

ICS 65.XXX.XX

CCS

IMAALE

团 体 标 准

T/IMAALE—XXXX—XXXX

乳及乳制品消费者服务规范

Consumer service standards for dairy and dairy products

(征求意见稿)

XXXX—XX—XX 发布

XXXX—XX—XX 实施

内蒙古农牧业产业化龙头企业协会 发布

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。

本文件由和林格尔县农牧局提出。

本文件由内蒙古农牧业产业化龙头企业协会归口。

本文件起草单位：和林格尔县农牧局、内蒙古工业大学、内蒙古自治区农牧业科学院、北京国科蓝海科技有限公司、内蒙古农业大学、内蒙古盛健生物科技有限责任公司、内蒙古正缘农牧业有限责任公司、内蒙古禾华农牧林综合开发有限公司、内蒙古蒙德隆奶牛养殖有限责任公司、内蒙古智慧质量中心有限公司、内蒙古艾林牧业有限责任公司、内蒙古聚农良品农牧业有限公司、内蒙古爱养牛科技有限公司、内蒙古牛雅牛乳制品有限责任公司

本文件主要起草人：许国良、董梦、房建东、李琳、冯林、孙燕、隋静、赵飞燕、刘文俊、张文羿、刘腊青、姚彬

乳及乳制品消费者服务规范

1 范围

本文件规定了乳及乳制品消费者服务规范的服务宗旨，清晰的产品信息，良好的产品展示和包装，售后服务，员工培训，建立信任关系等方面的要求。

本文件适用于所有从事乳制品生产的企业，包括乳制品加工、包装、销售等环节。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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。

GB 7718 食品安全国家标准 预包装食品标签通则

GB/T 17306 包装 消费者的需求

GB/T 21737 为消费者提供产品及相关服务的信息

GB/T 24620 服务标准制定导则 考虑消费者需求

GB/T 41408 感官分析 方法学 受控区域消费者喜好测试一般导则

3 术语和定义

本文件没有需要界定的术语和定义。

4 服务宗旨

4.1 提供优质的产品

提供符合国家或地区相关标准的乳制品，确保产品质量和安全。

定期进行产品检测和监测，保证产品符合卫生和质量要求。

4.2 关注消费者需求

乳制品企业应倾听消费者的需求和意见，了解他们的偏好和喜好。通过调研、反馈收集和市场分析，企业可以更好地了解消费者的需求，从而提供符合他们期望的产品和服务。

4.3 提供个性化服务

每个消费者都有不同的需求和偏好，乳制品企业应努力提供个性化的服务，包括根据消费者的要求提供定制产品、提供个别的购买建议以及根据消费者的反馈进行改进和调整。符合 GB/T 24620 服务标准制定导则 考虑消费者需求的规定。

4.4 保障产品信息透明

乳制品企业应提供准确、清晰的产品信息，包括成分、营养价值、生产过程、产品批号等。符合 GB/T 21737 为消费者提供产品及相关服务的信息规定。

消费者有权了解他们所购买产品的相关信息，以做出明智的决策。

4.5 提供良好的售后服务

乳制品企业应建立完善的售后服务体系，及时响应消费者的问题和投诉，并提供解决方案。

消费者在购买乳制品后可能会遇到问题，乳制品企业应积极解决这些问题，并确保消费者的满意度。

4.6 建立信任和互动

乳制品企业应积极与消费者建立信任和互动的关系，这可以通过与消费者的沟通、参与社交媒体互动和开展促销活动来实现，建立信任和互动关系有助于消费者对乳制品企业产生认同感和忠诚度。

