售后服务指南

编号：CDF-FW-05-A/1

常州电站辅机股份有限公司

目录

1、服务文化 3
1.1 服务理念 3
1.2 服务承诺 3
1.3 服务目标 3
1.4 服务策略 3
2、商品服务内容 4
2.1 基础服务 4
2.2 定制服务 4
2.3 有偿服务 4
3、服务受理 4
3.1 受理方式 4
3.2 受理时间 4
3.3 联系我们 5
4、服务制度 5
4.1 服务行为规范 5
4.2 服务流程 7
4.3 保修政策 7
4.4 备品备件供应 11
4.5 投诉处理 11
4.6 顾客培训 12
4.7 信息公开机制 13
5、附则 13

1、服务文化

1.1 服务理念

我们拥有体系化的服务网络和专门的技术服务团队，秉持“诚信、快捷、专业、有效”的服务理念，不断为您提供满意的服务。

1.2 服务承诺

针对顾客的售后服务需求，我们承诺 100%响应，48 小时内反馈受理结果；整机产品质保期 1 年，终身保修。

1.3 服务目标

服务响应率 100%；服务满意度≥85%，投诉处理及时率≥95%。

1.4 服务策略

我们根据市场环境、顾客需求、管理评审，制定售后服务策略、工作计划，并实施改进。

服务以“中心辐射区域，区域冗余协作”的星型拓扑结构覆盖产品经营区域；针对特定顾客、项目开展专项服务。

我们建立了标准化、规范的服务管理体系，拥有专业化的服务队伍，及时向顾客提供满意的服务。

我们提供多种类型的备品备件供应服务，保证顾客商品维修所必需的材料和配件及时供应。

我们有专业的讲师、专门的培训设施和广泛的课程，定期或不定期为顾客提供培训所需；让顾客了解产品的安装、调试、维护和维修的所有方面管理经验。

我们设立专职部门及人员，记录顾客投诉，建立档案，通过有效的投诉处理过程，对突发事件、服务失误进行及时处理和补救，增强顾客忠诚与顾客满意，改进产品和服务。

2、商品服务内容

我们从公司向顾客售出商品开始，在中国区域内（不含香港、澳门和台湾）为您提供基础性服务、定制化服务及有偿服务，确保您能高效、可靠、经济的解决问题。

2.1 基础服务

一般服务方式为：

•指导安装
•产品调试
•现场维修
•返修服务
•故障诊断及分析
•配送服务
•在线解答
•顾客培训
•顾客回访
•备品备件供应
•投诉处理

2.2 定制服务

我们为您提供定制化的个性化维护方案等服务产品包。

个性化维护方案包含以下服务：

•短期维护保养服务

指依据顾客所需，在约定的期限内对顾客现场产品实施定制化的一次性检测和维护。

•全年维护保养服务

指依据顾客所需，在约定年限内对顾客现场一定数量的产品，实行包干制，提供资源保障，进行定制化的检修和维护，保证服务及时、产品长期运行的可靠性、稳定性、安全性。

•产品安装调试服务

指依据顾客所需，在约定的期限内对顾客现场产品实施定制化的指导安装和调试服务。

2.3 有偿服务

当顾客需求与法律法规或与顾客的商定存有偏差时，我们除提供相应的免费服务外，还为顾客提供有偿服务。

3、服务受理

3.1 受理方式

我们设有用户服务部，专职从事售后服务工作，负责服务及投诉问题的受理，并跟踪闭环，公司质量管理部为监督机构。受理方式为如下形式：

a）在线系统：官网、电话、第三方平台（二维码）
b）咨询：邮件、电话、官网
c）投诉：服务热线、官网、第三方平台（二维码）
d）防伪查询：第三方平台（二维码）

3.2 受理时间

售后服务受理时间：正常工作日 8：00---16：30

