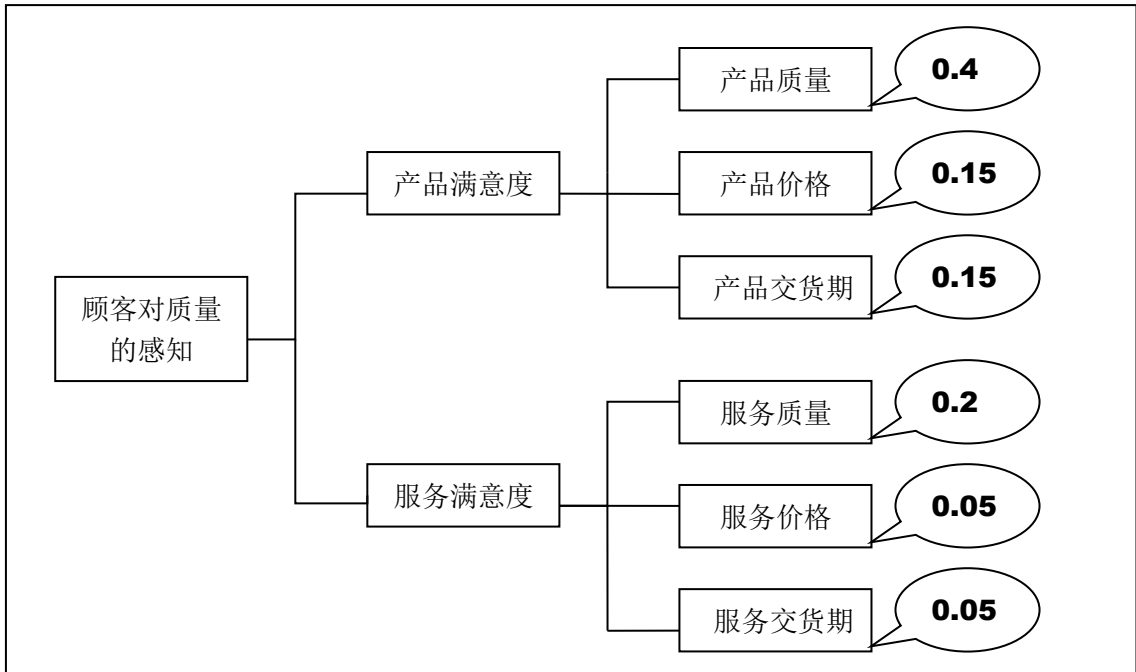


南京天文光学技术研究所 QP2018-9-02 顾客满意度测量程序	版 本 号	01
	修 订 号	0
	页 次 号	1/3
<p>1 目的</p> <p>通过对顾客满意度的测量，了解研究所是否正确理解并满足顾客当前和未来的需求和期望，根据调查或测量结果改进质量管理体系，不断提高顾客的满意程度。</p> <p>2 适用范围</p> <p>适用于对顾客满意度的测量。</p> <p>3 职责</p> <p>3.1 科技处会同责任部门组织对顾客满意程度进行测量，负责分析顾客反馈信息，并保存相关的测量记录。</p> <p>3.2 科技处组织责任部门根据顾客满意度的测量结果采取相应的改进措施。</p> <p>4 程序</p> <p>4.1 顾客信息的收集、分析和处理</p> <p>4.1.1 科技处负责收集顾客满意或不满意的信息，作为对质量管理体系业绩的测量。</p> <p>4.1.2 各研究/实验室应及时与顾客沟通，了解顾客需求。</p> <p>4.2 顾客满意程度的测量</p> <p>4.2.1 每年年底科技处应调查顾客对研究所产品、服务的满意程度，收集意见和建议。分发《顾客满意程度调查表》，并负责回收。回收率应达 80%以上。应对调查情况进行汇总、分析。</p> <p>4.2.2 科技处根据了解的信息确定顾客的需求和期望，提出改进的建议。向相关部门发出《纠正和预防措施处理单》，并验证其实施效果。</p> <p>4.2.3 科技处和相关部门对顾客非常满意的方面，应对相关部门和人员及时通报表扬。</p> <p>4.3 顾客满意程度测量的具体要求与方法</p> <p>4.3.1 确定测评指标并量化</p> <p>根据研究所质量管理体系文件，测评指标分解及其权重系数如下图所示：</p>		



