**附件1**

用户满意等级评价初审意见表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 申报企业  基本情况 | 企业名称 |  | | | |
| 申请类别  与等级 | 企业类： □标杆级 □用户满意级 □满意亮诺级  班组类： □标杆级 □用户满意级 □满意亮诺级  服务类： □标杆级 □用户满意级 □满意亮诺级  产品类： □用户满意级 □满意亮诺级  工程类： □用户满意级 □满意亮诺级 | | | |
| 项目名称 | （企业类免填） | | | |
| 申请材料  核实情况 | 是否符合  申请条件 | □ 符合  □ 不符合 | | 满意度得分 |  |
| 有效问卷数量 |  | | 测量年度 |  |
| 第三方用户满意度测量材料确认 | □ 测量方案 □ 调查问卷 □ 实施方案  □ 被访者名单 □ 第三方测量报告 | | | |
| 初审意见 | 评价结论 | 评价得分：  □ 优良/80分以上  □ 合格/60分以上  □ 不合格/不足60分 | | 建议等级 | □ 标杆级  □ 用户满意级  □ 满意亮诺级 |
| 1、依据标准描述用户满意度测量工作开展的规范性和测量结果在企业应用情况，对用户满意度测量工作及结果应用提出改进建议。  2、工程类现场巡视情况（现场核实业主、监理、设计单位等相关方反馈意见，非工程类免填）。  内容描述，请另附纸张。 | | | | |
| 推进机构： | | 初审日期 |  | 电话 |  |
| 工程现场巡视人： | | 巡视日期 | （工程类填写） | | |
| 推进机构（盖章）： | | | | | |

注：1. 此表由**推进机构（上级部门或行业协会）填写**，盖章有效。

附件2

2025年“青海省用户满意等级评价”

申请书

**申请类别** □企业类 □班组类 □服务类

□产品类 □工程类

**申请等级** □标杆级 □用户满意级 □满意亮诺级

企业名称： （盖章）

推进机构：

填表日期 年 月 日

**填 报 说 明**

**一、申请材料构成：**《企业用户满意经营承诺书》《用户满意等级评价申报承诺书》《用户满意等级评价申请表》《用户满意经营实践报告》，第三方用户满意度测量材料和其他证实性材料。

**二、申请材料装订顺序**

**（一）封面和目录（附件2）**

**（二）企业用户满意经营承诺书（附件2-1）**

申请单位加盖公章。

**（三）用户满意等级评价申报承诺书（附件2-2）**

申请单位法人代表或主要负责人签字并加盖公章。

**（四）用户满意等级评价申请表（附件2-3）**

申请所有类别的企业均需填写申请表并加盖公章。

内容如实填写，数据请以上年度末为准，如表内填不下，可另加附页或自行复印表格。

服务类应填写企业专项服务名称，填写服务机构无效。产品类项目名称必须填写型号、规格，填写系列产品无效。

**（五）用户满意经营实践报告（附件2-4）**

需提交的资料：

1.PDF版本报告，以“用户满意经营实践报告+企业名称+类别名称”命名。

2.申报四星级和五星级的需准备讲解视频，内容为对《用户满意经营实践报告》的提炼和总结，以PPT形式呈现，时间在15分钟以内，PPT格式自拟，视频大小在30M以内。申报三星级不需要准备视频。

3.相关证实性材料（如有请提供），包括公司组织架构、服务流程、用户满意管理体系文件、顾客关系管理办法、顾客分类管理办法、抱怨/投诉处理管理办法等，以上资料将作为用户满意等级评价评审工作的重要参考。

报告PDF版本要求：

1.请根据申请类别（企业类、班组类、服务类、产品类、工程类）按照对应模板格式编写。

2．格式要求：标题为小二号宋体、加粗、居中、单倍行距，正文为四号宋体、1.5倍行距、段落首行缩进2个字符、两端对齐，页码在下方居中。

3．请按照模板中三级标题“一、”“（一）”“1.”编写章节标题，一级标题加粗。

4．文字篇幅1万字以内。

**（六）其他证实性材料**

1.有效期内年检合格营业执照复印件。

2.企业近三年与用户有关的奖项、荣誉复印件（申报班组类、服务类、产品类、工程类请另外提供所申请类别的奖项和荣誉证实性材料）。

3.申请产品类评价需提供产品检测报告复印件、商标注册证书。

4.申请工程类评价需提供工程竣工验收证明和建设单位（用户）满意度评价鉴定意见，鉴定意见请建设单位从该工程项目的工程质量、施工服务、工程设计的建设性意见、后续维护、总体评价、改进建议等方面对该项目施工方予以评价说明。

5.申请企业自认为还应提供的其他证实性材料等。

**三、第三方用户满意度测量材料**

第三方用户满意度测量需由具备满意度调查资质的第三方按照《顾客满意度测量和评价准则》（T/CAQ 10306-2022）要求开展，顾客满意测量模型可参考国家标准《顾客满意测评模型和方法指南》（GB/T 19038-2009)，开展调查的时间在2025年1月1日之后 。提交纸质及电子版材料，以“申报企业全称+申报项目名称”命名，随纸质材料一并报送。内容包括：

