

二、中小企业声明函（服务）

2.1 中小企业声明函（服务）

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司（联合体）参加新乡市平原示范区管委会农业农村局（单位名称）的新乡市平原示范区管委会农业农村局 2026 年秋季农作物病虫害防治项目（项目名称）采购活动，服务全部由符合政策要求的中小企业。相关企业（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）的具体情况如下：

1. 新乡市平原示范区管委会农业农村局 2026 年秋季农作物病虫害防治项目二标段（标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）农、林、牧、渔业行业；承建（承接）企业为河南玖航农业科技有限公司（企业名称），从业人员12人，营业收入为56.68万元，资产总额为103.18万元，属于小型企业（中型企业、小型企业、微型企业）；

2. /（标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）/行业；承建（承接）企业为/（企业名称），从业人员/人，营业收入为/万元，资产总额为/万元，属于/（中型企业、小型企业、微型企业）；

.....

以上企业，不属于大企业的分支机构，不存在控股股东为大企业的情形，也不存在与大企业的负责人为同一人的情形。

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（电子签章）：河南玖航农业科技有限公司

日期：2026 年 8 月 31 日

注：从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报。（属于中小企业的填写，不属于的投标文件内无需提供此函）

五、服务承诺

5.1 实质性优惠条件和承诺

致：新乡市平原示范区管委会农业农村局及河南科达工程管理有限公司

针对贵方组织的新乡市平原示范区管委会农业农村局 2026 年秋季农作物病虫害防治项目（项目名称）（项目编号：新平招标采购-2026-27），我公司承诺：

一、及时响应：售后服务团队需要在用户提出问题或投诉后尽快做出回应，不能拖延或忽视用户的需求。及时响应可以有效缓解用户的不满情绪，增加用户的信任度。

二、全面解决：售后服务团队需要全力解决用户遇到的问题或疑虑，而不是简单地推脱或回避。这涉及到提供准确的信息、合理的建议以及必要的技术支持，确保用户的问题在最短的时间内得到解决。

三、用户至上：售后服务的根本目的是为用户提供帮助和解决问题，因此用户的需求和利益应该被视为最重要的因素。售后服务团队需要以用户为中心，尽力满足用户的合理需求，并尽量超越其预期，给用户留下良好的印象。

四、真诚服务：售后服务团队的工作应该带有一种真诚和友善的态度，理解并关心用户的困难。在与用户沟通时，要尊重用户的权益和情绪，并始终保持耐心和礼貌。

五、持续改进：售后服务团队应该对工作过程进行不断反思和改进，及时总结经验教训，并采取有效的措施加以改进。售后服务团队需要持续改进自己的技能和知识，以提高服务质量和效率。

六、持续改进和优化服务

我公司在本项目履约过程中，主动与采购人保持沟通和联系，了解采购人的需求和建议，以持续改进和优化服务，提升采购人满意度和忠诚度。

（一）、定时回访的意义

定时回访是维护采购人关系的重要手段。通过定期回访，我公司可以及时了解采购人的使用情况和意见反馈，发现问题并及时解决，提高采购人的满意度和忠诚度。定时回访还能促进我公司与采购人的良好沟通，增强合作关系，为我公司的可持续发展打下基础。

（二）、实施定时回访的步骤

1. 制定回访计划：确定回访的对象和频次，制定详细的回访计划。
2. 准备回访资源：准备好回访所需的工具和资料，确保回访的顺利进行。
3. 进行回访：按照计划进行回访，记录采购人的意见和建议。
4. 分析回访结果：对回访结果进行分析，找出问题和改进建议。
5. 反馈和改进：向采购人反馈回访结果，并根据意见和建议进行改进。

（三）、听取采购人建议的重要性

采购人是我公司的重要合作伙伴，他们对产品和服务的需求和意见直接影响着我公司的发展和竞争力。听取采购人建议能帮助我公司了解市场需求和潜在问题，及时调整策略和产品服务，保持市场敏锐度，提高竞争力。

（四）、持续优化服务的措施

1. 加强内部培训：提高员工的专业素养和服务意识，为采购人提供更专业、更贴心的服务。
2. 完善售后服务体系：建立完善的售后服务体系，及时解决采购人的问题和需求，提高满意度。
3. 定期调研和评估：定期开展市场调研和客户满意度评估，发现问题并及时改进。
4. 制定激励机制：为员工制定与采购人满意度和服务质量相关的奖惩机制，

激励提供优质服务。

（五）、建立客户档案

在实施定时回访及听取采购人建议的过程中，建立完整的客户档案非常重要。这些档案可以记录采购人的基本信息、历史、需求和意见反馈等内容，帮助我公司更好地了解客户的需求和喜好，为定制个性化服务提供依据。通过客户档案还可以更好地管理和跟进客户信息，保持与客户的沟通和联系，并及时回访和听取他们的建议。建立客户档案是持续优化服务的重要一环。

