

ICS

点击此处添加号



中国电子质量管理协会
China Quality Management Association For Electronics Industry

CQAE

团 体 标 准

T/CQAE XXXXX—XXXX

用户体验 管理成熟度评价规范

Maturity evaluation standard for user experience management

(报批稿)

2023 - XX - XX 发布

2023 - XX - XX 实施

中国电子质量管理协会 发布

目 次

前 言..... II

引 言..... III

1 范围..... 1

2 规范性引用文件..... 1

3 术语和定义..... 1

4 用户体验管理成熟度评价模型..... 4

附 录 A 7

参 考 文 献..... 14

前 言

本文件按照GB/T 1.1-2020给出的规则起草。

本文件由苏州众言网络科技有限公司提出。

本文件由中国电子质量管理协会归口。

本文件起草单位：苏州众言网络科技有限公司、中国电子质量管理协会、中国民航科学技术研究院、中国移动通信有限公司研究院、长沙银行股份有限公司、安利上海科技发展有限公司、北京鹈鹕管理咨询有限公司、第四范式(北京)技术有限公司、北京科电联盟信息传播有限公司、天津市软件评测中心有限公司、上海艺土界面设计有限公司、北京信息科技大学、河南卓越质量品牌研究院。

本文件主要起草人：郭晓波、李勃、王潇耿、刘远、李刚、蔡华利、郭海燕、许春晓、侯姣靓、邢焱、徐昀、冯佳宁、李强、成元、王浩森、王凯仑、赵学功、赵阳、张挺、王凯、金春华、许现峰、庞晶晶。

引 言

用户体验管理具有过程性、差异化、场景化的特点。首先，用户体验管理需要关注的是体验的全过程，审视和管理用户与企业交互过程中的各个接触点；其次，体验是一种属于用户的主观感受，同样的产品或服务却可能会使不同的用户产生不同的体验，用户体验需要将用户画像、个性化需求和体验联合在一起开展差异化的分析与管理；最后，用户体验还和具体的场景相关。基于以上的特点，用户体验管理需要和数字化的技术结合起来，才能够有效的完成用户体验的度量、分析和管理。

在数字化时代背景下，用户体验管理成熟度团体标准的研究目的和意义在于：建立企业对用户体验管理成熟度的认知；搭建用户体验管理工作中的成熟度评价指标，用于明确和评价企业在用户体验管理方面的成熟度阶段；指导企业建立、实施、评价和改进自身的用户体验管理活动；可作为企业自身或第三方机构组织用户体验管理成熟度评价的依据。

用户体验管理成熟度评价

1 范围

本文件给出了用户体验管理成熟度评价模型和评价标准。

本文件可作为企业自身或第三方机构组织用户体验管理成熟度评价的依据。

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/T 19580 卓越绩效评价准则

GB/T 42509-2023 质量管理 顾客体验管理指南

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

用户 user

与系统、产品或服务交互的个体。

[来源：GB/T 32265.1-2015，3.19，有修改]

注1：产品上市之前，是指预期的用户群体；上市之后，是指已知的实际用户群体。预期用户是产品设计所面向的对象。预期用户群建立在对产品用户进行实际估计的基础之上。多数情况下，实际用户群与制造商最初预期的用户群不同。

注2：用户侧重于使用关系，客户（顾客）侧重于购买关系，一般情况下，用户与客户是高度重叠的。一般认为消费者应包含这两个群体。

3.2

用户体验 user experience

用户对使用和/或预期使用产品、系统或服务的感知和反应。

[来源：ISO 9241-11:2018]

注1：用户的感知和反应包括用户在使用前、使用中和使用后的情绪、信念、喜好、感知、舒适、行为和成就。用户体验是品牌形象、演示、功能、系统性能、交互行为以及系统、产品或服务辅助功能的结果；用户体验还取决于用户的内心和身体状态，这些状态是由先前的经验、态度、技能、能力和个性以及使用环境引起的。从这个方面来讲，用户体验是一种结果，这种结果是通过用户对系统、产品或服务的使用和（或）预期使用所产生的，结果的具体表现为感知与反应等心理或生理活动。产品用户体验好坏，以及ISO 9241-220: 2019对“以人为中心的质量（human-centered quality）”的定义——满足可用性，可访问性，用户体验和避免使用危害的要求的程度，都是从这个角度出发的；此时，用户体验是一种系统、产品与服务的质量特性，这种质量特性可以依托心理学、人因学的相关工具进行评估。