3.3 联系我们

单位：常州电站辅机股份有限公司

部门：用户服务部

厂址：江苏省武进高新技术产业开发区凤栖路 8 号

邮编：213164

服务热线：0519-89856692

传真：0519-89856693

总机：0519-88898989

网址：www.czcdf.cn

邮箱：service@czcdf.cn

官网 QQ:3112845565

顾客投诉监督机构：质管部；联系电话：0519-89856691

4、服务制度

4.1 服务行为规范

4.1.1 服务形象规范

1）遵守国家及公司相关法律法规、规章制度等相关要求；遵守公共道德，对外交往要有理、有节。

2）忠于职守、诚信合作、敬业爱岗、积极进取。

3）尊重顾客、以诚相持,对顾客一视同仁，做到不以貌取人。

4）工作态度主动、热情、耐心、周到。

5）仪容仪表装扮得体、整齐大方、仪表整洁、行为检点、举止优雅。

6）服务用语规范、语气和蔼、谈吐得体、情绪饱满、精神集中。

7）出现服务差错时，要主动致歉，态度诚恳，彬彬有礼。

8）尊重顾客时间，减少顾客等待，提高服务效率。

9）工作期间应着工服、现场穿戴劳动防护用品

4.1.2 服务操作规范

4.1.2.1 电话服务规范

1）在电话受理或电话回访时，应注意用语规范。

2）如因产品质量而引起顾客不满、对顾客要求服务的应答，应围绕产品型号、用户联系地址、姓名、电话、产品型号、出厂编号以及服务内容而展开，应认真理解对方的意图，并对对方的谈话做必要的重复和附和，以示对对方的积极反馈，同时为获得更多的信息，可告知顾客可以选择其他渠道进行快速受理。

3）对顾客投诉、回访的电话，应该保持真诚的态度，温和、歉意的语气为其解释，细心倾听并做好记录。

4）如顾客电话咨询技术方面的问题，属于一般常识，能解答详细则解答；如涉及到专业的问题，应告知技术人员电话、姓名，同时知会该技术人员及时接听解答。

5）如顾客后期再次回电，应做好记录，并与相关人员做好交接，以便后续工作。

6）顾客通过邮件、信函致函至公司，接收人员要及时对其分类、整理上报，并在 48 时内，以致函或电话形式回复受理结果。

4.1.2.2 现场服务规范

1）服务人员接到报修服务联系单，应事先与顾客联系了解具体情况，约定具体上门的时间；按照约定的时间准时上门。

2）服务人员必须具备从业资格，同时携带好相应的维修工具和配件。

3）服务人员到顾客现场时，应遵守顾客现场的相关规定，并向顾客出示函件、证件并明示来意，经顾客同意后进入。

4）热情主动的与顾客进行情况交流，与顾客进行安全技术交底，核对品牌机型、生产日期，记录产品型号、编号，询问故障情况，初步判断是否属于产品本身故障或外在因素，并向顾客简单陈述。

5）在服务过程中，要先征得顾客同意，服务要诚信、快捷、高效、专业，无论什么故障都应告知顾客可行的对应方案，切记惊慌失措。给人造成不便时或寻求别人协助时，应注意用语规范。

6）服务实施过程中应按照用户服务安全规程、常见故障处理办法、使用说明书等指导性文件，仔细检查、判断故障、采取有效措施进行实施。

7）如果遇到疑难故障现场不能解决、需要再次上门或需要返厂维修，应该委婉地向顾客提出处理方案。

8）服务完成后应清楚地向顾客解释实施结果，向顾客讲解产品的使用、操作方法、注意事项和日产检查维修常识；同时，应检查自身工具材料，帮助顾客整理现场，打扫卫生，涉及相关环境因素的活动中产生的固废弃物，应告知顾客处理措施，并与顾客友好协商代为妥善处理或直接带回。