（六）、加强沟通和协作

除了定时回访和听取采购人建议外，加强沟通和协作也是优化服务的重要措施。我公司应该建立健康的沟通机制，与采购人保持密切联系，及时了解他们的需求和反馈，真诚地与他们沟通，并在合作中持续提升服务水平。另外，在服务过程中，需要各部门之间的紧密协作，共同为采购人提供优质服务，确保采购人的满意度和忠诚度。只有加强沟通和协作，才能真正实现持续优化服务的目标。

（七）、引入客户关系管理系统

为了更好地管理客户信息、跟进客户关系以及实施定时回访和听取建议，我公司考虑引入客户关系管理系统（CRM）。该系统可以帮助我公司记录客户信息、跟踪客户活动、分析客户需求等，为我公司提供全方位的客户管理支持。通过 CRM 系统，我公司可以更全面、更准确地了解客户需求，更好地满足客户的期望，并且能够更有效地进行定时回访和听取建议，为持续优化服务提供更强有力的支持。

（八）、持续改进和创新

持续改进和创新是我公司优化服务的重要保障。我公司需要根据采购人的

需求和反馈不断进行服务和产品的改进，推出更加符合市场需求的产品和服务。在管理过程中，我公司需要不断追求创新，寻求更优质的服务方式和模式，不断提升服务水平，增强市场竞争力。只有不断改进和创新，我公司才能保持与时俱进，顺应市场需求，为客户提供更好的服务。

定时回访及听取采购人建议持续优化服务是我公司经营管理中重要的一环，对于提高采购人满意度、保持长期合作关系和促进我公司可持续发展具有重要意义。我公司重视并不断完善这一工作，建立完整的客户档案，加强沟通和协作，引入客户关系管理系统，持续改进和创新，从而真正实现与采购人的共赢。只有不断地优化服务和提升服务质量，我公司才能树立良好的品牌形象，在激烈的市场竞争中立于不败之地。定时回访和听取建议将成为我公司优化服务的必由之路。

特此承诺。

投标人：河南玖航农业科技有限公司（电子签章）

法定代表人：（电子签章）

日 期：2026 年 8 月 31 日

5.2 服务体系、响应时间及后续服务

5.2.1 服务体系

一、技术服务措施

(1) 我公司设立专人负责产品售后的服务和产品的质量跟踪，负责收集产品质量信息，尤其是客户提出的质量异议，首先实施纠正并加以预防，并及时反馈到公司负责人，及时查找原因，做好记录，收集原始资料，并协同客户单位取样复检，确属质量问题必须立即处理，同时报产品生产厂家相关部门并派专人及时进行处理，拿出客户认可的处理方案，确保工程正常施工，同时要做好售后服务的档案工作。

(2) 服务宗旨

我公司自成立至今，始终秉承“诚信、务实、精益、创新”的企业文化，致力于“品质第一重要”，努力为业主提供优质产品，力求使客户满意，并一贯认为客户的满意要远比竞争更为重要。我公司严格履行合同规定的售后服务任务，时刻准备着为客户服务。

(3) 服务目标

用户第一、信誉第一、优质、完善的售后服务是我们产品价值的延伸和对客户利益的重要保证，我公司服务质量管理体系的宗旨是：建立并不断完善科学、合理、高效的服务质量管理体系，公正、准确、及时地完成客户的售后服务质量保障工作，为我公司的客户建立良好、全面、充分的服务体系。

(4) 服务范围、内容

为业主提供最满足服务，实现经济效益和社会效益的双赢，我公司承诺为本项目提供优质产品，并本着对客户认真负责的态度，在向用户发送货物前，均由专业人员确认产品无质量问题后再向用户发送产品，并制定以下服务条款：

(1) 建立 7×24 小时值班制度；

(2) 我公司保证在交货时提供生产厂家原厂质量保证书（如有），并提供厂家的供货证明；

(3) 严格按照合同规定发货、装车，将货物安全、及时运抵贵单位指定目的地；

(4) 质保期内由于产品设计、制造、运输等原因造成的损坏，我公司无偿予以更换；

(5) 为贵单位提供免费的技术咨询服务。

二、售后服务管理制度

(1) 售后服务管理目的

为规范售后服务工作，满足用户的需求，保证用户在使用我单位提供的产品时，能发挥最大的效益，提高用户对产品的满意度和信任度，提高产品的市场占有率，我单位特成立售服务部，为客户提供满意的售后服务。