注2: 用户体验是应用“用户研究、交互设计、体验测评、体验管理”等理论、技术、方法打通设计、制造、加工、销售、使用等环节，提升产品顾客满意度，促进产品创新的质量活动。

注3: 用户体验行业属于生产型服务业，是“使用用户体验专业方法对人与系统、产品、环境和服务交互全过程进行优化提升、创新创造的各类机构与人员的集合”。

3.3

用户体验管理 user experience management

企业或组织战略性地管理其用户对产品及公司的全面体验的过程。

3.4

成熟度模型 maturity model

对一个组织的成熟度进行度量的模型，包括一系列代表能力和进展的特征、属性、指示或者模式。

[来源：GB/T 37988—2019，定义 3.7，有修改]

3.5

指标 indicator

对由规定信息需要的相关模型导出的指定属性提供估算或评价的测度。

[来源：GB/T 25000.1—2010，定义 3.10]

3.6

触点 touch point

用户交互点，或用户与组织及其产品或服务互动的媒介。

[来源：GB/T 42509—2023，定义 3.6]

3.7

用户旅程 customer journey

用户对组织、组织的产品或服务进行互动的全过程。

[来源：GB/T 42509—2023，定义 3.5，有修改]

3.8

用户画像 persona

一种描绘目标用户、联系用户诉求与设计方向的有效工具。

注1: 一种用于分析目标用户的原型、描述用户的行为、价值观和需求的工具，是建立在对真实用户（或典型用户特征的虚构人物形象）的理解和相关数据分析的基础。

注2: 体验领域的用户画像是通过目标人群研究，对目标人群的形象化描述，包括对象的生活形态、特征、行为、动机、目标、偏好等。

3.9

用户体验管理生态圈 user experience management ecosphere

组织内部与组织外部各利益相关者之间共享用户体验的知识、方法、经验，协同开展用户体验管理活动，从而为用户提供一致的体验水平。

3.10

用户体验管理成熟度 user experience management maturity

企业或组织实施用户体验管理工作的持续改进能力以及实现特定过程的连续性和有效性。

4 用户体验管理成熟度评价模型

4.1 用户体验管理成熟度评价指标体系

用户体验管理成熟度评价指标体系包含五个一级指标：用户体验管理战略、用户体验数字化管理系统、用户体验管理资源配置、用户体验管理生态圈和用户体验管理效益。从战略层、系统层、资源层、生态层和效益层五个方面进行评估。其中，用户体验管理战略、用户体验数字化管理系统、用户体验管理资源配置、用户体验管理生态圈等四个指标反映了组织的活动过程情况，用户体验管理效益指标反映了组织活动得到的输出和效果情况。

战略层指标包含 4 个二级指标，说明如下：

- 1) 用户体验管理战略制定：用户体验管理战略制定应选择适宜的科学方法和工具，明确主要步骤和工作计划。
- 2) 用户体验管理战略目标：用户体验管理战略目标应围绕用户体验提升战略，通过全面、系统的环境分析，制定并分解战略目标。
- 3) 行动计划的制定与部署：行动计划的制定与部署应基于用户体验管理战略展开，制定资源配置方面的长短期计划，内容具体详尽、有指导意义。
- 4) 用户体验行动的闭环：用户体验行动的闭环应将获得的用户体验洞察结果转化为优化用户体验的行动。

系统层指标说明：

- 1) 用户画像：用户画像应采用数字化的技术勾画目标用户，联系用户诉求，探索体验提升方向，为用户体验数据提供分析维度，以满足用户体验因人而异的特性。
- 2) 用户旅程梳理：用户旅程梳理应使用数字化的技术绘制端到端的跨渠道全流程的用户旅程及关键接触点，为用户体验管理和优化奠定基础。。
- 3) 用户体验测量指标：用户体验管理战略目标应围绕用户体验提升战略，通过全面、系统的环境分析，制定并分解战略目标。
- 4) 用户体验数据采集：用户体验数据采集应运用数字化技术结合用户体验场景化的特点，在设计好的用户触点上根据触发条件实现不同类型的数据采集，采集数据的方式包括但不限于：问卷、客服热线、在线投诉、产品评价、舆情监测、埋点数据、浏览行为、消费数据、复购数据等。
- 5) 多源体验数据融合：多源体验数据融合应利用相关手段将调查、分析获取到的所有用户体验数据全部综合到一起，并对数据进行统一的评价，最后得到统一的信息。
- 6) 体验数据分析：体验数据分析应从用户体验数据中有效地提取信息，从信息中及时发现问题，从而为决策提供数据支持。