4.7 不断改进和创新

乳制品企业应持续改进和创新产品和服务，以满足消费者不断变化的需求。

通过引入新产品、改进生产工艺和提升服务质量，企业可以不断提升消费者的满意度和体验。

5 产品信息

5.1 成分列表

提供清晰的成分列表，列出乳制品中使用的所有原料、配料和添加剂，若涉及活菌添加，应标注活菌数。

成分应按照国家或地区的法规要求进行命名，并按照重量从高到低的顺序排列。

5.2 营养成分表

提供详细的营养成分表，包括能量、蛋白质、脂肪、碳水化合物、维生素、矿物质等信息，应按照国家或地区的法规要求进行标示，并提供每 100 克或每份（如每瓶、每包）产品的含量。

5.3 生产日期和保质期

- a. 明确标示乳制品的生产日期和保质期。
- b. 生产日期应以年-月-日的格式标示，保质期可以是具体日期或以月份计算。
- c. 产品需要特殊的储存条件或注意事项，也应在标签上进行清晰说明。

5.4 储存和使用建议

提供储存和使用建议，包括适宜的储存温度、储存方式（如冷藏或冷冻）、产品打开后的保质期限等，建议有助于消费者正确保存和使用乳制品，保证产品的质量和安全性。

5.5 生产厂商信息

提供乳制品的生产厂商信息，包括企业名称、地址、联系方式等，消费者可以通过这些信息与生产厂商进行联系或了解更多相关信息。

5.6 包装规格和数量

清晰标示乳制品的包装规格和数量，包括容量（如净重、净含量）和数量（如每瓶、每包），有助于消费者选择合适的产品尺寸和数量。

6 产品展示和包装

6.1 产品展示

- 清晰展示乳制品的外观，确保产品整洁、无瑕疵。
- 使用适当的照明和背景，以突出乳制品的特色和质感。
- 展示多个角度和视图，使消费者能够全面了解产品。可以拍摄成照片进行展示。

6.2 包装设计

- 考虑产品与目标消费者的定位和风格，设计符合品牌形象的包装。
- 使用吸引人的颜色、图形和字体，以吸引消费者的注意力。
- 充分利用包装的表面，提供有关产品的重要信息和特点。
- 确保包装的质感和材质与产品的品质和定位相匹配。

6.3 包装标签和标识

- 提供清晰、易读的产品名称，并与实际产品相符。
- 标示乳制品的成分、营养信息和配料表，符合相关法规和标准要求。标示生产日期、保质期、批次号等必要的信息，以确保产品的追溯性和安全性。应符合GB 7718 食品安全国家标准 预包装食品标签通则、GB/T 17306 包装 消费者的需求规定。
- 根据法规要求，标注适用的警示和注意事项，如过敏原、使用限制等。
- 包装上的文字和标识应清晰可见，字体大小适宜，以方便消费者阅读。

6.4 方便使用和储存

- 提供易于开启、密封和关闭的包装设计，方便消费者使用和保持产品的新鲜度。
- 考虑包装的便携性和储存性，以适应消费者的不同需求和使用场景。
- 在包装上提供储存建议和注意事项，如温度要求、避光要求等，以帮助消费者正确保存乳制品。符合GB/T 17306 包装 消费者的需求的要求。

7 售后服务

7.1 售后服务渠道

建立多种便捷的售后服务渠道，如客户服务热线、电子邮件、在线聊天等，以方便消费者查询和反馈问题。

提供专业、及时的问题解答和咨询服务，帮助消费者了解产品、解决使用问题或提供相关建议。

7.2 售后投诉处理

建立明确的售后投诉处理机制，确保消费者的投诉能够及时得到认真处理和回复。

设立专门的投诉处理部门或人员，24小时内予以回复，负责跟进和解决消费者的问题。

7.3 产品退换货政策

制定明确的产品退换货政策，包括退货条件、退款方式、换货流程等，并在售后服务中及时告知消费者。保证消费者在产品质量问题或其他合理情况下能够享受到退换货的权益。

7.4 维修与保修服务

-对于需要维修或保修的乳制品产品，提供专业的维修服务或保修政策。

-确保消费者在产品出现故障或质量问题时能够及时得到维修或更换。

-积极响应消费者的售后服务需求，确保及时处理和解决问题。

-设定合理的服务时限，尽量在最短时间内完成售后服务流程。

7.5 售后信息保护

保护消费者的个人信息和隐私，确保售后服务过程中的信息安全。

7.6 售后满意度调查

定期进行售后满意度调查，了解消费者对售后服务的评价和意见，以不断改进和提升服务质量。符合 GB/T 41408 感官分析 方法学 受控区域消费者喜好测试一般导则的规定。