9）服务完毕后，应征求顾客意见并填写用户服务反馈单；临走应向顾客告别，并留下联系方式。

10）回到公司后，按照用户服务管理制度相关要求，传递市场信息至相关部门。

11）上门服务注意事项：

- 不损坏顾客的物品
- 不污染顾客现场
- 不索取顾客的财物
- 不乱收费
- 不与顾客争吵
- 不损坏公司形象
- 不透露顾客信息
- 不泄露公司机密

4.1.2.3 回访服务规范

为了加强公司与顾客的沟通和联系，公司依据服务区域、项目顾客、重点顾客的服务情况，开展顾客回访；主要采用电话回访、上门回访和信函回访等方式进行回访。

1）电话回访：由公司负责回访工作的人员通过专用电话对顾客进行回访，了解产品使用情况，解决用户的使用存在的问题，并对回访情况进行记录。

2）上门回访：在售后服务过程中对顾客服务时，进行上门回访，并对回访情况及时进行记录。

3）信函回访：对于部分顾客电话联系不上、又无法进行上门回访的客户，公司将通过信函进行回访，对返回的信函进行记录。

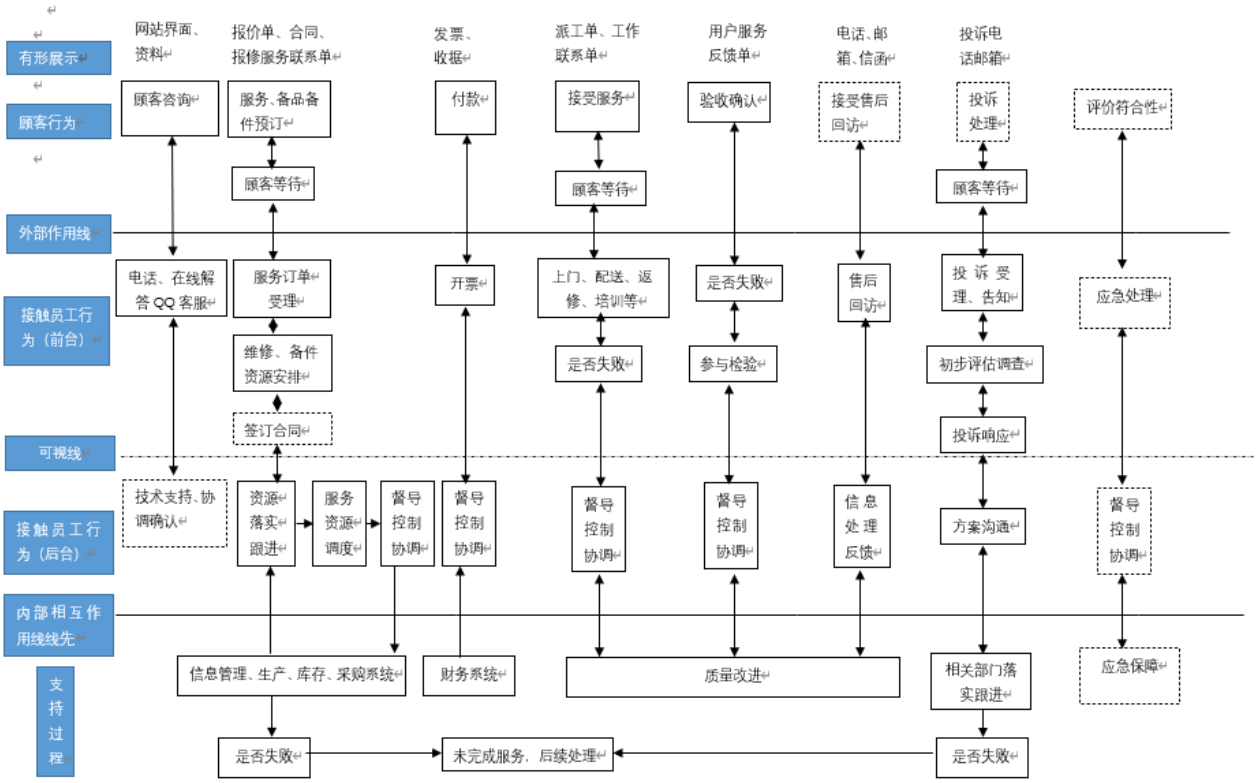
对于在回访发现的问题要及时处理，原则上谁的问题谁负责任，并负责处理。对于回访效果好的服务人员，要及时给与表扬，并作为晋级的依据；对回访效果不好的服务人员，将视情况进行批评，对问题严重者进行处罚，并计入考核。

对于回访的资料要进行整理、分析，将分析结果传递至相关部门审核，为企业服务质量的改进提供依据。

4.2 服务流程

依据国家的法律、法规、规章和政策性规范文件中相关规定，公司结合经营管理实际和内部流程，针对售后服务中的各项活动制定相应的流程，不断提高员工的整体素质，确保公司售后服务工作的有序进行。