资源层指标说明：

- 1) 用户体验管理团队：用户体验管理应建立专门的用户体验管理机构或团队，并对人力资源进

行必要的投入，以保证用户体验管理工作的顺利进行。

- 2) 用户体验管理赋能与培训：用户体验管理应展开必要的知识与技能培训，以保证用户体验管理工作的顺利进行。
- 3) 用户体验管理资金：用户体验管理应设定专项的财务管理制度，包括但不限于资金预算、资金投入、资金审计等，以保证用户体验管理工作的顺利进行。
- 4) 用户体验管理设备：用户体验管理应投入必要的研究、设计以及管理设备或设施，以保证用户体验管理工作的顺利进行。

生态层指标说明：

- 1) 用户体验管理业务集成运作：用户体验管理业务集成运作应建立专门的用户体验管理机构或部门，打破各职能部门、各层级间的合作壁垒，促进用户体验管理的协同。
- 2) 用户体验管理流程与方法的内部标准化：用户体验管理的流程与方法应实现内部标准化，形成组织内部的企业标准或管理条例，便于在组织内部推广与协作。
- 3) 与合作伙伴协同共享或建立用户体验管理的相关平台与机制：用户体验管理的外部协作应与合作伙伴建立或共享用户体验管理的相关平台或机制，推进用户体验管理相关资源、能力、业务的协同一体化，推动用户体验生态共同达成用户体验目标。
- 4) 用户体验管理流程与方法的外部协同：用户体验管理的流程与方法应与合作伙伴、供应商企业协作形成相关标准，包括但不限于团体标准、行业标准以及国家标准等，推动供应链企业之间用户体验信息交流和共同改进。

效益层指标说明：

- 1) 用户体验管理战略目标完成度：用户体验战略目标完成度应能明确衡量用户体验管理战略目标及其行动计划的达成效果。
- 2) 满意度：满意度指标应包括客户忠诚度、客户满意度以及员工满意度等。

4.2 用户体验管理成熟度评价指标评分标准

各项指标的评分标准详见附录A 表A 用户体验管理成熟度评价指标体系及评分标准表。

4.3 用户体验管理成熟度评价等级

本模型将用户体验管理成熟度划分为 5 个等级，满分 1000 分，每个等级的分值区间如下，成熟度等级划分见图 1。

- 1) AAAAA 级：850~1000 分
- 2) AAAA 级：700~850 分（含 850 分）
- 3) AAA 级：500~700 分（含 700 分）
- 4) AA 级：300~500 分（含 500 分）
- 5) A 级：300 分以下（含 300 分）

