

# T/BJWX

## 北京物业管理协会团体标准

T/BJWX XXXX—XXXX

### 客户满意度管理规范

Customer Satisfaction Management Specification

(征求意见稿)

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

北京物业管理行业协会 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 基本原则..... 2

5 客户满意度评价体系..... 2

6 客户满意度管理的实施..... 6

7 客户满意度结果的沟通和应用..... 8

8 客户满意度持续改进..... 8

附录 A..... 10

物业服务客户满意度调查样本量（经验方法）..... 10

附录 B..... 11

物业服务客户满意度调查问卷示例..... 11

## 前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由××××提出。

本文件由××××归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

# 客户满意度管理规范

## 1 范围

本文件规定了客户满意度管理的关键过程、对客户满意度的评价方法、问题解决机制和结果的反馈及应用，适用于商业物业、居住物业、工业物业、政府类物业等各种物业形态，为组织开展客户满意度管理工作提供依据。客户满意度是衡量服务/产品质量的一个重要方面，是检验组织是否满足客户需求、实现客户满意的重要尺度，为组织改进提升质量提供有效参考。

## 2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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/T 19038-2009 《顾客满意测评模型和方法指南》
- GB/T 19039-2009 《顾客满意测评通则》
- GB/Z 27907-2011 《质量管理 顾客满意 监视和测量指南》
- GB/T 19012-2019 《质量管理 顾客满意 组织投诉处理指南》
- GB/T 19014-2019 《质量管理 顾客满意 监视和测量指南》
- GB/T 19010-2021 《质量管理 顾客满意 组织行为规范指南》

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1 客户满意

客户满意(customer satisfaction, CS)是20世纪80年代中后期出现的一种经营思想。其基本内容是:企业的整个经营活动要以客户满意度为指针,要从客户的角度、用客户的观点而不是企业自身的利益和观点来分析考虑客户的需求,尽可能全面尊重和维护客户的利益。是客户需要得到满足后的一种心理反应,是客户对产品或服务本身或其满足自己需要程度的一种评价。具体而言,就是客户通过对一种产品感知的结果与自己的期望值相比较后所形成的愉悦或失望的感觉状态。

### 3.2 客户满意度

客户满意度是指客户满意的程度,既是一种心理状态也是一种自我体验,是客户在购买和消费相应的产品或服务后所获得的不同程度的满足状态。在客户满意度管理中,要想获得进行客户满意管理的科学依据,必须建立客户满意级度来衡量客户满意的不同状态,以便制定相应的营销策略。

