|  |  |
| --- | --- |
| ICS  | 03.080.30 |
| CCS  | A 12      |

|  |
| --- |
|  4102 |

开封市地方标准

DB4102/T XXXX—XXXX

汽车4S店消费服务规范

点击此处添加标准名称的英文译名

XXXX - XX - XX发布

XXXX - XX - XX实施

开封市市场监督管理局  发布

1. 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。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由开封市市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：开封市汽车服务行业商会、开封博奥汽车贸易有限公司、开封蔚蓝新能源汽车销售服务有限公司、开封博翼汽车贸易有限公司、河南郑开之星汽车销售服务有限公司、开封豫中丰田汽车销售服务有限公司、开封汴德宝汽车销售服务有限公司、开封市市场监督管理局专业分局。

本文件主要起草人：焦文领、彭广辉、黄建峰、马强、刘晶晶、丁小冰、王重阳、田风、侯春燕、刘吉元、李鑫。

汽车4S店消费服务规范

* 1. 范围

本文件规定了汽车4S店服务的基本要求、场所要求、人员要求、销售服务、售后服务、服务质量、安全管理、监督、投诉、评价与改进等内容。

本文件适用于全市行政区域内4S店的服务管理工作

* 1. 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

* 1. 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

* + 1. 乘用车

设计、制造和技术特性上主要用于载运乘客及其随身行李或临时物品，包括驾驶员在内最多不超过9个座位的汽车。

注：乘用车可能装备一定的专用设备或者器具，也可能牵引挂车。

* + 1. 4S店

全称为汽车销售服务4S店,直营店是集整车销售(Sale)、零配件(Sparepart)、售后服务(Service)、信息反馈(Survey)“四位一体”的汽车销售企业。

* 1. 基本要求

4.1 消费服务应以提高消费安全度、经营者诚信度、消费者满意度和消费过程体验舒心度为基本原则。

4.2 4S店应依法经营、诚实守信、规范服务、公平竞争。

4.3 应建立与服务环境相适应的,符合消防、环保和职业健康安全要求的环境安全管理体系。

4.4 应制定本单位的管理规章，保证良好的交易环境和交易秩序。

4.5 应建立完善汽车销售和售后服务体系，保证相应的配件供应，提供及时、有效的售后服务，严格遵守《消费者权益保护法》、《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》等规定，确保消费者合法权益。

4.6 应规定并明示交易服务流程、收费项目及标准、维修人员资质公示、维修工时公示、配件价格公示、维修价格公示、客户查询和监督电话等。

4.7 销售的产品、提供的服务应明码标价，有质量保证，不得销售三无产品，不得出现强迫消费者增加汽车装饰或加价提车等行为。

4.8 发布广告及进行销售时，应客观地介绍品牌汽车的品质、性能、价格等，不得弄虚作假、夸大宣传、误导消费者。

4.9 汽车产品的商业广告、网上销售或使用说明书，应视为汽车供应商、汽车销售商的承诺，在发布前应评审其可行性，以确保符合相关法律、法规，遵守承诺。

4.10 4S店须按照国家发布的《汽车销售管理办法》进行销售，不得销售国家汽车公告撤销生产的车辆，禁止销售伪造或日用他人厂名、厂址、合格证、商标的车辆和走私车辆。