(2) 售后服务内容

①根据合同及技术协议的要求，对保修期内，因产品的制造，装配及材料等质量问题造成各类故障或零件损坏，无偿为用户维修或更换；

②对合同中要求进行安装调试的，在规定的时间内，组织人员对产品进行安装调试及对用户工作人员进行培训；

③定期组织人员对重点销售区域和重点客户进行走访，了解产品的使用情况，征求用户对产品在设计，装配，工艺等方面的意见。

(3) 售后服务的标准及要求

①售后服务人员须树立用户满意是检验服务工作标准的理念，要竭尽全力为用户服务，决不允许顶撞用户和与用户发生口角；

②在服务中积极，热情，耐心的解答用户提出的各种问题，传授维修保养常识，用户问题无法解答时，应耐心解释，并及时报告售后服务总部协助解决；

③服务人员应举止文明，礼貌待人，主动服务，和用户建立良好的关系；

④接到服务信息，应在 2 小时内答复，需要现场服务的，在客户规定的时间内到达现场，切实实现对客户的承诺；

⑤不允许服务人员向用户索要财务或变相提出无理要求；

⑥服务人员对产品发生的故障，要判断准确，及时修复，不允许同一问题重复修理的情况；

⑦服务人员完成工作任务后，要认真仔细填写“售后服务报告单”，让用户填写售后服务满意度调查表；

⑧对于外调产品或配套件的质量问题，原则上由售后服务总部协调采购部由外协厂家解决；

⑨重大质量问题，反馈公司有关部门予以解决

⑩建立售后服务来电来函的登记，做好售后服务派遣记录，以及费用等各项报表。

（4）售后服务工作守则：

①技术部主管要以身作则、管理有序带头做好部门的职责。

②对部门人员和新员工做好产品知识培训、技术培训指导。

③维修人员必须经培训合格后方可上岗。

④负责所销售产品的售前宣传和售后服务工作。

⑤兑现公司对客户承诺的售后服务体制，并建立好服务档案。

⑥及时把客户和行业的各种信息反馈给公司，及时搜集和发布各种相关信息。

⑦严格控制维修材料、服务资料和保管好维护工具。

⑧一流的服务态度，超值的服务质量，宣传公司文化，树立公司形象，做到诚心、精心、细心。

⑨服务及时、快捷，最短的保修响应、等待时间，最少的维修耗时。

⑩认真听取客户的服务咨询、意见和建议反馈、投诉处理，努力提高服务质量和服务意识。

三、售后服务部门工作说明

（1）搜集客户意见、建议

通过各种渠道搜集对公司发展有益的意见及建议，比如热线、网站、邮箱等，好的建议及意见及时反馈给各相关部门。各部门也积极搜集客户信息反馈，并及时发回公司，便于公司做出适于市场的调整。

（2）开展客户关怀、维系计划

企业重点客户群是企业赖以生存及进一步发展的重要组成部分，通过对重点客户的回访与沟通，逐步完善客户需求，提升客户满意度。了解各地区客户对我们产品及服务工作的反馈，以便适时的发现各区域市场中的问题并及时解决，提高服务的主动性。

（3）建立售后服务标准，规范售后服务

售后服务是对企业信誉和品牌形象的持久维护，公司向自主品牌方向发展，售后服务更要朝向专业化、统一化和规范化的方向发展，真正满足各区域消费者的服务需求。

（4）及时快速的处理投诉

所有投诉信息需及时反馈到公司的售后服务部，由售后服务部整理、过滤、检查、跟踪事件的进展，确保每个投诉案件都得到妥善解决，并认真分析总结

造成客户投诉的原因，从根本上解决问题，预防同类投诉的再次发生。

（5）开展客户满意度、忠诚度调查

第一，顾客满意度调查可以提升产品和服务的质量，同时从顾客的意见和建议当中寻找解决顾客不满的针对性的方案。

第二，顾客满意度市场调查可以让广大消费者认识到我方对客户重视性，对提升公司形象和品牌知名度有很大帮助。

（1）目的：通过收集、分析客户的意见和建议，不断改进服务，提高服务质量，提升客户满意度。

（2）内容：主要包括以下几个方面：货物配送业务人员的态度和专业性；货物配送的效率；质量问题响应情况、对配送服务的建议等。

（3）职责：行政人事中心负责本次满意度调查组织、策划，根据对客户意见征询或调查的情况填写《客户满意度调查表》，调查期间调查真实性及问卷的回收、调查结果的汇总工作，并采用饼图图表或排列图表对收集的用户意见进行统计分析说明。

（4）开展方式：

①问卷调查：问卷的设计要简洁合理，富有人性化。

②调查指标：顾客满意度调查了解的是顾客对产品、服务或企业的态度，即满足状态等级，一般采用四级态度等级：满意、基本满意、不太满意、不满意。一般而言，满意表明产品或服务表明产品或服务各方面满足顾客期望，顾客有好感、肯定；基本满意表明产品或服务符合顾客最低的期望，顾客无明显的不良情绪；不太满意表明产品或服务未满足顾客的主要期望，顾客抱怨、遗憾；不满意表明产品或服务的一些方面存在缺陷，顾客气愤、烦恼；很不满意表明产品或服务有重大的缺陷，顾客愤慨、恼怒。对用户评价为“满意”“基本

满意”的可确定为合格项。

（5）针对性制定整改措施：在对收集的顾客满意度信息进行科学分析后，相关部门立刻检查自身的工作流程，在“以顾客为关注焦点”的原则下开展自查和自纠，找出不符合顾客满意管理的流程，制定企业的改进方案，并组织企业员工实行，以达到顾客的满意。