**（一）测量方案**

**（二）调查问卷**

**（三）实施方案**

**（四）数据库**

**（五）第三方测量报告**

附第三方测量机构营业执照、资质证书等复印件。

**（六）被访者名单**

被访者名单至少含姓名、联系方式。若被访者总数不超过50人，提供所有相关信息；超过50人，提供50至100人信息即可。

**（七）其他证实性资料如有请提供**

包括数据采集过程证实性材料、数据复核记录、数据校验标准和查错记录、数据清洗过程记录等。

附件2-1

**企业用户满意经营承诺书**

为构建诚信经营、用户满意的市场环境，维护消费者的合法权益，加强质量诚信体系建设，切实保证提供产品、服务质量满足用户需求，本组织郑重承诺：

一、了解用户需求，满足用户需要。树立以用户为中心的经营理念和以用户满意为标准的质量理念，提供基于用户需求的产品和服务。

二、切实履行《中华人民共和国产品质量法》。合法合规生产，诚实守法经营，不使用、不生产、不提供不合格产品和服务。

三、认真执行《中华人民共和国消费者权益保护法》。切实履行商品三包规定，尊重消费者各项权利，认真接受、处理消费者的意见和投诉，保护消费者合法权益。

四、建立和完善消费提示制度。通过及时、全面整合产品质量信息，为消费者提供切实有效的消费指导，营造放心消费环境。

五、规范宣传促销行为。确保产品宣传说明、促销等活动使用语言规范、真实，不作任何虚假宣传和违反《中华人民共和国广告法》规定的内容。

六、杜绝价格欺诈行为。实行明码标价制度，做到价目齐全、标价准确，坚决杜绝对消费者的价格欺诈行为。

七、自觉接受社会、群众、新闻舆论的监督检查。

八、以打造用户满意企业为目标，以营造放心消费环境为目的，持续追求用户满意，不断提升企业品牌竞争力。

承诺企业（盖章）：

2025年XX月XX日

附件2-2

用户满意等级评价申报承诺书

本单位在申报用户满意等级评价过程中做出如下承诺：

一、本单位自愿申请用户满意等级评价工作。

二、所提供的证明材料、数据及相关资料全部真实、合法、有效，并对因材料不实造成的一切后果承担全部责任。

三、严格遵守《用户满意等级评价工作管理办法（试行）》的有关规定，恪守社会公德、企业道德，不采取请客送礼等不正当手段干扰等级评价工作。

四、在等级评价过程中，对等级评价工作安排予以积极的支持、配合。

五、通过用户满意等级评价后，愿意接受青海省质量管理协会的现场抽查并分享本单位的最佳实践，带动更多组织共同提升。

六、被评选为用户满意标杆（五星）级的用户满意经营实践将自动入选到青海省质量管理协会《用户满意经营实践案例库》，青海省质量协会将择优在《青海质量》杂志等渠道发表。

七、自愿接受结果公示，接受社会各界的监督。

本单位对上述条款做出郑重承诺，并在申报过程中严格遵守。

单位名称：（盖章）

申报单位主要负责人签字：

2025年 XX月XX日

附件2-3

用户满意等级评价申请表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 企业名称 | （盖公章） | | |
| 统一社会信用代码 |  | 企业类型 | 选择一项。 |
| 行业分类 | 选择一项。 | 组织规模 | 选择一项。 |
| 申请类别与等级 | 企业类：□用户满意标杆（五星）级 □用户满意（四星）级  □用户满意亮诺（三星）级  班组类：□用户满意标杆（五星）级 □用户满意（四星）级  □用户满意亮诺（三星）级  服务类：□用户满意标杆（五星）级 □用户满意（四星）级  □用户满意亮诺（三星）级  产品类：□用户满意（四星）级 □用户满意亮诺（三星）级  工程类：□用户满意（四星）级 □用户满意亮诺（三星）级 | | |
| 申报项目名称 | （企业类免填）  注：班组类填写班组名称，服务类填写专项服务名称，产品类填写产品名称，工程类填写工程名称。 | | |
| 满意度（百分制得分） |  | 初评/复评 | □初评（首次申请） □复评 |
| 联系人 |  | 部门 |  |
| 职务 |  | 手机 |  |
| 联系地址 |  | | |

用户满意等级评价申请表（续）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **请选择对应申请类别填写** | | | | |
| **企业类填写** | 员工人数 |  | 2024年度营业收入 |  |
| 主要的产品/服务 |  | 所在行业的标杆企业 |  |
| 主要服务对象 |  | 直接服务受益的用户数 |  |
| **班组类填写** | 提供的产品/服务 |  | 班组人数 |  |
| 主要服务对象 |  | 直接服务受益的用户数 |  |
| **服务类填写** | 主要业务职能 |  | 专项服务工作人员数 |  |
| 主要服务对象 |  | 直接服务受益的用户数 |  |
| **产品类填写** | 商标名称 |  | 产品型号及规格 |  |
| 主要销售对象 |  | 直接服务受益的用户数 |  |
| **工程类填写** | 工程类别 | □公共建筑 □市政工程 □交通工程 □住宅工程 □其他 | | |
| 建设单位（用户）名称： | | | |
| 工程地点： | | | |
| 工程造价（万元） |  | 建筑面积（万平方米） |  |
| 竣工日期 |  | 验收日期 |  |
| 工程设计单位 |  | 工程监理单位 |  |
| 建设单位（用户）满意度评价鉴定意见：  （请建设单位从该工程项目的工程质量、施工服务、工程设计的建设性意见、后续维护、总体评价、改进建议等方面对该项目施工方予以评价说明）  建设单位（用户）签字：（盖章）  年 月 日  注：提供申请工程的竣工验收证明，证明中竣工验收日期与表格内填写日期一致。 | | | |

