



**中安质环**

## 售后服务完善程度评价规范

Criteria for the evaluation of after-sales service perfection

发布日期:2022 年 02 月 21 日

实施日期:2022 年 02 月 21 日

# 目 录

前言 .....	1
1 范围 .....	2
2 规范性引用文件 .....	2
3 术语和定义 .....	2
4 服务要求 .....	3
4.1 基础设施 .....	3
4.2 员工形象 .....	4
4.3 接待服务 .....	4
4.4 受理与方案制定（适用时） .....	4
4.5 售后服务提供总要求 .....	4
5 服务管理要求 .....	4
6 评价准则 .....	5
6.1 总则 .....	5
6.2 服务管理要求的评价 .....	5
6.3 售后服务特性测评 .....	6
6.4 组织运行结果的评价 .....	7
6.5 售后服务完善程度评价结果 .....	8
参考文献 .....	9
附录 A（规范性附录）服务特性测评与服务管理评价工具 .....	10
附录 B（规范性附录）结果评价工具 .....	10

## 前 言

本规范提出了售后服务完善程度的评价规范，与GB/T 27922 共同作为北京中安质环认证中心有限公司（以下简称ZAZH）开展商品售后服务完善程度认证评价的依据。

本规范由 ZAZH 提出并归口，版权归 ZAZH 所有，任何公司或个人在未经 ZAZH 许可的情况下，不得以任何形式全部或部分使用或转载。

本规范起草单位：北京中安质环认证中心有限公司。

# 售后服务完善程度评价规范

## 1 范围

本规范规定了售后服务完善程度评价的规范性要求，包括在 GB/T 27922 基础上补充的售后服务要求和服务管理要求及售后服务完善程度评价准则等内容。

本规范适用于认证机构对从事售后服务的组织（以下简称“组织”）开展售后服务完善程度认证，也适用于组织依据评价其自身售后服务体系的完善程度，或寻求组织的相关方（如行业协会）对其完善程度的确认。

如果本规范的全部要求适用于组织的服务范围，组织应实施本规范的全部要求；如果本规范的某些要求不适用于组织的服务范围，组织应确认不适用的要求并说明理由。

## 2 规范性引用文件

下列文件对于本规范的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本规范。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本规范。

GB/T 16784—2008 工业产品售后服务 总则  
GB/T 16868—2009 商品经营服务质量管理规范  
GB/T 17093 室内空气中细菌总数卫生标准  
GB/T 18760—2002 消费品售后服务方法与要求  
GB/T 18883 室内空气质量标准  
GB/T 19000—2016 质量管理体系 基础和术语  
GB/Z 19579 卓越绩效评价准则实施指南  
GB/T 27922—2011 商品售后服务评价体系  
RB/T 301-2016 合格评定 服务认证技术通则

## 3 术语和定义

GB/T 19000、GB/T 18760、GB/T 16868、GB/T 27922 和 RB/T 301 界定的以及下列术语和定义适用于本规范。为了便于使用，以下重复列出了上述标准中的某些术语和定义。

### 3.1

#### 售后服务 after-sales service

向顾客售出商品或从顾客接受无形产品开始，所提供的有偿或无偿的服务。

注：售后服务包括但不限于以下方面：

- 随合同签订而提供的活动，例如测量、规划、咨询、策划、设计等；
- 在商品售出到投入正常使用期间所涉及的活动，例如送货、安装、技术咨询与培训等；
- 商品质量涉及的活动，例如退换、召回、维修、保养、检测、配件供应等；
- 为获得顾客反馈或维系顾客关系而开展的活动，例如满意度调查、顾客联谊、商品使用情况跟踪等；
- 以商品为基础，为顾客提供相关信息的活动，例如商品使用知识宣传、商品或服务文化宣传、网站或短信传递服务、新品推荐等；
- 在有形产品或设施基础上提供文化理念或相关服务的活动，例如景区、餐饮、酒店、商场的服务。

[GB/T 27922-2011, 定义 3.1]

### 3.2

#### 服务网点 the point network for after-sales services

直接为消费者提供服务的单位。

[RB/T 18760-2002, 定义 3.2]

### 3.3

**商品 commodity**

用来交换，能满足人们某种需要的产品。

[GB/T 16868-2009，定义 3.1]

