易知易行

懂了才能为你所用

ISO9001:2015/GB/T19001:2016质量管理体系标准的理解与应用

1-43 关注顾客的感知-9.1.2 顾客满意

1-43- Focus on customer's (.3...Z...1) perception -9.1.2 Customer satisfaction

目标

理解顾客满意不只是对产品和服务质量的认同，更是对自身需求和期望的被满足的感受，组织应通过对顾客感知的关注，寻找改进机会。

课题

1 顾客满意

2 获取、监视和评审

易知易行

1 顾客满意

1 顾客满意

4 组织环境 | 5 领导作用 | 6 策划 | 7 支持 | 8 运行 | 9 绩效评价 | 10 改进

顾客满意（3.9.2） customer satisfaction:

- 顾客(3.2.4)对其期望已被满足程度的感受
- 注1：在产品或服务交付之前，组织有可能不了解顾客的期望，甚至顾客也在考虑之中。为了实现较高的顾客满意，可能有必要满足那些顾客既没有明示，也不是通常隐含或必须履行的期望。
- 注2：投诉是一种满意程度低的最常见的表达方式，但没有投诉并一定表明顾客很满意 。
- 注3：即使规定的顾客要求符合顾客的愿望并得到满足，也不一定确保顾客很满意。

顾客（3.2.4）customer

- 能够或实际接受为其提供的，或按其要求提供的产品或服务的个人或组织

9.1 监视、测量、分析和评价

- 9.1.1 总则
- 9.1.2 顾客满意
- 9.1.3 分析与评价

9.2 内部审核

9.3 管理评审

- 9.3.1总则
- 9.3.2管理评审输入
- 9.3.3 管理评审输出

1 顾客满意

9.1.2 顾客满意

组织应监视顾客对其需求和期望已得到满足的程度的感受。组织应确定获取、监视和评审该信息的方法。