附件2-4

用户满意经营实践报告

（企业类/班组类/服务类/产品类/工程类模板）

**一、企业简介（1000字）**

（一）企业简介（通用）

（二）所申报班组的情况介绍（班组类）；所申报服务的情况介绍（服务类）；所申报产品的情况介绍（产品类）；所申报工程的情况介绍（工程类）。

**二、用户满意经营实践（8000字）**

（一）策划

1.满意理念

企业类——介绍企业建立用户满意理念，与企业文化体系保持衔接，支持其使命、愿景的达成；开展多样性宣贯活动，将用户满意理念融于制度和行为规范中，促进员工认同和落实，形成良好氛围。

班组类——介绍班组基于企业文化传承要求，以及班组职责和业务性质，建立用户满意理念，以适宜方式开展宣贯活动，融入班组制度和行为规范中，促进全体成员认同践行。

服务类——介绍建立的服务用户满意理念，与企业文化体系保持衔接，支持其使命、愿景的达成；开展多样性宣贯活动，将用户满意的服务理念融于制度和行为规范中，促进员工认同和落实，形成良好氛围。

产品类——介绍建立的产品用户满意理念，与企业经营文化保持衔接，支持其使命、愿景的达成；开展多样性宣贯活动，将用户满意理念融于制度和行为规范中，促进员工认同和落实，形成用户需求导向的经营氛围。

工程类——介绍基于企业使命、愿景，建立工程项目满意服务理念，融入工程项目管理制度和员工日常行为规范中，在施工项目生命周期内开展宣贯和落实，形成良好工作氛围，促进用户满意与忠诚。

2.需求分析

企业类——（1）开展调研分析：介绍企业开展市场和用户调研、分析和细分，识别和确定目标市场和关键用户群。（2）洞察需求期望：介绍企业以适宜活动和方法，获取、分析关键用户群需求，洞察其期望、偏好等，将其作为用户满意经营决策的输入；以适宜方式、载体对用户需求、期望进行转化，为实施提供充分支持。

班组类——介绍班组关注并通过多种渠道获取（内、外部）用户各类信息，分析其需求、期望，以适宜方式转化，促进理解和落地。

服务类——（1）开展调研分析：介绍开展的服务市场和用户调研、分析和细分，识别和确定服务的目标市场和关键用户群。（2）洞察需求期望：以适宜活动和方法，获取、分析关键用户群的服务需求，洞察其期望、偏好等，将其作为用户满意经营决策的输入；以适宜方式、载体对用户需求、期望进行转化，为服务的实施提供充分支持。

产品类——（1）开展调研分析：介绍开展产品市场和用户调研、分析和细分，识别和确定目标市场和关键用户群。（2）洞察需求期望：依据市场和用户调研，掌握用户需求，洞察关键用户群对产品的期望、偏好等，将其作为产品用户满意经营决策的输入；对用户需求、期望进行转化，为产品的实施提供充分支持。

工程类——（1）识别用户要求：介绍以适宜方法，对工程项目进行调研、分析，识别用户要求。（2）确定用户要求：介绍以适宜方法，对用户的要求进行分析评价，确定最终要求，为用户满意工程实施提供充分依据。

3.目标计划

企业类——介绍企业基于企业总体战略，以及用户需求分析，确定用户满意经营目标和策略，并据此制定行动计划，明确相关措施、绩效指标体系等，对实施进行部署。

班组类——介绍班组基于企业战略秉承和班组建设要求，以及（内、外部）用户需求、期望的相关分析，制定班组用户满意工作目标、计划，明确绩效指标，并跟踪落实。

服务类——基于组织的总体战略，以及用户需求分析，确定服务用户的满意经营目标和策略，并据此制定行动计划，明确相关措施、绩效指标体系等，对实施进行部署。

产品类——介绍基于企业经营战略，以及用户需求分析结果，确定产品实现用户满意经营目标和策略，并据此制定行动计划，明确相关措施、绩效指标体系等，对实施进行部署。

工程类——基于工程项目总体需求，制定用户满意服务目标、策略和行动计划，进行部署和跟踪，确保工程项目高效履约。

（二）实施

1.实施过程

企业类——（1）确定关键过程：介绍企业确定用户满意经营相关关键过程及相应的用户要求，建立健全支持其有效运行的制度、流程。（2）保证过程稳定：介绍企业以适宜、有效方法加强过程管控，合理设置关键控制点，持续监测过程控制指标并促进其达标，识别相关风险，健全应急处置机制，确保过程输出结果稳定。

班组类——介绍班组严格执行相关操作规程，严格遵守相关产品/服务标准，全面履行班组职责，策划和实施适宜的过程管控方法和措施，关注、分析和控制不良因素，形成防错纠错机制，确保关键过程稳定及过程控制指标达标；落实差异化产品和服务提供，确保输出的产品/服务质量满足用户需求期望。

服务类——（1）确定关键过程：确定服务用户的关键过程及相应的用户要求，为用户提供服务全生命周期服务保障，建立健全支持其有效运行的制度、流程。（2）保证过程稳定：介绍以适宜、有效方法加强过程管控，合理设置关键控制点，在服务售前、售中和售后提供支持，对服务实现全过程质量管控，持续监测过程控制指标并促进其达标，识别相关风险，健全应急处置机制，确保过程输出结果稳定。

