4 基本原则 3](#_Toc30047)

[5 设计测评方案 4](#_Toc22009)

[6 数据标准化 6](#_Toc13756)

[7 调查实施 7](#_Toc4209)

[8 统计与分析数据 7](#_Toc22081)

[9 反舞弊 14](#_Toc30516)

[10 测评结果的应用 14](#_Toc8356)

[11 管理体系评审 15](#_Toc5416)

[附　录　A 客户满意度测评标准问卷 16](#_Toc25620)

[附　录　B 客户满意度测评问卷回收率 30](#_Toc13595)

[附　录　C 标准数据字段与字段内容 31](#_Toc32533)

[附　录　D 客户满意度评级标准 36](#_Toc18089)

2. 总则

本标准规定了采用即时评价模型实施客户满意度测评的方法，包括基本原则、设计测评方案、数据标准化、调查实施、统计与分析数据、测评结果的应用、反舞弊、管理体系评审等。

本规范适用于房地产和物业服务行业客户触点的客户满意度测评，房地产和物业服务行业其他类型企业客户满意度测评工作可参照使用。

1. 规范性引用文件

下列文件中的条款通过本标准的引用而成为本标准的条款。凡是注日期的引用文件，其随后所有的修改单（不包括勘误的内容）或修订版均不适用于本标准，然而，鼓励根据本标准达成协议的各方研究是否可使用这些文件的最新版本。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本标准。

GB/T 19000-2008 质量管理体系 基础和术语

GB/T 3358.1-1993 统计学术语 第一部分 一般统计术语

1. 术语和定义
   1. GB/T 19000-2008和GB/T 3358.1-1993确立的以及下列术语和定义适用于本标准。
   2. 客户

有意向或已接受产品和服务的组织或个人。例如：意向购房者、业主、业主家人、租客。

* 1. 客户满意度

客户对其要求已被满足程度的感受。

注1．客户抱怨是一种满意程度低的最常见的表达方式，但没有抱怨并不一定表明客户很满意。

注2：即使规定的客户要求符合客户的愿望并得到满足，也不一定确保客户很满意。

* 1. 客户满意度测评

组织为了解客户对其提供的产品的满意程度，策划和设计获取客户满意信息的程序，实施调查，计算并分析客户满意结果的过程。

* 1. 触点

潜在客户或客户与企业接触的所有实体、服务或环境。依照是否纳入考核为分类，触点分为：

— 考核触点：参与考核满意度计算的触点

— 非考核触点：不参与考核满意度计算，仅做监测使用的触点

* 1. 触点类型

依照触点的特点，对触点进行如下分类：

— 交易触点：生命周期中，有具体的交易行为，正常情况下仅发生1次的触点。

— 行为触点：生命周期中，有具体的业务行为，可以反复多次发生的触点。

— 被动触点：生命周期中，无具体业务行为，客户通过潜移默化的过程服务形成体验的触点。

* 1. 常见触点说明

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 触点类型 | 触点 | 说明 |
| 交易触点 | 到访看房 | 到访售楼处看房体验 |
| 签约服务 | 认购、签约服务的体验 |
| 按揭办理 | 办理按揭服务的体验 |
| 工地开放 | 参加工地开放日的体验 |
| 房屋交付 | 办理房屋交付手续的体验 |
| 交付返修 | 办理房屋交付手续后10日（含）内报修，全部完结后的总体体验 |
| 装修管理 | 办理装修手续的体验 |
| 产权办理 | 办理产权服务的体验 |
| 行为触点 | 日常返修 | 办理房屋交付手续10日后对质保期内的工程返修服务的体验 |
| 投诉处理 | 投诉处理服务的体验 |
| 被动触点 | 交付等待1 | 签约后第3~12个月的综合体验 |
| 交付等待2 | 签约后第13个月~集中交付开始的综合体验 |
| 乔迁入住 | 集中交付开始2年内，毛坯收房后第3~12个月的综合体验  集中交付开始2年内，精装收房后第2-12个月的综合体验 |
| 居住体验 | 集中交付开始2年内，毛坯收房后13~24个月的综合体验  集中交付开始2年内，精装收房后13~24个月的综合体验 |
| 生活服务3 | 集中交付开始后第3~5年，收房后的综合体验 |
| 生活服务6 | 集中交付开始后第6~10年，收房后的综合体验 |
| 生活服务11 | 集中交付开始后第11年及以上，收房后的综合体验 |

* 1. 无效的行为触点
     1. 非正常完结的行为触点

— 工程返修类：和客户报事已处理完毕，但客户主观上拒不配合完结报事的，经非正常完结流程审批后，可判定为非正常完结，不执行触点满意度调查。

— 投诉类：客户提出的个性化要求、超出合同约定和法规要求的报事，确实无法满足，与客户沟通不能达成一致的，经非正常完结流程审批后，可判定为非正常完结，不执行触点满意度调查。

* + 1. 废弃的行为触点

报事房间填写错误、客户要求撤销报事、处理中问题重复报事，可判定为废弃，不执行触点满意度调查。

* 1. 问题

问卷中针对触点二级指标满意度的调研问题。

— 主问题：代表触点满意度的二级指标。每个问卷，有且只有1个主问题。

— 非主问题：不代表触点满意度的二级指标。每个问卷，可以有0至多个非主问题。

* 1. 责任职能

对各问题负责的职能。

每个问题最多有1个责任职能。监测类问题，可以没有责任职能。

常见责任职能包括：营销、设计-建筑、设计-精装、设计-景观、工程-土建、工程-精装、房修、物业、客服、项目总。

注1：针对具体问题，不同企业的责任职能可能有所不同。

* 1. 装修类型

常见装修类型包括：毛坯、装修、类装修（配置极低，仅为满足部分城市的政府装配式精装要求）。

* 1. 产品业态

常见产品业态包括：

— 住宅类：别墅、洋房、高层；

— 泛住宅类：使用场景包含居住、物业服务与常规住宅类物业服务基本相同的非住宅属性业态；

— 办公类：无独立上下水、烟道的商业办公产品；

— 商业类：销售型临街商铺、销售型集中式商铺；

— 公区类：建筑公区、景观公区、配套公区等；

* 1. 与客户相关的关键职位

与客户直接接触的一线员工及他们的直接主管。包括置业顾问（含渠道中介）、签约岗、物业管家、房修工程师、项目客服以及他们的组长或主管。

1. 基本原则

4.1 组织设置

组织设置不应产生利益冲突：

4.1.1 客户满意度测评应由企业集团总部负责；

4.1.2 客户满意度测评职能应为独立部门，不宜向触点责任职能（例如工程、营销等）汇报。如果无法避免的，企业应具备明确的方式，避免触点主责职能与客户满意度测评职能的利益冲突风险。

注1：客户评价测评职能宜由集团共享服务中心、客户研究中心、总经办负责。

4.1.3 不应将客户满意度指标直接或间接与负责客户满意度测评的职能的绩效进行挂钩。

4.2 适宜方法

通过客户满意度测评尽可能快速发现产品和服务的改善机会，及时反馈给前端职能部门，促进企业产品力和服务力的提升。

4.3 持续改善

企业应具备明确的方式，通过客户满意度驱动产品、服务和财务绩效的持续改善。

4.4 规避不当

企业应避免通过违规行为，拉高客户满意分值，淹没抱怨客户的声音。包括但不限于：

4.4.1 操控抽样框及数据

4.4.1.1 抽样剔除抱怨客户或者群诉项目

4.4.1.2 推迟项目测评时间

4.4.1.3 被测评业务信息不录入或延迟录入系统

4.4.1.4 篡改客户联系方式

4.4.1.5 将正常完结的行为触点设置为非正常完结

4.4.1.6 将有效的行为触点设置为无效

4.4.2 干扰客户

4.4.2.1 干扰客户接受测评

4.4.2.2 代替或指挥客户填写测评问卷

4.4.2.3 向客户索要好评

4.4.2.4 对负面评价业主进行骚扰

4.4.2.5 定向邀请客户参与测评

4.4.2.6 虚增行为触点样本

4.5 客户数据变更

4.5.1 地产端、物业端客户信息变更，必须要经过客户自主验证或有效的审核，并做系统日志留痕。

注1：客户通过APP、公众号等线上渠道，自主修改电话信息，应做活体检测实人认证；

注2：客户通过热线电话、线下及其他渠道，自主修改电话信息，原手机号有效的，应通过向原手机发送验证码进行验证。原手机无效的，且无法通过线上渠道更新电话信息的，可通过电子邮件提交变更申请。