4.11 所有交易应签订合同，符合《中华人民共和国民法典》的要求。

4.12 所有交易须提供发票，符合国家税务要求。

* 1. 场所要求
		1. 停车场要求。

5.1.1 停车场标线清晰可见，车辆摆放整齐；客户专用停车场应有专人引导；库存车辆与员工车辆共放一个停车场区域的，应划分区域，分开停放。

5.1.2 停车场应配备消防器材和电子监控系统，有需求的应设置充电桩。

5.1.3 展厅外应设置足够的客户停车位，按规定设置明确的指示标志。

* + 1. 展厅要求

5.2.1 展厅要求

a) 展厅内、外墙面、玻璃墙、地面等应保持整洁；

b) 相关标识的使用应符合各汽车品牌供应商有关要求及相关政府规定并悬挂营业时间示意牌；

c) 公共区域的图形符号应符合GB/T10001.1的要求；

d) 展厅的设施设备应保持整洁，并有专人负责管理；

e) 展厅内应光线充足，保持适宜、舒适的温度；

f） 展厅内应配备香氛系统和背景音乐。

5.2.2 客户接待区

a) 接待台摆放授权牌，台面保持干净整洁，不堆积文件；

b) 接待台的电话、电脑等设备保持良好的可使用状态；

c) 在距离接待台附近摆放车型资料架，车型资料完整；

d) 前台应保持接待、销售顾问各一名以上人员值守。

5.2.3 汽车展示区

a) 展车区内、外墙面、玻璃墙等应保持整洁；

b) 展车区应保持适宜、舒适的温度；

c) 展车区的照明应亮度适宜、观感舒适；

d) 每辆展车的显要位置应设有汽车车型说明架，并摆有与该展车一致的汽车配置和基本性能说明书；

e) 展车之间宜留出一定的空间和距离，不宜显得拥挤；

f)相关标识的使用应符合各汽车品牌供应商有关要求并悬挂营业时间示意牌。

5.2.4 业务洽谈区

a) 设施摆放整洁杂志架上应摆设相关车型的宣传资料；

b) 应备有温度适宜的三种以上的饮品；

c) 应备有糖果、饼干等零食；

d）应配备相应的视听设备，并保证正常工作。

5.2.5 售后服务区

1. 各类上墙版面外观完好清洁，无变形、破损、锈蚀、掉漆；
2. 地面外观完好清洁，无破损、掉漆;地面无零件、工具、油液、水、垃圾、杂物等；
3. 各类物品摆放整齐，无与工作不相关物品；
4. 机修车间应有工位编号，划线标识规范，地面无零件、工具、油液、水、垃圾、杂物；
5. 所有设备仪器均有定位标识、操作规程、维护责任卡，定期进行维护并登记；
6. 危险品（易燃易爆）指定区域存放，且墙上有严禁烟火标识。