实践证明，客户的满意度和忠诚度是成正比的，而且客户好的评价还会带来对企业极为有利的市场效应。客户满意度调查结果将非常有利于公司产品经营策略的调整，也有利于更深层次的客户维护和客户挖掘。通过网络，电话等各种方法，及时、高效地发现及满足客户需求，从而最大程度上提高客户满意度及忠诚度，稳定现有客户，不断吸引新客户，挽回流失客户。

5.2.2 服务响应时间

售后服务响应时间是企业与客户的沟通桥梁。

一）、售后服务响应时间的重要性

售后服务响应时间，简单来说，就是从客户提出问题到企业给予正式回应所花费的时间。这看似只是一个时间数字，却在企业与客户的关系中扮演着极其关键的角色。

对于客户而言，快速的售后服务响应时间能让他们感受到被重视。想象一下，当你购买了一件商品，使用过程中遇到问题，满心期待地向客服咨询，却长时间得不到回应，心里该有多着急和失落。这种等待会让客户对企业的好感度直线下降，甚至可能从此不再选择该企业的产品或服务。相反，如果企业能在短时间内给予回应，客户会觉得自己的问题被认真对待了，他们会更愿意继续与企业合作，并且可能会向身边的人推荐。

从企业自身角度来看，良好的售后服务响应时间是维护品牌形象的重要因

素。在如今竞争激烈的市场环境中，品牌形象直接影响着企业的市场份额。一个对客户咨询能够迅速回应企业，会给人一种专业、负责的印象，这有助于提升品牌在客户心中的美誉度。而且，及时解决客户问题还能减少客户流失，降低因客户不满而带来的潜在损失。比如，一家电商企业如果能快速处理客户关于商品质量或物流的投诉，就能避免客户给差评，从而吸引更多新客户购买其产品。

二)、影响售后服务响应时间的因素

1、客服人员配备

客服团队的规模直接关系到能否及时处理大量客户咨询。如果客服人员不足，面对众多客户的问题，就容易出现应接不暇的情况，导致响应时间延长。例如，在购物高峰期，电商平台的咨询量剧增，若客服团队没有提前做好人员调配，就很难快速回复每一位客户。

客服人员的专业素质也很重要。专业知识丰富、沟通能力强的客服能够迅速理解客户问题并给出准确解答，从而缩短响应时间。反之，对产品或服务不熟悉的客服，可能需要反复与客户沟通确认问题，这无疑会增加响应时长。

2、工作流程

繁琐复杂的工作流程会阻碍售后服务的高效进行。比如，客户反馈问题后，需要经过多个层级的审批才能到达能够解决问题的部门，或者在不同系统之间频繁切换传递信息，这些都会浪费大量时间，导致响应延迟。

缺乏明确的问题分类和处理标准也会影响响应时间。如果客服不能快速判断客户问题所属类别并按照相应流程处理，就会在摸索解决方案上花费过多时间，降低响应效率。

3、技术支持

先进的客服技术工具可以极大地提高售后服务响应时间。例如，智能客服系统能够自动识别客户问题并快速给出常见问题的答案，分流一部分简单问题，让客服人员可以集中精力处理复杂问题。如果企业没有及时更新或采用有效的技术支持工具，就会在处理问题上花费更多人力和时间。

三)、如何缩短售后服务响应时间

1、优化客服团队

合理规划客服人员数量，根据企业业务量的波动情况，灵活调整人员配置。比如，在销售旺季或特定促销活动期间，提前招聘或调配临时客服人员，确保有足够的人力及时处理客户咨询。

加强客服人员培训，提高专业素质和沟通能力。定期组织产品知识、服务流程、沟通技巧等方面的培训，让客服人员能够熟练应对各种客户问题，快速准确地给出解决方案。

2、简化工作流程

对现有的售后服务流程进行全面梳理，去除不必要的环节和审批流程。例如，建立直接对接机制，让客户问题能够直接流转 to 相关责任部门，减少中间环节的耽搁。

制定明确的问题分类和处理标准，为客服人员提供清晰的操作指南。通过培训和宣传，让客服人员能够快速准确地判断问题类型，并按照标准流程处理，提高问题解决效率。

3、提升技术支持

引入先进的客服技术工具，如智能客服系统、工单管理系统等。智能客服系统可以自动识别客户问题，提供常见问题的答案，同时将复杂问题及时分配给人工客服，提高响应速度和效率。工单管理系统则能对客户问题进行全程跟

踪，确保每个问题都能得到妥善处理。

四)、售后服务响应时间的评估与改进

1、建立评估指标体系

设立响应时间的具体量化指标，如平均响应时间、及时响应率等。平均响应时间是指所有客户咨询从提出到得到首次回应的平均时长，及时响应率则是指在规定时间内（2 小时内）给予回应的咨询量占总咨询量的比例。