售后服务流程图



4.3 保修政策

4.3.1 服务保证

针对顾客的售后服务需求，我们承诺整机产品质保期 1 年，终身保修。在质保期内，如产品在正常使用和维护条件下，因产品自身材料、工艺或制造问题导致性能故障，影响正常使用，我们将按本文件规定为您提供修理、更换或退货等服务。

“性能故障”是指产品不符合安全、卫生要求，存在危及人身、财产安全的不合理危险；或者不具备产品应当具备的使用性能；或者不符合明示的质量状况。

“正常使用和维护条件”是指产品的安装、使用、维护、保管、运输等符合使用说明要求，并用于合理的预期目的或用途。

“影响正常使用”是指产品不能实现其合理预期应当提供的功能；除事先声明或依法或依

约定应由您负担费用外，我们不就保修服务向您另外收取费用。

“使用不当”是指顾客因使用、维护、保管、运输不当造成的损坏；非本公司拆动、改动而造成的损坏；使用非本公司备件产品造成损坏；因不可抗力造成的损坏以及无有效凭证或有效凭证不符、涂改的。

“终身保修”是指在合理使用的情况下，超过质保期的产品终身使用期内，提供有偿服务。

以上是我们就产品质量和服务所做的全部保证，无其他明示或默示的保证。

4.3.2 质保期

1）质保期

除合同另行规定外，质保期自开具发票之日起计算，扣除因修理占用和无零配件待修的时间。如无有效票据，则质保期将自产品出厂日起算；产品票据日期晚于产品工厂实际交付日的，质保期自产品工厂实际交付日起算。

2）经本公司维修的产品，在原质保期内继续享受本公司提供的质保服务；距原产品的质保截止日期不足三个月的，所更换的备件之更换之日起享有三个月的质保。

3）经过换货后的质保有效期自换货之日起重新计算。由本公司在发票背面加盖更换章并提供新的质保凭证或在原有凭证背面加盖更换章。

4.3.3 非质保范围

质保范围不包括：

1)超出质保期限使用的产品和部件。

2)无论是意外或其他原因导致产品遭受误用或滥用而造成的故障，本公司保留质保之判定权利。

3）顾客因使用、维护、保管、运输不当造成的损坏；非本公司拆动、改动而造成的损坏；使用非本公司备件产品造成损坏；因不可抗力造成的损坏以及无有效凭证或有效凭证不符、涂改的。

4）跟随本公司产品出货的阀门、控制器等各类质保方式将遵从原始制造商的规定，有原始厂家提供保修。

5）定制化产品。定制化产品的质保期以项目合同为准。

6）正常的耗损(如：使用过程中产品及其部件的自然消耗，磨损及老化)，过质保期的产品易损件或外置配件的任何故障。

7）如销售商或其他任何第三方对您有额外承诺，您应向这些第三方要求兑现，我们对此不承担责任。

8）顾客或任何顾客的代理人通过使用欺诈手段或策略而获取本条款下的任何利益，或由于顾客的故意或纵容而导致产品的损坏，我方有权拒绝任何权利请求。

9）其他非因产品本身质量问题导致的故障或损坏。

4.3.4 服务收费

属顾客使用不当而引起的质量问题和不属于质保范围，如顾客所需，要求我公司服务的，本公司将满足用户要求，收取修理费进行有偿服务；所需的零部件材料按本公司销售价格计算收取费用。

1)如果顾客同意检测维修，本公司将在维修完成之前提供包含检测费，零部件材料费、人工费以及单程运费的总报价；如需要上门维修，本公司将另行收取包括差旅费等其他费用。

2）若顾客决定不接受本公司的维修服务，本公司将根据顾客的决定将故障产品返回给顾客或直接报废。如果产品不在质保期内，顾客需承担运费。

3）如返回的产品不在质保期内或产品虽然在质保期内，但因非质保范围部分提及的原因而不属于质保范围，则：

本公司可根据零部件的库存情况保留保修权利。

本公司将在收到需付费维修的产品之后，提供给客户一份预估报价，若顾客同意付费检测维修，本公司将在维修完成之后，通过电子邮件、传真等方式发送一份正式报价单。

顾客收到预估报价后，自行决定是否接受 本公司的维修服务。如果顾客决定不接受本公司的维修服务，产品将被寄回给顾客，运费由顾客承担。顾客还可以选择由本公司直接将产品报废，无需支付额外费用。