产品类——（1）确定关键过程：介绍确定产品实现用户满意经营相关的关键过程及相应的用户要求，建立健全支持产品研发、生产、交付/销售全过程有效运行的制度、流程、方法。（2）保证过程稳定：介绍以适宜、有效方法进行产品实现全过程质量管控，合理设置关键控制点，持续监测过程控制指标并促进其达标，识别相关风险，健全应急处置机制，确保质量安全，确保生产全过程输出结果稳定。

工程类——（1）确定关键过程：介绍基于工程项目用户需求，确定工程项目用户满意经营相关关键过程，建立健全支持其有效运行的制度、流程。（2） 保证过程稳定：介绍以适宜、有效方法加强工程项目过程管控，合理设置关键控制点，持续监测过程控制指标并促进其达标，识别相关风险，健全应急处置机制，确保过程输出结果稳定。

2.资源支持

企业类——介绍企业基于用户满意经营目标、策略和关键过程需要，科学合理制定和实施资源配置计划，确保关键资源先进性，满足当前和未来一定时期需要；对资源实施适宜、有效的管理，提升其对用户满意经营的保障作用；强化数字化、智能化支持。

班组类——介绍班组识别、确定和呈报班组资源需求；对已配置资源，严格按照相关制度规定实施有效管理，发挥其对过程运行及满足用户需求期望的保障作用。

服务类——介绍基于用户满意经营目标、策略和关键过程需要，科学合理制定和实施资源配置计划，确保关键资源先进性，满足当前和未来一定时期需要；对资源实施适宜、有效的管理，提升其对用户满意经营的保障作用；强化数字化、智能化支持。

产品类——基于产品实现用户满意经营目标、策略和关键过程需要，科学合理制定和实施资源配置计划，确保关键资源先进性，满足当前和未来一定时期需要；对资源实施适宜、高效的利用和科学管理，运用数字化、智能化、绿色化生产手段，提升对实现产品用户满意经营绩效的保障作用。

工程类——结合工程项目满意需要，分析、评估、确定资源需求（如人力资源、财务资源、基础设施资源、信息化、技术资源等），形成资源配置计划、方案，保证关键资源配置到位，确保关键资源的有效使用，保障应对风险而准备的应急资源，以利于提高项目质量、合理控制项目成本、保证项目进度。

3.用户关系

企业类——（1）用户沟通机制：介绍企业建立适宜、高效的沟通渠道和方法，健全相关制度、标准规范，确保各类型触点满足用户需求和期望，提升用户体验水平。（2）用户关系管理：介绍企业实施覆盖不同类型和全生命周期的用户关系管理，增强用户粘性，实现相互契合、互利共赢；探索建立数字化CRM系统；完善投诉处理和纠错预防机制，采取有效措施控制和减少用户流失；实施品牌建设，增强品牌影响力，提升用户忠诚度、美誉度。

班组类——识别班组职责范围内与（内、外部）用户的各类触点，主动加强与内部用户的沟通和协同，充分运用已有手段实现与外部用户的良好沟通，提升（内、外部）用户体验水平；关注（内、外部）用户投诉，及时改进并采取措施防止重复发生；以多样方式树立班组及员工良好品牌形象。

服务类——（1）用户沟通机制：介绍对服务使用信息跟踪管理，倾听用户声音，建立适宜、高效的沟通渠道和方法，健全相关制度、标准规范，关注服务渠道的触点管理，确保各类型触点满足用户需求和期望，提升用户体验水平。（2）用户关系管理：实施覆盖不同类型和全生命周期的用户关系管理，增强用户粘性，实现相互契合、互利共赢；探索建立数字化用户关系管理系统；完善投诉处理和纠错预防机制，采取有效措施控制和减少用户流失；实施品牌建设，增强品牌影响力，提升用户忠诚度、美誉度。

产品类——（1）用户沟通机制：对产品使用进行跟踪管理，策划和实施适宜的全过程服务，并据此建立适宜、高效的产品信息反馈沟通渠道，健全相关制度、标准规范和沟通方法，保证各类触点和价值感知点能够满足提升用户体验水平，满足用户需求和超越期望。满足用户需求和超越用户期望，提升用户体验水平。（2）用户关系管理：实施覆盖不同类型和全生命周期的用户关系管理，增强用户粘性，实现相互契合、互利共赢；建立数字化用户关系管理（CRM）系统；完善投诉处理和纠错预防机制，采取有效措施控制和减少用户流失；实施品牌建设，增强品牌影响力，提升用户忠诚度、品牌美誉度。

工程类——（1）项目沟通机制：介绍建立适宜、高效的工程项目沟通渠道和方法，健全相关制度、标准规范，提升用户体验水平。（2）用户关系管理：介绍实施覆盖工程项目全生命周期的用户关系管理，增强用户粘性，实现相互契合；完善投诉处理和纠错预防机制，采取有效措施降低客户抱怨；实施品牌建设，增强品牌影响力，提升用户忠诚度、美誉度。

（三）评价

1.满意测量

企业类——（1）建立测量机制：介绍企业健全用户满意测量制度，明确用户满意测量的责任归属、测量内容、方法、流程、周期、分析和改进要求等，并持续组织实施。（2）应用测量结果：介绍企业对用户满意测量数据信息进行分析，为产品和服务，以及用户满意经营的改进、创新提供依据。