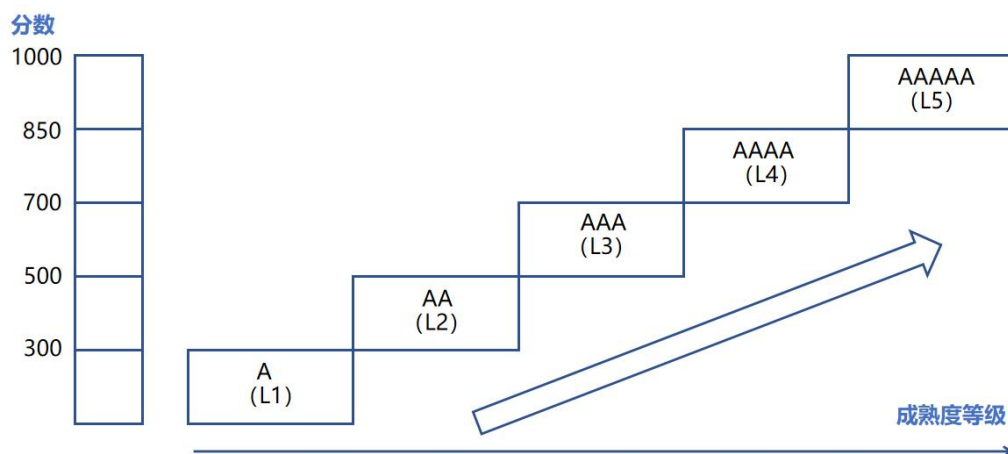


图1 用户体验管理成熟度等级划分

结合用户体验管理成熟度评价指标体系的内容，给出各等级内涵：

- a) **A**：企业未制定用户体验管理战略和提升计划，数字化技术应用程度低，应用范围窄，缺乏对于体验管理的资源投入，与供应链上下游企业缺少协同，和同期相比与体验相关的各项目标和指标呈下降趋势。
- b) **AA**：企业初步制定用户体验管理战略和提升计划，逐步提高数字化技术应用程度，扩宽应用范围，对于体验管理的资源有少量投入，与供应链上下游企业开始协同但应用范围较窄，和同期相比与体验相关的各项目标和指标持平。
- c) **AAA**：企业已经初步落实了用户体验管理战略和用户体验提升计划，数字化技术在用户体验管理各方面展开应用，数字化用户体验管理系统较为先进，对于体验管理的资源有一定的投入，与供应链上下游企业体验协同的范围进一步提高，和同期相比与体验相关的各项目标和指标呈上升趋势。
- d) **AAAA**：企业用户体验管理战略和用户体验提升计划有效实行，企业数字化技术不断转型升级，积极引进和使用新兴技术，数字化用户体验管理系统不断优化改进，体验管理的资源投入充分，与供应链上下游企业体验协同的程度和范围均较高，连续多年与体验相关的各项目标和指标呈上升趋势。
- e) **AAAAA**：企业用户体验管理战略和用户体验提升计划科学先进，紧跟行业发展方向，数字化用户体验管理系统先进，用户体验管理的资源投入处于领先，并带领供应链上下游企业共建生态系统，连续多年与体验相关的各项目标和指标达到行业领先水平，并持续呈上升趋势。

4.4 计算各指标得分和确定成熟度等级

根据 4.2 给出的各项指标评分标准确定对应的二级指标最终得分，每个一级指标得分等于其所包含的二级指标得分相加，最后将 5 个一级指标相加得到企业用户体验管理成熟度分值，根据图 1 用户体验管理成熟度模型划分的成熟度等级区间确定被评审组织所处的成熟度等级。

附录 A

(规范性)

用户体验管理成熟度评价指标体系及评分标准表

表 A: 用户体验管理成熟度评价指标体系及评分标准

一级指标	二级指标	指标说明	评分项目	得分
A1 用户体验管理战略	B1 用户体验管理战略制定	用户体验管理战略制定应选择适宜的科学方法和工具，明确主要步骤和工作计划。评分项目包括：1、运用适宜的科学方法和工具，2、制定用户体验管理战略和用户体验提升计划，3、确立了以用户体验为中心的愿景、使命和价值观。	用户体验战略制定运用方法和工具的适宜性与科学性（0~15分）	
			用户体验管理战略和用户体验提升计划的完整性和可执行性（0~20分）	
			以用户体验为中心的愿景、使命和价值观的完整性。（0~15分）	
	B2 用户体验管理战略目标	用户体验管理战略目标应围绕用户体验提升战略，通过全面、系统的环境分析，制定并分解战略目标。评分项目包括：1、用户体验管理战略目标高度契合用户体验管理发展要求，2、运用适宜的科学方法和工具对战略目标进行分解。	用户体验管理战略目标高度与组织用户体验管理发展要求的契合程度。（0~25分）	
			对战略目标进行分解所运用方法和工具的适宜性和科学性。（0~25分）	
	B3 行动计划的制定与部署	行动计划的制定与部署应基于用户体验管理战略展开，制定资源配置方面的长短期计划，内容具体详尽、有指导意义。评分项目包括：1、长短期实施计划。	以达成用户体验管理战略为目的的行动计划的内容详尽程度和可执行性。（0~50分）	

