

CMM-525-0026XM-CC-CMM-OC-2025

《客户中心能力成熟度模型 2025 版管理体系》认证规则

认证规则编号：CMM-525-0026XM-CC-CMM-OC-2025

认证规则版本号：V1.0

发布单位：北京希莫认证服务有限公司

单位地址：北京市朝阳区望京街 4 号楼 22 层 2216

单位电话：010-57389002

发布日期：2026 年 4 月 25 日

实施日期：2026 年 4 月 25 日

公开方式：北京希莫认证服务有限公司官方网站 (<http://www.cc-cmm.cn/>)

国标认证项目联系人：葛梅

国标认证项目联系人电话：13701310869

国标认证项目联系人邮箱：gemei@ccmw.net

备案依据：《国家认监委关于加强认证规则管理的公告》（2025 年第 9 号）

合规声明：本规则为机构自主制定的自愿性认证规则，不替代国家 / 行业强制性标准与法律法规，不宣称高于国家标准，仅在国标基础上做行业细化与量化评价。

目 录

CMM-R525-0026-CC-CMM-OC-2025《客户中心能力成熟度模型 2025 版管理体系》认证规则	1
第 1 章 适用范围	1
1.1 认证对象	1
1.2 认证内容范围	1
1.3 认证领域与排除范围	1
1.4 认证模式	1
第 2 章 规范性引用文件	1
2.1 国家标准	2
2.2 行业标准	2
2.3 国际标准	2
2.4 法律法规	2
2.5 监管文件	2
第 3 章 术语和定义	2
3.1 客户中心	2
3.2 能力成熟度模型	3
3.3 服务特性要求	3
3.4 服务管理要求	3
3.5 下游客户	3
3.6 上游客户	3
3.7 客户体验	3
3.8 持续改进	3
第 4 章 认证依据	3
4.1 主要认证依据	3
4.2 辅助认证依据	4
4.3 适用性说明	4
4.4 获取途径	4

第 5 章 认证模式.....	4
5.1 服务特性要求测评.....	4
5.2 服务管理要求审核.....	5
5.3 认证模式组合.....	6
第 6 章 认证实施程序.....	6
6.1 认证申请.....	6
6.2 认证实施.....	7
6.3 认证决定.....	7
6.4 认证后管理.....	8
第 7 章 认证证书要求.....	8
7.1 证书格式.....	8
7.2 证书内容.....	8
7.3 证书使用要求.....	9
7.4 证书管理.....	9
第 8 章 认证证书状态管理规定.....	9
8.1 证书状态类型.....	10
8.2 状态变更条件.....	10
8.3 状态变更程序.....	10
8.4 状态管理要求.....	11
第 9 章 文化与战略管理要求.....	11
9.1 文化建设要求.....	11
9.2 战略规划要求.....	12
9.3 目标管理要求.....	12
第 10 章 管理体系建设要求.....	12
10.1 管理体系文件要求.....	12
10.2 管理体系运行要求.....	12
10.3 管理体系改进要求.....	13
第 11 章 环境与安全管理要求.....	13

11.1 工作环境管理要求.....	13
11.2 信息安全管理要求.....	133
第 12 章 运营流程管理要求.....	14
12.1 流程体系建设要求.....	14
12.2 业务流程管理要求.....	14
12.3 管理流程管理要求.....	14
12.4 流程优化改进要求.....	15
第 13 章 人员管理要求.....	15
13.1 人员招聘与配置要求.....	15
13.2 人员培训与发展要求.....	15
13.3 绩效管理与激励要求.....	15
13.4 员工关系管理要求.....	16
第 14 章 技术应用管理要求.....	16
14.1 技术系统建设要求.....	16
14.2 技术系统运维要求.....	16
14.3 技术创新应用要求.....	17
第 15 章 绩效指标管理要求.....	17
15.1 绩效指标体系要求.....	17
15.2 绩效数据管理要求.....	17
15.3 绩效分析改进要求.....	17
第 16 章 客户体验管理要求.....	18
16.1 下游客户管理要求.....	18
16.2 上游客户管理要求.....	18
16.3 客户满意度管理要求.....	18
第 17 章 创新与发展管理要求.....	19
17.1 创新机制建设要求.....	19
17.2 创新活动管理要求.....	19
17.3 持续改进管理要求.....	19

第 18 章 评价方法	19
18.1 评价指标体系	19
18.2 评价方法	20
18.3 评价实施程序	21
第 19 章 认证管理	21
19.1 认证申请管理	21
19.2 认证实施管理	22
19.3 认证决定管理	22
19.4 认证后管理	22
附录 A 认证申请表	23
附录 B 认证证书管理表	25
附录 C 评价指标计算说明	26
附录 D 打分表	28
附录 E 联系方式	30
第 20 章 合规承诺	30
第 21 章 附则	30

第 1 章 适用范围

1.1 认证对象

本认证规则适用于中华人民共和国境内依法开展客户中心运营活动的各类组织，包括但不限于：

1. 企业客户中心：各类企业设立的客户服务中心、呼叫中心、服务热线等
2. 金融机构客户中心：银行、证券、保险等金融机构的客户服务中心
3. 电信运营商客户中心：电信、移动、联通等运营商的客户服务中心
4. 政府机构客户中心：各级政府部门设立的政务服务热线、投诉举报中心等
5. 医疗机构客户中心：医院、诊所等医疗机构的客户服务中心
6. 电商平台客户中心：电子商务平台的客户服务中心
7. 第三方服务外包机构：专业从事客户服务外包的机构

1.2 认证内容范围

本认证规则覆盖的认证内容范围包括：

1. 文化与战略管理：客户中心的文化建设、战略规划、目标设定等
2. 管理体系建设：客户中心管理体系的建立、实施、监控和改进
3. 环境与安全管理：客户中心的工作环境管理、信息安全管理等
4. 运营流程管理：客户中心的业务流程、管理流程、流程优化等
5. 人员管理：客户中心的人员招聘、培训、绩效管理、激励机制等
6. 技术应用管理：客户中心的技术系统、工具应用、系统维护等
7. 绩效指标管理：客户中心的绩效指标体系、数据收集、分析改进等
8. 客户体验管理：下游客户服务、上游客户管理、满意度评估等
9. 创新与发展管理：客户中心的创新机制、持续改进、发展规划等

1.3 认证领域与排除范围

1. 本认证属于管理体系认证，认证领域为客户中心运营管理。
2. 本认证不适用于信息技术产品质量、网络安全产品、国家统一推行的强制性认证领域。

1.4 认证模式

本认证规则采用“服务特性要求测评+服务管理要求审核”的复合认证模式，具体包括：

1. 服务特性要求测评：对客户中心的服务质量、服务效率、服务能力等特性要求进行测评
2. 服务管理要求审核：对客户中心的管理体系、管理制度、管理流程等管理要求进行审核