顾客满意度指数测评指标主要采用态度量化方法。一般用李克特量表，即分别对 5 级态度“很满意、满意、一般、 不满意、很不满意”赋予“5，4，3，2，1”的值（或相反顺序）或赋“100，80，60，30，0”分值，也可就其中等级简化处理。让被访者打分，或如下图所示直接在相应位置打勾或划圈。

测评指标	很满意	满意	一般	不满意	很不满意
产品质量	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
产品价格	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
产品交货期	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
服务质量	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
服务价格	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
服务交货期	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.3.2 确定被测评对象，顾客可以是企业外部的顾客，也可以是内部的顾客。具体见下表：

识别和确定顾客	
组织的内部顾客	组织的外部顾客
组织内部的受益者（全体员工）	组织外部的受益者
✓ 上下级关系顾客	✓ 供应商
✓ 平行职能关系顾客	✓ 投资者
✓ 流程关系顾客（前后的过程或上下道工序关系）	✓ 经销者
	✓ 消费者
	✓ 最终使用者

对外部顾客可以按照单位特征（性质、级别、研究方向、所在地等）、所需项目产品特征（预研究性、实物产品研制、技术要求难度等）、消费行为特征（即心理和行为特征）、购买经历来分类。

南京天文光学技术研究所 QP2018-9-02 顾客满意度测量程序	版 本 号	01
	修 订 号	0
	页 次 号	3/3

4.3.3 调查设计，针对选定测评对象特点，可采用抽样调查方法，发放调查表、问卷调查、不记名意见箱、电话采访、面谈、网络征集意见等多种形式。

4.3.4 实施调查，可选择第一方、第二方或第三方进行顾客满意度调查，但这三种方式的客观性、可靠性、经济性存在差异。相对来说，委托第三方进行顾客满意度调查比较客观、科学、公正，可信度较高，但费用也高，我所一般第一方调查的方式。调查表发放时机，可以是随产品合格证明文件一起交付顾客，或每年至少调查一次尚有产品项目联系的顾客，或与顾客沟通时填写。应针对具体顾客及项目产品的情况灵活采用。

4.3.5 调查数据汇总整理，收集问卷后，应统计每个问题的每项回答的人数（频数），及其所占被访者总数的百分比（频率），并以图示方式直观地表示出来。一般可以直接用 Excel 中的柱形图或饼图等，或用其他统计软件来分析。另外，还应考虑问卷设置的测评指标对总体评价的影响程度。

4.3.6 计算顾客满意度指数，分析评价。可以采用加权平均的方法计算顾客满意度指数。

$$CSI = \sum_i \lambda_i X_i$$

公式：

CSI	顾客满意度指数
λ_i	第 i 项指标的加权系数
X_i	顾客对第 i 项指标的评价

4.3.7 编写顾客满意度指数测评报告。顾客满意度测评报告的一般格式是：题目、报告摘要、基本情况介绍、正文、改进建议、附件。

4.3.8 改进建议和措施，按照测评结果，针对问题制定详细的纠正或预防措施计划，把报告中提出的改进建议落实到相关部门和责任人，以达到持续改进，增强顾客满意度的目的。

5 相关文件

- 《文件控制程序》 (QP2018-7-05)
- 《质量信息控制程序》 (QP2018-7-07)

6 质量记录

- 《顾客满意程度调查表》 (ZG-9.02-01)

编写		审核		批准		实施日期	
----	--	----	--	----	--	------	--