



不符合项报告

审核领域及 类型	☒ QMS ☐ 50430 ☐ EMS ☐ OHSMS ☐ FSMS ☐ HACCP ☐ 初审 ☐ 第()阶段审核 ☐ 再认证 ☒ 监督 (二) 次 ☐ 证书转换 ☐ 特殊审核 ☐ 其他		
受审核方	重庆福玛特科技有限责任公司	陪同人员	廖帅
受审核部门	工程部	预计整改 完成日期	2022 年 10 月 31 日

不符合事实描述:查顾客满意度调查情况:公司 2022 年 7 月以调查问卷形式对顾客进行了满意度调查,共计发放 2 份,回收 2 份。对公司的服务、质量、交付、价格等项进行打分。查《顾客满意度调查表》对满意度进行了统计;通过统计顾客满意度为 98%。现场查,组织不能提供对该次顾客满意度调查的信息和数据进行了分析、评价的证据。

上述事实不符合: ☒ GB/T 19001:2016 idt ISO 9001:2015 标准 9.1.3 条款:组织应分析和评价通过监视和测量获得的数据和信息。应利用分析结构评价 b) 顾客满意程度。

☐ GB/T 50430-2017 标准 条款:
☐ GB/T 24001-2016 idt ISO 14001:2015 标准 条款
☐ GB/T 45001-2020 idt ISO 45001: 2018 标准 条款相关要求
☐ ISO 22000:2018 标准 条款相关要求
☐ GB/T 23331-2020 idt ISO 50001:2018 标准 条款
☐ 能源认证标准: 条款
☐ GB/T 27341-2009 标准 条款相关要求
☐ GB 14881-2013 标准 条款相关要求
☐ 危害分析与关键控制点 (HACCP 体系) 认证补充要求 1.0 相关要求

不符合性质: ☐ 严重 ☒ 一般

审核员:  审核组长:  受审核方代表: 
 日期: 2022.10.31 日期: 2022.10.31 日期: 2022.10.31

纠正措施验证 (包括验证的主要内容和结果)

已按纠正措施实施并验证有效。

审核员:  日期: 2022.11.01





不符合项纠正措施表

不符合项事实摘要:

公司于2022年7月以问卷调查形式对客户进行了满意度调查,共发放问卷10份,回收10份,对回收的问卷进行统计,发现,交付、价格等项进行打分,通过统计顾客满意度为90%,不能提供对这次顾客满意度调查的信息和数据进行分析、评价的记录。

纠正情况:

组织相关人员对客户满意度调查的信息和数据补充分析、评价数据记录,形成客户满意度分析报告,并妥善保存。

原因分析:

相关人员对ISO 9001:2015标准中8.1.3条款及程序文件:数据分析和应用程序,顾客满意度控制程序不熟悉,未能按照标准条款及策划要求开展实施工作。

纠正措施:

组织相关人员对8.1.3条款及程序文件:数据分析和应用,顾客满意度控制程序进行培训学习并对培训有效性进行评价。

预定完成日期:2022.11.01

举一反三检查情况:

对公司其他的文件和记录进行梳理排查,未发现类似不合格情况。

受审核方纠正措施有效性的验证:

已按以上措施实施验证有效。

验证人:

刘楠

日期:2022.11.01

受审核方代表:

刘楠

日期:2022.11.01



培训记录

培训部门	工程部、品保部、 采购部	培训地点	会议室	时间	2022.11.01
参加人员: 朱建 张明 何志 王力 张军					
培训内容: GB/T 19001:2016 idt ISO 9001:2015 标准 9.1.3 条款 程序文件: FM-QM-QP023 数据分析和应用程序 FM-QM-QP027 顾客满意度控制程序					
培训过程: 由田凤梅讲解, 学员认真学习。					
考核形式: 提问考核 (✓) 书面考核 () 实作考核 ()					
培训效果评价: 提问者、回答者、培训师能正确理解培训内容, 并将所学在后期工作中贯彻落实, 学员充分掌握所学内容。效果较好! 评价人: 张明					



客户满意度分析报告

编号: 2022-01

调查方法:

本次调查采用的方法是向客户发放满意度调查表,一共用了 1 天的时间,调查表反馈有效率 100 %。

客户满意度调查表统计:

本次调查共发出的调查表 2 份,调查率为 100 %,收回 2 份,回收率占发出调查表的 100 %,调查数据有效。

在回收的调查表中,总体评价有 0 份客户满意度评定为很不满意。

调查情况简介

客户满意度是一种从客户角度客观对企业经营状况进行评价的一种手段,并一直被作为判断一个企业是否具有竞争优势的一种度量方法,也被作为度量商业经济运行健康状况的晴雨表。

为了抓住产品市场的脉搏,把企业的各种优点(产品性能,交货,价格,售后服务等)与社会各界有效的沟通并全方位地了解公司内部客户的满意度,测试公司产品的潜在市场及目前该行业的市场动态,我公司从 2022 年 7 月 10 日至 2022 年 7 月 10 日发起了这次面向公司各客户的调查问卷活动。具体调查工作由公司品保部负责运作,由工程部进行评价、分析。

为了更好的了解公司企业在客户心目中的满意度,扩大公司在市场上的影响性与产品占有率,我们组织了这次客户满意度调查,在调查数据收集上来以后,我们对每一个抽象指标的可靠性进行了分析,数据是比较可靠和稳定的。

数据分析

我们将客户满意度调查分为七个维度,总分 100 分,每个维度根据不同分数占比按 0-20 分进行细分评价。我们将按照客户的综合得分情况做出客户满意度及市场需求方面的判断及分析。

1、本次调查表的回收率在 100 %,客户的平均总评满意率达 98 分,从中我们可以看到各客户



对我司是满意的。

2.从数据来看,公司产品价格定位,产品质量、生产技术水平以及问题回复进度等得分都较高。

但产品交货期得分相对较低。

3. 产品交货不及时是影响到公司满意度不高的主要因素。从调查结果及客户所提意见来看,我们公司产品交货不及时,这样对公司的长远发展来看是不利的。今后将加强与客户的提前沟通,对生产组织全流程环节进行培训,提高产品交货及时率进而持续提高顾客满意度。

调查总结

从整体来看,客户对于我司各方面综合评价是满意的。对于我们的弱项,产品交货不及时,问题产生原因是原材料到货及时性和缺料影响,造成产品不能按时上线生产。因此我司需要提前检讨采购物料回货周期,确保客户订单产品按时上线生产。快速响应客户需求,保质保量完成客户订单!

编制	朱迪	审核	张冲	批准	刘南
日期	2022.11.1	日期	2022.11.1	日期	2022.11.1

