

分发部门：

密级：

# 四川蓝光实业集团有限公司

## 客户投诉管理办法（试行）

为了快速、有效处理客户投诉，在最短时间内解决客户抱怨，统一、规范客户投诉受理行为，从客户投诉数据中获取价值信息，针对性地进行有效改进，从而提升客户总体满意度，全面贯彻“客户满意是我们的第一目标”，现特制定本管理办法。

### 第一章 总 则

**第一条** 本管理办法所指投诉，是指客户当面或以电话、手机短信、网站留言、传真、信件、电子邮件的方式对公司服务承诺范围内的内容进行抱怨、申诉、举报（具体投诉类型详见附件二）。

**第二条** 本管理办法所指客户包括：

（一）外部客户（包括潜在客户、意向客户、准客户、签约客户、准业主、业主、租户、蓝光俱乐部会员）。

（二）合作伙伴客户（包括战略合作伙伴、材料供应商、合作单位等）。

**第三条** 本管理办法是统一、规范投诉受理、分派、处理、升级、反馈、回访的基本管理办法，集团总部各职能部门及子公司在投诉处理过程中应严格遵守本管理办法。

**第四条** 本管理办法中所提及操作软件均指 Power CRM 软件。

## **第二章 投诉处理基本原则**

**第五条** 以感谢的心态对待客户投诉，真诚地对客户抱怨或投诉表示感激。

**第六条** 本着“认真、负责”的态度，不向客户做职责范围以外、没有把握的任何承诺。

**第七条** 全面、完整的记录客户信息，如实地反映客户问题。

**第八条** 对职责范围内的投诉做到快速处理，职责范围外的投诉在最短时间内进行相关部门或人员的快速传递。

**第九条** 本着“首问负责制”原则，对客户所反映问题不推诿，在接到客户投诉的同时，对客户进行安抚再协调处理。

**第十条** 对所处理投诉，无论投诉事件轻重与否，客户身份地位如何，都需认真、负责、平等对待，不得草率解决处理。

**第十一条** 严格在投诉处理规定时限内（详见第四章第十八条）对投诉进行处理，杜绝投诉事件延滞、停滞现象。

**第十二条** 整个投诉处理始终，遵循投诉 360° 闭环处理的原则，保证信息内部畅通、实现不同出口对外口径一致，对突发事件与临时变化事件在规定时限内（详见第八章第三十四条）进行内、外的沟通与反馈。

### 第三章 投诉分类

**第十三条** 凡属客户投诉事件，应视轻重缓急，分为一般投诉事件和重要投诉事件。范围如下：

第一类：一般投诉事件

- （一） 客户造成轻微物质或精神损害的投诉；
- （二） 即将发生对客户利益造成影响的投诉；
- （三） 通过解释、调解、协商的办法可以较快解决的投诉。

第二类：重大投诉事件

- （一） 客户造成重大物质、经济、精神、人身伤害的投诉；
- （二） 长达 1 个月以上仍未解决的有效投诉；
- （三） 规定时限内没有处理完成的一般投诉；
- （四） 50%以上的客户均反映或抱怨，引起大面积纠纷的问题；
- （五） 反映公司内部领导干部的投诉；
- （六） 反映直接或间接损害公司利益，性质严重、影响恶劣的投诉；
- （七） 内容重要、情况特殊、疑难复杂的其他投诉。

**第十四条** 无效投诉包括以下内容：

- （一） 诉人所投诉的对象、内容不明确，无法进一步查实的；
- （二） 投诉人所投诉内容经查证与事实情况严重不符的；
- （三） 投诉人所投诉内容超出了公司的服务承诺；
- （四） 不符合相关法律、法规规定的；