除了时间指标，还应考虑客户满意度指标。通过问卷调查、客户反馈等方式收集客户对售后服务响应时间的评价，了解客户是否满意以及不满意的原因，以便针对性地改进。

2、定期分析与总结

定期对售后服务响应时间的数据进行分析，找出影响响应时间的主要因素。例如，通过分析不同时间段、不同客服人员、不同类型问题的响应时间，发现哪些环节存在问题，是客服操作不熟练、流程繁琐还是技术工具的问题等。

根据分析结果，制定相应的改进措施。对于频繁出现问题的环节，要重点进行优化和调整，持续提升售后服务响应时间和质量。

3、持续改进

售后服务响应时间的优化是一个持续的过程。企业要持续关注行业动态和客户需求的变化，及时调整策略。随着市场竞争的加剧和客户要求的提高，企业需要不断投入资源，改进客服团队、流程和技术支持等方面，以保持在售后服务响应时间上的优势，赢得客户的信任和满意。

售后服务响应时间是企业与客户沟通的重要桥梁，它直接关系到客户满意度和企业的品牌形象。通过优化客服团队、简化工作流程、提升技术支持等措施，企业能够缩短响应时间，为客户提供更优质的服务，从而在激烈的市场竞

争中占据有利地位。同时，建立科学的评估与改进机制，持续优化售后服务响应时间，是企业保持竞争力、实现可持续发展的关键。

五)、售后服务响应标准

(一)、适用范围

本标准适用于本企业向客户提供的所有售后服务相关活动，涵盖产品咨询、技术支持、投诉处理等各类服务场景。无论是通过电话、邮件、在线客服平台还是其他渠道与客户接触，均需遵循本标准。

(二)、服务响应时间规范

1、即时响应类

对于客户通过在线客服平台发起的一般性咨询，应在客户发送消息后的 10 分钟内给予首次响应。若当时客服人员忙碌，需向客户发送自动回复，告知客户我们已收到咨询，将尽快安排专业人员处理，并预计回复时间。

2、技术支持类

当客户报告产品出现紧急问题，影响正常使用时，如涉及人身安全或重大生产中断等情况，需立即响应。通过电话在 1 分钟内与客户取得联系，确认详情，并迅速启动应急处理流程。若电话无法接通，应在 5 分钟内尝试通过短信、邮件等方式告知客户我们已收到紧急报告，正在全力联系他们，并提供多种备用联系方式，以便客户能及时与我们沟通。

3、投诉类

对于客户的投诉，无论通过何种渠道提交，都要在 2 小时内与客户取得联系。以温和、诚恳的态度倾听客户的投诉内容，记录关键信息，向客户承诺会认真调查处理，并在一定时间内给予答复。

(三)、响应人员要求

1、专业知识

负责售后服务响应的人员应具备扎实的产品知识，熟悉各类产品的功能、使用方法、常见问题及解决办法。定期参加产品培训课程，及时更新产品知识体系，确保能够准确解答客户的问题。

2、沟通能力

具备良好的沟通能力，能够清晰、准确地表达自己的意思，理解客户的需求和问题。在与客户交流时，要使用礼貌、专业的语言，避免使用模糊或容易引起歧义的词汇。善于倾听客户的意见和抱怨，给予客户充分的表达机会，不打断客户。对于客户提出的不合理要求，要耐心解释，寻求双方都能接受的解决方案。

3、问题解决能力

能够迅速分析客户提出的问题，找出问题的根源，并提供有效的解决方案。对于常见问题，能够快速给出准确的答复和处理建议；对于复杂问题，要及时协调相关技术人员或部门，共同研究解决方案，并及时反馈给客户处理进度。例如，当客户反馈产品出现问题时，能够判断是产品本身的问题还是客户操作不当导致的，并给出相应的解决办法。

4、服务意识

始终保持高度的服务意识，以客户满意为服务的出发点和落脚点。对待客户要有热情、耐心、细心的态度，积极主动地为客户解决问题。在服务过程中，要关注客户的情绪变化，及时安抚客户，让客户感受到我们的关心和重视。即使遇到客户刁难，也要保持冷静，以良好的服务态度化解矛盾。

（四）、响应方式

1、电话响应

接到客户需求后，优先通过电话与客户取得联系。在拨打电话前，要确认客户的联系方式准确无误，确保能顺利接通。电话接通后，先自报家门，说明来意，然后按照规范流程询问客户相关信息。通话过程中，要注意语速适中，声音清晰，记录好客户反馈的关键信息。

2、邮件响应

对于客户通过邮件发送的咨询、投诉等信息，应在规定时间内查看邮件，并在 1 小时内给予首次邮件回复。回复邮件时，要使用正式、规范的邮件格式，主题明确，内容简洁明了。开头要称呼客户，结尾要署名并注明部门和联系方式。邮件内容应针对客户的问题进行详细解答，提供相关的解决方案或处理进度。