4.3.5 易损件质保声明

1）本公司不同类型的产品、型号易损件有所不同；一般产品易损件的质保期按下列规定执行：

序号	易损件	质保期
1、	电池	出厂或更换之日起 3 个月
2、	旋钮	出厂或更换之日起 3 个月
3	视窗玻璃	出厂或更换之日起 3 个月
4	标识牌（接地）	出厂或更换之日起 3 个月
5	挂锁	出厂或更换之日起 3 个月
6	箱盖、接线盒密封圈	出厂或更换之日起 3 个月
7	保险丝	出厂或更换之日起 3 个月

2）易损件的质保范围不包括：

a)不属于原装件、已过易损件质保期限内。

b)人为或非正常使用造成的损伤。损伤包括：运输损坏、使用或存放不当。

c)接触或暴露于不适当温度、溶剂、酸碱、水浸或潮湿环境。

d)其他非因产品本身质量问题导致的故障或损坏。

f)正常的耗损(如：使用过程中产品及其部件的自然消耗，磨损及老化)。

4.3.6 质保方案

对质保范围内的产品故障，以修理为解决原则，产品的保修方式为上门服务和返修服务；返修服务即顾客需要将产品返回本公司进行维修。

在可行的情况下，我们可能会尝试通过网络、电话或其他远程帮助方式来诊断和解决您的产品故障。

如有些问题可通过您自己安装指定的软件更新或替换件方式解决，则我们会指导您获得和安装此类软件更新或替换件。

如上述方式不适用或无法解决问题，我们会按产品享有的质保范围提供服务（一般给予上门服务）。

如您要求的解决方案超出法律规定的或我们承诺的范围，您需要承担相应的服务费或产品修理费等费用。

4.3.7 申请服务

如需要服务，您可直接与产品销售商、业务员或客服人员联系，也可登录官方网站通过在线服务，或拨打相关的服务热线电话，与我们联系，由我们的服务人员为您提供服务。

申请质保服务时，您应提供有效的销售相关票据方可获得保修。在购买产品时，您应向销售人员索取并妥善保管完整填写的相关票据。如票据内容与产品实际不符、被涂改或无法辨认，视为无效。

产品经修理或更换的，您应妥善保管维修记录。铭牌、合格证、维修记录等资料统称为质保凭证，这些资料是您有权获得质保服务的证明。

如您不能提供有效的上述文件，则在我们可确认产品或部件属于质保范围的情况下，也可为您提供保修，但这不作为我们的义务。

当您申请保修服务时，需要遵守我们规定的一些必要程序，包括提供必要的相关信息，遵循特定的鉴定和解决问题步骤。一般我们须将必要的相关信息，录入《报修服务联系单》中进行受理；在服务过程中记录相关维修信息，形成《用户服务反馈单》，并让顾客进行签署或留存。

4.3.8 退换货服务

在质保期范围内，对于在服务过程中因国家法规、产品实际情况等原因产生的退换货事件，本公司按国家有关规定办理退换货处理。

4.3.8.1 退换原则

1）在质保有效期内，符合换货条件的，本公司因无同型号同规格产品，顾客不愿调换其他型号、规格产品而要求退货的，本公司给予以退货；有同型号同规格产品，顾客不愿调换而要求退货的，本公司给予以退货，对已使用过的产品本公司将与顾客约定收取折旧费（除本公司与销售者之间订立的买卖合同、承揽合同有不同约定的，合同当事人按照合同约定执行。）。

2）发生退换货时，应及时做好客户安抚工作，并由下向上逐级汇报，制定预应措施，做出预判，实时沟通交流、风险评估并输出处理意见。

3）对于公司已确定的退换的产品，应及时安排计划进行生产，以保障客户需求。

4）根据事件产生的处理过程、经济损失、费用支付和费用追溯等内容，形成专题报告至公司，并总结和改进；退换货工作结束后，应当进行顾客回访。

4.3.9 责任限制

本公司保证将以认真的态度和专业的技能提供上述服务，在任何情况下，不对下列任何情况承担责任：

1） 第三方提出的赔偿请求。

2） 在服务过程中，会对顾客产品内的遗留辅助件或数据造成丢失等不可预知的风险，顾客确认须于我方维修前自行记录或拆解、留存。本公司仅负责产品的检测和维修，恕不提供任何数据恢复和遗留辅助件；于返修检测过程中，如若发生任何形式被修改的情形时，本公司对此不负责。