**4 服务要求**

商品售后服务除满足GB/T 27922中的相关服务要求外，还应满足以下要求。

**4.1 基础设施****4.1.1 功能区**

4.1.1.1 对于有固定经营场所和服务场所（包括总部和服务网点）的组织，应根据组织和顾客需要，划分出不同的功能区域，如接待区、服务区、办公区、存储区、生活辅助区等。

4.1.1.2 功能区标识清晰规范，平面布局、装修材料及电器线路的铺设应符合相关环保、节能、安全法律法规和标准的要求。

**4.1.2 标识**

4.1.2.1 应在明显的位置悬挂工商营业执照、许可证等，明示服务项目、服务流程、收费标准、监督投诉电话等。

4.1.2.2 企业标识明显，装饰美观，字号牌匾应书写规范、醒目，图片内容健康、外型美观。

**4.1.3 服务设施**

应确定、提供并维护售后服务所需要的设施。包括：

- 工作场所和相关的设施（如试衣间、顾客休息区域等）；
- 过程设备（硬件、软件等）；
- 支持性服务设施（如运输、通讯等）。

**4.1.4 环境设施**

4.1.4.1 室内照明适度、通风良好，地面平整防滑无障碍，墙体保温、隔音，排水设施畅通。

4.1.4.2 室内空气质量应符合 GB/T 18883 及 GB/T 17093 的要求，污染物排放等应符合国家相关标准。

4.1.4.3 无明显噪声，室内无异味和装修污染，空调安装符合 GB 17790 的要求。

**4.1.5 安全设施及用品**

4.1.5.1 组织应配备必要的消防设备设施并保持有效，设置消防通道并保持畅通。

4.1.5.2 组织应确保设备设施安全，在存在较大安全风险的位置设置安全警示标识。

4.1.5.3 组织应确保顾客人身安全，在必要部位设置安全警示标识，配备必要的急救用品和应急物资。

4.1.5.4 组织应确保顾客财产安全。

**4.1.6 公共卫生**

4.1.6.1 组织应保持功能区环境的整洁、明亮，无虫害鼠害。

4.1.6.2 组织应保持“门前三包”责任区卫生整洁，无积水、冰雪及障碍物等。

4.1.6.3 固体废弃物应设置合理位置，分类存放、及时清理。

4.1.6.4 在传染病流行期间，组织应明示已对其重点部位实施消毒。

注：重点部位包括柜台、货架、卫生间、电梯扶手带、门把手等。

## 4.2 员工形象

4.2.1 售后服务人员应穿着组织规定的工作服，佩戴服务胸卡。

4.2.2 文明礼貌，微笑主动，适时、适度、适人提供服务。

4.2.3 使用文明服务用语，口齿清晰，语气亲切，说普通话，宜根据需要提供英语和口语服务。

## 4.3 接待服务

4.3.1 接待人员应热情迎送，根据需提供饮用水、座椅、网络等基本和辅助接待服务。

4.3.2 接待人员应与顾客有效沟通，向顾客介绍售后服务项目、渠道、收费标准、保修期限等，并认真听取顾客的售后服务需求，耐心解答顾客问题。

4.3.3 适宜时，提供相应停车位和导车服务。

## 4.4 受理与方案制定（适用时）

4.4.1 受理人员应主动向顾客介绍相关受理条件、流程、需要提供的信息、证明文件等。根据需要指导顾客填写表单、提供资料。遇紧急情况时，应迅速处理。

4.4.2 受理人员应认真核查顾客提供的证明文件和资料并为顾客开具受理单。当顾客需求不符合受理条件时，受理人员应耐心解释，说明原因。

4.4.3 应按公开的收费项目和标准提供服务，不应向顾客强行或变相提供有偿服务。

4.4.4 受理后，应根据售后服务需要制定售后服务方案。应与顾客就方案内容保持沟通，确保服务方案适宜有效、顾客满意。方案应经顾客审核并签字确认后实施。不需要制定方案时，应迅速传递信息，安排售后服务。

## 4.5 售后服务提供总要求

4.5.1 售后服务提供人员应：

- a) 具备相应的专业资格和必备的技术能力；
- b) 按时抵达，并向顾客出示身份证明（如工作证）；
- c) 良好沟通，耐心解答顾客问题，讲解商品的使用保养事项；
- d) 服务完毕向顾客提供相应凭证（适用时）；
- e) 对顾客信息和隐私保密。

