

ICS 03.100.20
A 10
备案号: 41113—2013

SB

中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T 11034—2013
代替 WB/T 1014—2000

农业机械营销企业服务质量规范

Service quality specification of agricultural machinery enterprise

2013 - 06 - 14 发布

2014 - 03 - 01 实施

中华人民共和国商务部

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 基本要求.....	2
5 服务质量要求.....	3
6 服务质量监督.....	5
7 服务质量分析和改进.....	5
附录 A（规范性附录） 用户满意度调查表.....	6

前 言

本标准按GB/T 1.1-2009给出的规则起草。

本标准代替WB/T1014-2000《农业机械营销企业服务质量规定》。

本标准与WB/T1004-2000相比，主要技术内容变化如下：

——增加了4.2.2.5 服务车辆；

——增加了4.2.2.7 培训设施；

——增加了5.5 信息服务；

——删除了考核指标（见2000年版）；

——对附录A的调查要素作了修改，商品品种、服务（含售前、售中、售后）、投诉处理、信誉依次修改为配件供应、培训服务、维修服务、信息服务。

本标准是由中华人民共和国商务部提出并归口。

本标准起草单位：中国农业机械流通协会、吉峰农机连锁股份有限公司、江苏三农农业装备股份有限公司。

本标准起草人：吴军旗、王跃生、王新明、宋福海、朱斌。

本标准所代替标准的历次版本发布情况为：

——WB/T1014-2000

农业机械营销企业服务质量规范

1 范围

本标准规定了农业机械营销企业基本要求、服务质量要求、服务质量监督、服务质量分析和改进的技术规范。

本标准适用于中华人民共和国境内依法设立的农业机械营销企业。

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/T18389-2001 农业机械营销企业开业条件、等级划分及市场行为要求

GB/T19023 质量手册编制指南

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

农业机械营销企业 agricultural machinery circulation enterprises

从事农业机械及其配件销售、服务的企业。

[GB/T 18389-2001, 定义 3.2]