5.2.6 其他区域

a）其它辅助服务区域，如卫生间等保持干净、整洁、无异味。

b) 每日打扫消毒、并有卫生点检表。

c) 卫生间应提供符合卫生标准的卫生纸、女性用品和婴儿用品。

* + 1. 展车要求

5.3.1 展车(车身、轮胎、内部、发动机舱)保持清洁。

5.3.2 所有附件安装到位，车辆符合交车状态。

5.3.3 展车前排车窗玻璃下降至一半高度，后排车窗玻璃关闭。

5.3.4 除特殊要求外，展车的车门保持不上锁的状态，可供客户随时进入车内。

5.3.5 后备箱保持干燥洁净，工具、使用手册等物品摆放整齐，无杂物。

5.3.6 车厢内部保持清洁，宜除掉座椅、遮阳板、方向盘、门把手(包括后车灯)等部件上的塑料保护套。

5.3.7 中央扶手箱、驾驶位的手套箱、车门内侧杂物箱、前座椅靠背后的物品袋内不放置杂物。

5.3.8 前排座椅在前后方向上移至适当的位置(保证客户方便体验)，并且两座椅靠背向后的倾角保持一致。

5.3.9 车内后视镜和左右后视镜配合驾驶位相应地调至合适的位置，并擦拭干净不留手印等污迹。

5.3.10 车内的时钟调至准确的时间。

* 1. 人员要求

6.1 应具有良好的职业道德和素养，尊重顾客。

6.2 工作人员应经过职业培训，具备相应的专业知识和礼仪常识，讲普通话，统一着装，佩带工作牌。

6.3 掌握岗位应知、应会技能，遵照规范和流程为顾客提供服务。

a) 掌握厂家品牌知识；

b) 熟悉机动车相关法律知识，并能够向客户进行详细说明；

c) 在介绍商品的同时，能够对二手车置换、保险、金融商品等价值链商品进行说明。

6.4 在试驾过程中与客户同行的销售顾问必须有一年以上的机动车驾驶经验。

6.5 车间维修技师须通过主机厂认可的认证。

6.6 特殊岗位从业人员应具备相应的资格证书。

* 1. 销售服务
		1. 基本要求

7.1.1 汽车销售商应当通过合法途径采购或获取商品汽车。

7.1.2 用于该销售的商品汽车产品信息应与该产品合格证或海关商检单据一致。

7.1.3 汽车的质量安全应通过国家强制性规定认证。

7.1.4 汽车的技术参数和性能指标应符合国家汽车公告。

7.1.5 汽车的标识标注应符合《汽车产品外部标识管理办法》的规定。

7.1.6 汽车销售应告知顾客所售汽车产品的相关信息，包括:车的品牌、制造商名、具体型号、结构配置、技术性能、产品价格、质量保证、售后服务包括售后索赔的规定等。

* + 1. 促销活动

7.2.1 4S店在发布汽车促销广告、宣传推广活动时，内容应真实、有效、合法。

7.2.2 4S店在进行促销活动时，不应降低汽车商品、服务、奖品和赠品的质量。

7.2.3 4S店的各类汽车促销活动均应遵守社会道德，避免低俗营销。

* + 1. 客户接待

7.3.1 应制定汽车销售接待服务制度，建立顾客接待程序。

7.3.2 对顾客提出的问题暂时无法解答时，应设法解决，不推诿。

7.3.3 应向顾客反映真实的信息，不应有欺骗性行为。

* + 1. 产品介绍

7.4.1 介绍时应采用各品牌主机场要求的流程和标准实施。

7.4.2 应如实介绍汽车的结构、配置、性能、产地和特色，如为停产车型，应明确向顾客说明，并能提供所售各款车型完整的介绍资料。

7.4.3 介绍国家相关的规定。

7.4.4 介绍竞争对手的产品时，应客观公正。

* + 1. 试乘试驾

7.5.1 试驾人员须持有合法有效的行驶证件。

7.5.2 试乘试驾汽车前应客观准确的介绍试乘试驾车的安全技术特征和行驶性能，并确保试乘试驾车符合出厂标准。

7.5.3 销售商应预先确定相对安全的试乘试驾行驶路线。

7.5.4 试乘试驾陪同人员应进行过相应考核或认证，驾龄宜不少于两年。

7.5.5 当顾客有试驾需求时:

a) 销售人员应审验试驾人驾车资格的合法性，如查验顾客驾驶证；

b) 与其签订《试乘试驾同意书》，进行安全试驾交待并陪同驾驶。

7.5.6 应制定试乘试驾应急处置预案，在试乘试驾过程中出现异常或紧急情况时，陪同人员应启动应急处置措施。

7.5.7 如行驶过程中出现暴力或危害安全驾驶的行为，陪同人员应立即制止。

7.5.8 试乘试驾完成后，应了解客户体验感受。

* + 1. 签署合同

7.6.1 顾客明确购车意向后，销售人员应与顾客签订商品汽车销售合同，合同须遵守《中华人民共和国民法典》相关规定，合同中应明确相应的责任和义务。有国家、省、市统一的规范合同版本时，应使用国家规定版本的合同。

7.6.2 签订合同之前，应逐条向顾客解释合同条款。

7.6.3 合同中不应制订免除自身责任、排除顾客主要权利等不公平、不合理的条款。

7.6.4 汽车产品期货交易，双方应在合同中规定产品交付时间、定金给付和违约责任。

7.6.5 若合同在履行过程中发生变更，双方应协商一致并遵照相关法律要求，重新签订或修改合同，并将变更信息及时通知相关方。

* + 1. 付款、交车

7.7.1 应提供多种付款方式供顾客选择。

7.7.2 应与顾客约定好交车时间，不得向顾客提出不合理、侵犯消费者权益的有偿服务。

7.7.3 应及时向顾客提供购车发票、产品合格证、使用说明书、维修保养手册、三包凭证等相关技术资料与文件。

7.7.4 交车前，销售人员应与顾客一起对汽车的外观、内饰、配置及使用功能进行检查并签字确认。

7.7.5 应向顾客介绍所售汽车的装、使用常识、保养常识、保修规定、保险常识。

7.7.6 应向顾客明确说明保修规定及销售商将提供的服务内容，并提供24小时服务热线及救援电话。

7.7.7 按随车文件向顾客交消随车工具、附件、备件。

7.7.8 协助顾客填写保修手册，并检查资料是否正确填写。

7.7.9 应填写汽车售前检查单，在顾客理解内容后由双方签字，递交汽车钥匙。

7.7.10 代办服务时应及时向顾客交付车辆、号牌及车辆法定证明、凭证。车辆法定证明、凭证主要包括:

1. 《机动车登记证书》；

b) 《机动车行驶证》；

c) 有效的机动车安全技术检验合格标志；

d) 车辆购置税完税证明保单。

* + 1. 代理服务

7.8.1 顾客有权自愿选择4S店提供的代理服务(按揭代理、保险代理、手续代理等)，4S店不得强迫顾客接受代理服务。

7.8.2 4S店与顾客应就代理服务的内容、职责范围、费用、代理过程中的责任进行明确规定。

7.8.3 代理工作完成后，双方按合同办理交车手续。

7.8.4 代理服务工作应遵循国家的法律法规。

* + 1. 客户档案

建立客户档案，用于随后的质量跟踪和数据分析。档案应包括:

a) 汽车销售合同；

b) 购车发票(复印件)；

c) 国产汽车产品合格证或进口汽车关单、商检单(复印件) ；

d) 售前质量检验表；

e) 汽车交付文件；

f) 顾客有效证件(复印件)。

* 1. 售后服务
		1. 基本要求

8.1.1 定期与客户保持联系，提供日常用车建议并积极帮助客户解决问题。

8.1.2 所用维修保养配件是由品牌厂家提供并符合《中华人民共和国产品质量法》的规定。

8.1.3 适用再制造或非原厂配件须提前告知并征得客户授权。

8.1.4 维修保养前须由客户授权同意施工单所有项目，如需额外增加须再次授权，收费标准须符合国家或行业相关规定。

8.1.5 车辆维修服务时，若出现下列欺诈性修理情形，消费者有权提出索赔要求:

a) 车辆不存在问题而宣称存在问题的；

b) 夸大车辆存在问题的；

c) 未使用承诺或约定的配件的；

d) 使用质量不合格的配件的；

e) 其他欺诈消费者的修理行为。

8.1.6 提供保险理赔服务时，应协助顾客办理理赔流程及相关手续。

* + 1. 售后跟踪

8.2.1 应建立消费者户回访制度，了解产品使用状况和走合期的技术状况，收集消费者意见，向消费者提醒并预约首次保养，对已经发生或可能发生的异常情况，指导消费者进行预约修理。

8.2.2 当发现产品存在质量缺陷时，按汽车供应商的规定实施主动召回程序或按主管部门的指令实施指令召回程序。缺陷汽车产品召回的程序规定执行《缺陷汽车产品召回管理规定》。

* + 1. 到店接待

8.3.1 安装三件套，工作人员环车检查，详细、准确记录车辆信息。

8.3.2 按照保养周期向客户建议保养内容，经客户同意授权在环检单上签字确认。

* + 1. 故障确认

8.4.1 确定的故障且符合质量担保规定，主动向顾客说明店内提供保修服务。

8.4.2 暂时无法确定的故障，向顾客说明原因，待进一步进行诊断后做出结论后主动联系客户。

* + 1. 核实顾客、车辆信息

向顾客取得行驶证、及车辆保养手册。

* + 1. 估算费用

8.6.1 工作人员应提前查看服务档案，确认车辆是否有其它可推荐的维修项目，而后，对维修费用进行估算。

8.6.2 工作人员应在维修前将故障和修理方案如实告知消费者，并向消费者提供维修配件的生产厂家信息及相应的价目表，供消费者自行选择。

8.6.3 如不能确定故障的，应告知消费者待检查结果出来后，再给出详细费用。

* + 1. 预估完工时间

根据对维修项目所需工时的估计及店内实际情况预估出完工时间。

* + 1. 制作维修委托书

8.8.1 根据接车单内容制作施工单 ，须明确保养或维修项目。

8.8.2 将维修费用详细告知客户，如工时费和配件费明细。

8.8.3 说明交车程序，询问顾客旧件处理方式。

8.8.4 如在维修过程中如果发现新的维修项目要及时与客户联系,征得顾客授权后再进行增项。

8.8.5 打印施工单由客户签字确认。

* + 1. 派工维修

8.9.1 维修人员在接到任务后，应根据接车单对车辆进行验收，确认故障现象,必要时试车。

8.9.2 维修人员应根据接车单上的工作内容进行维修或诊断。

8.9.3 维修进程中涉及安全性项目施工的，应由技师逐项签字或由班组长按清单流程逐一记录或标记，宜进行视频、照片记录并储备。

8.9.4 维修技师应凭委托书领料，并在出库单上签字。

8.9.5 消费者遗留在车内的物品，维修技师应小心地加以保护，非工作需要严禁触动，因工作需要触动时应及时通知服务顾问以征得消费者的同意。

* + 1. 完工检验

a) 技师施工完成后，先进行自检；

b) 自检完成后，交班组长完成；

c) 质检员或技术总监进行%100检查。

* + 1. 车辆清洗

a） 检验完成后，应对车辆进行清洗车辆，且清晰过程中应确保不出现漆面划伤、外力压陷等情况；

b) 清洁后将车辆停放到竣工停车区，车辆摆放整齐，车头朝向出口方向。

* + 1. 交车

8.12.1 车间与服务顾问交车

a) 车间通知服务顾问准备交车及车辆停放位置；

b) 服务顾问检查接车单以确保顾客委托的所有维修保养项目的书面记录都已完成,应有质检员签字；

c) 实车核对委托书以确保顾客委托的所有维修保养项目在车辆上都已完成；

d) 确认故障已消除，必要时试车；

e) 确认从车辆上更换下来的旧件；

f) 服务顾问应确认车辆内外清洁度，包括无灰尘、油污、油脂等；

g） 服务顾问应确认备胎、随车工具等。

8.12.2 服务顾问与顾客交车

a) 服务顾问陪同顾客查看车辆的维修保养情况，依据接车单、工单、委托书，实车向顾客说明；

b) 向顾客展示更换下来的旧件；

c) 说明车辆维修建议及车辆使用注意事项。

* + 1. 费用结算

8.13.1 打印出车辆维修结算单及出门证，向顾客说明有关注意事项依车辆维修结算单，向顾客解释收费情况，请顾客在结算单上签字确认。

8.13.2 根据接车单上的“维修方案”向顾客展示都已经按照作业标准完工，并记录在车辆维修结算单上，有关安全的建议维修项目，要向顾客说明必须维修的原因及不修复可能带来的严重后果，若顾客不同意修复，要请顾客注明并签字。