第 2 章 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。

2.1 国家标准

1. GB/T 19001-2016 《质量管理体系 要求》
2. GB/T 22080-2016 《信息技术 安全技术 信息安全管理体系 要求》
3. GB/T 23001-2017 《信息化和工业化融合管理体系 要求》
4. GB/T 36073-2018 《数据管理能力成熟度评估模型》
5. GB/T 35273-2020 《信息安全技术 个人信息安全规范》
6. GB/T 10002-2018 《质量管理 顾客满意 组织投诉处理指南》

2.2 行业标准

1. CC-CMM-OC:2025 《客户中心运营机构能力成熟度标准》
2. CC-CMM-ITSD:2025 《IT 服务台运营能力成熟度标准》
3. CC-CMM-CB:2025 《客户中心专业园区能力成熟度标准》
4. CC-CMM-PC:2025 《客户中心管理人员标准》

2.3 国际标准

1. ISO 9001:2015 《质量管理体系 要求》
2. ISO/IEC 27001:2013 《信息安全管理体系 要求》
3. ISO 10002:2018 《质量管理 顾客满意 组织投诉处理指南》
4. ISO/IEC 20000-1:2018 《信息技术服务管理体系 要求》

2.4 法律法规

1. 《中华人民共和国网络安全法》
2. 《中华人民共和国数据安全法》
3. 《中华人民共和国个人信息保护法》
4. 《中华人民共和国消费者权益保护法》
5. 《关键信息基础设施安全保护条例》

2.5 监管文件

《国家认监委关于加强认证规则管理的公告》（2025 年第 9 号）
GB/T 27007、GB/T 27060、GB/T 27067 合格评定系列标准

第 3 章 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 客户中心

企业或组织设立的，专门负责处理客户咨询、投诉、建议、业务办理等服务的部门或机构，包括呼叫中心、服务热线、在线客服中心等。

3.2 能力成熟度模型

描述组织在特定领域不同发展阶段的特征和要求的框架，用于评估和指导组织的能力提升和发展。

3.3 服务特性要求

客户中心提供服务所应具备的基本特性，包括服务质量、服务效率、服务能力、服务安全性等。

3.4 服务管理要求

客户中心为确保服务质量和效率所应建立的管理体系、管理制度、管理流程等要求。

3.5 下游客户

接受客户中心服务的最终用户或客户，包括个人客户和企业客户。

3.6 上游客户

客户中心所服务的内部业务部门或外部合作机构，是客户中心的服务对象。

3.7 客户体验

客户在与客户中心交互过程中的整体感受和评价，包括服务质量、服务效率、服务态度等方面。

3.8 持续改进

客户中心通过不断优化服务流程、提升服务质量、改进管理方法等方式，持续提升服务能力和客户满意度的过程。

第 4 章 认证依据

4.1 主要认证依据

1. CC-CMM-OC:2025 《客户中心运营机构能力成熟度标准》

发布单位：北京希莫认证服务有限公司

发布日期：2024 年 12 月 1 日

实施日期：2025 年 1 月 1 日

适用范围：适用于客户中心运营机构的能力成熟度评估和认证

2. 本认证规则《CMM-525-0026XM-CC-CMM-OC-2025 客户中心能力成熟度模型 2025 版管理体系认证规则》（V2.0）

发布单位：北京希莫认证服务有限公司

发布日期：2026 年 4 月 25 日

实施日期：2026 年 4 月 25 日

4.2 辅助认证依据

1. 本章第 2 条所列国家标准、国际标准
2. 本章第 2 条所列相关法律法规要求

4.3 适用性说明

1. 本认证规则适用于客户中心能力成熟度的自愿性认证。
2. 本认证规则不宣称高于国家标准，仅在国标基础上结合行业实践进行细化、量化与落地。
3. 本认证规则不适用于客户中心的信息技术产品质量、网络安全等其他领域认证。

4.4 获取途径

认证依据文件可通过以下途径获取：

1. 北京希莫认证服务有限公司官方网站 (<http://www.cc-cmm.cn/>)
2. 国家市场监督管理总局官网 (www.samr.gov.cn)
3. 中国标准出版社
4. 全国信息技术标准化技术委员会

第 5 章 认证模式

本认证规则采用“服务特性要求测评+服务管理要求审核”的复合认证模式，具体包括：

5.1 服务特性要求测评

5.1.1 测评内容

1. 服务质量特性

服务准确性：服务内容的准确性和完整性

服务规范性：服务流程和服务行为的规范性

服务专业性：服务人员的专业能力和服务水平

服务态度：服务人员的服务态度和沟通能力

2. 服务效率特性

响应时间：客户请求的响应速度

处理时间：业务处理的时间效率

解决率：问题一次性解决的比例

接通率：客户呼叫的接通比例

3. 服务能力特性

服务覆盖：服务时间和服务渠道的覆盖范围

服务容量：同时处理客户请求的能力

服务灵活性：应对业务变化和客户需求的灵活性

服务连续性：服务的稳定性和连续性

4. 服务安全特性

信息安全：客户信息的保密性和安全性

操作安全：业务操作的安全性和合规性

系统安全：信息系统的安全性和可靠性

数据安全：客户数据的保护和管理

5.1.2 测评方法

1. 文档审查：审查客户中心的服务规范、操作手册、质量标准等文档
2. 现场观察：观察客户中心的服务过程、服务环境、服务设施等
3. 人员访谈：与客户中心的管理人员、服务人员、技术人员等进行访谈
4. 数据分析：分析客户中心的服务数据、绩效数据、质量数据等
5. 模拟测试：通过模拟客户请求，测试客户中心的服务能力和服务质量
6. 客户调查：通过问卷调查、电话访谈等方式，了解客户对服务的评价

5.2 服务管理要求审核

5.2.1 审核内容

1. 管理体系文件

质量手册：客户中心质量管理体系的纲领性文件

程序文件：客户中心各项管理活动的程序规定

作业指导书：客户中心具体业务操作的指导文件

记录表格：客户中心各项活动的记录和表单

2. 管理体系运行

体系建立：管理体系的建立和实施情况

体系监控：管理体系的监控和测量情况

体系改进：管理体系的持续改进情况

体系有效性：管理体系的有效性和适宜性

3. 管理流程

业务流程：客户服务业务的处理流程

管理流程：客户中心各项管理活动的流程

支持流程：客户中心各项支持活动的流程

流程优化：流程的持续优化和改进情况

4. 资源管理

人力资源：人员的招聘、培训、管理和发展

技术资源：信息技术系统和工具的管理和维护

财务资源：预算管理、成本控制、效益评估

设施资源：办公设施、服务设施的管理和维护

5. 风险管理

风险识别：客户中心面临的各类风险的识别

风险评估：风险的可能性和影响程度的评估

风险控制：风险控制措施的制定和实施

风险监控：风险的持续监控和管理

5.2.2 审核方法

1. 文件审查：审查客户中心的管理体系文件和记录
2. 现场审核：到客户中心现场进行实地审核
3. 人员访谈：与客户中心的管理人员、技术人员、服务人员等进行访谈
4. 记录审查：审查客户中心的管理记录、服务记录、质量记录等
5. 效果评估：评估客户中心管理体系的实施效果和改进情况