### 3.3 客户满意度测量

组织为了了解顾客对其提供产品/服务的满意程度,策划和设计获取顾客满意度信息的程序,实施调查、计算并分析顾客满意度结果的过程。

### 3.4 客户满意度测量评价

按照相关的评价标准,组织对客户满意度测量项目进行评价的活动。

### 3.5 顾客满意度指数

顾客满意度指数是指从综合、总体角度,将我们对顾客满意度的衡量指数化,即消费者对企业、行业、甚至国家在顾客需求方面进行评价,主要从顾客角度衡量产出质量。

### 3.6 客户

购买或者接受组织提供服务的组织或个人。

### 3.7 样本

在满意度评价调查时所抽取的调查对象。

### 3.8 样本量

在满意度评价调查时总体中抽取的样本元素的总个数。

### 3.9 有效样本

针对调查指标做出有效回答的被调查者人数，不包含对调查指标回答为“不知道”或“拒答”的人数。

## 4 基本原则

### 4.1 总则

为保证客户满意度评价方法、评价过程及评价结果的有效，组织应遵循的基本原则。

### 4.2 资源

组织在满意度调查过程中应配置相应的人力、物力等资源，并进行高效的管理。

### 4.3 方案

针对本组织的情况及客户情况制定适宜的客户满意度评价方案，以确保评价过程及评价结果的真实有效。

### 4.4 改进

改进是组织结合满意度调查结果不断改进服务过程，从而提高客户满意度的方法。包括确定改进目标、制订的解决方法、测定实施效果、并实施持续运用改进等。

## 5 客户满意度评价体系

### 5.1 评价渠道

#### 5.1.1 企业自行评价

物业服务企业根据调查目的、样本情况、各类资源情况选择适宜的调查评价方式。

- 线上评价
- 面访评价
- 电话评价
- 社交媒体评价

#### 5.1.2 第三方机构评价

物业服务企业可委托第三方机构开展评价，受委托的第三方机构应具备以下条件：

- 具备独立法人资格；
- 具有与其服务范围相适应的固定工作场所和专业服务团队；
- 熟悉物业服务业务特点，了解评价目的和要求，能够熟练开展评价工作，独立编制评价报告。

### 5.2 评价等级

#### 5.2.1 级别设置

物业服务企业客户满意度根据分值划分为非常满意、满意、一般（基本满意）、不满意、非常不满意5个等级，各等级的评判内容和分值标准见表1。五分制或十分制的物业服务客户满意度应先转换成百分制。

#### 5.2.2 分值换算

表1 物业服务客户满意度等级划分标准

评价等级	对应分值	说明
非常满意	$CSI \geq 80$	物业服务完全满足甚至超出客户期望或需求
满意	$60 \leq CSI < 80$	物业服务满足客户期望或需求
一般（基本满意）	$40 \leq CSI < 60$	物业服务符合客户最低的期望或需求
不满意	$20 \leq CSI < 40$	物业服务存在影响客户感知的明显缺陷
非常不满意	$CSI < 20$	物业服务存在影响客户感知的重大缺陷

### 5.3 评价指标体系

#### 5.3.1 指标体系的设计

##### 5.3.1.1 确定调查方案

物业服务企业应根据调查范围，设计物业服务客户满意度调查方案。方案应包含调查范围、项目指标、抽样方法、样本量、数据收集方法和调查实施细则等等。

##### 5.3.1.2 抽样方法

抽样方法一般采用简单随机抽样、分层抽样、整群抽样。

##### 5.3.1.3 样本量

选择样本量时应综合考虑样本量的总体规模、抽样精度、抽样难度、回收率及开展调查所需要的经费、人力和时间等因素。

##### 5.3.1.4 样本量的统计方法

样本量的统计方法一般包括经验法，统计学方法和实验模拟法。其中确定客户样本量的统计学方法如下（1）：

$$N = \frac{Z^2 \times \sigma^2}{E^2} \dots \dots \dots (1)$$

式中：

$N$  —— 所需样本量；

$Z$  —— 置信水平对应的 $Z$ 值，其中90%置信水平对应的 $Z$ 值为1.645，95%置信水平对应的 $Z$ 值为1.96，99%置信水平对应的 $Z$ 值为2.576；

$\sigma$  —— 总体标准差的估计值；

$E$  —— 可允许的误差范围，一般 $\leq 5\%$ 。

样本量统计的经验法详见附录A

##### 5.3.1.5 评价标准

评价量表宜采用5级量表，见表2。

表2 评价量表

非常满意	满意	一般（基本满意）	不满意	非常不满意
5	4	3	2	1

##### 5.3.1.6 问卷内容

一般问卷应包括标题、问候语、项目名称、客户满意度调查内容、结束语，其中客户满意度调查内容的设计应遵循以下原则：

- 能准确反映评价指标的含义；
- 结构合理、逻辑性强、通俗易懂；
- 便于数据处理。

客户满意度调查问卷示例详见附录B

##### 5.3.1.7 问卷预测试

问卷设计完成后，应抽取少量样本在小范围内进行问卷的预测试。测试问卷的使用方法应与实际调查的方法一致。如问卷存在重要修订需重复进行此测试。

##### 5.3.1.8 问卷检验与校正

企业应根据预测试结果对调查问卷进行信度和效度检验，根据检验分析结果对问卷进行修改确认问卷终稿。

一般采用 $\alpha$ 系数法对问卷信度进行检验，信度系数一般应 $\geq 0.8$ ；采用专家验证法检验问卷的内容效度，采用因子分析法检验问卷的结构效度，结构效度系数一般应 $\geq 0.6$ 。