班组类——介绍班组关注所在组织的用户满意测量活动和结果，参与或自主开展（内、外部）用户跟踪、回访活动，分析评价相关满意信息，作为班组改进、创新的依据。

服务类——（1）建立测量机制：健全用户满意测量制度，明确用户满意测量的责任归属、测量内容、方法、流程、周期、分析和改进要求等，并持续组织实施。（2）应用测量结果：介绍对用户满意测量数据信息进行分析，为支持服务后续的改进、创新提供依据。

产品类——（1）建立测量机制：健全产品用户满意测量制度，明确产品用户满意测量的方法、周期并持续组织实施。（2）应用测量结果：介绍对产品用户满意测量数据信息进行分析，为产品和服务，以及产品用户满意经营的改进、创新提供依据。

工程类——（1）建立测量机制：介绍建立相关方参与的工程项目满意测量机制，开展各类形式的满意调查。（2）应用测量结果：介绍对工程项目满意测量数据信息进行分析，为工程项目管理及用户满意经营的改进、创新提供依据。

2.绩效结果

（1）评价整体绩效

企业类——介绍企业建立相关机制，对用户满意经营整体绩效分析评价，包括用户满意经营目标、行动计划，以及相关关键过程的绩效，识别改进和创新机会，在企业内（必要时在相关方）部署、落实。

班组类——围绕班组用户满意工作目标、计划，以及实施过程及其绩效结果等情况，建立定期分析评价机制，识别改进和创新机会。

服务类——介绍建立相关机制，对服务用户满意经营的整体绩效分析评价，包括服务的经营目标、行动计划，以及相关关键过程的绩效，识别改进和创新机会，在组织内（必要时在相关方）部署、落实。

产品类——建立相关机制，对产品用户满意经营整体绩效分析评价，包括产品用户满意经营目标、行动计划，以及产品生产相关关键过程的绩效，识别产品改进和创新机会，在企业产品全过程中部署、落实。

工程类——介绍建立相关机制，对工程项目整体绩效分析评价，包括工程项目的经营目标（项目利润、关键工序交付合格率、竣工验收一次交付合格率、一次投运率、成本降低率等）的水平和对标情况，以及相关关键过程的绩效，识别改进和创新机会，在企业内（必要时在相关方）部署、落实。

（2）实现社会效益/工程社会影响（工程类）

企业类——用户满意经营实现预期的绩效目标。内部绩效方面，其当前水平、趋势和对比状况，包括但不限于：企业产品和服务的质量指标达到目标，满足用户需求期望的绩效；产品和服务市场拓展和市场占有率的绩效；财务方面的绩效；用户满意度、忠诚度、品牌影响力、美誉度，以及其他相关绩效。外部绩效方面，包括相关方认证、评价及获得相关资质、成果、荣誉等的情况。

班组类——围绕（内、外部）用户满意，班组所取得的成效，其当前水平、趋势（适宜时，对比）情况。包括班组提供的产品/服务质量、（内、外部）用户的相关满意情况；班组及其成员获得的相关重要资质、成果和荣誉等。

服务类——服务用户满意经营的绩效目标。内部绩效方面，其当前水平、趋势和对比状况，包括但不限于：服务的质量指标达到目标，满足用户需求期望的绩效；服务市场拓展和市场占有率的绩效；财务方面的绩效；用户满意度、忠诚度、品牌影响力、美誉度，以及其他相关绩效。外部绩效方面，包括相关方认证、评价及获得相关资质、成果、荣誉等的情况。

产品类——产品用户满意经营实现预期的绩效目标。内部绩效方面，产品经营结果的当前水平、趋势和对比状况，包括但不限于：企业产品和服务的质量指标达到目标，产品满足用户需求期望的绩效成果；产品和服务市场拓展和市场占有率的绩效；财务方面的绩效；产品用户满意度、忠诚度、品牌影响力和美誉度，以及其他相关绩效。外部绩效方面，包括产品的相关方认证、评价及获得相关资质、成果、奖励、荣誉等的情况。

工程类——满意经营实现预期的绩效目标，包括但不限于用户满意度、忠诚度、工程品牌影响力、社会效益，其当前水平和对标情况。近年来，相关方认证、评价及获得相关资质、成果、荣誉等的情况。

（3）推动改进创新

企业类——介绍企业各层级用户满意经营的改进创新，以有效激励和多种活动方式，调动员工参与积极性，促进其取得成效。

班组类——围绕用户满意，班组主动组织和积极参与各类改进创新活动，以有效激励和多种活动方式，调动班组成员参与积极性，促进其取得成效。

服务类——介绍组织各层级服务用户满意经营的改进创新，以有效激励和多种活动方式，调动员工参与积极性，促进其取得成效。

产品类——组织推动各种产品用户满意经营的改进创新，以有效激励和多种活动方式，调动员工参与积极性，促进其取得成效。

工程类——制定激励政策，以多种活动方式，组织开展工程项目相关改进创新活动，调动项目人员参与积极性，实现预期改进效果。

（四）应用

1.实践特色

企业类——介绍企业通过学习借鉴、探索创新用户满意经营新思维、新方法，在用户满意经营策划、实施、评价等环节形成最佳实践、特色模式，持续增强企业竞争能力和品牌形象。

班组类——围绕（内、外部）用户满意策划、实施、评价等，基于学习借鉴，探索创新具有班组特色、适宜高效的新方法、新路径，形成最佳实践成果。

服务类——通过学习借鉴、探索创新服务用户的新思维、新方法，在服务用户的满意经营策划、实施、评价等环节形成最佳实践、特色模式，持续增强组织竞争能力和品牌形象。

产品类——通过学习借鉴、探索创新产品用户满意经营新思维、新方法，在产品用户满意经营策划、实施、评价等环节形成最佳实践、特色模式，持续增强企业产品竞争能力和品牌形象。

