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 | |  | | 测评年度 |  |
| 第三方满意度测评材料确认 | | □ 测量方案 □ 调查问卷 □ 实施方案 □ 数据库  □ 被访者名单 □ 第三方测评报告 | | | |
| 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。 | | | | | |
| 推进机构初审人： | | 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**推进机构填写**，盖章有效。

2. 初审意见的评分和评价结论依据《顾客满意度测量项目初审评分表》得出。

附件1-1

满意度测量项目初审评分表

**企业名称：** **申报项目名称：** （企业类免填）

**注：企业名称和申报项目名称与附件2-3内容一致。**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **评价项** | **权重** | **评价内容** | **分值** | **评分** |
| 明确需求 | 5% | 有明确的测量需求，提出开展测量项目的原因，期望通过开展测量项目实现的目的。非常明确5分，基本明确3分，不明确1分，没有不得分。 | 5 |  |
| 编制方案 | 25% | 项目开展的可行性研究分析，包括实际开展的背景分析、案头理论研究分析等。得出项目开展能够实现测量目的研究结论。 | 2 |  |
| 有明确的测量对象，如测量的项目或组织等。 | 2 |  |
| 问卷内容及设计能够实现测量目的，指标结构完整、题目有效、问题充分。每项2分，共6分。 | 6 |  |
| 有明确的调查对象（例如现有顾客、直接顾客、间接顾客、潜在顾客等）。确定的样本量具有科学性和代表性（例如根据统计学抽样公式进行样本量确定）。有科学的抽样方法，例如随机抽样、分层抽样、整群抽样等。调查对象2分，样本量2分，抽样方法3分。 | 7 |  |
| 项目策划，包括实施步骤（1分）；实施内容（1分）；时间安排（1分）；调查方式（1分）；资源配备及质量保障（2分），其中配备的人员及职责分工（1分），质量保障措施（1分）；风险识别（2分），其中识别影响项目成功开展的各项风险（1分），做好相应的应急预案（1分）。 | 8 |  |
| 策划实施 | 10% | 开展预调研，并根据调查研究结果评估方案的可行性得2分，开展问卷信度效度检验对问卷进行评估改进得1分。 | 3 |  |
| 编制详细的项目实施计划，包括实施时间、地点、人员配置、样本配额、质量控制等。每项1分，共5分。 | 5 |  |
| 召开项目人员培训会议（1分），解读项目背景、执行要求和项目实施计划（1分）。 | 2 |  |
| 实施测量 | 15% | 按实施计划开展实施，包括时间安排、调查地点、人员配置、样本配额、调查方式、过程质量控制措施和实施情况（提供佐证材料，包括录音、记录及照片等），每项2分，共12分。当实施计划有变更时，需进行可行性研判，未做研判扣2分。 | 12 |  |
| 对采集的数据进行复核，包括数据的完整性、真实性、有效性（没有逻辑问题）等。每项1分，共3分。 | 3 |  |
| 处理数据 | 5% | 数据查错，提供查错要求和记录。没有不得分。 | 1 |  |
| 数据编码，没有不得分。 | 1 |  |
| 数据录入，数据按要求录入到计算机，没有不得分。 | 1 |  |
| 数据校验，提供校验方法及证明，没有不得分。 | 1 |  |
| 数据存储，录入数据进行储存归档，没有不得分。 | 1 |  |
| 分析数据 | 15% | 样本代表性分析，包括有效样本量、抽样误差、置信水平等。代表性强得2分，没有代表性不得分。 | 2 |  |
| 定量、定性分析，定量分析包括描述统计分析（均值、众数、极大/小值、标准差等）、变量之间的关联分析（相关分析等）、直接影响和间接影响分析（结构方程模型分析、回归分析等）、重要性矩阵分析（SWOT、GE矩阵分析等）、多变量分析等。每项2分，定性分析2分，共12分。 | 12 |  |
| 数据统计的完整性、准确性和逻辑性，每发现一项不完整、不准确或出现逻辑错误，扣1分。 | 1 |  |
| 编制报告 | 25% | 项目基本情况介绍，包括测量背景和意义、测量目的、调查基本概况等。基本情况应包含测量对象、内容、方法、样本分布、统计方法等。 | 2 |  |
| 呈现总体满意度结果及分析情况。 | 4 |  |
| 呈现测量目的所要求的各类数据测量结果及分析情况。比如各维度分类分析，顾客满意或不满意的原因分析，趋势分析等结果。 | 8 |  |
| 围绕测量目的、结合测量结果，对影响顾客满意度的因素进行分析，给出相关结论和改进方向。 | 4 |  |
| 根据测量结论提出意见和建议，应对组织的管理活动具有指导作用。 | 4 |  |
| 调查问卷、计算方法等必要的说明。 | 1 |  |
| 报告内容符合测量目的、条理清晰、结构合理、内容全面。 | 2 |  |
| 合计 | 100% |  | 100 |  |
| 加分项  （共10分） | 呈现顾客满意度年度对比趋势（2分）及竞争、标杆对比分析（2分）。 | | 4 |  |
| 使用网络（舆情）等大数据技术进行数据分析和改进。 | | 2 |  |
| 结合组织内部顾客方面信息进行分析。 | | 2 |  |
| 顾客满意度测量持续改进和创新。 | | 2 |  |
| 否决项 | 有明确证据表明数据不真实。 | | - | 不合格 |
| 评价结论 | □ 优良/80分及以上 □合格/60分及以上 □不合格/60分以下 | | | |

注：1.推进机构对申报项目的顾客满意度测量材料进行初审评分，填写此表。

2.此表随《用户满意等级评价初审意见表》一起报送至评价办公室。