##### 5.3.1.9 调查的范围和频次

物业服务企业应根据调查的目的和目标确定客户满意度调查的范围，调查的范围包括：

- 企业管辖的全部项目；
- 企业管辖的某个区域的项目；
- 企业某一类业态或品牌的项目。

物业服务企业管理单个项目的，应每年至少开展一次调查工作。

### 5.3.2 建立指标模型

#### 5.3.2.1 指标列表

评价指标采用三级形式，一级指标应包括但不限于物业服务总体满意度，二级指标由一级指标展开而得到；三级指标由二级指标展开而得到，可直接转化为问卷问题，见表3。

表3 客户满意度评价指标

一级指标	二级指标	三级指标
物业服务总体 满意度	客户服务	客户接待及时性、客户沟通通畅性、手续办理便捷性、装修管理规范性、档案管理规范性、客户维护全面性、客户纠纷处理专业性、服务态度等
	房屋及共用设施设备管理	共用部位的完好性、共用设施设备的完好性、运行效果、维修及时性、维修效果等
	秩序维护	人员进出、物品进出、宠物管理、巡逻频率、秩序维护员服务态度、仪容仪表等
	消防管理	消防通道通畅、消防设施维护完好等
	车辆管理	车辆进出、车辆引导、机动车辆停放、非机动车辆停放、道路交通标志标线清晰合理性、停车收费合理等
	环境卫生	楼内公共区域干净程度、楼外公共区域干净程度、公共区域异味程度、垃圾清运及时性、消杀效果、保洁员服务态度、垃圾分类等
	绿化养护	绿化景观完整性、修剪及时性、有效控制病虫害等
	工程维修	报修渠道畅通、报修处理及时性、维修效果、维修人员专业性、服务态度、有偿服务价格合理性等
	投诉处理	投诉渠道便利程度、投诉处理及时性、投诉处理结果、服务态度等
	企业文化建设	企业价值观、经营目标明确，宣传多样性、活动丰富性等
客户忠诚度	再选择意向	——
	推荐意向	——
可根据实际需要补充物业费性价比满意度、房屋质量总体满意度、小区规划设计总体满意度等一级指标和相应的二级指标。		

#### 5.3.2.2 分析方法

可采用两类数据统计分析方法：

——客户满意率：表示满意的客户占总有效调查样本的比例。

——客户满意度：通过客户评价数据按照加权求和方式计算得出，用于测量满意程度。

### 5.3.2.3 算法模型

#### 5.3.2.3.1 客户满意率计算公式：

客户满意率=评价满意的客户数量÷有效调查样本总数量×100%

评价满意的客户数量——以一级指标评价数据为基准，公建类项目、别墅类居住项目为评价5分及4分的客户数量之和，普通住宅类项目可将3分计为满意。

#### 5.3.2.3.2 客户满意度计算公式：

各项指标满意度计算公式：

$$CSI_i = \frac{\sum_{j=1}^m Q_{ij}}{5 \times m} \times 100$$

式中：

$CSI_i$  ——调查问卷中第*i*项指标的满意度分值；

$m$  ——有效调查问卷的总份数；

$Q_{ij}$  ——第*j*份调查问卷中，第*i*项指标测评得分。

客户满意度计算公式：

$$CSI = \sum_{i=1}^n (\omega_i \times CSI_i)$$

式中：

$CSI$  ——客户满意度

$\omega_i$  ——第*i*项指标的权重

$CSI_i$  ——第*i*项指标的客户满意度感知值（按照有效调查问卷该指标算数平均值计算）

$n$  ——二级评价指标的数量

### 5.4 评价指标权重设计

#### 5.4.1 权重的确定

评价指标权重可参考表4，也可根据业态、评价目的适当调整。增减评价指标时，各指标权重应统一调整，保证整体分值设置规则一致、科学合理。

表4 评价指标权重

一级指标	权重	二级指标	权重
企业文化	10%	企业文化建设	10%
品牌形象	10%	品牌总体印象	10%
物业服务质量	70%	客户服务	10%
		房屋及共用设施设备	12%
		秩序维护	8%
		信息沟通	8%
		车辆管理	8%
		环境卫生	10%
		绿化养护	7%
		投诉处理	7%
客户期望	10%	总体期望质量	10%