注3：电子邮件申请材料包括业主口述新手机号的视频及身份证照片，审核和变更执行人宜为集团客户评价调研职能。

4.5.2 物业端客户信息变更（例如租户信息、二手房客户信息）后，地产端客户信息宜做同步更新。

4.6 客户评价信息保密

鼓励客户表达真实感受，各类报表、看板不应提供调研样本房号、客户姓名、客户电话、客户生日，以及具体到天的触点服务完成日期等可能用于识别客户的信息，也不应提供用上述条件搜索、筛选问卷的功能。

注1：明细数据中，业务触点日期、行为触点日期可以表达为周（例如2022年4月20日可以表达为2022年4月18~24日）。

1. 设计测评方案

5.1 测评指标

本标准规定了测评指标体系中的触点，参见表5.1。企业可依据操盘职能、测评目的等因素直接使用或修改使用标准触点，其中，修改使用应限于减少或增加非必选触点。

表5.1 标准触点

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 触点类型 | 触点 | 是否测评 |
| 交易触点 | 到访看房 | 可选 |
| 签约服务 | 必选 |
| 按揭办理 | 可选 |
| 工地开放 | 可选 |
| 房屋交付 | 必选 |
| 交付返修 | 可选 |
| 装修管理 | 可选 |
| 产权办理 | 可选 |
| 行为触点 | 日常返修 | 必选 |
| 投诉处理 | 可选 |
| 被动触点 | 交付等待1 | 必选 |
| 交付等待2 | 必选 |
| 乔迁入住 | 必选 |
| 居住体验 | 必选 |
| 生活服务3 | 必选 |
| 生活服务6 | 必选 |
| 生活服务11 | 可选 |

5.2 测评范围

5.2.1 项目范围

5.2.1.1 独立操盘项目均需测评。

5.2.1.2 操盘营销、工程、物业其中一个或多个职能的联合操盘项目均需测评。参见表5.2.1.2。

表5.2.1.2 联合操盘项目测评范围

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 触点类型 | 触点 | 操盘职能 | | |
| 营销 | 工程 | 物业 |
| 交易触点 | 到访看房 | v |  |  |
| 签约服务 | v |  |  |
| 按揭办理 | v |  |  |
| 工地开放 |  | v |  |
| 房屋交付 |  | \* | \* |
| 交付返修 |  | \* | \* |
| 装修管理 |  | \* | \* |
| 产权办理 | v |  |  |
| 行为触点 | 日常返修 |  | \* | \* |
| 投诉处理 | v | v | v |
| 被动触点 | 交付等待1 | v |  |  |
| 交付等待2 | v |  |  |
| 乔迁入住 |  | \* | \* |
| 居住体验 |  | \* | \* |
| 生活服务3 |  |  | v |
| 生活服务6 |  |  | v |
| 生活服务11 |  |  | v |

注1：v表示操盘该职能应需调研。\*表示同时操盘所有标\*职能应需调研。

注2：某触点由联合操盘的其他企业依照本标准执行测评的，本企业为了解客户满意度，可以直接从执行测评企业的结果中取数，不必重复测评。

5.2.1.3 不得因项目存在群诉、降价、政府配套未到位等原因将项目剔除测评范围或延期参与测评。

5.2.2 业态范围

住宅类、泛住宅类业态，适用此标准。

5.3 测评方案

5.3.1 问卷设计

5.3.1.1 客户满意度等级划分标准

本标准将客户满意度划分为非常满意、满意、一般、不满意、非常不满意5个等级，各等级的评判内容和分值标准见表5.3.1.1。使用表5.3.1.1时，应将其他分制的客户满意度转换成5分制。

表5.3.1.1 客户满意度等级划分标准

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 等级类别 | 分值 | 说明 |
| 非常满意 | 5 | 表明完全满足甚至超出客户期望或需求 |
| 满意 | 4 | 表明基本满足客户期望或需求 |
| 一般 | 3 | 表明符合客户最低的期望或需求 |
| 不满意 | 2 | 表明一些方面存在缺陷 |
| 非常不满意 | 1 | 表明有重大的缺陷 |

5.3.1.2 问卷内容

问卷示例参见附录A。企业可直接使用或修改使用标准问卷，其中，修改使用仅限于增加触点二级指标。

5.3.1.3 问题顺序

为更准确测量客户满意度，宜在问卷的最后调查主问题体验。

5.3.2 抽样方法

5.3.2.1 抽样数据完整性

a） 除符合5.3.2.2和3.8的样本，所有样本均需纳入抽样框；

b） 抽样工作全部由系统自动执行并完整传递给调查执行系统，抽样数据无人为修改；

c） 不得因客户存在投诉、诉讼纠纷等原因不参与抽样或延迟、暂停抽样；

d） 特殊原因确需进行剔除的，须经集团测评职能审批，且剔除率不应超过样框量的千分之三。

5.3.2.2 免打扰机制

a） 同一客户在同一项目分期够买多套房产的，每个业务触点、被动触点1年内只参与1次测评；

b） 客户主动联络企业拒绝接受测评的，经身份验证后，可以不参与测评；

c） 客户为政府领导人、企业高管的，经客户确认及集团测评职能审批后，可以不参与测评。

5.3.3 问卷回收率

问卷回收率的经验方法参见附录B。

5.3.4 数据收集渠道

5.3.4.1 常用的数据收集方法有线上调查（公众号、APP、小程序、短信）、电话调查。

5.3.4.2 为避免人为干扰，涉及考核的满意度调查，不得使用纸质问卷、二维码扫码、入户访谈方式。

5.3.5 数据收集

5.3.5.1 调查时间

业务触点、行为触点，触点服务完成后次日推送调查问卷，推送时间随机分布。被动触点，在调研周期内推送调查问卷，推送日期、时间随机分布。

5.3.5.2 渠道优先级

线上调查优先实施。首次推送后客户没有回复的，3日后再推送一次。如果第7日回收样本量不足附录B要求的，执行电话调查补足回收样本量要求。

1. 数据标准化

6.1 总则

为增强行业数据的可对比性，数据字段和字段内容宜采用行业标准字段、内容。

6.2 数据字段

标准数据字段参见附录C。

6.3 字段内容

标准字段内容参见附录C。

1. 调查实施

7.1 收集数据

组织应按照第4章至第5章中确定的方法收集数据，同时加强对数据收集过程的控制，以确保数据的质量。

7.2 人员培训

应制定实施细则并对系统管理员及电话调查人员进行培训，培训内容包括系统操作、沟通礼仪、问题理解、问卷记录、客户信息及隐私保护、投诉申诉等。

7.3 过程控制

调查过程中应依据调查实施细则对系统管理员及调回调查人员的工作进行检查、监督。

7.4 问卷复核

应对电话调查结果进行复核，问卷抽检量不得低于5%。

7.5 数据存储

测评相关数据应进行电子存档，存储时间不少于5年。

1. 统计与分析数据

8.1 考核满意度计算

8.1.1 问题满意度（WTS）=该样本问卷触点二级指标（问题）的满意度。主问题满意度（ZWTS）=该样本问卷触点主问题的满意度。

8.1.2 考核触点客户满意度=筛选时间范围内，根据项目分期考核触点满意度抽样框数加权计算（无回收数据的不计入）

8.1.2.1 项目分期触点满意度（FQS）=筛选时间范围内，项目分期和触点下，主问题满意度（ZWTS）4-5分样本量/样本满意度（ZWTS）1-5分样本量\*100%

