

ICS 03.120.99

A 00

备案号: 36711-2013

DB44

广东省地方标准

DB44/T 1067—2012

网络交易服务规范 一般投诉处理

Network Transaction Service Specification Compliant Handling

2012-09-24 发布

2012-12-30 实施

广东省质量技术监督局 发布

前 言

本标准按照 GB/T 1.1-2009 给出的规则起草。

本标准为首次发布。

本标准的附录 A、附录 B、附录 C、附录 D、附录 E 都是资料性附录。

本标准由广东省工商行政管理局提出。

本标准起草单位：广东省网商协会、广东省标准化研究院、广州摩拉网络科技有限公司

本标准主要起草人：黄子荣、李志宏、张咏莲、李曙东、陈文彪、葛琳、熊勇、徐剑、顾维鑫、赵永生、苏思敏、戴娟。

引 言

网络凭借其低成本、跨时空、互动性、多媒体等特性，在经济生活中扮演越来越重要的角色，网上交易作为一种新兴的商品交易方式得到迅猛发展，必将成为未来消费的主流趋势。与传统的线下交易不同，网络环境下的商品和服务交易有着其独特的运作机理，且交易过程中对标准的定义不一。网络商品和服务交易由于其平台的虚拟性，在监管以及消费者权益保护方面都存在很大的挑战。虽然GB/T 19012-2008《质量管理 顾客满意 组织处理投诉指南》为组织建立和实施既有效又高效的投诉处理过程提供指南，但是并没有针对网络交易的特点，为网络商品经营商和网络商品服务商（以下简称网商）提供符合网商特点的投诉处理指南。因此，要规范网络商品与服务交易行为，就必须结合网络的特点，找出网络商品与服务交易中的共性，建立一个专业、权威的统一标准，使各种形态的网络交易投诉在一个标准范式下进行交易服务运作。标准的规范化有利于改变目前无序的网上交易市场现状，规范市场环境，建立消费者信心，改变业态环境，使得网商的生存环境也得以改善，使得这个市场可以健康持续的发展。

本标准为建立和实施有效和高效的网络交易投诉处理过程提供指南，以使网商及其顾客、投诉者和其他相关方受益。

无论网商的规模、地域及行业如何，从投诉处理过程中获得的信息都能够用于产品和服务的改进，而且当投诉得到妥善处理时，网商的声誉可以提高。在全球化市场中，本标准提供了可信任的一致性投诉处理方式。

使用本标准所描述的投诉处理过程能够提高顾客满意度，鼓励顾客反馈（包括不满意时的投诉），能够为保持或提高顾客忠诚度和认可提供机会，并提高网商的国内与国际的竞争力。

实施本标准中所阐述的过程，将能够：

- 为投诉者提供一个开放并有回复的投诉处理过程；
- 提高网商以一致、系统和采取积极响应的方式来解决投诉的能力，以使投诉者与网商都满意；
- 提高网商识别投诉的趋势、消除投诉的原因，并改进网商运作的 ability；
- 帮助网商采用以顾客为关注焦点的方式解决投诉，并鼓励网商工作人员改进与顾客相处的技能。

网络交易服务规范 一般投诉处理

1 范围

本标准规定了网商在处理一般投诉过程的术语和定义、投诉处理指导原则、投诉处理的基本要求、投诉处理程序和投诉处理的持续改进等方面的内容。

本标准不适用于需要在网商以外寻求解决的争议和雇佣关系争议。

本标准适用于所有网商，包括从事电子商务活动的网络商品经营者和网络服务经营者。

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/T 17242-1998 投诉处理指南

GB/T 19012-2008 质量管理 顾客满意 组织处理投诉指南

SB/T 10519-2009 网络交易服务规范

3 术语定义

GB/T 17242-1998、GB/T 19012-2008、SB/T 10519-2009 确立的以及下列术语和定义适用于本标准。

3.1 一般投诉

顾客就某一问题向网商反映，该网商通过内部正常处理流程进行处理，并在正常处理时限范围内办理终止顾客的投诉。

3.2 特殊投诉

特殊投诉按重要程度属性分为重大投诉和升级投诉。具体如下：

——重大投诉：会严重危害到网商的利益，或产生重大社会影响的投诉；

——升级投诉：顾客已向网商进行投诉过，由于未能与该网商达成一致意见，再次通过其他相关部门或主管部门等提交的投诉。

3.3 其他投诉

除上述两种投诉以外的顾客投诉，包括但不限于：

——对已经明确非网商责任，并已妥善处理的问题，仍通过其他各种渠道进行投诉；

——以投诉为手段、获取不正当利益或达到某种特殊目的，如要求高额赔偿等。

4 投诉处理指导原则

4.1 顾客导向

网商应当采取以顾客为关注焦点的方法，公开包括投诉在内的反馈，并应以行动履行解决投诉的承诺。

4.2 责任

网商应确保建立对投诉处理活动和决定的责任和报告制度。

4.3 持续改进

投诉处理过程、产品和服务质量的持续改进应当是网商永恒的目标。

4.4 透明

网商应向顾客、员工和其他相关方公布如何进行投诉等信息。

4.5 方便

投诉处理过程应让所有投诉者易于使用，并能得到进行投诉和解决投诉的有关详细信息。投诉处理过程和支持性信息应易于理解和使用，信息应表达清楚。进行投诉时，投诉者提供的信息和帮助(填写附录B)应与提供产品时的语言或形式相同，包括其他可供选择的形式，如大字体印刷、盲文或录音磁带等，以避免投诉者处于不利地位。

4.6 响应

收到每项投诉后都应及时告知投诉者，应按照其紧急程度进行处理，例如重大的健康和安全问题应立即处理。应礼貌地对待投诉者，并告知其投诉在投诉处理过程的进展。

4.7 公正

在投诉处理过程中应平等、公正和无偏见对待每件投诉。

4.8 保密

需要时，可获取投诉者的个人可识别信息，但只能用于网商内部处理投诉，网商负有保密责任，不得公开投诉者信息。

5 投诉处理的基本要求

5.1 投诉处理机构、职责与权限

5.1.1 机构设置

对于大型网商和中型网商应设置投诉处理的专门机构，并配置一定数量的工作人员负责投诉处理工作，部分工作人员可兼职投诉处理。

对于小型网商可以不设立专门机构，但应指派专人负责投诉处理工作。

网商规模的划分，见附录A。

5.1.2 职责与权限

5.1.2.1 最高管理者

最高管理者的职责与权限应包括：

- 确保在网商内建立统一的投诉处理过程和目标；
- 确保按照网商的投诉处理方针，策划、设计、实施、保持和持续改进投诉处理过程；
- 识别和配置为达到有效和高效的投诉处理过程所需的管理资源；