可根据需要补充客户忠诚度等一级指标和相应的二级指标，并相应设置权重。



#### 5.4.2 权重的计算方法

权重确定方法包括层次分析法、德尔菲法、二项系数法等。

### 6 客户满意度管理的实施

#### 6.1 明确需求

##### 6.1.1 需求获取

组织应建立客户需求获取渠道与机制，整合内外部客户信息，在客户的关系建立与维护过程中识别并获取客户的需求或期望。

##### 6.1.2 需求识别

根据服务项目的类型、产权形式、归属分类、对企业的价值贡献度等信息对客户群体进行分析，从立足组织市场竞争策略的角度识别客户需求，从而满足设计建立客户满意测量体系的需要。

##### 6.1.3 服务内容

结合服务合同，充分考虑对标服务的内容与特点，根据不同客群的需求与期望的分析结果，设计共性的基础性服务与个性化服务。

设计时应充分考虑现场准入人员、设施及环境，兼顾显性服务与隐性服务，重视内外部典型案例的优化及关键环节的应用，并针对客户不同的期望和需要保持一定的服务弹性，从而使服务满足不同客户的需求，以达到对满意度的实施与管理。

##### 6.1.4 服务调度及信息枢纽

为能向客户提供良好的服务触点体验，从服务实施的过程、地点、角色及服务中涉及的要素等方面进行过程、步骤、方法及客户能感受到的有形展示进行调度及信息枢纽设计，为客户提供高效、畅通的服务信息反馈渠道。

##### 6.1.5 服务补救

组织应针对服务失败、错误或客户的不满、报怨等情况建立跟踪、识别系统，并建立补救机制。通过对服务补救整个过程的跟踪，发现服务系统中的问题，及时修正、完善服务系统中的环节。

#### 6.2 编制调查方案

##### 6.2.1 可行性研究分析

组织针对不同客群的需求、期望和经营活动需要，对客户满意度重要性、调查研究目标和范围、数据收集、调查方法、影响因素、调研结果的效用等内容进行研究分析，提出可行性建议。

##### 6.2.2 确定调查对象

###### 6.2.2.1 调查目的

根据阶段性工作需要，通过走访、网上问卷等方式，与客户进行沟通，了解客户的需求、期望及意见，通过分析结果，为改进服务及相关工作提供依据和调整方向，以便更好的满足客户的需求及期望。

###### 6.2.2.2 调查范围

组织应在调查活动开始前从确定调查解决的问题或完成的目标、预计的调查结果是否适用等维度来确定调查范围。

###### 6.2.2.3 工作分工

应明确调查工作的组织、配合及监督责任，同时对调查频次、调查完成时间、发放量、回收量、抽样比例及与调查相关的其他要求进行要求，确保调查工作的有序开展。

##### 6.2.3 问卷设计

根据调查可行性建议、调查目的、调查范围及受调客户基本特征，在充分考虑服务承诺的前提下，对问卷获取方式、问卷问题、填写要求等方面进行问卷设计；其中问卷问题设计建议采取封闭式与开放式相结合的形式进行设计。

##### 6.2.4 时间计划

调查实施前组织要根据受调客群的特征、调查问卷获取方式及组织的经营需要，对调查实施时间、频次安排、完成时间、补调时间、调查完成时间、汇总分析出具报告时间及问题整改完成时间进行统筹计划。

##### 6.2.5 风险控制

在实施调查前,组织应对调查可能存在的风险进行识别,在确保调查严谨性和调查公正性的情况下,对客户隐私泄露、可能引起的投诉、调查实施受到的干扰因素、调查后的不利影响进行风险控制。