8.1.2.2 项目触点满意度（XMS）=筛选时间范围内，项目和触点下，各项目分期触点满意度（FQS），与各项目分期触点抽样框样本量（筛选时间范围内，项目分期触点无回收数据的不计入）占比的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第个项目分期的触点满意度；

—— 测评项目分期的个数；

—— 第个项目分期抽样框样本量占总抽样框（筛选时间范围内，项目分期无回收数据的不计入）样本量的比例。

8.1.2.3 地区触点满意度（DQS）=筛选时间范围内，地区和触点下，各项目分期触点满意度（FQS）与各项目分期触点抽样框样本量（筛选时间范围内，项目分期触点无回收数据的不计入）占比的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第个项目分期的触点满意度；

—— 测评项目分期的个数；

—— 第个项目分期抽样框样本量占总抽样框（筛选时间范围内，项目分期无回收数据的不计入）样本量的比例。

8.1.2.4 区域触点满意度（QYS）=筛选时间范围内，区域和触点下，各项目分期触点满意度（FQS）与各项目分期触点抽样框样本量（筛选时间范围内，项目分期触点无回收数据的不计入）占比的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第个项目分期的触点满意度；

—— 测评项目分期的个数；

—— 第个项目分期抽样框样本量占总抽样框（筛选时间范围内，项目分期无回收数据的不计入）样本量的比例。

8.1.2.5 集团触点满意度（JTS）=筛选时间范围内，集团和触点下，各项目分期触点满意度（QYS）与各项目分期触点抽样框样本量（筛选时间范围内，项目分期触点无回收数据的不计入）占比的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第个项目分期的触点满意度；

—— 测评项目分期的个数；

—— 第个项目分期抽样框样本量占总抽样框（筛选时间范围内，项目分期无回收数据的不计入）样本量的比例。

8.1.3 考核触点类型客户满意度计算=筛选时间范围内，该触点类型下的考核触点满意度抽样框数加权计算

8.1.3.1 项目分期触点类型满意度（FQLXS）=筛选时间范围内，触点类型和项目分期下，各项目分期触点满意度（FQS）与各项目分期触点总抽样框（筛选时间范围内，项目分期触点无回收数据的不计入）样本量占比的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第j个触点的项目分期满意度；

—— 测评触点的个数；

—— 第j个项目分期触点抽样框样本量占被测评触点类型总抽样框（筛选时间范围内，项目分期触点无回收数据的不计入）样本量的比例。

8.1.3.2 项目触点类型满意度（XMLXS）=筛选时间范围内，触点类型和项目下，各项目触点满意度（XMS）与各项目触点总抽样框（筛选时间范围内，项目触点无回收数据的不计入）样本量占比的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第j个触点的项目满意度；

—— 测评触点的个数；

—— 第j个项目触点抽样框样本量占被测评触点类型总抽样框（筛选时间范围内，项目触点无回收数据的不计入）样本量的比例。

8.1.3.3 地区触点类型满意度（DQLXS）=筛选时间范围内，触点类型和地区下，各地区触点满意度（DQS）与各地区触点总抽样框（筛选时间范围内，地区触点无回收数据的不计入）样本量占比的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第j个触点的地区满意度；

—— 测评触点的个数；

—— 第j个地区触点抽样框样本量占被测评触点类型总抽样框（筛选时间范围内，地区触点无回收数据的不计入）样本量的比例。

8.1.3.4 区域触点类型满意度（QYLXS）=筛选时间范围内，触点类型和区域下，各区域触点满意度（QYS）与各区域触点总抽样框（筛选时间范围内，区域触点无回收数据的不计入）样本量占比的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第j个触点的区域满意度；

—— 测评触点的个数；

—— 第j个区域触点抽样框样本量占被测评触点类型总抽样框（筛选时间范围内，区域触点无回收数据的不计入）样本量的比例。

8.1.3.5 集团触点类型满意度（JTLXS）=筛选时间范围内，触点类型和集团下，各集团触点满意度（JTS）与各集团触点总抽样框（筛选时间范围内，集团触点无回收数据的不计入）样本量占比的乘积之和。计算公式：

—— 第j个触点的集团满意度；

—— 测评触点的个数；

—— 第j个集团触点抽样框样本量占被测评触点类型总抽样框（筛选时间范围内，区域触点无回收数据的不计入）样本量的比例。

8.1.4 考核总体客户满意度=筛选时间范围内，考核触点类型满意度加权系数求和

8.1.4.1 为了避免企业过度追求交易触点及行为触点客户体验、忽视被动触点客户体验，本标准建议了2种加权口径，见表8.1.4.1。企业可依据测评目的等因素直接使用或修改使用表4。平衡权重口径中，行为触点权重不宜超过30%，被动触点不宜低于40%。

表8.1.4.1 总体客户满意度计算权重

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 触点类型 | 平衡权重口径  权重 | 自然权重口径  权重 |
| 交易触点 | 40% | 交易触点抽样框样本量/总抽样框样本量\*100% |
| 行为触点 | 20% | 行为触点抽样框样本量/总抽样框样本量\*100% |
| 被动触点 | 40% | 被动触点抽样框样本量/总抽样框样本量\*100% |

注1：平衡权重口径下，若某触点类型问卷回收量为0，则将其权重按照剩余触点权重比例重新分配。

8.1.4.2 项目分期总体满意度（FQZTS）=筛选时间范围内，项目分期下，各触点类型项目分期满意度（FQLXS）与触点类型权重的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第k个触点类型的项目分期满意度；

—— 第k个触点类型的权重。

8.1.4.3 项目总体满意度（XMZTS）=筛选时间范围内，项目下，各触点类型项目满意度（XMLXS）与触点类型权重的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第k个触点类型的项目满意度；

—— 第k个触点类型的权重。

8.1.4.4 地区总体满意度（DQZTS）=筛选时间范围内，地区下，各触点类型地区满意度（DQLXS）与触点类型权重的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第k个触点类型的地区满意度；

—— 第k个触点类型的权重。

8.1.4.5 区域总体满意度（QYZTS）=筛选时间范围内，区域下，各触点类型区域满意度（QYLXS）与触点类型权重的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第k个触点类型的区域满意度；

—— 第k个触点类型的权重。

8.1.4.6 集团总体满意度（JTZTS）=筛选时间范围内，集团下，各触点类型集团满意度（JTLXS）与触点类型权重的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第k个触点类型的集团满意度；

—— 第k个触点类型的权重。

8.1.5 考核问题满意度=筛选时间范围内，根据项目分期考核问题满意度抽样框数加权计算（无回收数据的不计入）

8.1.5.1 项目分期问题满意度（FQWTS）=筛选时间范围内，项目分期、触点、问题下，问题满意度（WTS）4-5分样本量/问题满意度（WTS）1-5分样本量\*100%。

8.1.5.2 项目问题满意度（XMWTS）=筛选时间范围内，项目、触点和问题下，各项目分期问题满意度（FQWTS）与各项目分期问题抽样框样本量（筛选时间范围内，问题无回收数据的不计入）占比的乘积之和。

式中：

—— 第个项目分期问题满意度；

—— 测评项目分期的个数；

—— 第个项目分期问题抽样框样本量占总抽样框（筛选时间范围内，项目分期问题无回收数据的不计入）样本量的比例。

8.1.5.3 地区问题满意度（DQWTS）=筛选时间范围内，地区、触点和问题下，各项目分期问题满意度（FQWTS）与各项目分期问题抽样框样本量（筛选时间范围内，问题无回收数据的不计入）占比的乘积之和。

