管理体系审核记录表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 过程与活动、  抽样计划 | 涉及  条款 | 受审核部门：销售部 主管领导/陪同人员：吴亲英 | 判定 |
| 审核员：伍光华（见证）、李双（被见证）、高燕华(专家) 审核时间：2022.4.30 |
| 涉及标准条款：QMS:5.3组织的岗位、职责和权限、6.2质量目标、8.2产品和服务的要求、8.5.3顾客或外部供方的财产、9.1.2顾客满意、8.5.5交付后的活动 |
| 公司的岗位职责和权限 | Q5.3 | 本部门主要负责供应商管理、产品采购、销售合同签订、产品交付后活动的实施和顾客满意度的控制。 | 符合 |
| 目标 | 6.2 | 目标分解到销售部门，主要目标： 2022.3.15考核  1、合同履约率达100% 100%  2、顾客满意度达95% 96.7%  从考核表来看，目标达成。 | 符合 |
| 顾客沟通 | QMS:8.2.1 | 公司产品主要是家具的生产，由业务人员负责与客户进行沟通，主要沟通内容为产品加工要求、价格、数量、交货期等信息，过程中主要针对进度、变更、修改、质量反馈等，售后主要沟通交付情况、顾客满意等。  公司与顾客沟通的方式有：电商平台（淘宝明龙艺轩店）、电话、邮件、QQ、微信、调查表、拜访等。  销售部负责人介绍企业未发生过客户投诉的情况。 | 符合 |
| 与产品有关要求的确定，与产品有关要求评审 | QMS：8.2.2、8.2.3 | 销售部负责人介绍，公司主要进行家具的生产，生产好库存备好货，通过客户进行沟通，由客户选择合格的产品，按照交付时间要求，经过制定物流送货交付给客户，公司在确定产品和要求时，对以下方面进行了考虑：交付时间、产品的质量要求、产品的价格、产品的特别要求、服务等。销售部负责确定与产品有关的要求，包括：客户规定的要求、交付和交付后活动的要求、规定的用途或已知的预期用途所必须的要求、与产品有关的法律法规及公司的附加要求。这些要求以相关技术资料、标准、合同或采购订单中体现。  企业通过目前有相关主要客户门店为主要销售客户对象，通过市场调查、客户的走访、电话、传真了解市场的需求状态，识别顾客要求。通过适用法律法规、行业标准收集、分析、评价了解行业发展要求。  抽查销售合同：  1）抽查2021.9.1日的销售单，包括了如下内容：顾客名称：胡耀芳，产品名称：电脑台，数量：3个；  2）抽查2022.1.17日的销售单，包括了如下内容：顾客名称：李爱春，产品名称：901#电脑台，规格：1.6m浅色，数量：6个；产品名称：二门书柜，规格：1.6m浅色，数量：1张；  3）抽查2021.9.6日的销售单，包括了如下内容：顾客名称：李爱春，产品名称：条形桌，数量：5张；  查见以上合同评审记录表，总经理、生产部、办公室、销售部等负责人评审，同意签订。  合同订单评审在向客户承诺之前进行。检查上述合同的交付记录，基本能按照顾客的要求予交付，对已接受的订单基本均能满足订单的交付要求。 | 符合 |
| 与产品有关要求的更改 | QMS：8.2.4 | 质量手册对产品和服务要求的识别和更改进行了策划和规定，销售部负责人介绍到当出现产品要求/合同更改时，会重新评审并将更改情况传达至相关人员。  经过查阅组织内订单文件，并与销售部负责人进行沟通，组织暂无产品和订单变更的情况；  后续生产经营中，如出现有产品和订单要求的变更，将按照文件规定要求进行控制；  产品要求更改控制基本符合标准要求。 | 符合 |
| 顾客或外部供方财产 | Q8.5.3 | 公司在管理手册中，规定了对顾客或外部供方财产的管理，明确了对顾客或外部供方财产的登记、验收、保护、使用等相关要求。  目前公司无外部供方的财产，涉及的顾客财产仅为顾客信息，公司对顾客相关信息做相关保密规定。  顾客或外部供方的财产管理符合要求。 | 符合 |
| 交付后活动 | Q8.5.5 | 销售部负责人介绍交付后活动通常包括售后服务、不合格品处理等，在合同中进行规定，暂未发生不合格情况。查销售产品交付情况：产品交付至客户处，客户签收，公司通过电话跟踪沟通及定期拜访、客户满意度调查等方式确认交付及交付后服务的满意程度。  经查符合要求。 | 符合 |
| 顾客满意度 | Q9.1.2 | 公司通过拜访、电话、电邮、问卷等形式，收集顾客反馈信息，监视顾客满意程度，评价体系的有效性，寻求体系改进的机会。  提供《顾客满意程度调查表》，调查包含：产品质量、交货期、服务、价格等指标，满意程度分为很满意—----不满意等四个档次（很满意为100分、满意为85分、一般为60分、不满意为0分）。被调查客户包括：南康邱建、樟树丁文龙、湖南雷惠娟等10家客户、，客户对组织评价均为“很满意”、“满意”。时间：2022年2月16-20日  查见2022.2. 20日的《顾客满意度调查分析》，对顾客满意度指标完成情况、顾客建议改进方向等予以分析汇总，经评价测算客户满意度得分96.7分。  企业对顾客满意度的调查、分析利用进行了策划并实施，对于顾客日常有关信息，对于日常每批交付中发现问题均为一般问题，及时进行了解决。 | 符合 |

说明：不符合标注N