4.5.2 应根据不同的商品制定售后服务内容和方式，包括：

- a) 主动向顾客提供的售后服务，如：大件或重要商品送货到门、安装调试、技术指导和培训、定期维护、顾客意见征集、跟踪回访、主动回馈等；
- b) 处理顾客售后需要，如维修、退换、供应零配件、投诉处理等。

注：主动服务或回馈活动可包括商品使用情况跟踪、商品使用知识宣传、商品或服务文化宣传、网站或短信传递服务、新品推荐、顾客联谊、检测服务等。

4.5.3 售后服务时间，如修理、更换、退货时间，应符合国家有关法规的规定，提供服务到达时间应满足企业服务承诺的要求。

4.5.4 服务提供时，应确保满足售后服务知情权的要求，耐心解答顾客有关收费、服务承诺、服务项目、故障原因、投诉渠道等问题。售后服务涉及到收费时，应提前向顾客明示。

## 5 服务管理要求

5.1 组织应建立、实施并保持包含了顾客体验特性要求的管理目标，包括但不限于：

- a) 售后服务及时率;
- b) 退换货率;
- c) 顾客投诉率和投诉处理及时率;
- d) 售后服务满意度;
- e) 客户流失率。

5.2 识别批发零售服务的主要顾客接触点，确定服务接触面，建立服务总蓝图和关键过程子蓝图。

5.3 针对组织所选择的任何影响售后服务符合要求的外部供方提供的过程或服务，组织应确保对其实施控制。

5.4 组织应针对售后服务中各项活动和流程制定相应的制度和规范，确保制度和规范的适宜、充分，并按规范要求有效实施。制度和规范包括但不限于：

- a) 物资采购管理制度;
- b) 配送管理制度;
- c) 售后服务规范和服务提供规范;
- d) 风险与应急预案管理机制;
- e) 关键岗位人员管理制度和职业化培育规划;
- f) 设备设施管理制度;
- g) 安全管理制度;
- h) 服务的补救措施管理程序。

## 6 评价准则

### 6.1 总则

售后服务的完善程度的评价包括以下三个部分的评价，评价结果汇总三个部门的评价结果获得：

- 售后服务管理评价;
- 售后服务特性测评;
- 运行结果的评价。

将售后服务特性测评和服务管理评价分值总计设为 150 分（GB/T 27922 的要求保持为标准规定的 100 分；本规范第 4 章和第 5 章作为评价补充要求，设为 50 分。将全部内容分为服务管理要求和服务要求，其中服务管理要求 65 分，服务要求 85 分）。服务特性测评和服务管理评价最终得分相加（如有删减，分别按给定总分折算后相加），即为服务和管理要求的最终评价结果。

运行结果的评价分值设定为 100 分，详见 6.4。

售后服务完善程度评价结果详见 6.5。

### 6.2 服务管理要求的评价

6.2.1 服务管理评价内容包括GB/T 27922中的管理要求（详见表1），以及本评价规范第5章的要求，总分为65分。依据表1给出的测评工具对服务管理进行评价。

表 1 售后服务管理评价表

标准/技术规范	指标大类（分值）	指标	分值
GB/T 27922	5.1 售后服务体系 (40)	5.1.1 组织架构	4
		5.1.2 人员配置	6

		5.1.3 资源配置	6
		5.1.4 规范要求	6
		5.1.5 监督	7
		5.1.6 改进	5
		5.1.7 服务文化	6
	5.2 商品服务（4/10） 注：5.2 总分 10 分，其中管理要求 4 分。	5.2.4.4 设备设施检查维修	2
		5.2.4.5 维修材料、配件的质量和供应	2
	5.3.1 顾客关系（3/15） 注：5.3.1 总分 15 分，其中管理要求 3 分。	建立顾客信息档案和计算机化的服务管理系统	3
	5.3.2 投诉处理（3/10） 注：5.3.2 总分 10 分，其中管理要求 3 分。	记录投诉，建立了投诉档案	3
本规范	5.1 管理目标（2）		2
	5.2 服务蓝图（3）		3
	5.3 外部供方管理（2）		2
	5.4 售后服务管理制度和规范（8）		8
服务管理评价分值合计：			65

## 6.2.2 服务管理成熟度评价采用的评分方法及原则:

采纳GB/T 27922的评分方法及原则 (GB/T 27922 条款6.2)。

## 6.3 售后服务特性测评

### 6.3.1 测评内容

售后服务特性测评内容包括:

a) GB/T 27922中的服务要求, 即:

- 5.2 商品服务 (5.2.4.4、5.2.4.5 除外, 识别为管理要求);
- 5.3 顾客服务 (5.3.1.3、5.3.2.1 除外, 识别为管理要求)。

b) 本规范第4章的要求。

### 6.3.2 评价方法与工具

6.3.2.1 使用表 2 给出的测评工具对售后服务进行评价。

表 2 服务特性测评表

依据标准/ 技术规范	评价指标	对应条款	给定 分值	评价系 数 ( $\alpha$ )	得 分	发现问题 (当系数 $\leq 0.8$ 时填 写)	备 注
GB/T 27922	5.2.1 商品信息	5.2.1.1~5.2.1.5	6		0		
	5.2.2 技术支持	5.2.2.1~5.2.2.4	6		0		
	5.2.3 配送	5.2.3.1~5.2.3.2	4		0		
	5.2.4 维修 (6/10) 注: 5.2.4 总分 10 分, 其中服务 要求占 6 分。	5.2.4.1~5.2.4.3	4		0		
		5.2.4.6	2		0		
	5.2.5 质量保证	5.2.5.1~5.2.5.5	7		0		
	5.2.6 废弃商品回收	5.2.6.1~5.2.6.2	2		0		

	5.3.1 顾客关系 (12/15) 注: 5.3.1 总分 15 分, 其中服务要求占 12 分。	5.3.1.1~5.3.1.2	6		0		
		5.3.1.4~5.3.1.5	6		0		
	5.3.2 投诉处理 (7/10) 注: 5.3.2 总分 10 分, 其中服务要求占 7 分。	5.3.2.2~5.3.2.3	7		0		
《售后服务完善程度评价规范》	4.1.1 功能区	4.1.1	2		0		
	4.1.2 标识	4.1.2	1.5		0		
	4.1.3 服务设施	4.1.3	2		0		
	4.1.4 环境设施	4.1.4	1.5		0		
	4.1.5 安全设施及用品	4.1.5	4		0		
	4.1.6 公共卫生	4.1.6	2		0		
	4.2 员工形象	4.2	2		0		
	4.3 接待服务	4.3	3		0		
	4.4 受理与方案制定 (适用时)	4.4	5		0		
	4.5 售后服务提供总要求	4.5	12		0		
		合计	85				

### 6.3.2.2 服务特性采用的评分方法:

- a) 测评内容为明显的“是, 否”判断时, 可用直接判断法, 判定得分和不得分;
  - b) 测评内容除了 b) 情形外, 给出基于李克特 5 点式量表的评价系数  $\alpha$ , 如下:
    - 1) 远低于预期:  $0 \leq \alpha \leq 0.2$ ;
    - 2) 低于预期:  $0.2 < \alpha \leq 0.4$ ;
    - 3) 符合预期:  $0.4 < \alpha \leq 0.6$ ;
    - 4) 高于预期:  $0.6 < \alpha \leq 0.8$ ;
    - 5) 远高于预期:  $0.8 < \alpha \leq 1.0$ 。
  - c) 用给定的每一项评价内容的分值乘以该项确定的评价系数  $\alpha$  后求和, 得出评价基础分;
  - d) 评价表中含有本规范范围中描述的需组织说明的不适用要求时, 按以上评分方法得出总分后按比例换算最后分值, 即: (实际得分/删减后的给定分值总分) \* 100。
- 注: 如多人对同一评价内容进行多次测评, 其总分由计算每人 (次) 评价分的均值获得。

## 6.4 组织运行结果的评价

依据 GB/Z 19579《卓越绩效评价准则实施指南》对结果给出系统的评价方法, 按“水平 (Levels)、趋势 (Trends)、对比 (Comparisons)、整合 (Integration)”四个要素进行定性和定量评价, 以判定企业结果的成熟度。详见附录 A。

运行结果的评价包括售后服务结果和资源结果两部分。评价售后服务结果时, 当售后服务涉及实物产品, 实物产品的质量、创新等也应纳入评价中。

售后服务结果和资源结果的评价详见表 3。

表 3 运行结果评价表

运行结果	给定分值	评价指标	给定分值
售后服务结果	70	关键绩效指标的水平和趋势	40
		与竞争对手对比的结果	20
		特色及创新成果	10
资源结果	30	人力资源	15
		基础设施	15
合计			100