工程类——学习借鉴新工艺、新技术、新材料、新设备等，总结提炼工程项目在策划、实施、评价等环节形成具有项目特色的用户满意服务的最佳实践、特色模式，持续增强企业竞争能力和品牌形象。

2.推广应用

企业类——介绍企业将用户满意经营最佳实践、特色模式等进行标准化，纳入知识管理，形成自我积累、自我完善的良性循环和可持续发展机制；以适宜方式组织及积极参与用户满意经营最佳实践、特色模式等的分享、交流；最佳实践、特色模式得到各级部门、行业的肯定和推广，为其他企业提供了良好示范，为本行业及其他行业提供学习借鉴，带动行业进步。

班组类——对用户满意最佳实践进行标准化，纳入所在组织的知识管理中，形成自我积累、自我完善的良性循环机制；积极参与用户满意最佳实践等的分享、交流；最佳实践得到上级（包括各级政府主管）部门、行业的肯定和推广，为本行业及其他行业班组提供学习借鉴。

服务类——将服务用户的满意经营最佳实践、特色模式等进行标准化，纳入知识管理，形成自我积累、自我完善的良性循环和可持续发展机制；以适宜方式组织及积极参与用户满意经营最佳实践、特色模式等的分享、交流；最佳实践、特色模式得到各级部门、行业的肯定和推广，为其他组织提供了良好示范，为本行业及其他行业提供学习借鉴，带动行业进步。

产品类——将产品用户满意经营最佳实践、特色模式等进行标准化，纳入知识管理，形成自我积累、自我完善的良性循环和可持续发展机制；以适宜方式组织及积极参与产品用户满意经营最佳实践、特色模式等的分享、交流；最佳实践、特色模式得到各级部门、行业的肯定和推广，为其他企业提供了良好示范，为本行业及其他行业提供学习借鉴，带动行业进步。

工程类——将工程项目管理的最佳实践、特色模式等进行标准化，纳入知识管理，形成自我积累、自我完善的良性循环和可持续发展机制；以适宜方式组织及积极参与用户满意经营最佳实践、特色模式等的分享、交流；最佳实践、特色模式得到各级部门、行业的肯定和推广，为其他工程项目提供良好示范，为本行业及其他行业提供学习借鉴，带动行业进步。

**三、总结思考（1000字）**

企业类——描述企业下一步用户满意实践工作重点。

班组类——描述班组下一步用户满意实践工作重点。

服务类——描述该项服务下一步用户满意实践工作重点。

产品类——描述该产品下一步用户满意实践工作重点。

工程类——描述该工程下一步用户满意实践工作重点。

附件3

2025年“青海省用户满意服务之星”

申 报 材 料

□服务之星 □服务杰出管理者

申报人（名称）：

企业名称： （加盖公章）

所在地区

推荐机构

（加盖公章，如企业直接申报，此项不需填）

填表日期： 年 月 日

**青海省用户满意服务之星申报材料填报说明**

**1**.**申报材料由申请表、申请人自评表、先进事迹材料、证实性材料、被访用户（顾客）信息表、推荐意见等材料构成。**

**2.申请表**内容按表格项目结合实际情况如实填写，不填之项要说明原因。

**3.申请表**中**“单位性质”**栏填写申报单位属于何种经济成分的单位，如国有企业、中外合资、外商独资、民营企业、个体工商户等。**“工作岗位”**栏所填内容要体现申报人所在单位提供的产品和/或服务的类别和申报人所从事的具体管理工作类型，如：①彩电营销服务（服务管理）；②家电连锁企业销售服务（管理）；③酒店客房服务（管理）；④公交公司售票服务（管理）等。

**4.自评表**供组织申报前自评自测使用，自评分数80分及以上方可申报，申报时需经有关组织的审核确认、盖章（见附件3-1、3-2）。

**5.申报人先进事迹材料**用于详细表述申报人的业务素质、作风、服务有效、工作创新、顾客认可等情况（可按照自评表中的有关条目有重点的予以展开说明）。要求用A4纸打印，正文小四号宋体，一般应在3000字以内。内容应具体、言之有物，具有代表性和说服力。

**6.证实性材料包括**第三方用户满意度评价报告、申报人在近三年内获得的与业务工作能力和满足用户需求方面的有关奖项复印件和自认为还应提供的其它证实性材料等），**必须提供用户满意度测评报告(近1年内)，**测评报告中应对调查对象、调查方式、调查时间、有效样本量、分析方法、调查结果、改进建议等方面详细说明。