式中：

—— 第个项目分期问题满意度；

—— 测评项目分期的个数；

—— 第个项目分期问题抽样框样本量占总抽样框（筛选时间范围内，项目分期问题无回收数据的不计入）样本量的比例。

8.1.5.4 区域问题满意度（QYWTS）=筛选时间范围内，区域、触点和问题下，各项目分期问题满意度（FQWTS）与各项目分期问题抽样框样本量（筛选时间范围内，问题无回收数据的不计入）占比的乘积之和。

式中：

—— 第个项目分期问题满意度；

—— 测评项目分期的个数；

—— 第个项目分期问题抽样框样本量占总抽样框（筛选时间范围内，项目分期问题无回收数据的不计入）样本量的比例。

8.1.5.5 集团问题满意度（JTWTS）=筛选时间范围内，集团、触点和问题下，各项目分期问题满意度（FQWTS）与各项目分期问题抽样框样本量（筛选时间范围内，问题无回收数据的不计入）占比的乘积之和。

式中：

—— 第个项目分期问题满意度；

—— 测评项目分期的个数；

—— 第个项目分期问题抽样框样本量占总抽样框（筛选时间范围内，项目分期问题无回收数据的不计入）样本量的比例。

8.1.6 考核职能满意度=筛选时间范围内，根据考核问题满意度抽样框数加权计算（无回收数据的不计入）

8.1.6.1 项目分期职能满意度（FQZNS）=筛选时间范围内，职能和项目分期下，各项目分期问题满意度（FQWTS）与各项目分期问题总抽样框（筛选时间范围内，职能问题无回收数据的不计入）样本量占比的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第m个项目分期问题满意度；

—— 测评问题的个数；

—— 第m个项目分期问题抽样框样本量占被测评职能问题总抽样框（筛选时间范围内，职能问题无回收数据的不计入）样本量的比例。

注1：触点主问题满意度属于职能满意度统计范围。

注2：同一问卷下，不同问题的发送量可能不同。例如某些问卷中可能存在条件判断问题，符合判断条件的问题的抽样框样本量，往往会小于其他问题。

8.1.6.2 项目职能满意度（XMZNS）=筛选时间范围内，职能和项目下，各项目问题满意度（XMWTS）与各项目问题总抽样框（筛选时间范围内，职能问题无回收数据的不计入）样本量占比的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第m个项目问题满意度；

—— 测评问题的个数；

—— 第m个项目问题抽样框样本量占被测评职能问题总抽样框（筛选时间范围内，职能问题无回收数据的不计入）样本量的比例。

8.1.6.3 地区职能满意度（DQZNS）=筛选时间范围内，职能和地区下，各地区问题满意度（DQWTS）与各地区问题总抽样框（筛选时间范围内，职能问题无回收数据的不计入）样本量占比的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第m个地区问题满意度；

—— 测评问题的个数；

—— 第m个地区问题抽样框样本量占被测评职能问题总抽样框（筛选时间范围内，职能问题无回收数据的不计入）样本量的比例。

8.1.6.4 区域职能满意度（QYZNS）=筛选时间范围内，职能和区域下，各区域问题满意度（QYWTS）与各区域问题总抽样框（筛选时间范围内，职能问题无回收数据的不计入）样本量占比的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第m个区域问题满意度；

—— 测评问题的个数；

—— 第m个区域问题抽样框样本量占被测评职能问题总抽样框（筛选时间范围内，职能问题无回收数据的不计入）样本量的比例。

8.1.6.5 集团职能满意度（JTZNS）=筛选时间范围内，职能和集团下，各集团问题满意度（JTWTS）与各集团问题总抽样框（筛选时间范围内，职能问题无回收数据的不计入）样本量占比的乘积之和。计算公式：

式中：

—— 第m个集团问题满意度；

—— 测评问题的个数；

—— 第m个集团问题抽样框样本量占被测评职能问题总抽样框（筛选时间范围内，职能问题无回收数据的不计入）样本量的比例。

8.1.7 问题好评、差评原因标签占比

8.1.7.1 问题好评原因标签占比=筛选时间范围内，回收问卷中问题选择4~5分后选择的标签数量/回收问题数量\*100%。

8.1.7.2 问题差评原因标签占比=筛选时间范围内，回收问卷中问题选择1~3分后选择的标签数量/回收问题数量\*100%。

8.2 数据分析

8.2.1 确定分析方法

应根据收集的数据类型和分析目的选择分析方法。有关客户满意度数据的分析方法参见GB/T 19038-2009。

8.2.2 分析数据

8.2.2.1 各触点、各触点类型、总体、各责任职能客户满意程度和趋势；

8.2.2.2 不同区域、城市、项目、分期、责任职能的客户满意度差别；

8.2.2.3 导致客户满意或不满意可能的原因，及其对客户满意的影响程度；

8.2.2.4 不同区域、城市、项目、触点调研问卷回收率差别；

8.2.3 分析工具

宜提供手机看板、PC看板等工具，提高业务部门数据分析工作效率。

8.3 行业对标

8.3.1 为促进企业提高产品力和服务力，企业宜参照国内同行业先进企业进行客户满意度指标对比分析，确定标杆，识别差距，通过管理和技术措施，达到标杆或更高客户体验水平。

8.3.2 对标时，应确保本组织对标组织客户满意度算法和加权口径的一致性。

8.3.3 对标分析维度

8.3.3.1 应包括：全国总体客户满意度、行政城市总体客户满意度（可换算为区域、地区总体满意度）、全国问题满意度（可换算为职能满意度）、行政城市问题满意度（可换算为区域、地区职能满意度）。

8.3.3.2 宜包括：按产品类型区分的上述客户满意度。

注1：为确保行业数据可对比性，参与行业对标的企业应通过客户满意度评价体系第三方认证审核。

注2：如果企业将满意度数据用于行业宣传的，应标注总体满意度加权口径、是否经过第三方认证、认证机构名称、认证时间，以利于行业对数据的解读。

8.4 编写测评报告

至少每半年，企业组织应对整个测评工作进行总结，并形成测评报告。报告内容至少应包括测评范围、测评过程、测评结论、反舞弊回顾以及改进建议等。

1. 反舞弊

9.1 抽查机制

9.1.1 常规抽查机制

9.1.1.1 线上普访

线上调查渠道中，问卷应询问是否存在4.4.1.2行为。

9.1.1.2 主动抽查

在主问题评价为4、5分的问卷中抽取不低于3%的客户做电话回访，调查是否存在4.5.2行为。

9.1.2 异常抽查机制

9.1.2.1 数据预警机制。组织应通过数据分析，识别可能的舞弊行为。包括但不限于：

— 同一客户报事量高、回收率高、满意度高

— 同一被评价人回收率高、满意度高

— 某项目工地开放或业主活动参与率低但满意度高

— 某项目交付率低，但满意度高

— 某项目户均报事量高，但满意度高

— 某项目发生群诉或群诉预警，但满意度高

— 某项目电话调查满意度显著低于线上调查满意度

— 某项目行为触点非正常完结率、废弃率高

9.1.2.2 举报机制

组织应对客户和员工公示典型舞弊行为，并公开监督举报渠道，接受客户、员工举报信息。

9.1.2.3 异常抽查机制

对预警机制和举报机制认为存在舞弊风险被评价人和风险项目，组织应增加主动抽查一级指标评价为4、5分的问卷比例至不低于15%。必要时可通过员工访谈、抽查被评价人与客户的微信聊天记录、工单系统检查、现场查勘情况，客户调访等方式，检查是否有违规行为。