3） 特殊的、偶然的或间接的损失（包括但不限于无法使用、业务损失、利润损失、数据损失、故障时间损失及误工费），即使我方已经知悉此种损失的可能性，我方对于待修产品内顾客遗留的物品不承担责任。在质保期内，免费维修更换下来的故障备件或故障机，归本公司所有。

4）因任何一方的原因造成顾客或我方不能履行本应履行的任何义务，顾客和我方均可免

责。

4.4 备品备件供应

为保证产品维修所必需的材料和配件的质量以及时供应，本公司有多种类型的备品备件供应服务，持续满足顾客的备品备件需求。

4.4.1 备品备件服务

服务类型	方式
备件订购	指依据顾客所需，按照公司产品或零部件销售价格或相关规定与顾客签订合同或协议，并有计划地安排生产和供应。
备件替换	指在服务人员提供现场（上门）备件更换服务时，把更换下来的顾客故障件直接替换成本公司正品件的服务。
备件升级	指按照顾客所需，有计划的对顾客现场的产品或零部件进行替换升级。
备件托管	指顾客批量购买本公司备品备件以后，因没有专业备件仓库、没有专业管理人员时，由本公司提供备件仓库、备件管理人员的托管服务。
备件管理	指依据顾客产品的配置情况和备件储备配比，为顾客定制备件包，并建立一个专用备件库，由本公司提供仓库和管理员进行专业管理，为顾客提供及时的备件服务。
备件配送	指依据备件订单或协议、承担约定的售后配送服务，确保按时、保质、保量地将产品送至顾客公司或指定地点。

4.4.2 备品备件销售

1)常规备品备件销售

依据顾客所需和备品备件服务类型，按照公司产品、零部件销售价格或相关规定与顾客签订合同或协议。一般整机产品按照公司整机产品销售价格执行；零部件按照《备品备件清单》及公司规定的价格进行销售。

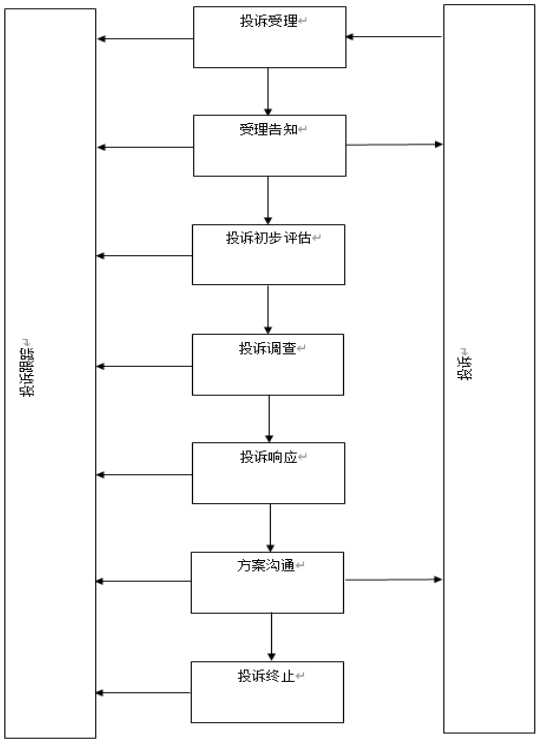
2）非常规备品备件销售

对非常规备品备件的销售，在签订合同/订单之前，组织质管部、生产部、技术部对其质量要求进行评审和确定，并根据评审结果进行处理；然后按公司有关规定进行定价销售。

4.5 投诉处理

为及时反馈和处理顾客投诉,有效解决顾客投诉，公司秉持“诚信、快捷、专业、有效”的服务理念，设立专职部门及人员，记录顾客投诉，建立档案，通过有效和高效的投诉处理过程，对突发事件、服务失误进行及时处理和补救，增强顾客忠诚与顾客满意，改进产品和服务。