**7.材料申报截止日期**为2025年8月25日。

**青海省用户满意服务杰出管理者申报表**

填报日期： 年 月 日

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 |  | 年龄 |  | 政治面貌 |  | 学历 | |  |
| 性别 |  | 民族 |  | 职务 |  | 职称 | |  |
| 工作单位 |  | | | | | 单位性质 | |  |
| 通信地址 |  | | | | | 邮 编 | |  |
| 所在单位  联系部门 | 联系部门名称：  电话： 传真： | | | | | | | |
| 行 业 | 口服务业 口制造业（服务） 口其他 | | | | 组织机构代码  及统一社会信用代码 | |  | |
| 用户满意度： 测评机构： 测评日期： | | | | | | | | |
| 主要岗位职责：（可附页） | | | | | | | | |
| 从事服务业主要工作经历：（可附页） | | | | | | | | |
| 何时、何地受过何种奖励（可附页）： | | | | | | | | |
| 主要工作业绩和用户满意服务模式（限500字以内，详细描述另附文字材料，限3000字左右）：  申报人：  年 月 日 | | | | | | | | |
| **申请人郑重承诺：**  一、已充分了解创建“用户满意服务杰出管理者”活动的推荐条件和程序，并严格遵守；  二、所提交申报材料真实、准确、有效，并愿意承担相应责任；  三、获得“用户满意服务杰出管理者”称号后，将从本组织和行业实际出发，深入了解用户需求，不断探索用户满意服务新模式和用户满意服务理念，持续实现内、外部顾客“双满意”，为企业提升绩效做出应有的贡献；  四、获得“用户满意服务杰出管理者”称号后，义务向组织内外部传播用户满意理念和实现用户满意的典型经验，充分发挥示范、标杆作用；  五、获得“用户满意服务杰出管理者”称号后，严格按规定宣传和使用所获得的荣誉牌。  承诺人签字：  时间： 年 月 日 | | | | | | | | |
| 申报人所在组织评价意见：  单位负责人（加盖公章）：  年 月 日 | | | | | | | | |

**青海省用户满意服务之星申报表**

填报日期： 年 月 日

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 |  | 性别 | |  | | 年龄 |  | | 民 族 | |  |
| 政治面貌 |  | 学历 | |  | 职务 | |  | | 职 称 | |  |
| 工作岗位 |  | | 从事行业 | | 口服务业 口制造业（服务） 口其他 | | | | | | |
| 工作单位 |  | | | | | | | 单位性质 | |  | |
| 通信地址 |  | | | | | | | 邮 编 | |  | |
| 所在单位主管部门 | 主管部门名称： 负责人：  电话： 　 传真： | | | | | | | | | | |
| 用户满意度： 测评机构： 测评日期： | | | | | | | | | | | |
| 主要岗位职责：（可附页） | | | | | | | | | | | |
| 从事服务业工作经历：（可附页） | | | | | | | | | | | |
| 何时、何地受过何种奖励：（可附页） | | | | | | | | | | | |
| 申报人主要先进事迹（限500字以内，详细事迹另附详细材料，字数2000-3000字）：  申报人：  年 月 日 | | | | | | | | | | | | |
| **申请人郑重承诺：**  一、已充分了解创建“用户满意服务之星”活动的推荐条件和程序，并严格遵守；  二、所提交申报材料真实、准确、有效，并愿意承担相应责任；  三、获得“用户满意服务之星”称号后，将从本组织和行业实际出发，深入了解用户需求，不断提升专业技能和用户满意服务理念，努力持续实现内、外部顾客“双满意”；  四、获得“用户满意服务之星”称号后，义务向组织内外部传播用户满意理念和实现用户满意的典型经验，充分发挥示范、标杆作用；  五、获得“用户满意服务之星”称号后，严格按规定宣传和使用所获得的荣誉牌。  承诺人：  年 月 日 | | | | | | | | | | | | |
| 申报人所在组织评价意见：  单位负责人（加盖公章）：  年 月 日 | | | | | | | | | | | | |

**附件3-1**

**青海省用户满意服务杰出管理者自评表**

**评审对象：推进用户满意工程的企业高层管理人员 姓名\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**单位\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 岗位\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 自评得分\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **评审项目** | **评审细项** | **评分标准** | **评分** |
| **政治坚定**  **（10分）** | 立场坚定，社会责任感强（10分） | 始终同党中央保持高度一致，自觉遵守党和国家的政治纪律，坚决维护中央权威，切实保证政令畅通（1-6分） |  |
| 能透过现象看本质，用发展的眼光看问题，结合具体环境辩证对待事物看待问题并向周边的人传播正能量（7-8分） |
| 以良好的精神风貌去影响社会，促进和净化社会风气，在社会精神文明建设中起模范带头作用（9-10分） |
| **作风优良**  **（10分）** | 作风务实，文明严谨（10分） | 对工作高度负责，充满热情，服务意识强，具有良好的职业道德（1-6分） |  |
| 在组织内部积极倡导求真务实、规范服务、严谨细致的优良作风，在工作中起到模范表率作用（7-8分） |
| 优良的作风为全面建设小康社会、构建和谐社会氛围做出突出贡献（9-10分） |
| **工作创新**  **（40分）** | 建立学习型、创新型组织（15分） | 倡导学习型组织，注重员工培训教育活动，鼓励员工参与各项技能大赛，确保员工服务能力提升（1-7分） |  |
| 倡导管理创新、技术创新、科学管理等先进理念和方法，充分发挥员工积极性、主动性、创造性（8-12分） |
| 积极汲取内外部经验，更新组织服务理念，完善服务流程，切实促进组织整体服务水平的提升（13-15分） |  |
| 积极推进用户满意工程活动在企业内的实施，积极参加“用户满意服务之星”创建活动（15分） | 倡导以顾客为关注焦点、用户至上、全方位用户满意的价值观和服务理念，所在组织近三年内获得过国家级“实施用户满意工程先进单位”称号（5分） |  |
| 积极推进用户满意工程活动在组织内的开展，确保推进活动有目标，有措施，有检查，扎实有效（6-8分） |
| 推动所在组织从战略层面、管理层面、现场操作层面等多方面系统识别内外部顾客需求并予以满足（9-12分） |
| 鼓励员工积极参加“用户满意服务之星”创建活动，营造争当“用户满意服务之星”氛围（13-15分） |
| 组织绩效显著（10分） | 近三年内，所在组织无重大质量、安全事故（3分） **（注：该项目为一票否决，得分为0时不得申报）** |  |
| 建立以用户为中心的质量经营体系，确保组织根据实际情况设计监测顾客满意的指标体系，持续监测顾客满意度，并进行服务短板改进，不断提升顾客满意度（4-7分） |
| 所在组织的经济、社会效益在本系统、行业内得到认可，在本系统、行业工作成绩较为显著（8-10分） |
| **顾客认可**  **（40分）** | 所在组织的认可度 （25分） | 所在组织的顾客满意度测评结果在80分以上，且测评结果经第三方机构审核确认科学有效（1-18） |  |
| 所在组织获得过省、市级或行业系统内“标杆企业”、“质量奖”、“效益型企业”等荣誉称号（19-21） |
| 所在组织获得过国家级“标杆企业”、“质量奖”、“效益型企业”等荣誉称号（22-25分） |
| 个人的认可度（15分） | 本人获得过省市级或行业系统如“五一劳动奖章”、“杰出质量人”、“巾帼建功”等荣誉称号（1-9分） |  |
| 本人获得过国家级荣誉称号，如“五一劳动奖章”、“中国杰出质量人”、“巾帼建功”等（10-15分） |
| 所在组织（或推荐机构）审核意见: （可附页）  所在组织（或推荐机构）\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(盖章) | | | |