5.3 认证模式组合

服务特性要求测评和服务管理要求审核的组合方式：

审核类型	服务特性要求测评	服务管理要求审核	现场审核时间
初次认证	全面测评	全面审核	3-5 天
监督审核	重点测评	重点审核	1-2 天
再认证	全面测评	全面审核	3-5 天

第 6 章 认证实施程序

6.1 认证申请

6.1.1 申请条件

申请认证的客户中心应具备以下条件：

1. 依法设立并有效存续的组织
2. 已建立符合 CC-CMM-OC:2025 标准要求的管理体系
3. 管理体系已运行 3 个月以上
4. 近 12 个月内无重大违法违规行为
5. 具备开展客户中心运营的基本条件和资源

6.1.2 申请材料

申请人应提交以下申请材料：

1. 认证申请书（附件 1）
2. 营业执照或组织机构代码证复印件
3. 客户中心管理体系文件
4. 近 3 个月的客户中心绩效数据
5. 组织架构图和人员配置情况
6. 客户中心相关的技术方案和实施计划
7. 其他相关证明材料

6.1.3 申请受理

北京希莫认证服务有限公司在收到申请材料后 5 个工作日内完成受理审查，符合要求的予以受理，不符合要求的一次性告知需要补充的材料。

6.2 认证实施

6.2.1 审核准备

1. 组建审核组：根据申请认证的客户中心规模和复杂度，组建相应的审核组
2. 制定审核计划：确定审核的时间、地点、人员、内容和方法
3. 文件审查：对申请人提交的文件进行符合性审查
4. 现场审核准备：准备审核所需的工具、表格、记录等

6.2.2 现场审核

1. 首次会议：介绍审核目的、范围、方法和程序
2. 文件审核：审查客户中心管理体系文件
3. 现场检查：检查客户中心的实际运营情况
4. 人员访谈：与各级管理人员、技术人员、服务人员等进行访谈
5. 数据分析：分析客户中心的绩效数据和业务数据
6. 不符合项识别：识别不符合认证要求的事项

6.2.3 不符合项与整改要求

1. 严重不符合：系统性失效，立即暂停认证流程，限期整改并重新审核。
2. 轻微不符合：需在规定期限内提交纠正措施、实施证据及验证材料，验证通过后方可进入认证决定。

3. 整改验证：审核组对纠正措施有效性进行书面或现场验证，未通过不予批准认证。

6.2.4 审核报告

1. 末次会议：通报审核情况，提出不符合项和改进建议
2. 审核报告编制：编制审核报告，明确审核结论
3. 审核报告批准：审核报告经审核组长和技术委员会批准

6.3 认证决定

6.3.1 技术委员会审查

北京希莫认证服务有限公司技术委员会对审核报告进行审查，重点审查：

1. 审核过程的符合性
2. 不符合项的准确性和完整性
3. 审核结论的合理性

6.3.2 认证决定

根据技术委员会的审查意见，作出以下认证决定：

1. 批准认证：符合认证要求，批准颁发认证证书
2. 有条件批准认证：存在轻微不符合项，在规定时间内完成整改后批准认证

3. 不予批准认证：存在严重不符合项，不符合认证要求

6.3.3 决定通知

北京希莫认证服务有限公司在作出认证决定后 5 个工作日内，将决定结果书面通知申请人。

6.4 认证后管理

6.4.1 证书管理

1. 证书颁发：对批准认证的申请人颁发认证证书
2. 证书公告：在北京希莫认证服务有限公司官方网站公告认证结果
3. 证书使用：指导申请人正确使用认证证书和认证标志

6.4.2 监督审核

1. 年度监督审核：每年进行一次监督审核，验证认证要求的持续符合性
2. 特殊监督审核：发生重大变更或投诉时进行特殊监督审核
3. 监督审核结果：根据监督审核结果，决定是否保持认证资格

6.4.3 再认证

认证证书有效期届满前 3 个月，申请人可申请再认证，再认证程序与初次认证程序相同。

第 7 章 认证证书要求

7.1 证书格式

认证证书采用国家认监委规定的统一格式，主要包括：

1. 证书编号：唯一的证书识别编号
2. 认证对象名称：申请人的法定名称
3. 认证对象地址：申请人的注册地址或实际经营地址
4. 认证范围：认证覆盖的客户中心管理体系范围
5. 认证依据：认证所依据的标准和认证规则
6. 证书有效期：证书的有效期限
7. 颁发日期：证书的颁发日期
8. 认证机构名称：北京希莫认证服务有限公司名称
9. 认证机构标志：北京希莫认证服务有限公司标志
10. 国家认监委标志：国家认监委规定的标志

7.2 证书内容

7.2.1 基本信息

认证规则编号：CMM-R525-0026-CC-CMM-OC-2025

认证类别：客户中心能力成熟度认证

认证领域：客户中心运营管理

认证模式：服务特性要求测评+服务管理要求审核

7.2.2 评价信息

服务特性评价结果：服务质量、服务效率、服务能力、服务安全等评价结果
服务管理评价结果：管理体系、管理流程、资源管理、风险管理等评价结果
综合评价结果：客户中心能力成熟度的综合评价结果

7.2.3 认证标志要求

1. 认证标志由北京希莫认证服务有限公司统一设计、管理、发放。
2. 获证组织仅限在认证范围与有效期内规范使用标志。
3. 禁止伪造、涂改、超范围使用认证标志。

7.3 证书使用要求

7.3.1 正确使用

1. 认证证书应在有效期内使用
2. 认证证书应完整展示，不得涂改、伪造
3. 认证证书应与认证范围一致使用

7.3.2 禁止行为

1. 不得超出认证范围使用认证证书
2. 不得在认证证书上添加未经认证机构批准的内容
3. 不得将认证证书转让、租借、抵押给其他组织

7.3.3 宣传要求

1. 真实、准确、不误导公众，使用认证证书进行宣传时，应注明认证机构名称和认证标准
2. 宣传材料应包含认证证书的完整信息

7.4 证书管理

7.4.1 证书变更

当认证对象的名称、地址、认证范围等发生变更时，应及时向北京希莫认证服务有限公司申请证书变更。

7.4.2 证书补发

认证证书遗失或损坏时，认证对象可向北京希莫认证服务有限公司申请补发证书。

7.4.3 证书注销

有下列情形之一的，北京希莫认证服务有限公司将注销认证证书：

1. 认证对象主动申请注销
2. 认证证书有效期届满未申请再认证
3. 认证对象不再符合认证要求
4. 认证对象有严重违法违规行为

第 8 章 认证证书状态管理规定

8.1 证书状态类型

认证证书的状态分为以下几种：

1. 有效：认证证书在有效期内，认证对象持续符合认证要求
2. 暂停：认证对象存在轻微不符合项，在规定时间内整改
3. 撤销：认证对象存在严重不符合项，不符合认证要求
4. 注销：认证证书有效期届满或认证对象主动申请注销