4.5.1 投诉处理过程



投诉处理过程图

4.5.2 突发事件及补救措施

1）突发事件

为防止企业突发事件对企业造成严重的损害，公司对突发事件的处理做出相应规定，并制定了相应处理办法。

2）补救措施

为妥善处理顾客投诉和突发事件，采取应急补救措施，安抚顾客损失，维护公司形象，保证产品和服务质量，公司制定了相关补救措施

a)在质保范围内，若因维修期限较长，或因公司原因延误维修时间的，（在征得顾客同意的情况下）可按照保修政策，为顾客提供相应的服务或代用品。

b)当商品存在缺陷或出现难以解决的问题(例如：配件停产无法维修、服务场所歇业或地址迁移造成服务中断等)时，应实施补救措施。

c)因公司产品或服务质量缺陷，给顾客造成损失或对顾客影响重大，应实施补救措施。

4.6 顾客培训

为适应公司发展的需要，全面提高用户服务部人员整体素质，公司的培训工作实行人事部归口管理；对内依据公司员工的入职情况，在职级别和岗位不同，针对性开展思想品质、业务知识和专业技能培训；对外依据顾客需求，开展基础培训和定制培训服务。

4.6.1 培训服务

1）基础培训

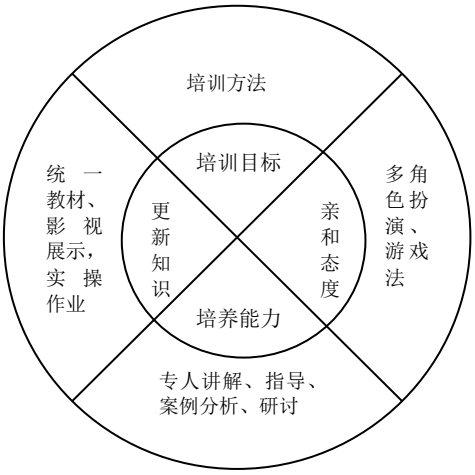
我们有专业的讲师、专门的培训设施和广泛的课程，定期或不定期为顾客提供培训所需；让顾客了解产品的安装、调试、维护和维修的所有方面管理经验。

2）定制培训

我们为顾客提供产品培训已超过 40 年，并将继续为我们的顾客提供定制培训。

4.6.2 培训方案

根据顾客所需，为对学员有良好的引导作用，使学员在生动的培训过程中迅速的吸收知识，提升培训的主题效果。我们制定了针对性的培训计划、方案，通过不同的培训方式、培训内容，使学员达到不同的培训目的。



培训目标与方法对应关系图

4.6.3 培训预算

公司设立专项保障资金，根据企业总体业务需求和人力资源计划，确定培训预算及投放原则，人事部在用户服务部经理的配合下，确定季度和年度用户服务培训计划，并依据预算设定培训项目及馈赠方案。

4.7 信息公开机制

公司遵循诚信服务、文明经商的意识，倡导良好的经营风尚和商业道德；为保证品牌诚信信誉和商品质量，公司建立了商品系统性缺陷信息公开机制，及时告知顾客。

1）针对已售商品，发现系统性缺陷后，并立即采取电话、函件或上门方式，及时告知顾客，按照国家法律规定处理。

注：系统性缺陷指商品出现的结构性的或批次性的质量缺陷。

2）依据顾客所需，对已售商品采取不同的方式进行处理，保证客户正常使用商品，无安全隐患。

3）将已售商品问题解决后，回访跟踪使用效果。

5、附则

5.1 **本指南适用中华人民共和国法律（香港、澳门、台湾法律除外），仅在中国区域内（不含香港、澳门和台湾）提供；与中国法律法规有抵触、不符合时，以中国法律法规之相关规定为准；有关本服务的任何争议应双方协商解决或交由常州市武进区人民法院裁决。**

5.2 本指南解释权、修订权为常州电站辅机股份有限公司所有。

5.3 本指南中如有失误导致组织行为不符的，本公司不再另行通知或解释，将在次版中进行修订更正。

5.5 本指南自公布之日起执行。