3、在线客服平台响应

在在线客服平台上，按照即时响应的时间要求及时回复客户消息。回复内容要简洁明了，符合平台的沟通规范。可以使用一些快捷回复短语，但要确保其与客户问题相关。对于客户的追问，要及时跟进，不拖延。

4、短信响应

在无法通过电话或其他方式及时与客户取得联系时，如客户电话关机或未接听等情况，可通过短信向客户发送必要信息。短信内容要简洁，包含我们已收到客户需求、正在处理以及预计回复时间等关键信息。

（五）、响应记录与跟踪

1、响应记录内容

每次与客户进行售后服务响应时，都要详细记录相关信息。记录内容包括客户的基本信息（姓名、联系方式、地址等）、需求类型（咨询、投诉等）、问题描述、响应时间、响应方式、处理过程及结果等。对于客户提供的重要信息，

要进行重复确认，确保记录准确无误。

2、记录方式

采用电子文档和纸质文档相结合的方式进行记录。电子文档使用专门的客户服务管理系统，方便查询和统计分析。纸质文档作为备份，以防电子文档出现问题。在记录过程中，要按照一定的格式和规范进行填写，确保记录的完整性和可读性。同时，要定期对记录进行整理和归档，便于后续查阅和追溯。

3、跟踪机制

建立完善的跟踪机制，对客户问题的处理进度进行实时跟踪。对于简单问题，处理人员在解决问题后要及时向客户反馈处理结果，并确认客户是否满意。对于复杂问题，要明确各个环节的责任人和时间节点，确保问题能够得到及时有效的解决。例如，对于需要多个部门协同处理的问题，要通过内部沟通平台及时通报进展情况，让相关人员了解工作动态。同时，要定期对跟踪情况进行总结分析，找出问题处理过程中存在的不足之处，不断优化售后服务流程。

（六）、升级机制

1、升级条件

当客户对首次响应的处理结果不满意，或者问题在规定时间内未能得到有效解决时，应启动升级机制。例如，客户反馈的产品问题经过多次处理仍未彻底解决，客户对我们提供的解决方案不认可，认为没有达到其预期效果等情况。

2、升级流程

客户提出升级需求后，原响应人员要及时将情况向上级汇报。上级接到汇报后，应在 30 分钟内介入处理。首先与客户沟通，了解客户不满意的具体原因，然后协调相关部门和专业人员，共同研究制定更有效的解决方案。在处理过程中，要定期向客户反馈处理进度，直至问题得到圆满解决。例如，上级协调技

术专家对产品进行重新评估，提出新的处理方案，并亲自与客户沟通解释，确保客户理解并认可解决方案。

3、升级后的跟踪与反馈

升级处理后，要对整个过程进行跟踪记录。确保新的解决方案得到有效执行，客户问题得到彻底解决。处理完成后，要及时向客户反馈最终处理结果，并进行满意度调查。了解客户对升级处理后的服务是否满意，收集客户的意见和建议，以便进一步改进售后服务工作。

（七）、监督与考核

1、监督主体

成立专门的售后服务监督小组，负责对售后服务响应工作进行监督检查。监督小组由企业内部的 quality 管理人员、客户代表等组成，定期对售后服务响应记录、客户反馈等进行抽查。

2、考核指标

制定详细的考核指标，包括服务响应时间、问题解决率、客户满意度等。服务响应时间考核实际响应时间与标准响应时间的符合情况；问题解决率考核对客户问题的解决程度；客户满意度通过客户反馈和满意度调查来衡量。

3、奖惩措施

对于在售后服务响应工作中表现优秀的员工，给予表彰和奖励，如奖金、荣誉证书、晋升机会等。对于未能达到服务响应标准的员工，进行相应的处罚，如警告、扣发绩效奖金、培训补考等。通过奖惩措施，激励员工积极主动地做好售后服务响应工作，提高服务质量。

（八）、培训与提升

1、定期培训

定期组织售后服务人员参加专业知识和沟通技巧培训。培训内容包括新产品知识、常见问题处理方法、客户心理学、沟通礼仪等方面。培训周期为每月一次，每次培训时间不少于 2 小时。通过培训，不断提升售后服务人员的专业素养和服务水平。

2、案例分析与经验分享

定期收集整理售后服务过程中的典型案例，组织售后服务人员进行案例分析和经验分享。通过分析成功案例，总结经验做法；通过剖析失败案例，吸取教训，避免类似问题再次发生。每周组织一次案例分析会，让售后服务人员分享自己在处理客户问题时遇到的困难及解决方法，共同探讨如何提高服务质量。

3、应急演练

针对紧急问题等特殊情况，定期组织应急演练。模拟各种紧急问题场景，检验售后服务人员的应急处理能力和团队协作能力。演练后进行总结评估，针对存在的问题及时进行改进。每季度组织一次应急演练，设置不同类型的产品紧急问题场景，让售后服务人员按照应急处理流程进行操作，演练结束后对演练效果进行评估，提出改进措施。