8.2 状态变更条件

8.2.1 暂停条件

有下列情形之一的，北京希莫认证服务有限公司将暂停认证证书：

1. 监督审核发现轻微不符合项，未在规定时间内完成整改
2. 认证对象的管理体系发生重大变更未及时报告
3. 认证对象存在一般违法违规行为
4. 其他影响认证有效性的情形

8.2.2 撤销条件

有下列情形之一的，北京希莫认证服务有限公司将撤销认证证书：

1. 监督审核发现严重不符合项，不符合认证要求
2. 认证对象提供虚假材料或隐瞒重要信息
3. 认证对象有严重违法违规行为
4. 认证对象拒绝接受监督审核
5. 暂停期限届满仍未完成整改

8.2.3 注销条件

有下列情形之一的，北京希莫认证服务有限公司将注销认证证书：

1. 认证证书有效期届满未申请再认证
2. 认证对象主动申请注销
3. 认证对象依法终止
4. 其他应当注销的情形

8.3 状态变更程序

8.3.1 暂停程序

1. 通知：北京希莫认证服务有限公司向认证对象发出暂停通知，说明暂停理由和整改要求
2. 整改：认证对象在规定时间内完成整改
3. 验证：北京希莫认证服务有限公司对整改情况进行验证
4. 恢复：验证通过后，恢复认证证书的有效状态

8.3.2 撤销程序

1. 调查：北京希莫认证服务有限公司对撤销理由进行调查核实
2. 通知：向认证对象发出撤销通知，说明撤销理由

3. 申诉：认证对象可在规定时间内提出申诉
4. 决定：根据调查结果和申诉情况，作出最终决定

8.3.3 注销程序

1. 申请：认证对象提出注销申请或北京希莫认证服务有限公司发现应当注销的情形
2. 审核：北京希莫认证服务有限公司对注销申请进行审核
3. 决定：作出注销决定并通知认证对象
4. 公告：在官方网站公告注销信息

8.4 状态管理要求

8.4.1 信息公开

北京希莫认证服务有限公司应在官方网站公开认证证书的状态信息，包括：

1. 认证对象名称
2. 认证证书编号
3. 认证状态
4. 状态变更时间

8.4.2 信息更新

认证证书状态发生变更时，北京希莫认证服务有限公司应及时更新公开信息，确保信息的准确性和及时性。

8.4.3 信息查询

社会公众可通过北京希莫认证服务有限公司官方网站查询认证证书的状态信息，查询内容包括：

1. 认证证书的有效性
2. 认证证书的状态
3. 认证证书的变更历史
4. 认证证书的注销信息

第 9 章 文化与战略管理要求

9.1 文化建设要求

9.1.1 文化定义要求

1. 核心价值明确：客户中心应明确定义自己的核心价值、愿景与使命，并文档化
2. 文化宣贯到位：员工要理解与接受客户中心的文化，工作行为要与其文化相匹配
3. 文化传播有效：要通过多种渠道传播客户中心的文化，确保员工的理解和认同

9.1.2 文化落地要求

1. 文化与战略匹配：客户中心的战略规划要与其文化保持一致性，并文档化
2. 文化与流程融合：客户中心的流程体系要与文化相匹配，确保文化的落地实施
3. 文化与行为一致：员工的日常工作行为要体现客户中心的文化价值观

9.2 战略规划要求

9.2.1 战略制定要求

1. 战略目标明确：客户中心应制定明确的战略目标，包括长期目标和短期目标
2. 战略定位清晰：客户中心应明确自己的市场定位和竞争优势
3. 战略路径可行：客户中心应制定可行的战略实施路径和行动计划

9.2.2 战略实施要求

1. 年度计划制定：客户中心及其部门要依据整体战略规划制定年度计划，并文档化
2. 责任分工明确：年度计划要明确相关任务责任人、不同阶段的里程碑以及具体的行动方案
3. 执行监控有效：要建立战略执行的监控机制，定期评估战略目标的完成情况

9.3 目标管理要求

9.3.1 目标设定要求

1. 目标 SMART 原则：目标应符合 SMART 原则（具体、可测量、可实现、相关性、时限性）
2. 目标分层分级：目标应分层分级，覆盖客户中心的各个层面和各个部门
3. 目标协调一致：各层级目标应协调一致，确保整体目标的实现

9.3.2 目标监控要求

1. 监控机制完善：要建立完善的目标监控机制，定期监控目标的完成情况
2. 监控数据准确：监控数据应准确、及时、完整，确保监控结果的可靠性
3. 监控分析深入：要对监控结果进行深入分析，找出问题原因并制定改进措施

第 10 章 管理体系建设要求

10.1 管理体系文件要求

10.1.1 文件结构要求

1. 文件层次清晰：管理体系文件应包括质量手册、程序文件、作业指导书和记录表格
2. 文件内容完整：文件内容应完整覆盖客户中心的所有管理活动和业务活动
3. 文件接口明确：不同文件之间的接口关系应明确，确保文件体系的协调性

10.1.2 文件管理要求

1. 文件编制规范：文件编制应符合相关标准和规范的要求
2. 文件审批严格：文件发布前应经过严格的审批程序，确保文件的适宜性和充分性
3. 文件控制有效：要建立有效的文件控制机制，确保文件的最新有效版本得到使用

10.2 管理体系运行要求

10.2.1 体系实施要求

1. 实施计划周密：管理体系实施应制定周密的实施计划，确保实施的顺利进行
2. 实施培训到位：要对相关人员进行管理体系培训，确保人员理解和掌握体系要求
3. 实施监控有效：要对体系实施过程进行有效监控，及时发现和解决实施中的问题

10.2.2 体系监控要求

1. 监控指标科学：要建立科学的监控指标体系，全面监控管理体系的运行情况
2. 监控方法有效：监控方法应有效、实用，确保监控结果的准确性和可靠性
3. 监控频率适宜：监控频率应适宜，既要确保及时发现问题，又要避免监控成本过高

10.3 管理体系改进要求

10.3.1 改进机制要求

1. 改进意识强烈：客户中心应具有强烈的持续改进意识，不断追求卓越
2. 改进机制完善：要建立完善的持续改进机制，确保改进活动的有效开展
3. 改进方法科学：改进方法应科学、有效，确保改进活动的质量和效果