9.2 处罚机制

针对舞弊行为，企业应具备有效的处罚规则，减少问题的发生，确保调查结果真实性。

1. 测评结果的应用

10.1 客户满意度评级：

为便于识别项目和职能的客户满意度水平，企业宜对项目和职能的客户满意度进行评级。评级标准示例参见附录D。

10.2 推动客户满意度改善：

10.2.1 企业应将这些获取的评价信息传递到相应的主责职能，并使用结构化的方式找到满意度没有持续达到要求和目标的根源问题并加以解决。

10.2.2 企业应使用包括以下步骤的结构化的问题解决方法并实现满意度改善：

— 定义问题

— 分析数据，找到原因

— 制定并执行解决方案

— 监督并评估结果

1. 管理体系评审

11.1 体系审核

企业应建立并保持评审方案和程序，定期开展客户满意度测评体系审核，以便：

11.1.1 确定客户满意度测评体系是否：

— 符合企业客户满意度测评管理要求，包括满足本标准的要求；

— 得到了正确的实施和保持；

— 有效地满足企业的方针和目标；

11.1.2 评审以往评审的结果

11.1.3 向管理者提供评审结果的信息

11.1.4 最低程度上，此评审必须

11.1.4.1 每年执行；

11.1.4.2 评估结果包括“合规”和“不合规”的书面证据；

11.1.5 企业必须针对不合格的领域实施纠正行动

11.1.5.1 客户满意度测评职能应采取适当的措施，以消除发现的不符合项；

11.1.5.2 评审员应对所采取措施的情况进行跟踪验证，确保不符合项的结案；

11.1.5.3 有关评审的所有记录应由客户满意度测评职能进行保存；

注1：评审方案，包括日程安排，应基于客户满意度测评结果及以往评审的结果。评审程序应既包括审核的范围、频次、方法和能力，又包括实施评审和报告评审结果的职责和要求。

注2：评审应由与所审核活动无直接责任的人员进行。

11.2 管理员工反馈

企业应使用结构化的方法来积极主动地探寻、评估与客户相关的关键职位员工的关于测评体系的反馈，并针对收到的反馈采取适当的行动。

11.2.1 方式应包括就下列在内的广泛主题，探寻从事与客户相关的关键职位员工的反馈

— 满意度测评流程改善的机会和建议

11.2.2 企业应评估、汇总并分析通过这些方式收到的反馈

11.2.3 对于所收集到的反馈中对业务存在最大影响的因素，要制定有效的纠正行动计划

11.2.4 企业应确保纠正行动计划的有效性

11.3 管理评审

11.3.1 企业的最高管理者应至少每三年对客户满意度测评体系进行评审，以确保体系的持续适宜性、充分性和有效性。管理评审过程应确保收集到必要的信息以供管理者进行评价。管理评审应形成文件。

11.3.2 管理评审应根据客户满意度测评体系审核的结果、关键职位员工的反馈、环境的变化和对持续改进的承诺，指出可能需要修改的客户满意度测评体系方针、目标和其他要素。