### 6.3 组织实施

#### 6.3.1 准备阶段

按签批的调查方案,组织成立调查小组,进行工作分工安排,对人员进行相关培训,提出要求并告知注意事项,调配并准备调查所需物资。

#### 6.3.2 实施阶段

按抽样方法及调查数据收集要求,通过现场逐一发放、电话预约发放或对线上问卷进行催收等方式实施调查,确保发放与回收的比例。

##### 6.3.2.1 过程控制

为确保调查活动的有效实施,组织应通过明确调查活动负责人、编制突发事件处置预案、实施前对相关人员进行培训、对调查进度跟进等方式对实施过程进行有效控制。

##### 6.3.2.2 结果复核

依据调查工作计划安排,应对调查数量、回收数量、有效问卷数量进行数据汇总,针对无效问卷及时安排进行补调,确保调查结果符合调查目的要求。

### 6.4 调查数据整理分析

#### 6.4.1 数据处理

——问卷有效率。问卷有效率为参与调查的人数/发出调查问卷的总人数\*100%。

——数据录入。对于有效问卷均应进行数据录入。对每份问卷数据的完整性、准确性和一致性进行审核。

——数据检验。应对数据进行频数分析、交叉频数分析和马氏距离分析。

——数据管理。测评原始问卷及数据文档应进行存档,存档时间不少于3年。

#### 6.4.2 数据分析

——分析客户满意程度和趋势;

——甄别不同类别客户的满意度差异;

——分析可能对其他客户满意造成影响的因素。

### 6.5 编制客户满意度调查报告

#### 6.5.1 基本要求

调查报告要全面、客观、准确的反映测评结果,要对涉及的调查项目进行集中概括。

#### 6.5.2 报告的格式及内容

6.5.2.1 调查报告的格式一般包括:封面、摘要、调查背景、基本情况、正文、结论与建议、附录。

6.5.2.2 调查报告的内容一般包括:

——封面

封面应包括调查项目名称、调查主体名称、调查时间、调查报告主要负责人员等。

——摘要

调查报告应简要说明调查报告的结果、内容及在报告中引用的标准。

——调查背景

调查报告应简要说明项目进行客户满意度调查的原因和目的。

——基本情况

调查报告一般包括拟调查项目介绍、调查人员构成、调查体系设计、问卷设计、调查数据分析等。

——正文

调查报告报告应详细描述客户满意度调查是如何确定调查对象、样本框的构成、采用的抽样方法、调查人员的遴选、培训、满意度调查实施进程中的具体步骤及对调查结果的分析,应采用文字、图形和列表说明本次调查的主要结果。

#### 6.5.3 结论与建议

调查人员应根据调查报告对结果进行全面、系统分析,结合历次调查情况或个人经验对此次客户满意度调查给出结论与建议。

#### 6.5.4 附录

附录一般包括项目调查计划书、原始的调查问卷、数据统计结果或计算过程资料，及其它对调查报告中的观点进行补充说明的材料。

## 6.6 公示

调查报告经审批后需要醒目区域进行公示，公示期间要做好客户质询准备，统一回复口径。

## 7 客户满意度结果的沟通和应用

### 7.1 调查结果的沟通

客户满意度调查结果沟通的目的是将调查和分析获得的信息传递给相关的部门和责任人，以便组织制定调整战略并采取相应的措施改进服务，从而进一步增强客户满意度。为确保沟通的有效性，应考虑以下因素：

- 确定沟通地点和沟通机制；
- 确定沟通对象和内容等。

### 7.2 调查结果的转化与应用

#### 7.2.1 调查结果的传递

- 满意调查报告应及时进行公布；
- 公布方式分为对外公布和内部公布；
- 对外公布通过公开报告、网络平台、面对面会议、业主委员会反馈等方式；
- 内部公布通过文件传阅、邮件传送等精准送达的方式。