注：监视顾客感受的例子可包括顾客调查、顾客对交付产品或服务的反馈、顾客座谈、市场占有率分析、顾客赞扬、担保索赔和经销商报告。

9.1.2 顾客满意

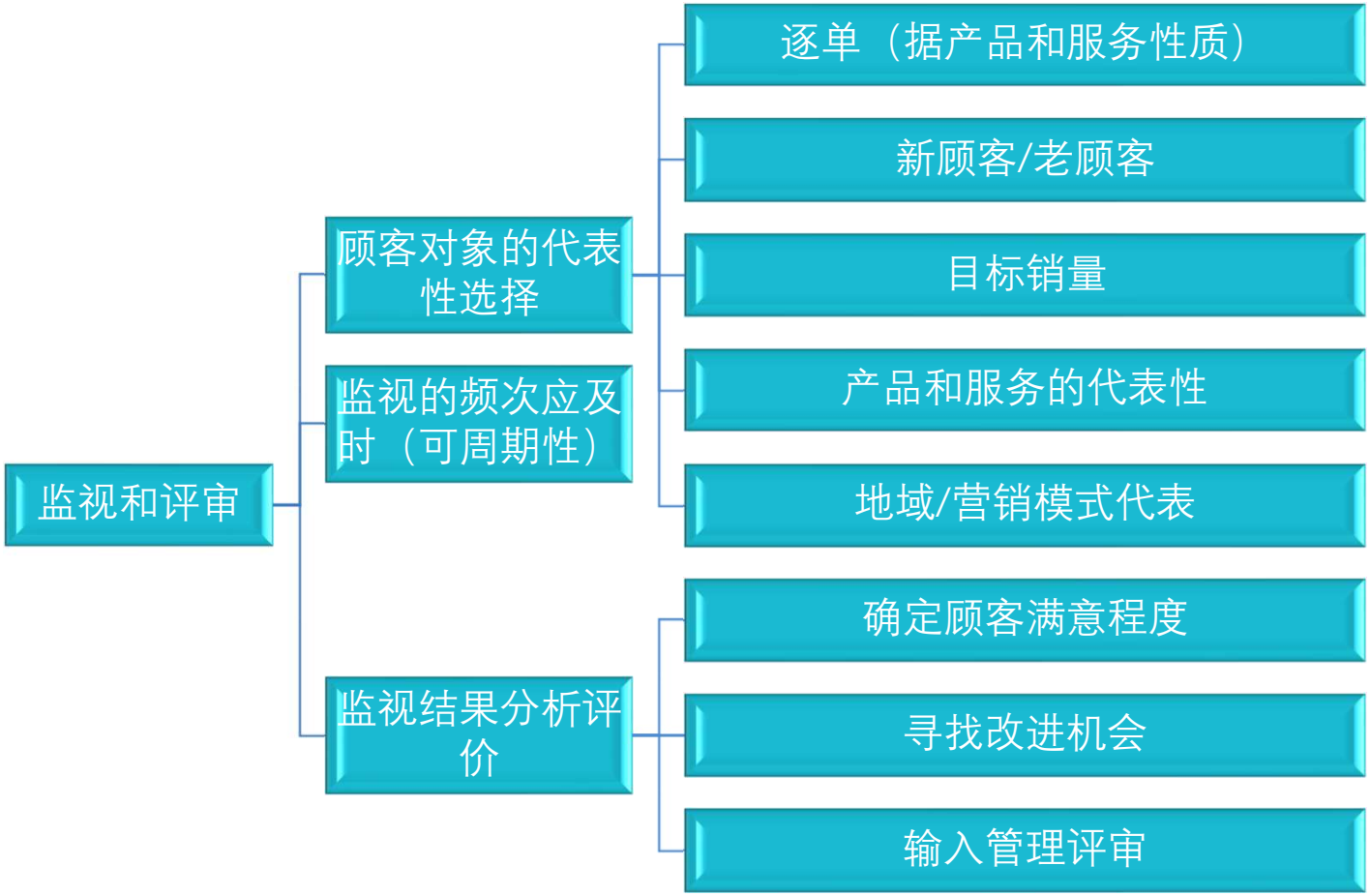
易知易行

2 获取、监视和评审

2 获取、监视和评审

获取方法
主动面向顾客调查
顾客沟通（主动回访）
顾客调查/用户调查
顾客拜访/座谈
被动收集顾客数据
顾客对交付产品或服务的反馈
顾客赞扬、投诉
担保索赔
分析市场信息
市场占有率分析
经销商报告
收集网络信息
社交媒体，如网站或留言
公开信息
第三方调查

2 获取、监视和评审


监视和评审
顾客对象的代表性选择
监视的频次应及时（可周期性）
监视结果分析评价
逐单（据产品和服务性质）
新顾客/老顾客
目标销量
产品和服务的代表性
地域/营销模式代表
确定顾客满意程度
寻找改进机会
输入管理评审

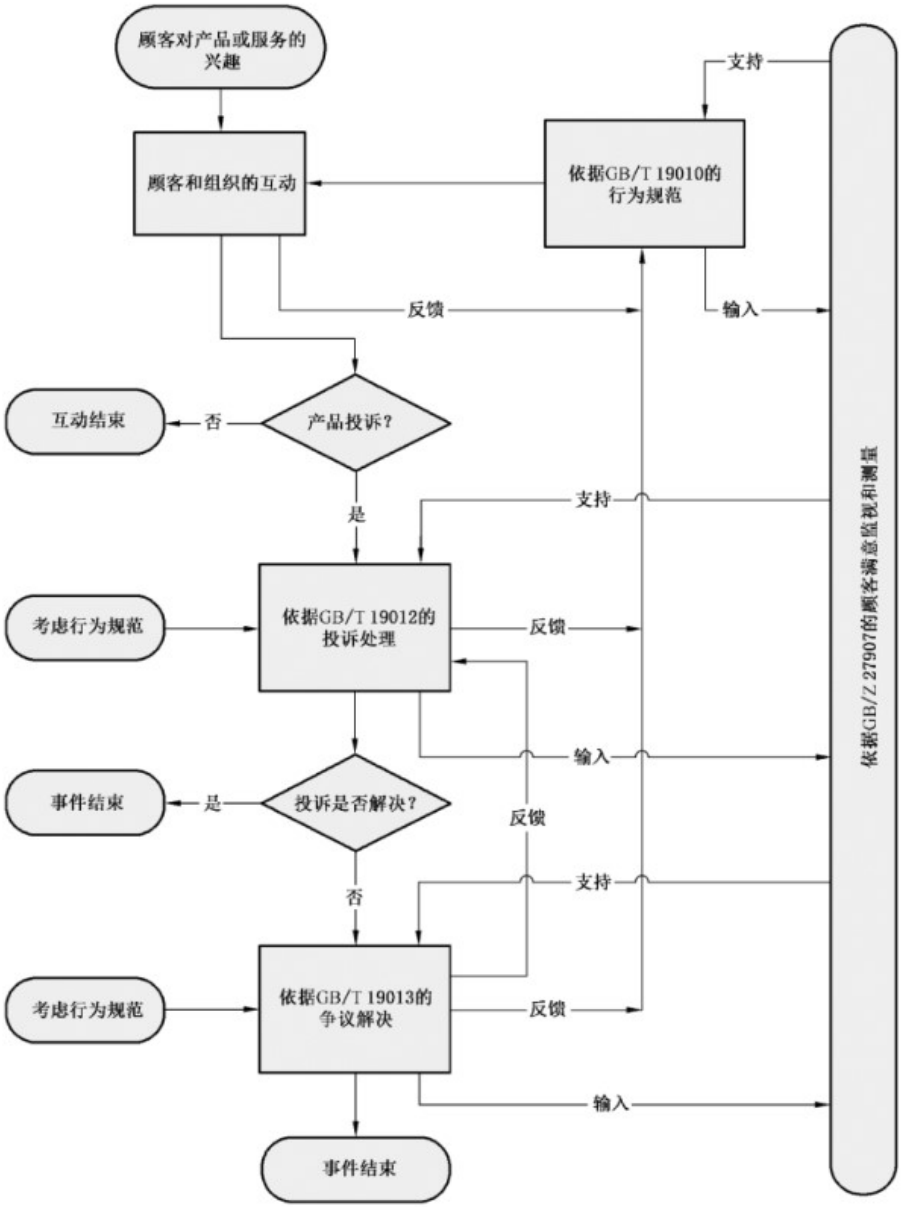
2 获取、监视和评审

GB/T19010/ISO10001
《质量管理 顾客满意 组织行为规范指南》

GB/T19012/ISO10002
《质量管理 顾客满意 组织处理投诉指南》

GB/T19013/ISO10003
《质量管理 顾客满意 组织外部争议解决指南》

GB/Z27907/ISO10004
《质量管理 顾客满意 监视和测量指南》



易知易行

课程回顾

目标

理解顾客满意不只是对产品质量的认同，更是对自身需求和期望的被满足的感受，组织应通过反馈的关注，寻找改进机会。

课题

1 顾客满意

2 获取、监视和评审

逯伟防　2020-03

谢谢！
欢迎交流！

可微信公众号留言或邮件
13783581559@126.com