1. 客户满意度测评标准问卷

表A.1提供了包含客户满意度测评二级指标的指标体系。\*表示该问题是触点的主问题。

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 触点类型 | 触点 | 触点二级指标（问题） | 问题简称 | 责任职能 | 适用  精装  类型 | 适用产品业态 | 问题  类型 | 不满意原因 | 满意原因 |
| 交易触点 | 到访看房 | 置业顾问总体接待服务 | 看房接待 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 |  |  |
| 销售现场物业服务（比如迎宾、吧台、保安、保洁等物业人员） | 看房物业 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 |  |  |
| 置业顾问是否跟您沟通过红线内外不利因素/阳光宣言等重要信息 | 带看不利因素 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 选项 |  |  |
| 置业顾问是否跟您沟通过交付标准 | 沟通交付标准 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 选项 |  |  |
| 回顾整个看房接待过程，有哪些方面让您觉得意外、惊喜？ | 看房意外惊喜 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 开放 |  |  |
| 看房接待整体满意度\* | 看房整体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 无人接待/等待时间长；置业顾问服务态度差；置业顾问不专业、信息讲解不全面；夸大说辞、虚假宣传；销售现场混乱/无秩序；销售现场整体环境差；其他； |  |
| 交易触点 | 签约服务 | 置业顾问服务 | 签约服务 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 服务态度；服务及时性；专业度；产品介绍；不利因素介绍；其他 | 服务态度；服务及时性；专业度；产品介绍；不利因素介绍；其他 |
| 签约手续办理 | 签约办理 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 手续便捷性；流程清晰度；讲解全面性；缴款便利性；按揭办理体验；其他 | 手续便捷性；流程清晰度；讲解全面性；缴款便利性；按揭办理体验；其他 |
| 销售现场物业服务 | 签约案场 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 停车服务；接待指引；环境维护；保洁服务；保安服务；吧员服务；卫生间维护；其他 | 停车服务；接待指引；环境维护；保洁服务；保安服务；吧员服务；卫生间维护；其他 |
| 产品设计体验 | 签约设计 |  | 精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 规划设计；户型设计；精装设计；样板间；体验区；其他 | 规划设计；户型设计；精装设计；样板间；体验区；其他 |
| 产品设计体验 | 签约设计 |  | 毛坯、类精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 规划设计；户型设计；样板间；体验区；其他 | 规划设计；户型设计；样板间；体验区；其他 |
| 诚信表现、信息清晰真实、全面透明 | 诚信透明 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 |  |  |
| 合同条款信息讲解 | 合同讲解 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 |  |  |
| 签约人员总体表现 | 签约人员 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 |  |  |
| 回顾整个购房过程，有哪些方面让您觉得意外、惊喜？ | 签约意外惊喜 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 开放 |  |  |
| 签约整体满意度\* | 签约整体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 手续、流程告知不全面、不清楚；手续繁琐；等待时间较长；缴款不便；服务人员专业度低；服务人员态度差；其他； |  |
| 交易触点 | 按揭办理 | 销售中心按揭办理人员 | 按揭办理人 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 |  |  |
| 贷款机构（银行、公积金）按揭办理人员 | 贷款机构 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 |  |  |
| 回顾整个按揭贷款办理过程，有哪些方面让您觉得意外、惊喜？ | 按揭办理惊喜 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 开放 |  |  |
| 按揭服务整体满意度\* | 按揭整体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 |  | 手续、流程告知不全面、不清楚；手续繁琐；信息反馈不及时；审批等待时间较长；楼盘服务人员专业度低；楼盘服务人员态度差；贷款机构（银行、公积金）服务人员专业度低；贷款机构（银行、公积金）服务人员态度差；其他 |
| 被动触点 | 交付等待1 | 问题咨询反馈 | 准业主1沟通 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 联系畅通性；人员更换及时告知；服务态度；服务及时性；反馈专业性；其他 | 联系畅通性；人员更换及时告知；服务态度；服务及时性；反馈专业性；其他 |
| 准业主关怀服务 | 交付等待1关怀 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 组织活动；业务办理协助；定期联系问候；其他 | 组织活动；业务办理协助；定期联系问候；其他 |
| 房屋资讯通知 | 交付等待1通知 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 定期通知；信息及时性；信息准确性；其他 | 定期通知；信息及时性；信息准确性；其他 |
| 等待交付期间整体满意度\* | 交付等待1整体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 |  |  |
| 被动触点 | 交付等待2 | 问题咨询反馈 | 交付等待2沟通 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 联系畅通性；人员更换及时告知；服务态度；服务及时性；反馈专业性；其他 | 联系畅通性；人员更换及时告知；服务态度；服务及时性；反馈专业性；其他 |
| 准业主关怀服务 | 交付等待2关怀 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 组织活动；业务办理协助；定期联系问候；其他 | 组织活动；业务办理协助；定期联系问候；其他 |
| 房屋资讯通知 | 交付等待2通知 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 定期通知；信息及时性；信息准确性；其他 | 定期通知；信息及时性；信息准确性；其他 |
| 等待交付期间整体满意度\* | 交付等待2整体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 |  |  |
| 交易触点 | 工地开放 | 工地开放活动组织 | 工开组织 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 邀约服务；接待服务；现场秩序；手续办理；验房服务；其他 | 邀约服务；接待服务；现场秩序；手续办理；验房服务；其他 |
| 小区设计 | 工开设计 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 出入口；归家动线；园区道路；停车位；建筑外观；户型设计；单元门；单元大堂；电梯厅；公共走道；楼梯间；其他 | 出入口；归家动线；园区道路；停车位；建筑外观；户型设计；单元门；单元大堂；电梯厅；公共走道；楼梯间；其他 |
| 精装设计 | 工开精装设计 |  | 精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 硬装设计；软装设计；柜体收纳；水电预留；厨卫布局；选型选材；其他 | 硬装设计；软装设计；柜体收纳；水电预留；厨卫布局；选型选材；其他 |
| 房屋质量 | 工开工程质量 |  | 精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 入户大堂及电梯厅；入户门；阳台门及外窗；木地板；墙地砖及石材；洁具五金；墙面涂料；壁纸及软包；其他 | 入户大堂及电梯厅；入户门；阳台门及外窗；木地板；墙地砖及石材；洁具五金；墙面涂料；壁纸及软包；其他 |
| 房屋质量 | 工开工程质量 |  | 毛坯、类精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 入户门；窗户；阳台门；房屋渗漏；空鼓裂缝；其他 | 入户门；窗户；阳台门；房屋渗漏；空鼓裂缝；其他 |
| 产品与销售承诺匹配度 | 工开承诺兑现 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 小区规划；园林景观；建筑外观；户型；楼内公区；精装配置；市政配套；其他 |  |
| 工地开放整体满意度\* | 工开整体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 |  |  |
| 交易触点 | 房屋交付 | 活动组织 | 交付组织 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 邀约服务；验房流程；接待服务；现场秩序；手续办理；验房服务；其他 | 邀约服务；验房流程；接待服务；现场秩序；手续办理；验房服务；其他 |
| 小区设计 | 交付设计整体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 出入口；归家动线；园区道路；停车位；建筑外观；户型设计；单元门；单元大堂；电梯厅；公共走道；楼梯间；其他 | 出入口；归家动线；园区道路；停车位；建筑外观；户型设计；单元门；单元大堂；电梯厅；公共走道；楼梯间；其他 |
| 精装设计 | 交付精装设计 |  | 精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 硬装设计；软装设计；柜体收纳；水电预留；厨卫布局；选型选材；其他 | 硬装设计；软装设计；柜体收纳；水电预留；厨卫布局；选型选材；其他 |
| 园林景观 | 交付景观 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 景观设计；植物绿化；儿童活动区；休闲活动区；其他 | 景观设计；植物绿化；儿童活动区；休闲活动区；其他 |
| 房屋质量 | 交付工程质量 |  | 精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 入户大堂及电梯厅；入户门；阳台门及外窗；木地板；墙地砖及石材；洁具五金；墙面涂料；壁纸及软包；其他 | 入户大堂及电梯厅；入户门；阳台门及外窗；木地板；墙地砖及石材；洁具五金；墙面涂料；壁纸及软包；其他 |
| 房屋质量 | 交付工程质量 |  | 毛坯、类精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 入户门；窗户；阳台门；房屋渗漏；空鼓裂缝；其他 | 入户门；窗户；阳台门；房屋渗漏；空鼓裂缝；其他 |
| 产品与销售承诺匹配度 | 交付承诺兑现 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 小区规划；园林景观；建筑外观；户型；楼内公区；精装配置；市政配套；其他 |  |
| 房屋交付整体满意度\* | 交付整体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 |  |  |
| 行为触点 | 交付返修 | 交付后工程维修整体感受\* | 交付维修整体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼；总坪； | 量表 | 渠道畅通性；响应及时性；处理及时性；服务态度；维修专业；维修效果；保护清洁；其他 | 渠道畅通性；响应及时性；处理及时性；服务态度；维修专业；维修效果；保护清洁；其他 |
| 交易触点 | 产权办理 | 产权办理人员 | 产权办理人 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 |  |  |
| 回顾整个产权办理过程，有哪些方面让您觉得意外、惊喜？ | 产权办理惊喜 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 开放 |  |  |
| 产权办理服务整体满意度\* | 产权整体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 |  | 手续、流程告知不全面、不清楚；手续繁琐；信息反馈不及时；审批等待时间较长；服务人员专业度低；服务人员态度差；其他 |
| 交易触点 | 装修管理 | 户型设计 | 装修设计 |  | 毛坯、类精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 空间设计；水电预留；空调机位预留；门窗设计；其他 | 空间设计；水电预留；空调机位预留；门窗设计；其他 |