3.2

顾客（用户） customer

产品或服务的接受者。

3.3

供应商/厂商 supplier/manufacture

直接向农业机械营销企业提供商品及相应服务的企业。

3.4

用户满意度 satisfied degree of consumer

用户对商品质量、商品价格、配件供应、培训服务、维修服务和信息服务的综合满意程度。其计算方法见附录A。

4 基本要求

4.1 总则

4.1.1 应建立适应农业机械经营特性的服务体系，并使其有效地运转，以实现规定的方针和目标。

4.1.2 应建立与服务体系相适应的工作机构，并规定其职责范围和相互关系。

4.2 资源配置

4.2.1 人力资源

4.2.1.1 企业管理者

4.2.1.1.1 具有农业机械或企业管理等相关专业大专以上学历或有中级以上职称。

4.2.1.1.2 熟悉经营业务，了解和掌握有关质量标准和相关的法律、法规。

4.2.1.2 采购、销售人员

采购、销售人员应接受过专业培训，具备农业机械商品知识，熟悉农业机械商品的性能、构造、质量技术等级。

4.2.1.3 售后服务人员

4.2.1.3.1 具有农业机械或相关专业中专以上学历，接受过相关技能培训或相关产品制造商的售后服务培训，取得合格证。

4.2.1.3.2 售后服务人员数量应与经营规模和经营品种相适应，专业技术人员和技工不低于 70%。

4.2.1.4 人员激励

应择优上岗，定期进行工作业绩评定并奖励，不断提高员工服务技能。

4.2.1.5 人员培训和开发

4.2.1.5.1 对不同岗位人员实施岗位培训。

4.2.1.5.2 对与用户直接接触的人员，应实施人际关系、沟通联络、公共关系等方面的培训。

4.2.1.5.3 对于从事计量、检验等特殊工种的人员应按国家有关规定培训、考核。

4.2.2 设施设备

4.2.2.1 营销设施

4.2.2.1.1 应根据商品种类、交易方式等因素，配置商品陈列展示、安装、调试和便于顾客对商品识别、浏览、选择、试用、结算、复核等设施设备。

4.2.2.1.2 应用 IT 和网络技术进行经营管理工作。

4.2.2.2 商品检验及维修设施

4.2.2.2.1 经营整机的企业应具有检验、维修、保养商品的设备，包括通用量、检具、拆装工具及进行性能检验的仪表和技术资料。

4.2.2.2.2 经营配件的企业应具有通用量、检具和常用的维修工具、材质检验仪表与技术资料。

4.2.2.3 商品储存与装卸设施

4.2.2.3.1 具有与存放商品类型相适应的场地、库房、装卸货台及机械。

4.2.2.3.2 具有维护、保养商品的设备、设施。

4.2.2.4 安全设备和设施

具有保证人员及商品安全的防火、防盗、防涝、报警、照明设备和设施。

4.2.2.5 服务车辆

配备销售及售后服务所需要的服务车辆：

- a) 主营业务年销售收入 5000 万元以下，至少具有 1 辆服务车辆；
- b) 主营业务年销售收入 5000 万元～1 亿元，至少具有 2 辆服务车辆；
- c) 主营业务年销售收入 1 亿元～2 亿元，至少具有 3 辆服务车辆；
- d) 主营业务年销售收入 2 亿元～5 亿元，至少具有 5 辆服务车辆；
- e) 主营业务年销售收入 5 亿元以上，至少具有 10 辆服务车辆。

4.2.2.6 卫生、便民设施

4.2.2.6.1 具有保持环境卫生的基本设施。

4.2.2.6.2 营业场所应设有供顾客洽谈休息的场所和设施。

4.2.2.7 培训设施

4.2.2.7.1 具有用户培训教室。

4.2.2.7.2 具有教学用设备。

4.2.2.7.3 具有培训用教具和培训用农业机械等。

4.3 服务质量文件

4.3.1 应建立服务质量体系，明确服务方针、目标、制度和流程，并保存完整的文件档案，用计算机管理。

4.3.2 服务质量文件可参照 GB/T19023 编制。

4.3.3 应书面明确为了达到服务质量目标、满足用户需要所开展的活动及实施措施。

4.3.4 应对商品采购、验收、仓储、故障返修、用户满意度及投诉实施有效的记录并输入计算机，以便准确、快速查询。

5 服务质量要求

5.1 售前服务

5.1.1 采购质量

5.1.1.1 选择合格的供应商/厂商，保证所采购的商品符合相应产品标准。

5.1.1.2 应与供应商/厂商签订售后服务合同，并在购销合同中规定售后服务的条款，明确产品“三包”期内维修服务和配件供应等事宜。

5.1.2 商品验收

5.1.2.1 应根据商品质量标准及购销合同对商品外观、品种、规格、数量等进行验收和记录，不合格商品不得入库。

- 5.1.2.2 检查商品合格证、使用说明书、“三包”凭证和随机附件等是否齐全。
- 5.1.2.3 应根据进货批量大小,进行科学的随机抽检,对于配件商品一般应做到主要配件抽检率在8%以上,一般配件抽检率在2%以上。

5.1.3 商品运输、装卸、储存及保养

- 5.1.3.1 商品在装卸、搬运过程中应根据包装标志及注意事项装卸,减少人为的损失。
- 5.1.3.2 库存商品应合理堆码、苫垫,适当标识。
- 5.1.3.3 建立商品防护、养护制度,避免商品的锈蚀与损坏。
- 5.1.3.4 商品出库应遵循“先进先出”原则,售前需进行必要检查。