注 1：企业的售后服务结果的评价主要包括：

- 1) 售后服务的关键绩效指标（如服务水平指标和产品质量指标（如有）等）的当前水平和趋势。
- 2) 售后服务的关键绩效指标与竞争对手对比的结果，与国内、国际同类服务和产品的对比结果。
- 3) 主要服务和产品所具有的特色及创新成果。

注 2：人力资源管理方面的关键绩效指标可包括：员工流失率、人均培训时间和经费投入等。

注 3：基础设施及测量资源的主要测量指标及其当前水平和趋势，如经营和服务场所面积、关键设备设施配备率和完好性、基础设施相关投资等。

## 6.5 售后服务完善程度评价结果

售后服务完善程度评价结果见表4。

表 4 售后服务完善程度评价结果示意

服务和管理要求综合得分	运行结果得分	完善程度级别
95 分（含）以上	80 分（含）以上	十星级
85 分（含）～90 分	60 分（含）～80 分	九星级
80 分（含）～85 分	50 分（含）～60 分	八星级
70 分（含）～80 分	20 分（含）～40 分	七星级
60 分（含）～70 分	10 分（含）～20 分	六星级

说明：

1) 表 3 中的“服务和管理要求综合得分”的计算方法：

服务和管理要求综合得分 = (服务管理评价最终得分 + 服务特性测评最终得分) ÷ 150 × 100

2) 仅当“服务和管理要求综合得分”、“运行结果得分”同时满足要求时，才能授予相应的“完善程度级别”。当其中一项不满足时，降低级别，采取就低原则。

## 参 考 文 献

- [1] GB 3096 声环境质量标准
- [2] GB 8978 污水综合排放标准
- [3] GB/T 17093 室内空气中细菌总数卫生标准
- [4] GB 18580 室内装饰装修材料 人造板及其制品中甲醛释放限量
- [5] GB 18584 室内装饰装修材料 木家具中有害物质限量
- [6] GB/T 19004—2015 质量管理体系业绩改进指南
- [7] GB 19085 商业、服务业经营场所传染性疾病预防措施
- [8] GB/T 33491 批发商交易行为规范
- [9] GB 50222 建筑内部装修设计防火规范
- [10] RB/T 161—2017 质量管理体系 保健器械经销服务 要求
- [11] SB/T 10409-2007 商业服务业顾客满意度测评规范
- [12] SB/T 10636-2011 零售企业服务质量评价准则
- [13] SB/T 10962-2013 商品经营企业服务质量评价体系

## 附录 A

### (规范性附录)

### 结果评价工具

A.1 GB/Z 19579《卓越绩效评价准则实施指南》给出了对结果的系统的评价方法，对“水平(Leveis)、趋势(Trends)、对比(Comparisons)、整合(Integration)”四个要素进行定性和定量评价，以判定企业结果的成熟度，结果的评分需综合整体绩效和四个结果因素：

- 1) “水平”指：在特定的测量尺度内，企业当前的绩效；
- 2) “趋势”的评价要点，关注：
  - 组织绩效改进或良好绩效持续的速度（如，随时间变化的数据点的斜率）；
  - 绩效结果的广度（展开的广泛程度）；
- 3) “对比”的评价要点，关注：
  - 相对于适当的比较对象如竞争者或同类企业的绩效；
  - 相对于标杆或行业领先者的绩效；
- 4) “整合”指以下方面所达到的程度：
  - 组织的结果指标与“服务体系”中各过程条款所确定的重要顾客、产品、市场、过程的绩效要求之间的联系；
  - 企业的结果包括未来绩效的有效指标；
  - 企业的结果在各过程和部门间取得协调，以支持整个企业的管理目标。

结果类条目要求就关键的企业绩效测量指标，以及关键的企业要求的整合情况，给出绩效水平、趋势和对比方面的数据。质量管理体系运行结果要求提供关于绩效改进方面广度的数据，这与展开和企业的学习直接关联，如果改进过程得到了广泛的共享和展开，就应有相应的结果。

A.2 依据 GB/Z 19579-2012《卓越绩效评价准则实施指南》，对结果评价关键要素（Le、T、C、I）进行评分，以判定企业质量管理体系的结果成熟度，详见表 A.1。