#### 7.2.2 调查结果的转化

——以满意度调查结果为导向，深度挖掘客户需求与关注热点，精准定位满意度提升思路和改进重点，用于指导客户满意度的常态化系统性打造工作。

#### 7.2.3 调查结果的应用

在完成客户满意度调查报告后，可制定详细的措施，将调查结果运用到组织的管理活动中去，以达到持续改进。包括但不限于：

——市场竞争环境分析

a) 通过同一城市或同一区域同类型多个项目客户满意度对比，分析城市或某一区域物业服务的竞争趋势和整体水平；

b) 通过不同城市同类项目客户满意度对比，分析、预判物业服务发展趋势，为物业服务企业战略定位提供依据。

——客户和市场战略的制定

a) 通过客户满意度调查，掌握客户最关心的领域和不同类型客户的关注点，为物业服务企业制定针对性服务重点提供依据；

b) 通过与其他企业和行业状况做对比分析，明确物业企业自身服务水平和在行业中的位置，为企业发展策略提供依据；

c) 通过连续满意度评测方式，掌握各项目物业服务水平，同时为物业服务企业整体管理和协调资源分配等提供战略依据。

## 8 客户满意度持续改进

### 8.1 评价对象

#### 8.1.1 内部

提供物业服务的各层级人员。

#### 8.1.2 外部

客户、第三方机构、其他接受服务的人员。

### 8.2 改进结果验证

#### 8.2.1 现场体验

对整改后的项目，依据满意度调查维度和指标，关键业务触点，客户动线，聚焦短板项，直接进行现场品质感官体验。

#### 8.2.2 品质检查

满意度是内部企业管理环节从客户端得到的反映，企业应将改进的指标列入日常管理进行改进验证工作。对应短板项，结合专业的品质检查情况，通过专业讨论、结合上一年度管理举措落实效果评估，验证改进结果。

### 8.2.3 跟踪验证

多专业共同梳理和分析客户不满意的深层次原因，分析过往工作中采取的举措，取得的效果，结合当此改进的情况进行综合性分析及对比，最终提出提升目标和关键举措。可采取以下措施验证：

- 内部回访；
- 神秘客户；
- 第三方节点监测；
- 阶段性总结。

## 8.3 改进结果评价

### 8.3.1 效果评估

全员推广客户导向并贯穿到日常工作中，提高对客户感受的关注力度。

- 客户开放日；
- 总经理接待日；
- 专业人员客户回访等。

### 8.3.2 结果评价

针对项目不同生命周期的特点，做好客户关系的修复和推进工作，结合结果验证情况，形成结果评价，有效将客户满意度恢复到或维护在健康水平，为企业的持续运营及品牌建设贡献更多价值。

## 附录 A

## 物业服务客户满意度调查样本量（经验方法）

表A.1为住宅类物业，不同入住户数建议选取的最低样本量。

表A.2为非住宅类物业，不同客户人数建议选取的最低样本量。

表 A.1 住宅类物业服务客户满意度调查客户样本量

序号	入住户数（户）	最低样本量（份）
1	≤100	30
2	101-500	50
3	501-1000	100
4	1001-2000	200
5	2000以上	300
注：入住户数少于30户时，采用普查方式。		

表 A.2 非住宅类物业服务客户满意度调查客户样本量

序号	客户人数（人）	最低样本量（份）
1	≤500	50
2	501-2000	100
3	2001-5000	200
4	5001-10000	500
5	10000以上	1000
注：客户人数少于50人时，采用普查方式。		

## 附录 B

## 物业服务客户满意度调查问卷示例

## XX物业客户满意度调查问卷

尊敬的女士/先生，您好！

感谢您对 XX 物业工作一贯的支持与信任！为及时了解您的服务需求和建议，持续提升物业服务品质，我们现对您居住/工作的物业项目实施 XX 年度物业服务客户满意度调查。本次访问可能需要占用您 5~10 分钟时间，谢谢！

被调查项目/科室名称：\_\_\_\_\_ 被调查人姓名：\_\_\_\_\_ 联系方式：\_\_\_\_\_

## B.1 客户甄别

**【答题说明】**：以下问题有一项回答为“否”时，请被调查者推荐其他人，或致谢并终止调查。

序号	甄别内容	选项	
1	请问您是否熟悉 XX 物业 _____（项目名称）的日常服务情况？	是	否
2	请问您接受 XX 物业服务的时间是否超过半年？	是	否
3	请问您的年龄在 18 周岁及以上吗？	是	否