5.2 售中服务

- 5.2.1 销售现场应设值班经理,值班经理应由具备农业机械专业知识和经营经验的人员担任,能为顾客答疑解惑。
- 5.2.2 应如实向用户介绍商品特点、用途、价格、使用方法、售后服务方式,并提供咨询、安装、调试、加油加水、上临时牌照、包装、运输等服务。
- 5.2.3 销售现场应配备商品的性能说明书及零部件图册。
- 5.2.4 销售大中型农业机械或单台金额较大的农业机械应与用户签订销售合同,明确“三包”服务事宜及其他服务承诺。
- 5.2.5 开票、收款、交货应准确、迅速。
- 5.2.6 出售整机时,按生产厂装箱单带齐随机工具、备附件、合格证、使用说明书等技术资料及信用卡、售后服务凭证、校验记录。
- 5.2.7 出售配件时要向用户讲清零部件适用与通用互换机型、解答用户疑问。

5.3 售后服务

- 5.3.1 应设置“三包”服务机构。
- 5.3.2 对购买大中型农业机械用户,并提供随机跟踪服务并建立用户档案。
- 5.3.3 农忙季节,应提供农机维修热线及24h服务。
- 5.3.4 及时处理故障,应向用户承诺处理故障的时限。
- 5.3.5 提供“三包”期外的商品维修服务。
- 5.3.6 一次修复合格率不低于90%。
- 5.3.7 每次维修服务应有记录(包括用户对服务的评价)。
- 5.3.8 配件储备不低于整机年销售收入的0.5%。

5.4 卫生和环境要求

- 5.4.1 门市部、展销厅及库房地面应整洁、无杂物、无积水。
- 5.4.2 商品陈列要安全、整齐、便于通行。
- 5.4.3 所有指示标牌、广告、布告要统一、明了、无缺损。
- 5.4.4 公用卫生间设施完好、洁净。

5.5 信息服务

- 5.5.1 应建立信息管理系统,配备相关设备、软件和人员。
- 5.5.2 应主动采集和处理商品市场供求、价格和质量等信息,并及时向供应商/厂商反馈。
- 5.5.3 应及时向供应商/厂商反馈产品改进、完善技术等建议。

6 服务质量监督

6.1 建立服务质量监督机制

6.1.1 对外公布服务质量监督电话，主动接受用户监督。

6.1.2 在营业场所设意见簿、卡、箱，定期收集用户意见，改进服务质量。

6.2 投诉处理

6.2.1 机构及职责

应有专人负责投诉处理工作，明确从事投诉处理工作各级人员的职责。

6.2.2 投诉受理方式

应提供满足所有用户需要的、灵活的投诉受理方式。可包括：来访、来函、来电或其他。

6.2.3 投诉处理

6.2.3.1 应及时、主动处理投诉，认真听取投诉者意见。

6.2.3.2 根据调查结果选择合适的处理方式，处理方式包括：修理、退换、替代、补偿、赔偿、提供技术上的指导。

6.2.3.3 应主动与投诉者联系，说明情况，协商处理意见。

6.2.3.4 应对投诉原因进行分析，采取措施，防止或减少同类问题的再次发生。

7 服务质量分析和改进

7.1 概述

应定期实施服务全过程评价，不断总结和改进服务质量。

7.2 信息收集和分析

从供应商/厂商评价、用户评价（包括用户回访、用户反映、用户满意度调查、用户投诉等所反馈的信息）等方面收集信息并进行分析，保证服务质量分析和改进的合理性和有效性。

7.3 用户满意度调查

按照附录A进行用户满意度调查，每年应至少调查一次，调查用户数不低于300人次，直接用户不低于90%，用户满意度不低于85%。

7.4 服务质量改进

通过服务质量分析，查找服务工作中的问题或服务设施缺陷并加以改进。

附 录 A
 (规范性附录)
 用户满意度调查表

调查要素	用户满意度				
	很满意 1.0	满意 0.8	较满意 0.6	不满意 0.3	很不满意 0
A 商品质量					
B 商品价格					
C 配件供应					
D 培训服务					
E 维修服务					
F 信息服务					
注：用户满意度= (0.2A+0.1B+0.2C+0.2D+0.2E+0.1F) × 100%。					