**附件3-2**

**青海省用户满意服务之星自评表（个人）**

**评审对象：工作在服务一线的从业人员 姓名\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**单位\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 岗位\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 自评总分\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **评审项目** | **评审细项** | **评分标准** | **评分** |
| **道德高尚**  **（10分）** | 道德情操高尚，社会责任感强（10分） | 热爱本职工作，情操高尚，谦虚谨慎，艰苦朴素，全心全意为顾客服务（1-6分） |  |
| 能透过现象看本质，用发展的眼光看问题，结合具体环境辩证对待事物看待问题并向周边的人传播正能量（7-8分） |
| 以良好的精神风貌去影响社会，促进和净化社会风气，在社会精神文明建设中起模范带头作用（9-10分） |
| **作风优良**  **（15分）** | 职业素养高，作风优良（15分） | 工作态度和蔼，充满热情，任劳任怨，服务意识强，具有良好的职业道德（1-6分） |  |
| 对工作高度负责，作风务实严谨，敢于担当，在工作中起到模范表率作用（7-12分） |
| 优良的作风为全面建设小康社会、构建和谐社会氛围做出突出贡献（13-15分） |
| **服务有效**  **（15分）** | 服务严守规范，工作扎实有效（15分） | 两年内无重大投诉事件发生，日常服务过程中顾客投诉率较低，且能较好地处理顾客的投诉行为（1-7分） |  |
| 服务严守规范，工作能力在本单位内得到认可，在本单位工作成绩较为显著（8-12分） |
| 工作能力和工作业绩在本系统、行业内得到认可，在本系统、行业工作成绩较为显著（13-15分） |
| **工作创新**  **（20分）** | 工作创新能力强（10分） | 刻苦钻研业务，熟练掌握本岗位各项业务技能和知识，不断学习，更新知识结构，提高自身专业技能水平（1-6分） |  |
| 不断加强学习且学以致用，改进工作方法，不断提高工作效率。面对工作中的困难能积极克服，不断进取（7-8分） |
| 立足岗位实际，积极传播所学知识，传授服务技能，用实际行动助力组织整体服务水平的提升（9-10分） |
| 积极参与实施用户满意工程活动，积极参加用户满意服务之星创建活动（10分） | 积极践行、倡导以顾客为关注焦点、重视顾客满意、用户至上的价值观和服务理念（1-2分） |  |
| 积极参与实施用户满意工程活动和创建用户满意服务之星活动，注重全方位用户满意，工作绩效明显（3-4分） |
| 主动监测顾客满意效果，并持续进行服务短板改进，不断提升服务水平和顾客满意度（5-6分） |
| 积极参与技能大赛、员工培训教育等活动，且表现活跃，成绩优异（7-8分） |
| 与时俱进，开拓创新，通过满意工程和创建活动切实提升了服务质量，为所在组织创造出较好的效益（9-10分） |
| **顾客认可**  **（40分）** | 服务能力得到内外部顾客认可和好评（20分） | 个人多次得到顾客的口头表扬或书面表扬（1-8分） |  |
| 获得单位先进荣誉称号，如“先进工作者”、“优秀员工”等（9-12分） |
| 获得过省（市）级或行业系统荣誉称号，如“五一劳动奖章”、“杰出青年岗位能手”、“巾帼建功”等（13-16分） |
| 获得过国家级荣誉称号，如“五一劳动奖章”、“杰出青年岗位能手”、“巾帼建功”等（17-20分） |
| 服务模式得到认可和好评（20分） | 科学进行满意度测评，满意度测量体系、分析报告经第三方机构审核确认科学有效（1-8分） |  |
| 最近三年的满意度测评结果在80分以上（9-12分） |
| 服务模式、方法和服务质量测评结果在行业中有标杆示范作用（13-20分） |
| 所在组织（或推荐机构）审核意见:  所在组织（或推荐机构）\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(盖章) | | | |