10.3.2 改进实施要求

1. 改进计划具体：改进计划应具体、可行，明确改进目标、措施、责任人和时间要求
2. 改进资源充足：要为改进活动提供充足的资源支持，确保改进活动的顺利进行
3. 改进效果评估：要对改进效果进行评估，确保改进活动达到预期目标

第 11 章 环境与安全管理要求

11.1 工作环境管理要求

11.1.1 物理环境要求

1. 环境布局合理：客户中心的物理环境布局应合理，满足业务开展的需要
2. 环境设施完善：要配备完善的办公设施、服务设施和生活设施
3. 环境安全可靠：要确保工作环境的安全性和可靠性，防止安全事故的发生

11.1.2 环境维护要求

1. 维护制度健全：要建立健全的环境维护制度，明确维护责任和维护要求
2. 维护措施有效：维护措施应有效、实用，确保环境的整洁和安全
3. 维护记录完整：要对环境维护活动进行记录，确保维护活动的可追溯性

11.2 信息安全管理要求

11.2.1 安全策略要求

1. 策略体系完善：客户中心应建立完善的信息安全策略体系，包括人员安全、物理安全和信息化安全
2. 策略文档齐全：安全策略应文档化，明确责任人、职责和工作要求
3. 策略更新及时：安全策略应根据业务发展和技术变化及时更新

11.2.2 安全管理要求

1. 人员安全管理：要对人员进行安全管理，包括背景调查、安全培训、保密协议等
2. 物理安全管理：要对物理环境进行安全管理，包括门禁控制、监控系统、设备安全等
3. 信息安全管理：要对信息资产进行安全管理，包括数据加密、访问控制、备份恢复等

11.2.3 安全监控要求

1. 监控机制完善：要建立完善的安全监控机制，实时监控安全状况
2. 监控工具先进：要采用先进的安全监控工具，提高监控效率和效果
3. 监控响应及时：要对安全事件进行及时响应，防止安全事件的扩大和蔓延

第 12 章 运营流程管理要求

12.1 流程体系建设要求

12.1.1 流程设计要求

1. 流程体系完整：客户中心应制定一套完整的、层级化的流程体系
2. 流程分类合理：流程体系应包含业务流程和管理流程两大类
3. 流程接口清晰：不同流程之间的接口关系应清晰，确保流程的协调性

12.1.2 流程文档要求

1. 文档内容完整：流程文档应完整描述流程的目的、范围、输入、输出、活动、角色等
2. 文档格式规范：流程文档应采用规范的格式，确保文档的可读性和可理解性
3. 文档更新及时：流程文档应根据业务变化及时更新，确保文档的有效性

12.2 业务流程管理要求

12.2.1 客户服务流程

1. 服务流程规范：客户服务流程应规范、标准，确保服务质量的一致性
2. 服务流程高效：客户服务流程应高效、便捷，提高服务效率和客户满意度
3. 服务流程灵活：客户服务流程应灵活、适应性强，满足不同客户的需求

12.2.2 投诉处理流程

1. 处理流程规范：投诉处理流程应规范、标准，确保投诉处理的公正性和及时性
2. 处理流程高效：投诉处理流程应高效、快捷，提高投诉处理的效率和效果
3. 处理流程闭环：投诉处理流程应形成闭环，确保投诉问题的彻底解决

12.3 管理流程管理要求

12.3.1 业务监控流程

1. 监控内容全面：业务监控流程应全面覆盖客户服务的各个环节
2. 监控方法科学：业务监控方法应科学、有效，确保监控结果的准确性和可靠性
3. 监控频率适宜：业务监控频率应适宜，既要确保及时发现问题，又要避免监控成本过高

12.3.2 人力管理流程

1. 人力规划科学：人力规划应科学、合理，确保人力资源的合理配置
2. 招聘流程规范：招聘流程应规范、透明，确保招聘到合适的人才
3. 培训流程完善：培训流程应完善、系统，确保员工能力的持续提升

12.4 流程优化改进要求

12.4.1 流程评估要求

1. 评估指标科学：要建立科学的流程评估指标体系，全面评估流程的绩效
2. 评估方法有效：流程评估方法应有效、实用，确保评估结果的准确性和可靠性
3. 评估频率适宜：流程评估频率应适宜，既要确保及时发现问题，又要避免评估成本过高

12.4.2 流程改进要求

1. 改进目标明确：流程改进目标应明确、具体，确保改进活动的针对性和有效性
2. 改进方法科学：流程改进方法应科学、先进，提高改进活动的效率和效果
3. 改进效果评估：要对流程改进效果进行评估，确保改进活动达到预期目标

第 13 章 人员管理要求

13.1 人员招聘与配置要求

13.1.1 招聘管理要求

1. 招聘计划科学：招聘计划应科学、合理，根据业务需求和人员需求制定
2. 招聘标准明确：招聘标准应明确、具体，确保招聘到符合要求的人才
3. 招聘流程规范：招聘流程应规范、透明，确保招聘活动的公正性和公平性

13.1.2 人员配置要求

1. 配置原则科学：人员配置应遵循科学的原则，确保人力资源的合理利用
2. 配置结构合理：人员配置结构应合理，满足业务开展的需要
3. 配置调整及时：人员配置应根据业务变化及时调整，确保配置的适应性

13.2 人员培训与发展要求

13.2.1 培训体系要求

1. 培训体系完善：要建立完善的培训体系，覆盖所有岗位和所有人员
2. 培训内容全面：培训内容应全面、系统，包括业务知识、服务技能、管理能力等
3. 培训方法多样：培训方法应多样、灵活，包括课堂培训、在线学习、实践操作等

13.2.2 发展规划要求

1. 职业发展路径清晰：要为员工规划清晰的职业发展路径，明确发展方向和发展目标
2. 发展支持到位：要为员工的职业发展提供充分的支持，包括培训、辅导、晋升等
3. 发展评估有效：要对员工的职业发展进行有效评估，确保发展规划的实施效果

13.3 绩效管理 with 激励要求

13.3.1 绩效体系要求

1. 绩效指标科学：绩效指标应科学、合理，全面反映员工的工作表现
2. 绩效评估公正：绩效评估应公正、公平，确保评估结果的客观性和可靠性
3. 绩效反馈及时：绩效反馈应及时、有效，帮助员工了解自己的工作表现和改进方向

13.3.2 激励机制要求

1. 激励体系完善：要建立完善的激励体系，包括物质激励和精神激励
2. 激励措施有效：激励措施应有效、实用，能够激发员工的工作积极性和创造性
3. 激励公平公正：激励应公平、公正，确保激励措施的公正性和透明度