**表 A.1 结果评价关键要素“Le、T、C、I”的评分指南**

成熟度等级	分值率	描述
等级一	0%或 5%	<ul style="list-style-type: none"> <li>•没有组织的绩效结果，或结果很差。(Le)</li> <li>•没有显示趋势的数据，或呈显了负趋势。(T)</li> <li>•没有对比性信息。(C)</li> <li>•在对于达成企业的使命重要的任何领域中均未报告结果。(I)</li> </ul>
	10%, 15%, 20%或 25%	<ul style="list-style-type: none"> <li>•针对条目的基本要求，报告了很少的企业绩效结果，有明显的处于初期的良好绩效水平。(Le)</li> <li>•在报告的某些趋势数据中，存在一些不利的趋势数据。(T)</li> <li>•没有报告或报告了很少的对比性数据。(C)</li> <li>•在对于达成企业的使命重要的领域中，少数报告了结果。(I)</li> </ul>
等级二	30%, 35%, 40%或 45%	<ul style="list-style-type: none"> <li>•针对条目的基本要求，报告了好的企业绩效水平。(Le)</li> <li>•报告了一些趋势数据，并且主要的趋势是有利的。(T)</li> <li>•处于获得对比性信息的初期阶段。(C)</li> <li>•在对于达成企业的使命很重要的领域中，很多报告了结果。(I)</li> </ul>
等级三	50%, 55%, 60%或 65%	<ul style="list-style-type: none"> <li>•针对条目的总体要求，报告了好的企业绩效水平。(Le)</li> <li>•在对于达成企业的使命重要的领域，存在有利的趋势。(T)</li> <li>•与有关竞争者和（或）标杆进行对比评价，某些当前绩效水平显示这些领域达到了“好”的相对水平。(C)</li> <li>•报告了对应大多数关键的顾客、市场、过程的要求的绩效结果。(I)</li> </ul>

成熟度等级	分值率	描述
等级四	70%, 75%, 80%或 85%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 针对条目的详细要求, 报告了从良好到卓越的企业绩效水平。(Le)</li> <li>• 到目前为止, 在对达成企业的使命重要的大多数领域, 保持了有利的趋势。(T)</li> <li>• 与有关竞争者和(或)标杆进行对比评价, 许多甚至大多数趋势和当前绩效水平显示这些领域达到了“领先”和“非常好”的相对水平。(C)</li> <li>• 报告了对应大多数关键的顾客、市场、过程和行动计划的要求的绩效结果。(I)</li> </ul>
等级五	90%, 95%, 或 100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 针对条目的所有详细要求, 报告了卓越的企业绩效水平。(Le)</li> <li>• 到目前为止, 在对达成企业的使命重要的所有领域, 保持了有利的趋势。(T)</li> <li>• 在许多领域被证实处于行业领先和标杆地位。(C)</li> <li>• 报告了对应大多数关键顾客、市场、过程和行动计划的要求的绩效结果和绩效预测。(I)</li> </ul>

注: Le — Levels 水平    C — Comparisons 对比    T — Trends 趋势    I — Integration 整合

### A.3 评分实施方法

**A.3.1** 参照表 A.1 结果评价关键要素“Le、T、C、I”的评分指南, 对某一条款评分时, 首先判定哪个成熟度等级范围(如等级三)最符合该条款的评价中反映出企业达成的水平。企业达成的水平是基于对四个结果评价关键要素(Le、T、C、I)综合地从总体上的一个观察, 而非对四个因素中的每一个的独立评价的计点或平均。

**A.3.2** 在适合的范围内, 根据企业的水平是否更接近于上一级或下一级成熟度等级范围的描述, 确定实际得分率。

**A.3.3** 当结果条款得分率为 50%时, 表示具有良好的绩效水平、有利的趋势, 在该方面具有适宜的数据, 绩效达到良好水平, 且满足大多数关键的顾客、市场和过程要求。更高的分数反映了更好的绩效水平、趋势和对比绩效, 更广泛的覆盖和整合。

**A.3.4** 对结果的分值分配中 5 个二级评价条款逐项评分, 评分步骤为:

- 依据表 A.1 结果评价关键要素“Le、T、C、I”的评分指南, 将评价结果填写到评分表, 给出每一个二级评价条款的得分率, 确定得分率时首先判定总体上“最适合”的分值率(如 50%、60%……); 以分值率 5%上移或下移;
- 将二级评价条款的得分率乘以二级评价条款标准分值, 即为二级条款的得分;
- 所有二级评价条款实际得分之和即为结果总得分。