由呼叫中心投诉分派专员对无效投诉进行判断和处理。

## 第四章 投诉受理

**第十五条** 公司内部员工无论从何种渠道接到客户投诉，不管是否属于自身能力权限范围内，都应以投诉第一接待人员身份安抚客户，耐心、热情、仔细询问客户相关信息及投诉事件内容，详细进行记录。

**第十六条** 投诉第一接待人员在了解客户投诉内容后应在 5 分钟内将客户基础信息及所反映问题完整、详细录入 CRM 软件相关板块中（没有 CRM 录入权限的，通过电话告之呼叫中心业务代表）。

**第十七条** 投诉第一接待人员首先对投诉信息进行基本判断，若属自身职责范围权限内或下属分管人员职责权限内的投诉应附带提出处理解决方案，其投诉解决方案中应包括解决人，解决措施，解决时限三项基础内容。

**第十八条** 投诉响应时间在 5 分钟内，其中一般投诉处理解决时间 1-3 个工作日，重大投诉处理解决时间 3-7 个工作日，如遇特殊情况需延长处理时间，则需分管副总裁确认同意后方可视为延长。

## 第五章 投诉分派

**第十九条** 呼叫中心对登记至 CRM 软件中的所有投诉进行分派，重大投诉在分派的同时需抄送各单位相关负责人（各公司接受分派的投诉受理人详见附件三）。

**第二十条** 呼叫中心根据投诉事件内容按 CRM 软件约定的服务类型对投诉进行分类，并对相关单位进行投诉分派。

**第二十一条** 呼叫中心通过 CRM 软件在投诉分派同时将该投诉事件以手机短信的方式通知各单位相关投诉处理人。

## 第六章 投诉处理

**第二十二条** 各公司指定的投诉处理人员（详见附件三）负责处理或协调处理由呼叫中心分派的所有投诉。

**第二十三条** 各公司指定的投诉处理人员需随时查看投诉事件来源渠道（刷新 CRM 软件屏幕，查看手机短信等方式），避免由于自身原因导致解决投诉处理时间滞缓，导致客户投诉升级。

**第二十四条** 投诉处理人员在接到呼叫中心分派的投诉后，应首先分析客户投诉问题的关键，将投诉处理解决方案及处理时限在 CRM 软件中进行详细登记和回复。

**第二十五条** 投诉处理人在登记投诉处理解决方案后，应立即与投诉客户联系，让客户知晓所投诉事件公司已在积极处理中，以消除客户焦虑和不安。

**第二十六条** 投诉处理人根据投诉处理解决方案，严格按投诉处理规定时限进行处理或协调相关部门及人员进行处理，并将处理过程进行全程登记。

**第二十七条** 对需要多级部门进行协调处理的投诉，投诉处理人应首先向客户进行解释，取得客户同意后，方可根据实际情况延长处理时间，并将该沟通结果 3 分钟内电话通知至呼叫中心。

**第二十八条** 对正在给客户造成严重损失的投诉事件，应先采取应急措施停止损失后再进行下一步解决处理。

**第二十九条** 各单位的投诉处理人员需要对整个投诉处理解决过程进行时时督促、跟踪，确保“事事有落实”。

## 第七章 投诉升级

**第三十条** 呼叫中心在投诉的回访过程中，如遇客户不满意或同等事件再次投诉的情况，则该项投诉视为自动升级。

**第三十一条** 各公司投诉处理人员，若对投诉事件处理超过了本管理办法所规定的处理时限，也未向客户进行解释、沟通，或沟通后没有取得客户谅解，造成投诉处理的停滞或滞后，则该项投诉视为自动升级。

**第三十二条** 投诉处理过程中，投诉处理相关人员由于主观原因（如态度、语言、行为等个人主观因素）而造成客户就管理人员或员工本人的再次投诉，则该项投诉视为自动升级。

## 第八章 投诉反馈

**第三十三条** 整个投诉过程所涉的相关处理人员，在接到所分派的投诉后，投诉处理人需根据实际情况将处理过程在 CRM 软件中进行相关信息记录反馈。

**第三十四条** 投诉处理解决后，投诉处理人在 5 分钟内将处理结果向客户进行相关回复，同时在 CRM 软件中进行信息登记反馈。

**第三十五条** 呼叫中心负责对所确定的无效投诉向客户做相关解释工作。

## 第九章 投诉回访

**第三十六条** 呼叫中心对所发生的有效投诉在投诉处理后 48 小时内进行回访，要求回访率为 100%。

**第三十七条** 回访工作涉及内容如下：

（一）回访对象。主要是对投诉事件已经解决完毕的投诉客户。优先回访重大投诉事件。