13.4 员工关系管理要求

13.4.1 沟通管理要求

1. 沟通渠道畅通：要建立畅通的沟通渠道，确保信息的及时传递和反馈
2. 沟通方式多样：沟通方式应多样、灵活，包括会议、面谈、问卷调查等
3. 沟通效果良好：沟通效果应良好、有效，确保沟通目标的实现

13.4.2 员工关怀要求

1. 关怀体系完善：要建立完善的员工关怀体系，关注员工的工作和生活
2. 关怀措施到位：关怀措施应到位、实用，帮助员工解决实际问题
3. 关怀效果明显：关怀效果应明显、有效，提高员工的归属感和满意度

第 14 章 技术应用管理要求

14.1 技术系统建设要求

14.1.1 系统规划要求

1. 规划科学合理：技术系统规划应科学、合理，符合客户中心的业务需求和发展战略
2. 规划前瞻性：技术系统规划应具有前瞻性，能够适应业务发展的需要
3. 规划可操作性：技术系统规划应具有可操作性，确保规划的顺利实施

14.1.2 系统建设要求

1. 建设标准统一：技术系统建设应采用统一的标准和规范，确保系统的兼容性和可扩展性
2. 建设质量可靠：技术系统建设应确保质量可靠，满足业务运行的需要
3. 建设进度可控：技术系统建设应确保进度可控，按时完成建设任务

14.2 技术系统运维要求

14.2.1 运维管理要求

1. 运维制度健全：要建立健全的技术系统运维制度，明确运维责任和运维要求
2. 运维流程规范：运维流程应规范、标准，确保运维活动的有序进行
3. 运维记录完整：要对运维活动进行完整记录，确保运维活动的可追溯性

14.2.2 运维保障要求

1. 保障措施到位：要采取有效的保障措施，确保技术系统的稳定运行
2. 应急响应及时：要建立应急响应机制，对技术系统故障进行及时响应和处理
3. 备份恢复可靠：要建立可靠的备份恢复机制，确保数据的安全性和完整性

14.3 技术创新应用要求

14.3.1 创新意识要求

1. 创新意识强烈：客户中心应具有强烈的技术创新意识，积极推动技术创新
2. 创新氛围浓厚：要营造浓厚的技术创新氛围，鼓励员工参与技术创新
3. 创新文化形成：要形成良好的技术创新文化，将创新融入日常工作

14.3.2 创新应用要求

1. 创新应用广泛：要广泛应用新技术、新方法，提高客户服务的质量和效率
2. 创新效果明显：技术创新应用应取得明显的效果，为客户中心创造价值
3. 创新持续推进：要持续推进技术创新，不断提升客户中心的技术水平

第 15 章 绩效指标管理要求

15.1 绩效指标体系要求

15.1.1 指标设计要求

1. 指标体系完整：绩效指标体系应完整覆盖客户中心的各个层面和各个环节
2. 指标分类合理：绩效指标应合理分类，包括客户类指标、运营类指标、财务类指标等
3. 指标定义明确：绩效指标应明确定义，包括指标名称、计算方法、数据来源等

15.1.2 指标目标要求

1. 目标设定科学：绩效指标目标应科学、合理，具有挑战性和可实现性
2. 目标分解到位：绩效指标目标应分解到各个部门和各个岗位，确保目标的落实
3. 目标协调一致：各层级绩效指标目标应协调一致，确保整体目标的实现

15.2 绩效数据管理要求

15.2.1 数据收集要求

1. 收集渠道畅通：要建立畅通的数据收集渠道，确保数据的及时获取
2. 收集方法科学：数据收集方法应科学、有效，确保数据的准确性和可靠性
3. 收集频率适宜：数据收集频率应适宜，既要确保数据的及时性，又要避免收集成本过高

15.2.2 数据处理要求

1. 处理方法规范：数据处理方法应规范、标准，确保数据处理的准确性和一致性
2. 处理工具先进：要采用先进的数据处理工具，提高数据处理的效率和效果
3. 处理结果可靠：数据处理结果应可靠、可信，为绩效评估提供有力支持

15.3 绩效分析改进要求

15.3.1 分析方法要求

1. 分析方法科学：绩效分析方法应科学、有效，包括趋势分析、对比分析、因果分析等
2. 分析深度足够：绩效分析应具有足够的深度，深入挖掘绩效问题的根源
3. 分析结果有用：绩效分析结果应有用、实用，为决策提供有力支持

15.3.2 改进措施要求

1. 改进措施具体：改进措施应具体、可行，明确改进目标、措施、责任人和时间要求
2. 改进资源充足：要为改进活动提供充足的资源支持，确保改进活动的顺利进行
3. 改进效果评估：要对改进效果进行评估，确保改进活动达到预期目标

第 16 章 客户体验管理要求

16.1 下游客户管理要求

16.1.1 客户信息管理要求

1. 信息收集全面：要全面收集下游客户的信息，包括基本信息、行为信息、偏好信息等
2. 信息管理规范：客户信息管理应规范、标准，确保信息的安全性和保密性
3. 信息利用有效：要有效利用客户信息，为客户提供个性化的服务和支持

16.1.2 客户服务要求

1. 服务质量优良：客户服务质量应优良、专业，满足客户的需求和期望
2. 服务效率高效：客户服务效率应高效、快捷，提高客户的满意度和忠诚度
3. 服务态度良好：客户服务态度应良好、热情，营造良好的服务氛围

16.2 上游客户管理要求

16.2.1 沟通协调要求

1. 沟通渠道畅通：要建立畅通的沟通渠道，确保与上游客户的有效沟通
2. 沟通频率适宜：沟通频率应适宜，既要确保信息的及时传递，又要避免沟通成本过高
3. 沟通效果良好：沟通效果应良好、有效，确保沟通目标的实现

16.2.2 服务支持要求

1. 服务响应及时：对上游客户的服务请求应及时响应，确保服务的及时性
2. 服务质量可靠：服务质量应可靠、稳定，满足上游客户的需求和期望
3. 服务改进持续：要持续改进服务质量，提高上游客户的满意度和忠诚度

16.3 客户满意度管理要求

16.3.1 满意度调查要求

1. 调查方法科学：客户满意度调查方法应科学、有效，确保调查结果的准确性和可靠性
2. 调查频率适宜：客户满意度调查频率应适宜，既要确保及时了解客户满意度，又要避免调查成本过高
3. 调查样本合理：客户满意度调查样本应合理、具有代表性，确保调查结果的有效性

16.3.2 满意度改进要求

1. 改进目标明确：客户满意度改进目标应明确、具体，确保改进活动的针对性和有效性
2. 改进措施有效：客户满意度改进措施应有效、实用，能够切实提高客户满意度
3. 改进效果评估：要对客户满意度改进效果进行评估，确保改进活动达到预期目标