| 房屋质量 | 装修工程质量 |  | 毛坯、类精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 施工质量；防渗漏处理；工程材料；细节处理；成品保护；其他； | 施工质量；防渗漏处理；工程材料；细节处理；成品保护；其他； |
| 装修手续办理 | 装修办理 |  | 毛坯、类精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 办理便捷性；办理流程；服务态度；服务专业度；其他 | 办理便捷性；办理流程；服务态度；服务专业度；其他 |
| 物业在装修过程的支持 | 装修物业支持 |  | 毛坯、类精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 小区出入管理；咨询服务；信息告知；建筑垃圾清运；验收服务；其他 | 小区出入管理；咨询服务；信息告知；建筑垃圾清运；验收服务；其他 |
| 装修服务整体满意度\* | 装修整体 |  | 毛坯、类精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 |  |  |
| 行为触点 | 日常返修 | 工程维修整体感受\* | 日常维修整体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼；总坪； | 量表 | 渠道畅通性；响应及时性；处理及时性；服务态度；维修专业；维修效果；保护清洁；其他 | 渠道畅通性；响应及时性；处理及时性；服务态度；维修专业；维修效果；保护清洁；其他 |
| 行为触点 | 投诉处理 | 投诉处理整体感受\* | 投诉处理整体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼；总坪； | 量表 | 渠道畅通性；响应及时性；处理及时性；服务态度；处理效果；其他 | 渠道畅通性；响应及时性；处理及时性；服务态度；处理效果；其他 |
| 被动触点 | 乔迁入住 | 规划建筑设计-整体感受 | 乔迁设计整体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 矩阵量表 |  |  |
| 规划建筑设计-规划设计 | 乔迁规划设计 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 矩阵量表 | 出入口；归家动线；道路；停车位；其他 | 出入口；归家动线；道路；停车位；其他 |
| 规划建筑设计-建筑外观 | 乔迁建筑外观 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 矩阵量表 | 设计风格；颜色色调；选材用料；其他 | 设计风格；颜色色调；选材用料；其他 |
| 规划建筑设计-户型设计 | 乔迁户型设计 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 矩阵量表 | 空间设计；水电预留；空调机位预留；门窗设计；其他 | 空间设计；水电预留；空调机位预留；门窗设计；其他 |
| 规划建筑设计-楼内公区 | 乔迁楼内公区 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 矩阵量表 | 单元门；单元大堂；电梯厅；公共走道；楼梯间；其他 | 单元门；单元大堂；电梯厅；公共走道；楼梯间；其他 |
| 精装设计 | 乔迁精装设计 |  | 精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 硬装设计；软装设计；柜体收纳；水电预留；厨卫布局；选型选材；其他 | 硬装设计；软装设计；柜体收纳；水电预留；厨卫布局；选型选材；其他 |
| 园林景观 | 乔迁园林景观 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 景观设计；植物绿化；儿童活动区；休闲活动区；其他； | 景观设计；植物绿化；儿童活动区；休闲活动区；其他； |
| 房屋质量 | 乔迁工程质量 |  | 精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 入户大堂及电梯厅；入户门；阳台门及外窗；木地板；墙地砖及石材；洁具五金；墙面涂料；壁纸及软包；其他 | 入户大堂及电梯厅；入户门；阳台门及外窗；木地板；墙地砖及石材；洁具五金；墙面涂料；壁纸及软包；其他 |
| 房屋质量 | 乔迁工程质量 |  | 毛坯、类精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 入户门；窗户；阳台门；房屋渗漏；空鼓裂缝；其他 | 入户门；窗户；阳台门；房屋渗漏；空鼓裂缝；其他 |
| 物业服务 | 乔迁物业服务 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 | 管家服务；园区安全防范；清洁卫生；设备设施维护；其他 | 管家服务；园区安全防范；清洁卫生；设备设施维护；其他 |
| 乔迁入住整体满意度\* | 乔迁整体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅；商业；写字楼； | 量表 |  |  |
| 被动触点 | 居住体验 | 规划建筑设计-整体感受 | 居住设计整体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 矩阵量表 |  |  |
| 规划建筑设计-规划设计 | 居住规划设计 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 矩阵量表 | 出入口；归家动线；道路；停车位；其他 | 出入口；归家动线；道路；停车位；其他 |
| 规划建筑设计-建筑外观 | 居住建筑外观 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 矩阵量表 | 设计风格；颜色色调；选材用料；其他 | 设计风格；颜色色调；选材用料；其他 |
| 规划建筑设计-户型设计 | 居住户型设计 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 矩阵量表 | 空间设计；水电预留；空调机位预留；门窗设计；其他 | 空间设计；水电预留；空调机位预留；门窗设计；其他 |
| 规划建筑设计-楼内公区 | 居住楼内公区 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 矩阵量表 | 单元门；单元大堂；电梯厅；公共走道；楼梯间；其他 | 单元门；单元大堂；电梯厅；公共走道；楼梯间；其他 |
| 精装设计 | 居住精装设计 |  | 精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 硬装设计；软装设计；柜体收纳；水电预留；厨卫布局；选型选材；其他 | 硬装设计；软装设计；柜体收纳；水电预留；厨卫布局；选型选材；其他 |
| 园林景观 | 居住园林景观 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 景观设计；植物绿化；儿童活动区；休闲活动区；其他； | 景观设计；植物绿化；儿童活动区；休闲活动区；其他； |
| 房屋质量 | 居住工程质量 |  | 精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 入户大堂及电梯厅；入户门；阳台门及外窗；木地板；墙地砖及石材；洁具五金；墙面涂料；壁纸及软包；其他 | 入户大堂及电梯厅；入户门；阳台门及外窗；木地板；墙地砖及石材；洁具五金；墙面涂料；壁纸及软包；其他 |
| 房屋质量 | 居住工程质量 |  | 毛坯、类精装 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 入户门；窗户；阳台门；房屋渗漏；空鼓裂缝；其他 | 入户门；窗户；阳台门；房屋渗漏；空鼓裂缝；其他 |
| 物业服务 | 居住物业服务 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 管家服务；园区安全防范；清洁卫生；设备设施维护；机动车停放管理；非机动车停放管理；社区活动；突发事件的通知与应对；虫害消杀；其他 | 管家服务；园区安全防范；清洁卫生；设备设施维护；机动车停放管理；非机动车停放管理；社区活动；突发事件的通知与应对；虫害消杀；其他 |
| 乔迁入住整体满意度\* | 居住整体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 |  |  |
| 被动触点 | 生活服务3 | 物业管家服务 | 生活3管家服务 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 沟通反馈及时性；专业能力；日常联络；信息告知；仪容仪表；服务态度；其他 | 沟通反馈及时性；专业能力；日常联络；信息告知；仪容仪表；服务态度；其他 |
| 园区安全防范 | 生活3安防 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 门岗管理；安全巡逻；仪容仪表；服务态度；其他； | 门岗管理；安全巡逻；仪容仪表；服务态度；其他； |
| 园区清洁卫生 | 生活3清洁 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 大堂卫生；楼道卫生；垃圾清收；园区卫生；电梯卫生；车库卫生；其他 | 大堂卫生；楼道卫生；垃圾清收；园区卫生；电梯卫生；车库卫生；其他 |
| 园区绿化养护 | 生活3绿化 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 坏植更换；植物修剪；杂草清除；草坪保养；病虫害管理；其他 | 坏植更换；植物修剪；杂草清除；草坪保养；病虫害管理；其他 |
| 停车管理 | 生活3停车 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 机动车；非机动车；其他 | 机动车；非机动车；其他 |
| 园区设备设施维护 | 生活3设施设备 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 园区照明；楼道照明；电梯运行；人行门禁；车行道闸；康体设施；园区道路；楼道墙地面；其他 | 园区照明；楼道照明；电梯运行；人行门禁；车行道闸；康体设施；园区道路；楼道墙地面；其他 |
| 物业服务整体满意度\* | 生活3物业总体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 |  |  |
| 被动触点 | 生活服务6 | 物业管家服务 | 生活6管家服务 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 沟通反馈及时性；专业能力；日常联络；信息告知；仪容仪表；服务态度；其他 | 沟通反馈及时性；专业能力；日常联络；信息告知；仪容仪表；服务态度；其他 |
| 园区安全防范 | 生活6安防 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 门岗管理；园区停车；安全巡逻；仪容仪表；服务态度；其他； | 门岗管理；园区停车；安全巡逻；仪容仪表；服务态度；其他； |
| 园区清洁卫生 | 生活6清洁 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 大堂卫生；楼道卫生；垃圾清收；园区卫生；电梯卫生；车库卫生；其他 | 大堂卫生；楼道卫生；垃圾清收；园区卫生；电梯卫生；车库卫生；其他 |
| 园区绿化养护 | 生活6绿化 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 坏植更换；植物修剪；杂草清除；草坪保养；病虫害管理；其他 | 坏植更换；植物修剪；杂草清除；草坪保养；病虫害管理；其他 |
| 园区设备设施维护 | 生活6设施设备 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 园区照明；楼道照明；电梯运行；人行门禁；车行道闸；康体设施；园区道路；楼道墙地面；其他 | 园区照明；楼道照明；电梯运行；人行门禁；车行道闸；康体设施；园区道路；楼道墙地面；其他 |
| 物业服务整体满意度\* | 生活6物业总体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 |  |  |
| 被动触点 | 生活服务11 | 物业管家服务 | 生活11管家服务 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 沟通反馈及时性；专业能力；日常联络；信息告知；仪容仪表；服务态度；其他 | 沟通反馈及时性；专业能力；日常联络；信息告知；仪容仪表；服务态度；其他 |
| 园区安全防范 | 生活11安防 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 门岗管理；园区停车；安全巡逻；仪容仪表；服务态度；其他； | 门岗管理；园区停车；安全巡逻；仪容仪表；服务态度；其他； |
| 园区清洁卫生 | 生活11清洁 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 大堂卫生；楼道卫生；垃圾清收；园区卫生；电梯卫生；车库卫生；其他 | 大堂卫生；楼道卫生；垃圾清收；园区卫生；电梯卫生；车库卫生；其他 |
| 园区绿化养护 | 生活11绿化 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 坏植更换；植物修剪；杂草清除；草坪保养；病虫害管理；其他 | 坏植更换；植物修剪；杂草清除；草坪保养；病虫害管理；其他 |
| 园区设备设施维护 | 生活11设施设备 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 | 园区照明；楼道照明；电梯运行；人行门禁；车行道闸；康体设施；园区道路；楼道墙地面；其他 | 园区照明；楼道照明；电梯运行；人行门禁；车行道闸；康体设施；园区道路；楼道墙地面；其他 |
| 物业服务整体满意度\* | 生活11物业总体 |  | 所有 | 别墅；洋房；高层；泛住宅； | 量表 |  |  |