8 员工培训

8.1 产品知识培训

-提供全面的乳制品产品知识培训，包括成分、营养价值、生产过程、特点等。

-员工应熟悉产品线，能够准确地回答消费者的问题，并提供专业的建议和推荐。培训员工与消费者进行有效沟通和互动的技巧，包括友善的态度、积极的倾听、解决问题的能力等。

-员工应学习如何提供个性化的服务，满足消费者的需求和期望。

8.2 卫生与安全培训

强调卫生和安全意识，包括正确的产品处理和储存方法、卫生操作规范、食品安全知识等。

员工应了解并遵守相关法规和标准，确保乳制品的质量和安全性。

8.3 客户投诉处理培训

培训员工如何妥善处理客户投诉，包括倾听客户的问题、理解客户需求、积极解决问题、有效沟通等技巧。

员工应学习如何处理投诉，维护客户关系并解决问题，以提高客户满意度。

8.4 跨部门协作培训

培训员工与其他部门的协作和合作能力，以提供协调一致的服务和解决问题。

员工应了解乳制品供应链的各个环节，并了解各个部门的职责和 workflows。

8.5 新产品和促销培训

及时培训员工有关新产品（包括特点、优势、使用方法等）和促销活动的信息。

员工应能够有效地向消费者推广和介绍新产品，并提供相关的促销信息。

8.6 消费者体验培训

培训员工提供良好的消费者体验，包括礼貌待客、主动帮助、关注细节等。

员工应学习如何创造积极的消费者体验，并提高消费者对产品和品牌的满意度。

8.7 持续培训和反馈机制

建立持续的培训计划和反馈机制，定期评估员工的培训需求，并提供进一步的培训和发展机会。

鼓励员工提供反馈和建议，以改进培训内容和方法。

9 建立信任关系

9.1 产品质量和安全

确保乳制品产品的质量和安全性，符合相关法规和标准。

进行严格的质量控制，包括原材料选择、生产过程监控、产品检测等，以提供安全可靠的产品。

9.2 透明度和信息披露

提供产品相关的透明度和信息披露，包括成分、营养信息、生产过程、生产地点等。

公开有关产品的信息，让消费者能够了解产品的来源，增加对产品品质的信任度。

9.3 诚信守法

遵守商业道德和法律法规，诚实守信经营。确保产品的宣传和标识真实准确，不进行虚假宣传和误导性行为。

9.4 客户服务与投诉处理

建立完善的客户服务体系，提供及时、专业的服务。

积极处理客户的投诉和问题，及时回应并解决消费者的关切。

9.5 产品溯源和可追溯性

提供产品的溯源信息和可追溯性，让消费者能够追溯产品的生产过程和来源。

增加消费者对产品的信任，了解产品的质量和安全性。

9.6 社会责任和可持续发展

履行企业的社会责任，采取可持续发展的经营方式。关注环境保护、社会公益等议题，积极参与社会活动，以提升企业形象和消费者信任。

9.7 反馈和沟通渠道

a. 提供多样化的反馈和沟通渠道，让消费者能够方便地表达意见和建议。

b. 积极倾听消费者的声音，改进产品和服务，增强消费者的参与感和信任。建立良好的品牌声誉和口碑管理机制，关注社交媒体和网络上的消费者反馈和评论。

c. 积极回应和处理消费者的评价和意见，维护良好的品牌形象。