## B.2 客户满意调查部分

**【答题说明】**：请您用 10 分制打分，10 分代表非常满意，1 分代表非常不满意，分数越高满意度越高。如对某项问题不清楚或不能回答，则填 0（不适用）。≤5 分的客户追问不满意的原因

序号	测评内容	满意程度										
		10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
1	<b>【品牌印象】</b> 您对 XX 物业品牌的总体印象如何？	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
1.1	<b>【针对满意度评价≤5 分的客户追问不满意的原因】</b> _____											
2	<b>【客户期望】</b> 您认为 XX 物业能满足您的日常物业服务需求吗？	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
2.1	<b>【针对满意度评价≤5 分的客户追问不满意的原因】</b> _____											
3	<b>【客户服务】</b> 请问您对 <b>客户服务</b> 的满意程度？	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
3.1	<b>【针对满意度评价≤5 分的客户进行追问】</b> 请问具体是哪些方面让您觉得不满意（可多选）： ① 客户接待及时性②客户沟通通畅性③服务客户的热情感④装修管理规范性⑤档案管理规范性⑥客户维护全面性 ⑦客户纠纷处理专业性⑧日常宣传多样性⑨文化活动丰富性⑩投诉处理及时有效性⑪其他请注明：_____											
4	<b>【房屋及共用设施设备】</b> 请问您对 <b>房屋及共用设施设备</b> 的满意程度？	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
4.1	<b>【针对满意度评价≤5 分的客户进行追问】</b> 请问具体是哪些方面让您觉得不满意（可多选）：											

序号	测评内容	满意程度										
	① 共用部位的完好性②共用设施设备的完好性③维修的及时性④维修效果⑤维修人员的服务态度 ⑥其他请注明：_____											
5	<b>【秩序维护】</b> 请问您对 <b>秩序维护管理</b> 的满意程度？	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
5.1	<b>【针对满意度评价≤5分的客户进行追问】</b> 请问具体是哪些方面让您觉得不满意（可多选）： ① 人员进出管理②物品进出管理③秩序维护人员的仪容仪表④巡逻频率⑤消防通道通畅⑥秩序维护员服务态度⑦ 其他请注明：_____											
6	<b>【环境卫生】</b> 请问您对 <b>环境卫生</b> 的满意程度？	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
6.1	<b>【针对满意度评价≤5分的客户进行追问】</b> 请问具体是哪些方面让您觉得不满意（可多选）： ① 楼内公共区域干净程度②楼外公共区域干净程度③公共区域异味程度④垃圾清运及时性⑤保洁员的着装⑥保洁 员服务态度⑦垃圾分类⑧其他请注明：_____											
7	<b>【绿化养护】</b> 请问您对 <b>绿化养护</b> 的满意程度？	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
7.1	<b>【针对满意度评价≤5分的客户进行追问】</b> 请问具体是哪些方面让您觉得不满意（可多选）： ① 养护的及时性②绿植花卉品种③养护人员的服务态度④修剪及时性⑤其他请注明：_____											
8	<b>【车辆管理】</b> 请问您对 <b>车辆管理</b> 的满意程度？	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
8.1	<b>【针对满意度评价≤5分的客户进行追问】</b> 请问具体是哪些方面让您觉得不满意（可多选）： ① 停车收费合理性②车辆引导③机动车辆停放④道路交通标志与标线⑤其他请注明：_____											
9	<b>【信息沟通】</b> 请问您对 <b>信息沟通</b> 的满意程度？	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
9.1	<b>【针对满意度评价≤5分的客户进行追问】</b> 请问具体是哪些方面让您觉得不满意（可多选）： ① 信息通知及时性②信息回复及时性③信息查询便捷性④信息公示透明性⑤信息渠道多样性⑥信息安全⑦其他请 注明：_____											
10	<b>【其他服务】</b> 请问您对 <b>其他服务</b> 的满意程度？	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
10.1	<b>【针对满意度评价≤5分的客户进行追问】</b> 请问具体是哪些方面让您觉得不满意（可多选）： ① 物业收费的合理性②物业服务的专业性③物业服务的多样性④物业服务响应的及时性⑤物业人员服务态度⑥其 他请注明：_____											