（九）、持续改进

1、数据分析

定期对售后服务响应数据进行分析，包括响应时间、问题类型、客户满意度等方面的数据。通过数据分析，找出售后服务工作中存在的问题和不足，如某些类型问题响应时间过长、客户对某些服务环节不满意等。每月对售后服务响应数据进行一次详细分析，制作数据分析报告，直观展示各项数据指标的变化趋势和存在的问题。

2、改进措施制定与实施

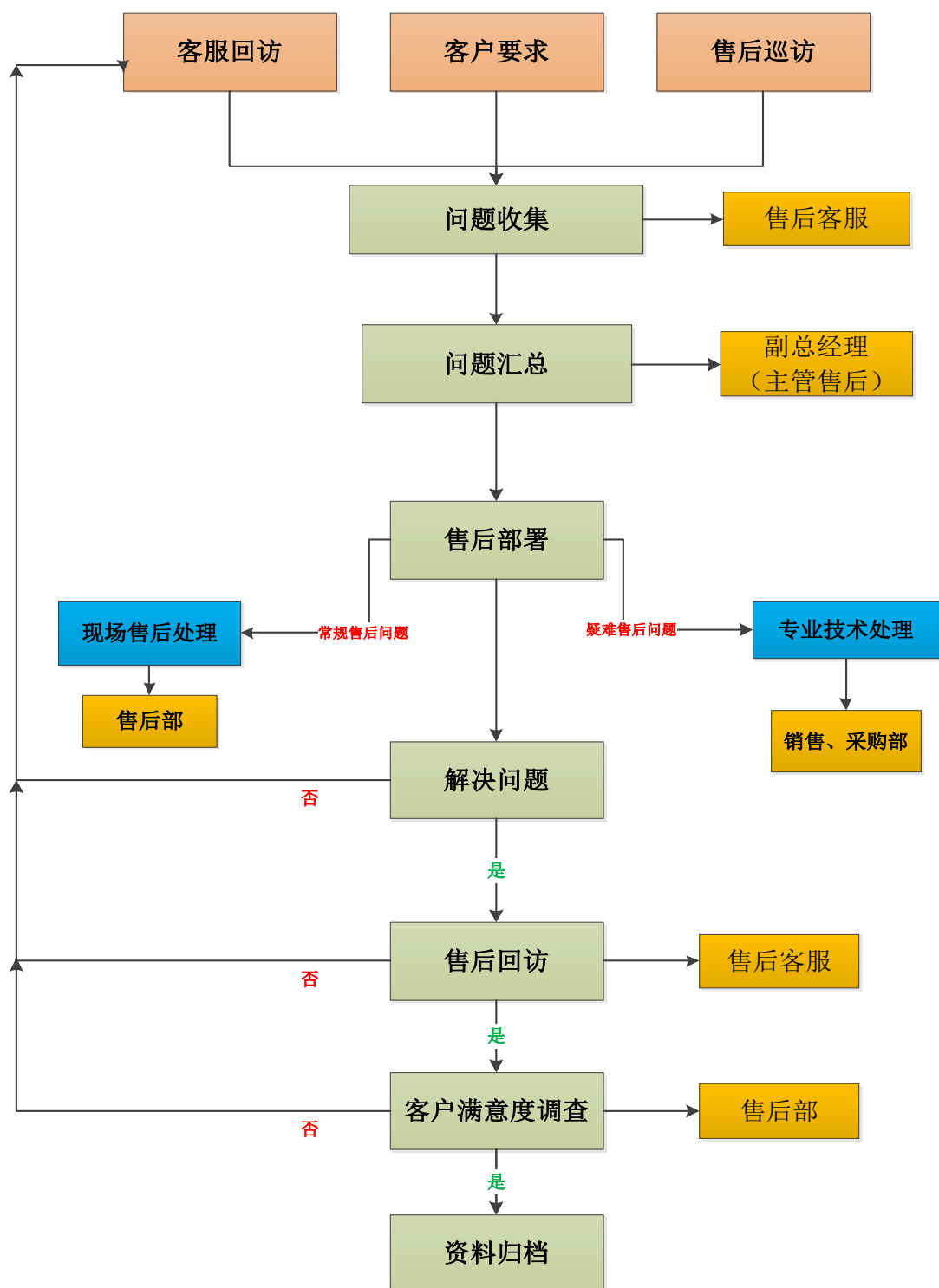
根据数据分析结果，制定针对性的改进措施。改进措施要明确责任部门、责任人、时间节点和预期效果。

3、效果评估与反馈

对改进措施的实施效果进行定期评估。通过对比改进前后的数据指标，如服务响应时间是否缩短、问题解决率是否提高、客户满意度是否提升等，来判断改进措施的有效性。同时，收集客户对改进后的服务反馈意见，根据评估结果和客户反馈，对改进措施进行调整和完善，实现售后服务响应标准的持续优化。每两个月对改进措施的效果进行一次评估，根据评估结果决定是否进一步调整改进措施，确保售后服务质量不断提高。