第 17 章 创新与发展管理要求

17.1 创新机制建设要求

17.1.1 创新组织要求

1. 创新组织健全：要建立健全的创新组织，明确创新责任和创新分工
2. 创新团队专业：创新团队应专业、高效，具备创新所需的知识和技能
3. 创新氛围浓厚：要营造浓厚的创新氛围，鼓励员工参与创新活动

17.1.2 创新制度要求

1. 创新制度完善：要建立完善的创新制度，规范创新活动的开展
2. 创新激励有效：创新激励措施应有效、实用，能够激发员工的创新积极性
3. 创新保护到位：要对创新成果进行有效保护，鼓励员工积极创新

17.2 创新活动管理要求

17.2.1 创新项目管理要求

1. 项目选择科学：创新项目选择应科学、合理，确保项目的可行性和有效性
2. 项目管理规范：创新项目管理应规范、标准，确保项目的顺利实施
3. 项目评估有效：创新项目评估应有效、实用，确保项目的质量和效果

17.2.2 创新成果管理要求

1. 成果转化有效：创新成果转化应有效、实用，为客户中心创造价值
2. 成果推广广泛：创新成果推广应广泛、深入，发挥创新成果的最大效益
3. 成果保护到位：要对创新成果进行有效保护，确保创新成果的安全性和保密性

17.3 持续改进管理要求

17.3.1 改进机制要求

1. 改进机制完善：要建立完善的持续改进机制，确保改进活动的有效开展
2. 改进方法科学：持续改进方法应科学、有效，提高改进活动的效率和效果
3. 改进文化形成：要形成良好的持续改进文化，将改进融入日常工作

17.3.2 改进实施要求

1. 改进计划具体：持续改进计划应具体、可行，明确改进目标、措施、责任人和时间要求
2. 改进资源充足：要为持续改进活动提供充足的资源支持，确保改进活动的顺利进行
3. 改进效果评估：要对持续改进效果进行评估，确保改进活动达到预期目标

第 18 章 评价方法

18.1 评价指标体系

18.1.1 基础指标体系

1. 文化与战略管理评价指标

文化建设（权重 25%）
文化定义（权重 7%）
文化宣贯（权重 6%）
文化落地（权重 6%）
文化效果（权重 6%）
战略规划（权重 35%）
战略制定（权重 10%）
战略实施（权重 10%）
战略监控（权重 8%）
战略效果（权重 7%）
目标管理（权重 40%）
目标设定（权重 12%）
目标分解（权重 10%）
目标监控（权重 10%）
目标效果（权重 8%）

2. 管理体系建设评价指标

文件管理（权重 30%）
体系运行（权重 40%）
体系有效性（权重 30%）

3. 环境与安全管理评价指标

工作环境（权重 35%）
信息安全（权重 65%）

18.1.2 提升指标体系

1. 管理创新指标

管理理念创新（权重 3%）
管理方法创新（权重 3%）
管理工具创新（权重 2%）
管理模式创新（权重 2%）

2. 技术创新指标

技术应用创新（权重 2%）
技术集成创新（权重 2%）
技术服务创新（权重 1%）
技术生态创新（权重 1%）

18.2 评价方法

18.2.1 定量评价

1. 数据采集：通过信息系统自动采集客户中心相关的绩效数据

2. 数据处理：对采集的原始数据进行清洗、整理和分析
3. 指标计算：根据评价指标体系计算各项指标得分
4. 综合评价：根据各项指标得分计算综合评价得分

18.2.2 定性评价

1. 文档审查：审查客户中心相关的管理制度、操作手册等文档
2. 现场观察：观察客户中心的实际运营情况和管理效果
3. 人员访谈：与各级管理人员、技术人员、服务人员等进行深度访谈
4. 专家评价：邀请行业专家对客户中心的能力成熟度进行评价

18.2.3 综合评价

1. 定量评价与定性评价相结合：综合考虑定量评价结果和定性评价结果
2. 过程评价与结果评价相结合：综合考虑客户中心的管理过程和管理结果
3. 内部评价与外部评价相结合：综合考虑客户中心的内部评价和外部专家评价

18.3 评价实施程序

18.3.1 评价准备

1. 成立评价组：组建专业的评价组，明确评价人员职责
2. 制定评价计划：制定详细的评价计划，明确评价目标、范围、方法和时间
3. 收集评价资料：收集评价所需的文件资料和数据信息
4. 准备评价工具：准备评价所需的表格、问卷、访谈提纲等工具

18.3.2 评价实施

1. 文档审查：审查客户中心相关的管理制度、操作手册等文档
2. 现场评价：到客户中心现场进行实地评价，包括观察、访谈、测试等
3. 数据分析：对收集的评价数据进行分析，计算各项指标得分
4. 综合评价：综合考虑定量评价结果和定性评价结果，确定评价结论

18.3.3 评价报告

1. 报告编制：编制详细的评价报告，包括评价过程、评价结果、评价结论等
2. 报告审核：对评价报告进行审核，确保报告的准确性和公正性
3. 报告批准：评价报告经评价组长和技术委员会批准
4. 报告反馈：将评价报告反馈给被评价组织，提出改进建议

第 19 章 认证管理

19.1 认证申请管理

19.1.1 申请条件审核

北京希莫认证服务有限公司应对申请认证的客户中心进行条件审核，确保申请组织具备申请认证的基本条件。

19.1.2 申请材料审查

北京希莫认证服务有限公司应对申请组织提交的申请材料进行审查，确保申请材料的完整性、真实性、准确性。

19.1.3 申请受理决定

北京希莫认证服务有限公司应在收到申请材料后 5 个工作日内作出申请受理决定，符合要求的予以受理，不符合要求的一次性告知需要补充的材料。

19.2 认证实施管理

19.2.1 审核组管理

北京希莫认证服务有限公司应建立审核组管理机制，确保审核组的专业性、公正性、独立性。

19.2.2 审核计划管理

北京希莫认证服务有限公司应建立审核计划管理机制，确保审核计划的合理性、可行性、有效性。

19.2.3 审核过程管理

北京希莫认证服务有限公司应建立审核过程管理机制，确保审核过程的规范性、公正性、有效性。

19.3 认证决定管理

19.3.1 技术委员会管理

北京希莫认证服务有限公司应建立技术委员会管理机制，确保技术委员会的专业性、公正性、独立性。

19.3.2 认证决定管理

北京希莫认证服务有限公司应建立认证决定管理机制，确保认证决定的公正性、准确性、及时性。

19.3.3 决定通知管理

北京希莫认证服务有限公司应建立决定通知管理机制，确保决定通知的准确性、及时性、完整性。

19.4 认证后管理

19.4.1 证书管理

北京希莫认证服务有限公司应建立证书管理机制，确保证书的真实性、准确性、有效性。

19.4.2 监督审核管理

北京希莫认证服务有限公司应建立监督审核管理机制，确保监督审核的规范性、公正性、有效性。

19.4.3 再认证管理

北京希莫认证服务有限公司应建立再认证管理机制，确保再认证的规范性、公正性、有效性。

附录 A 认证申请表

A.1 基本信息

申请组织名称	
申请组织地址	
法定代表人	
联系人	
联系电话	
电子邮箱	
客户中心规模	
客户中心成立时间	
人员规模	
服务渠道	
服务时间	
年服务量	
客户满意度	
主要服务内容	