（二）回访内容。主要是对客户投诉问题的解决是否到位，投诉处理人的处理时限、服务态度和处理结果客户是否满意等。同时征求客户的其它意见和建议。

（三）回访形式。一般投诉采取电话回访方式，对于个别重大投诉可采取上门回访方式。

（四）回访时限。原则上在投诉处理解决后 48 小时内进行回访。

## 第十章 职能限定

**第三十八条** 集团各单位对客户投诉处理的职能权限限定如下：

（一）集团呼叫中心

1、是集团所有投诉事件的归口管理部门，并对所有投诉事件进行分派与通知。

2、负责对投诉到集团总部的投诉事件进行接待受理。

3、对各公司及集团相关职能部门的投诉处理过程进行督促、协助、跟踪落实及客户满意度的回访。

4、根据了解或查证情况对所有投诉的有效性（有效或无效）进行最终判别确定。

5、对客户所投诉的内容进行重要级别的确定并归类。

6、对所有投诉信息进行检查，确保录入信息的完整性和真实性。

7、对所有投诉事件进行月、季、年的整理、分析，定期编制客户投诉分析报告及客户重大投诉专项报告。

8、对各公司或职能部门的投诉受理及处理情况提出奖惩建议。

9、负责对集团网站投诉的受理、处理和回复。

10、对客户投诉流程及解决办法进行不定期整理，丰富和完善蓝光客户服务知识库。

## （二）各子分公司

1、对呼叫中心所分派的所有投诉，在规定时限内，认真做好投诉事件的自办、转办、交办、督办、反馈、回复等工作。

2、负责定期对一线客户服务人员服务意识、处理客户投诉的技巧进行培训，提高客户服务人员服务素质与技能。

3、负责客户投诉解决方案的拟定。

4、客户投诉事件处理过程中负责与客户即时沟通、联系和解释工作。

5、协助总部各职能部门对不属本公司管辖范围的客户投诉进行配合调查及协助处理。

6、针对投诉提出相应的改善解决办法，对所涉部门最终改善结果进行督促。

## （三）总部职能部门及各子公司的职能部门

1、对客户投诉事件事由进行确认。

2、对本部门职能权限范围内投诉进行快速处理。

3、对投诉处理解决全过程的信息进行规定时限内的反馈与登记记录。

4、总结、分析投诉情况，对投诉产生原因进行总结，减少及彻底杜绝由该类原因引起的投诉。



## 第十一章 奖惩措施

**第三十九条** 集团公司总部及下属分公司所有人员无论从何种渠道接到客户投诉信息后，必须在 CRM 软件中进行如实登记，如隐瞒、作假、虚报客户投诉信息，予以 500-2000 元罚款。

**第四十条** 所有投诉信息流通必须畅通、快速，如因个人原因导致客户投诉问题停滞不决，引起客户投诉升级，对相关责任人及所属部门处以 1000-5000 元罚款，并承担相关责任。

**第四十一条** 投诉处理人员在投诉处理过程中，应遵循相关原则（见第二章），如在投诉处理过程中，因违反相关原则而导致客户投诉升级，则对相关责任人员予以 500-1000 元罚款，情况严重者降职、降薪。

**第四十二条** 投诉处理过程中若对客户进行威胁、收买或变相打击报复者，予以 5000-10000 元罚款，情况严重者降职、降薪，并追究相关责任。

**第四十三条** 积极处理客户投诉，“想客户所想，急客户所急”，投诉处理后受到客户口头、书面、电子邮件等方式表扬的员工，将给予相关奖励。

**第四十四条** 因投诉处理及时、到位，挽回公司声誉损失或减轻公司重大经济损失，将给予相关人员及所属公司、部门奖励。

**第四十五条** 本管理办法所涉及相关附件如下：

- （一）投诉处理流程
- （二）投诉类型
- （三）各公司投诉处理人名单

## 第十二章 制度解释

第四十六条 本管理办法解释权归集团 CRM 战略中心。

附件：1.呼叫中心投诉业务处理流程

2.投诉类型

3.各单位投诉受理人名单

四川蓝光实业集团有限公司

**主题词：**客户投诉 管理 办法

---

**报：**总裁

**送：**副总裁、总裁助理

**发：**集团公司各部门、各子公司

---

拟稿：李 娜      审核：陈毅然      总裁办公室印制（此件 25 份）