8.13.3 对保养手册上的记录进行说明（如适用）,将下次保养的时间和里程记录在车辆维修结算单上，并提醒顾客留意。

8.13.4 与顾客确认方便接听服务质量跟踪电话的时间并记录在车辆维修结算单上。

* + 1. 售后服务技术档案

8.14.1 售后应建立客户进店档案。内容应包括:

a） 车辆基本资料。主要包括车辆品牌型号、车辆号码、发动机号、车架号、出厂日期，维修记录；

b) 顾客基本资料。主要包括顾店名称(姓名)、联系方式等，保护客户资料私密性，防止客户资料泄露；

c) 维修保养记录。主要包括维修保养的时间 里程、项目等。

8.14.2 售后服务技术档案保存期应不少于3年。

* 1. 质量管理

9.1 应建立售后服务质量管理体系

9.2 应结合实际制定服务质量方针。

9.3 应自觉接受社会的监督。

9.4 应建立反馈系统,加强与顾客沟通，对所有车主进行电话、微信或网络等方式回访，出现客户投诉或不满意情况，应第一时间安排人员协调处理，并按实际情况做汇总。

9.5 应按照GB/T 17242的要求建立投诉处理窗口，完善投诉调解机制，责任到人。在客户显眼处设立投诉建议通道。

9.6 当买卖双方发生服务质量争议时，应先协调处理，也可请消费者协会或其他有关部门处理、协商。

9.7 协调不成的，可根据合同约定，向有关部门提起诉讼。涉及重大的投诉和质量纠纷应通过合法途径合理解决。必要时，可通过政府质量监督管理部门或道路运输管理部门仲裁。

9.8 投诉的补救措施和处理结果应及时反馈顾客。

* 1. 安全管理

10.1 应具备完善的安全管理制度，成立专门的应急小组，实行安全负责人制，定期开展相关培训和演练，做好相关物资储备工作。

10.2 应确保设施设备的安全防护装置完好，按规定配置消防设施和器材，并设置消防、安全标志。

10.3 应按国家有关规定的要求妥善使用与存放有毒、易燃易爆物品、腐蚀剂、压力容器等危险物品。

10.4 应配备相关人员进行安全巡查或设置电子安全设备、安全控制程序等。

10.5 建立各项保障措施，确保经营范围内的人身、财产安全不受侵害。

* 1. 监督

11.1 商会应设置公开的电话和接待地点，负责接待和处理消费者反馈的问题。

11.2 应积极配合行政管理部门和行业管理部门的监督、检查。

11.3 对在监督、检查中发现的问题，应及时整改。

* 1. 投诉

12.1 应建立消费者投诉制度，在显著位置明示责任部门、处理人员、处理流程等信息。

12.2 投诉的受理、转交以及处理情况应自收到投诉之日起7个工作日内通知投诉的消费者。

12.3 涉及重大投诉事件和产品质量纠纷时，应通过合法途径合理解决，必要时可通过政府质量监督管理部门进行仲裁。

12.4 当与消费者无法就投诉事宜达成共识时，应告知消费者其它投诉处理的合法途径。

12.5 消费者投诉的补救措施和处理结果应按规定时间及时反馈给消费者。

12.6 应严格执行投诉处理制度，建立并留存真实、完整、规范的投诉处理记录。

* 1. 评价与改进

13.1 应在企业内树立全员服务质量持续改进的理念，明确岗位职责。

13.2 应建立服务质量评价系统，明确服务质量的自检、自查和外部评价方法，定期组织自我评价、重大事项评价和第三方评价，并对评价结果进行针对性的讨论学习。

13.3 应对满意度调查及投诉事件处理中的意见和建议进行定期的分类统计和分析研究，针对发现的问题，确定改进目标和措施，并建立专门的服务档案资料。

13.4 应根据对消费者需求和消费者投诉的调查，适时调整服务内容，改进服务质量，确保服务改进过程的有效性和效率，不断提升服务满意度。