5.2.3 后续服务措施

优质、完善的技术服务是产品销售不可分割的一部分，是客户的系统真正实用的可靠保障。公司遵循“技术为根、服务为本”的经营理念，在丰富的项目经验、雄厚的技术实力、严格的质量管理体系的基础上，制定了规范的客户服务管理制度和 workflows，建立了客户服务工作相关的监督、管理机制，并成立了由多名管理和技术人员组成的客户服务中心，其中计划有 2-4 人主要负责本项目的技术服务工作。从而更有效地保证了为用户提供及时、专业、真诚的技术支持和售后服务。客户服务中心统一受理公司产品销售、项目研发、实施、维护过程中的所有客户服务事宜，包括产品咨询、客户投诉、项目维护、项目验收等客户请求，通过电话、传真、短信、邮件、网站等多种服务途径，全方位地为客户提供优质、高效的服务。



1. 质量问题退换货管理

1.1 质量问题的定义

质量问题是指药品在生产、运输和储存过程中出现的不符合规定质量要求的情况，包括但不限于以下情况：

- 药物成分含量不准确；

- 药品包装破损或渗漏；
- 药物外观异常或变质；
- 药品使用后产生严重副作用。

1.2 质量问题退货流程

当发现药品存在质量问题时，相关人员应立即采取以下步骤：

- 1.停止销售并封存问题药品；
- 2.在退货登记表中记录详细的退货信息，包括药品批号、数量、问题描述等；
- 3.将退货登记表提交给上级主管部门进行审核；
- 4.上级主管部门审核通过后，将药品退回供应商，并在退货登记表上进行盖章确认；
- 5.供应商收到退货药品后，进行质量检查并记录检查结果；
- 6.若供应商确认药品存在质量问题，将对应的金额退还给购药单位；
- 7.若供应商认为药品没有质量问题，将向购药单位提供相关解释或调查报告。

1.3 质量问题换货流程

当购药单位需要进行换货时，应按照以下步骤进行：

- 1.向供应商提交换货申请，包括药品名称、批号、数量等信息；
- 2.供应商确认可换货后，向购药单位提供新药品并记录相关换货信息；
- 3.购药单位收到换货药品后，将原药品返还供应商，并在换货登记表上进行盖章确认；
- 4.供应商收到原药品后，进行质量检查并记录检查结果；
- 5.若供应商确认原药品存在质量问题，将对应的金额退还给购药单位，同时向购药单位提供相关解释或调查报告；
- 6.若供应商认为原药品不存在质量问题，将向购药单位提供相关解释或调查

报告。

2. 非质量问题退换货管理

2.1 非质量问题的定义

非质量问题指的是购药单位因自身原因而需要退换药品，包括但不限于以下情况：

- 药品过期或失效；
- 购药单位错误订购药品；
- 药品变更使用需求。

2.2 非质量问题退货流程

当购药单位需要进行非质量问题的退货时，应按照以下步骤进行：

- 1.向供应商提交退货申请，包括药品名称、批号、数量等信息；
- 2.供应商进行退货申请审核，并在申请表上进行盖章确认；
- 3.供应商确认可退货后，购药单位将药品返还给供应商，并在退货登记表上进行盖章确认；
- 4.供应商收到退货药品后，记录相关退货信息，并退还对应的金额给购药单位。

2.3 非质量问题换货流程

当购药单位需要进行非质量问题的换货时，应按照以下步骤进行：

- 1.向供应商提交换货申请，包括药品名称、批号、数量等信息；
- 2.供应商进行换货申请审核，并在申请表上进行盖章确认；
- 3.供应商确认可换货后，向购药单位提供新药品并记录相关换货信息；
- 4.购药单位收到换货药品后，将原药品返还供应商，并在换货登记表上进行盖章确认；

5.供应商收到原药品后，记录相关换货信息。

4. 管理制度的落实和监督

为了使药品退换货管理制度得到有效的执行和监督，以下措施可供参考：

- 制定药品退换货管理制度；
- 建立并培训相关人员，确保其了解和掌握相关制度和要求；
- 设置专门的药品退换货处理机构，并配备足够人员；
- 定期对药品退换货管理制度进行评估和改进，并提供相应的培训；

投标人：河南玖航农业科技有限公司（电子签章）

法定代表人：（电子签章）

日 期：2026 年 8 月 31 日

第三部分 技术标文件

一、开标一览表

标题	内容
投标单位名称：	河南玖航农业科技有限公司
项目名称：	新乡市平原示范区管委会农业农村局 2026 年秋季 农作物病虫害防治项目
分包编号：	新平招标采购-2026-27-2
报价金额（小写）：	635535.00 元
报价金额（大写）：	陆拾叁万伍仟伍佰叁拾伍元整
服务期限：	合同签订后 5 日历天内完成

投标人：河南玖航农业科技有限公司（电子签章）

法定代表人：（电子签章）

日 期：2026 年 8 月 31 日

填写说明：分包编号：填写系统编号或项目编号均可；