1. 客户满意度测评问卷回收率

表B.1 客户满意度测评问卷回收率

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 户数（户） | 最低回收率 |
| 1 | ≤100 | 15个回收样本 |
| 2 | 100以上 | 15% |
| 注：户数少于15户时，尽可能实现最大回收。 | | |

1. 标准数据字段与字段内容

表C.1 标准数据字段与字段内容

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 字段分类 | 字段 | 字段说明 | 标准内容 |
| 航道&触点 | 航道 | 即时评价应用于哪种业务 | 地产；物业；其他； |
| 触点 | 客户与企业接触的所有实体、服务或环境 | 到访看房；签约服务；按揭办理；工地开放；房屋交付；交付返修；装修管理；产权办理；  日常返修；投诉处理；  交付等待1；交付等待2；乔迁入住；居住体验；生活服务3；生活服务6；生活服务11； |
| 触点类型 |  | 交易触点；主动触点；被动触点 |
| 责任职能 | 对各触点、触点二级指标负责的职能 | 设计-建筑；设计-景观；设计-精装；营销；工程-土建；工程-精装；房修；物业；客服；项目总； |
| 触点考核状态 | 触点是否纳入考核 | 考核；不考核； |
| 人房信息 | 集团 | 企业集团 |  |
| 区域 | 集团内的区域划分 |  |
| 地区公司 | 区域内的地区公司划分 |  |
| 省 | 项目位置（自治区、直辖市、特别行政区） | 《中华人民共和国县以上行政区划代码GB-T2260-2020》 |
| 市 | 项目位置（地区、自治州、盟及国家直辖市所属市辖区和县） | 《中华人民共和国县以上行政区划代码GB-T2260-2020》 |
| 县 | 项目位置（市辖区、县级市、旗） | 《中华人民共和国县以上行政区划代码GB-T2260-2020》 |
| 乡、镇（街道办事处） | 项目位置 | 《中华人民共和国县以上行政区划代码GB-T2260-2020》 |
| 项目名称 | 项目推广名 |  |
| 项目分期 | 项目期别 | 一期；二期；三期；四期；... |
| 项目分期ID | 房企系统中的项目分期ID |  |
| 操盘职能 | 合作开发项目，某职能由本企业委派负责人 | 客研；设计；营销；工程；客服；成本；招采；报建；财务；项目总；物业；其他 |
| 接管类型 | 项目来源 | 自有项目；合作项目；外拓项目 |
| 房号 |  |  |
| 房号ID | 房企系统中的房间号ID |  |
| 房间考核状态 | 房间是否纳入考核 | 考核、监测、废弃 |
| 房间建筑面积 |  |  |
| 产品业态 |  | 别墅；洋房；高层；泛住宅；写字楼；商业；总坪；政策性房；其他 |
| 装修类型 |  | 毛坯；精装；类精装 |
| 房屋建面单价 |  |  |
| 物业费单价 |  |  |
| 项目分期建筑面积 |  |  |
| 容积率 |  |  |
| 绿地率 |  |  |
| 销售合同交付时间 |  | YYYY-MM-DD |
| 首次到访时间 | 客户首次到访看房时间 | YYYY-MM-DD |
| 认购时间 |  | YYYY-MM-DD |
| 签约时间 |  | YYYY-MM-DD |
| 按揭完成时间 |  | YYYY-MM-DD |
| 工地开放日结束时间 |  | YYYY-MM-DD |
| 集中交付开始时间 | 房企集中交付第一天 | YYYY-MM-DD |
| 实际交付时间 | 业主完成收房手续时间 | YYYY-MM-DD |
| 产权办理完成时间 |  | YYYY-MM-DD |
| 装修完工时间 |  | YYYY-MM-DD |
| 客户姓名 |  |  |
| 客户ID | 房企系统中的客户ID |  |
| 客户性别 |  | 男；女；未知 |
| 客户手机号 |  |  |
| 客户身份 | 客户与业主的关系 | 业主；业主家人；租户；其他 |
| 客户生日 |  | YYYY-MM-DD |
| 是否免打扰 |  | 是；否 |
| 人员信息状态 | 租户退租了，租户的人房信息应停用。  房子已售，原业主人房信息应停用。 | 可用；停用 |
| 人房信息版本 | 人房信息最后更新时间 | YYYY-MM-DD |
| 行为信息-工单 | 工单类型 | 工单来自哪个业务 | 返修；投诉 |
| 工单标题 | 工单内容简要概况主题，便于客户了解是哪个工单的回访。 | 工单问题位置+问题分类 |
| 工单问题描述 | 工单内容详情，便于回访人员了解问题。 |  |
| 工单解决方案 | 解决结果办法内容，便于回访人员了解问题。 |  |
| 工单ID |  |  |
| 工单完结类型 | 正常完结：客户认可工单已经完成  非正常完结：未经客户认可，强制完成工单 | 正常完结；非正常完结；废弃； |
| 工单完结时间 |  |  |
| 工单是否涉及地产责任 | 质保期内质量问题、销售承诺、规划设计类等问题，影响客户体验的问题，判断为是；  其余涉及后期物业服务（如换灯、疏通马桶等）、客户个性需求及政府规划、政策、配套等问题，判定为否； | 是；否 |
| 责任单位统一社会信用代码 |  |  |
| 工单责任职能 |  | 设计-建筑；设计-景观；设计-精装；营销；工程-土建；工程-精装；房修；物业；客关；项目总 |
| 工单责任人姓名 |  |  |
| 工单责任人ID |  |  |
| 回访信息 | 评价任务名称 | 针对某个触点的调研任务的名称 |  |
| 计划发送时间 |  | YYYY-MM-DD HH:MM |
| 实际发送时间 |  | YYYY-MM-DD HH:MM |
| 实际回收时间 |  | YYYY-MM-DD HH:MM |
| 答题IP地址 |  |  |
| 答题设备ID |  |  |
| 客群考核状态 | 触点考核状态（考核）+房间考核状态（考核）=>考核  触点考核状态（不考核）+房间考核状态（考核）=>监测  房间考核状态（监测）=>监测  房间考核状态（废弃）=>废弃 | 考核；监测；废弃 |
| 答案在线URL | 通过URL查看问卷答案明细 |  |
| 是否打开问卷 | 问卷是否被客户打开过 | 是；否 |
| 是否提交答案 | 问卷是否被客户填写并提交 | 是；否 |
| 是否推送外呼回访 | 是否为外呼测评 | 是；否 |
| 是否反舞弊抽查 | 是否执行反舞弊抽查 | 是；否 |
| 外呼回访工单类型 | 外呼目的 | 未评价外呼；反舞弊检查 |
| 主问题量表得分 |  | 1；2；3；4；5 |
| 回收渠道 | 客户通过哪个渠道提交问卷 | 公众号；APP；小程序；短信；电话 |
| 相关-问卷答案明细 | 问卷答案编号 |  |
| 被评价人ID | 员工编号 |  |
| 被评价人上级ID | 员工编号 |  |
| 问卷答案明细 | 问题类型 | 参见附录A | 量表；矩阵量表；开放 |
| 问题描述 | 参见附录A |  |
| 问题ID |  |  |
| 问题简称 | 参见附录A |  |
| 问题答案 | 客户的评价 |  |
| 问题考核状态 | 该问题是否纳入考核 | 考核；监测；废弃 |
| 问题对应职能 |  | 设计-建筑；设计-景观；设计-精装；营销；工程-土建；工程-精装；房修；物业；客关；项目总 |
| 问题职能考核状态 | 客群考核状态（考核）+问题对应职能（不为空）+问题考核状态（考核）=>考核  其他=>不考核 | 考核；不考核； |

1. 客户满意度评级标准

表D.1 项目客户满意度评级标准

|  |  |
| --- | --- |
| 评级 | 客户满意度 |
| AAA | 客户满意度≥90 |
| AA | 70≤客户满意度<90 |
| A | 50≤客户满意度<70 |
| B | 30≤客户满意度<50 |
| C | 客户满意度<30 |

注1：表D.1客户满意度计算口径参照表8.1.4.1 平衡权重口径建议权重。

表D.2 职能客户满意度评级标准

|  |  |
| --- | --- |
| 评级 | 客户满意度 |
| AAA | 客户满意度≥行业90分位 |
| AA | 行业75分位≤客户满意度<行业90分位 |
| A | 行业50分位≤客户满意度<行业75分位 |
| B | 行业25分位≤客户满意度<行业50分位 |
| C | 客户满意度<行业25分位 |

注1：表D.2职能客户满意度计算口径参照表8.1.4.1 平衡权重口径建议权重。