A.2 客户中心概况

项目	现状描述	改进计划
文化与战略管理		
管理体系建设		
环境与安全管理		
运营流程管理		
人员管理		

A.3 绩效指标

指标类别	指标名称	目标值	实际值
客户类指标	客户满意度		
	服务质量		
	服务效率		
运营类指标	接通率		
	解决率		
	平均处理时间		
财务类指标	运营成本		
	人均产值		
	投资回报率		

A.4 申请声明

本组织声明：

1. 所提供的申请材料真实、准确、完整
2. 愿意接受认证机构的审核和监督
3. 承诺遵守认证规则的各项要求
4. 承诺持续改进客户中心管理体系

申请组织（盖章）： _____

法定代表人（签字）： _____

申请日期： ____年__月__日

附录 B 认证证书管理表

B.1 证书基本信息

证书编号	
认证组织名称	
认证组织地址	
认证范围	
认证依据	
颁发日期	
有效期至	
认证机构	
认证状态	

B.2 证书变更记录

变更日期	变更内容	变更原因	变更批准人

B.3 证书状态记录

状态变更日期	变更前状态	变更后状态	变更原因	变更批准人

B.4 监督审核记录

审核日期	审核类型	审核结论	审核组长

附录 C 评价指标计算说明

C.1 文化与战略管理评价得分计算

计算公式:

文化与战略管理评价得分 = Σ (二级指标得分 \times 二级指标权重)

二级指标权重:

文化建设: 25%

文化定义: 7%

文化宣贯: 6%

文化落地: 6%

文化效果: 6%

战略规划: 35%

战略制定: 10%

战略实施: 10%

战略监控: 8%

战略效果: 7%

目标管理: 40%

目标设定: 12%

目标分解: 10%

目标监控: 10%

目标效果: 8%

C.2 管理体系建设评价得分计算

计算公式:

管理体系建设评价得分 = Σ (二级指标得分 \times 二级指标权重)

C.3 环境与安全管理评价得分计算

计算公式:

环境与安全管理评价得分 = Σ (二级指标得分 \times 二级指标权重)

C.4 运营流程管理评价得分计算

计算公式:

运营流程管理评价得分 = Σ (二级指标得分 \times 二级指标权重)

C.5 人员管理评价得分计算

计算公式:

人员管理评价得分 = Σ (二级指标得分 \times 二级指标权重)

C.6 技术应用管理评价得分计算

计算公式:

技术应用管理评价得分 = Σ (二级指标得分 \times 二级指标权重)

C.7 绩效指标管理评价得分计算

计算公式:

绩效指标管理评价得分 = Σ (二级指标得分 \times 二级指标权重)

C.8 客户体验管理评价得分计算

计算公式:

客户体验管理评价得分 = Σ (二级指标得分 \times 二级指标权重)

C.9 创新与发展管理评价得分计算

计算公式:

创新与发展管理评价得分 = Σ (二级指标得分 \times 二级指标权重)

C.10 综合评价得分计算

计算公式:

综合评价得分 = 文化与战略管理评价得分 \times 0.12 + 管理体系建设评价得分 \times 0.15 + 环境与安全管理评价得分 \times 0.12 + 运营流程管理评价得分 \times 0.15 + 人员管理评价得分 \times 0.12 + 技术应用管理评价得分 \times 0.10 + 绩效指标管理评价得分 \times 0.10 + 客户体验管理评价得分 \times 0.10 + 创新与发展管理评价得分 \times 0.04

附录 D 打分表

D.1 文化与战略管理打分表

D.1.1 文化建设打分表

评价项目	评价内容	分值	得分	备注
文化定义	客户中心明确定义自己的核心价值、愿景与使命，并文档化	7		
文化宣贯	员工理解与接受客户中心的文化，工作行为与其文化相匹配	6		
文化落地	客户中心的战略规划、流程体系与文化保持一致性	6		
文化效果	文化建设取得明显效果，员工认同度高	6		
合计		25		

D.1.2 战略规划打分表

D.1.3 目标管理打分表

D.2 管理体系建设打分表

D.2.1 文件管理打分表

D.2.2 体系运行打分表

D.2.3 体系有效性打分表

D.3 环境与安全管理打分表

D.3.1 工作环境打分表

D.3.2 信息安全打分表

D.4 运营流程管理打分表

D.4.1 流程体系打分表

D.4.2 业务流程打分表

D.4.3 管理流程打分表

D.4.4 流程改进打分表

D.5 人员管理打分表

D.5.1 人员配置打分表

D.5.2 培训发展打分表

D.5.3 绩效管理打分表

D.5.4 员工关系打分表

D.6 技术应用管理打分表

D.6.1 系统建设打分表

D.6.2 系统运维打分表

D.6.3 技术创新打分表

D.7 绩效指标管理打分表

- D.7.1 指标体系打分表
- D.7.2 数据管理打分表
- D.7.3 分析改进打分表
- D.8 客户体验管理打分表
 - D.8.1 下游客户打分表
 - D.8.2 上游客户打分表
 - D.8.3 满意度管理打分表
- D.9 创新与发展管理打分表
 - D.9.1 创新机制打分表
 - D.9.2 创新活动打分表
 - D.9.3 持续改进打分表

附录 E 联系方式

E.1 认证机构联系方式

北京希莫认证服务有限公司

地址：北京市朝阳区望京街 4 号楼 22 层 2216

电话：010-57389002

网址：<http://www.cc-cmm.cn/>

E.2 认证项目联系人

联系人：葛梅

电话：13701310869

邮箱：gemei@ccmw.net

第 20 章 合规承诺

北京希莫认证服务有限公司郑重承诺：

1. 本认证规则符合《国家认监委关于加强认证规则管理的公告》（2025 年第 9 号）全部原则要求与内容要求。

2. 不与法律法规、强制性标准、国家统一认证制度相抵触。
3. 不使用违规字样与绝对化判定表述，不误导公众。
4. 已完成立项论证、规范编制、符合性自查、验收审查。
5. 按要求完成备案、信息公开、动态维护与实施效果评估。
6. 承担认证规则制定、实施、备案的主体责任，接受监管与社会监督。

第 21 章 附则

1. 本规则由北京希莫认证服务有限公司负责解释。
2. 本规则根据法律法规、标准、监管要求动态修订。
3. 本规则自发布之日起实施，原 V1.0 版本同步废止。