附件1

2025年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：**

**（一）《企业用户满意经营承诺书》（申请单位加盖公章）**

**（二）《用户满意等级评价申报承诺书》（申请单位法人代表或主要负责人签字并加盖公章）**

**（三）《用户满意等级评价申请表》**

**（四）《用户满意经营实践报告》**

需提供以下资料：

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.申报三星级的仅需准备用户满意经营的实践报告及其他证实性材料。

3.申报四星级的需准备用户满意经营的实践报告、其他证实性材料及《用户满意经营实践报告》提炼和总结的PPT，PPT格式自拟，页数不超过15页。

4.申报五星级的则需准备**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。视频中需呈现所讲解的PPT内容和演讲者音频，建议用腾讯视频录屏。PPT格式自拟，页数不超过15页，视频大小在30M以内。

**二、申请材料装订顺序**

**（一）封面和目录（附件1）**

**（二）企业用户满意经营承诺书（附件1-1）**

申请单位法人代表或主要负责人签字并加盖公章。

**（三）用户满意等级评价申报承诺书（附件1-2）**

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1-3）**

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，数据以上一年度末为准，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）用户满意经营的实践报告（附件1-4）**

**（六）其他证实性材料**

有效期内年检合格营业执照复印件。

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）。

产品类需提供产品检测报告复印件、商标注册证书。

工程类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。

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有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/T19038-2009)，开展调查的时间在2025年1月1日之后。材料包括：

**（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**

附第三方测量机构资质证书复印件。

**（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1-1

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）：

年 月 日

附件1-2

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，愿意接受中国质量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、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）

主要负责人签字：

年 月 日

附件1-3

用户满意等级评价申请表



|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 企业名称 |  | | |
| 统一社会信用代码 |  | 企业类型 | （自动抓取） |
| 行业分类 | （自动抓取） | 组织规模 | （自动抓取） |
| 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（名称与竣工验收证明一致）。 | | |
| 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 |  | 主要服务对象 |  |
| 直接服务受益的用户数 |  | 所在行业的标杆企业和主要竞争对手（各1个） |  |
| 行业普遍关注的产品/服务质量特性（限3项） |  | 我们的竞争优势（限3项） |  |
| **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 |  |
| 所在行业的标杆企业和主要竞争对手（各1个） |  | 行业普遍关注的服务质量特性（限3项） |  |
| 我们的竞争优势（限3项） |  |  |  |
| **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 |  |
| 所在行业的标杆企业和主要竞争对手（各1个） |  | 行业普遍关注的产品质量特性（限3项） |  |
| 我们的竞争优势（限3项） |  |  |  |
| **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 |  |

附件1-4

用户满意经营实践报告编写要求（PDF版本）

一、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。

二、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。

三、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。

四、文字篇幅1万字以内。

**用户满意经营实践报告（企业类模板）**

**一、企业简介（1000字）**

**二、用户满意经营实践（8000字）**

1. **策划**

**1.满意理念**

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。

**2.需求分析**

**（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。

**3.目标计划**

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。

1. **实施**

**1.实施过程**

**（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。

**2.资源支持**

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。

**3.用户关系**

**（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。

**（三）评价**

**1.满意测量**

**（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。

**2.绩效结果**

**（1）评价整体绩效**

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。

**（2）实现社会效益**

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。

**（3）推动改进创新**

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。

**（四）应用**

**1.实践特色**

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。

**2.推广应用**

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。

**三、总结思考（1000字）**

描述企业下一步用户满意实践工作重点。

**用户满意经营实践报告（班组类模板）**

1. **企业简介（1000字）**
2. 企业简介
3. 所申报班组的情况介绍

**二、用户满意经营实践（8000字）**

1. 策划

1.满意理念

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。

2.需求分析

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。

3.目标计划

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。

1. 实施

1.实施过程

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。

2.资源支持

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。

3.用户关系

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。

（三）评价

1.满意测量

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。

2.绩效结果

**（1）评价整体绩效**

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。

**（2）实现社会效益**

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。

**（3）推动改进创新**

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。

（四）应用

1.实践特色

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。

2.推广应用

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。

**三、总结思考（1000字）**

描述班组下一步用户满意实践工作重点。

**用户满意经营实践报告（服务类模板）**

1. **企业简介（1000字）**
2. 企业简介
3. 所申报服务的情况介绍

**二、用户满意经营实践（8000字）**

1. 策划

1.满意理念

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。

2.需求分析

**（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。

3.目标计划

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。

1. 实施

1.实施过程

**（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。

2.资源支持

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。

3.用户关系

**(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。

（三）评价

1.满意测量

**（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。

2.绩效结果

**（1）评价整体绩效**

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。

**（2）实现社会效益**

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。

**（3）推动改进创新**

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。

（四）应用

1.实践特色

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。

2.推广应用

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。

**三、总结思考（1000字）**

描述该项服务下一步用户满意实践工作重点。

**用户满意经营实践报告（产品类模板）**

1. **企业简介（1000字）**
2. 企业简介
3. 所申报产品的情况介绍

**二、用户满意经营实践（8000字）**

1. 策划

1.满意理念

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。

2.需求分析

**（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。

3.目标计划

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。

1. 实施

1.实施过程

**（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。

2.资源支持

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。

3.用户关系

**（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。

（三）评价

1.满意测量

**（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。

2.绩效结果

**（1）评价整体绩效**

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。

**（2） 实现社会效益**

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。

**（3）推动改进创新**

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。

（四）应用

1.实践特色

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。

2.推广应用

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。

**三、总结思考（1000字）**

描述该产品下一步用户满意实践工作重点。

**用户满意经营实践报告（工程类模板）**

1. **企业简介（1000字）**
2. 企业简介
3. 所申报工程的情况介绍

**二、用户满意经营实践（8000字）**

1. 策划

1.满意理念

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

**（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

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。

1. 实施

1.实施过程

**（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

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

**（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

**（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**

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）工程社会影响**

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**

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

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

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）**

描述该工程下一步用户满意实践工作重点。