表 A：用户体验管理成熟度评价指标体系及评分标准（续）

一级指标	二级指标	指标说明	评分项目	得分
A1 用户体验管理战略	B4 用户体验行动的闭环	用户体验行动的闭环应将获得的用户体验洞察结果转化为优化用户体验的行动。评分项目包括：1、用户体验预警体系，2、预警问题的跟进处理体系。	用户体验预警体系的及时性、科学性和可执行性。（0~25分）	
			预警问题跟进处理的及时性、科学性和可执行性。（0~25分）	
A2 用户体验数字化管理系统	B5 用户画像	用户画像应采用数字化的技术勾画目标用户，联系用户诉求，探索体验提升方向，为用户体验数据提供分析维度，以满足用户体验因人而异的特性。评分项目包括：1、用户画像的数字化工具，2、用户画像的沉淀和应用。	用户画像数据采集和沉淀工具的数字化水平和科学性。（0~25分）	
			用户画像数据应用的数字化水平和科学性。（0~25分）	
	B6 用户旅程梳理	用户旅程梳理应使用数字化的技术绘制端到端的跨渠道全流程的用户旅程及关键接触点，为用户体验管理和优化奠定基础。评分项目包括：1、用户旅程梳理的数字化工具，2、用户旅程的应用。	基于对人物角色和触点的管理，运用数字化系统绘制、分析用户旅程地图，该系统的数字化水平和科学性。（0~25分）	
			运用数字化工具开展旅程设计、编排等实践活动，监测、分析用户行为和体验，优化全周期、全触点的用户体验的能力。（0~25分）	

表 A：用户体验管理成熟度评价指标体系及评分标准（续）

一级指标	二级指标	指标说明	评分项目	得分
A2 用户体验数字化管理系统	B7 用户体验测量指标	用户体验管理战略目标应围绕用户体验提升战略，通过全面、系统的环境分析，制定并分解战略目标。评分项目包括：1、用户体验指标的数化工具，2、触点、旅程和关系层面的体验指标设计。	<p>体验测量指标的数字化水平和科学性。（0~20分）</p> <p>测量指标数字化设计的科学性和可执行性：（1）触点层面体验指标，反映用户与组织交互过程中在触点层面的具体体验；（2）用户旅程层面体验指标，反映用户在追求某一目标时与组织的一系列步骤的整体体验感受；（3）关系层面体验指标，反映用户在过去一段时间内与组织互动的整体体验。（0~30分）</p>	
	B8 用户体验数据采集	用户体验数据采集应运用数字化技术结合用户体验场景化的特点，在设计好的用户触点上根据触发条件实现不同类型的数据采集，采集数据的方式包括但不限于：问卷、客服热线、在线投诉、产品评价、舆情监测、埋点数据、浏览行为、消费数据、复购数据等。评分项目包括：1、数据采集的数化工具。	数据采集工具对于如下用户体验数据采集的数字化原则的匹配性：（1）用户驱动：体验数据的采集必须源于用户；（2）环境依赖：体验数据反映的是用户和组织在特定触点和交互环境下的影响；（3）实时性：实时数据采集可以避免因时间滞后掺杂其他因素的影响；（4）立足于触点层面：体验数据应该从最基本的触点和颗粒层面进行采集、存储和管理；（5）覆盖全面：体验数据的采集应该覆盖所有类型的渠道和用户触点；（6）满足集成分析的需要。（0~50分）	

表 A: 用户体验管理成熟度评价指标体系及评分标准 (续)

一级指标	二级指标	指标说明	评分项目	得分
A2 用户体验数字化管理系统	B9 多源体验数据融合	多源体验数据融合应利用相关手段将调查、分析获取到的所有用户体验数据全部综合到一起,并对数据进行统一的评价,最后得到统一的信息。评分项目包括: 1、多源数据融合的数字化工具, 2、多源数据融合的应用。	多渠道异构的体验数据融合的数字化水平和科学性。(0~20分)	
			将多源体验数据与企业运营数据全面融合,数据使用价值的程度。(0~30分)	
	B10 体验数据分析	体验数据分析应从用户体验数据中有效地提取信息,从信息中及时发现问题,从而为决策提供数据支持。评分项目包括: 1、数据分析及可视化的数字化工具, 2、数据分析结果的应用。	数字化系统在支持组织架构中的不同层级和不同角色,如分析人员、管理人员、执行人员,按照权限能够在多角度、多维度环境下对信息进行查询、分析和报表操作等方面的水平和科学性。(0~25分)	
			数据结果对于从信息中及时发现问题,从而为决策提供依据的数据支持程度。(0~25分)	
A3 用户体验管理资源配置	B11 用户体验管理团队	用户体验管理应建立专门的用户体验管理机构或团队,并对人力资源进行必要的投入,以保证用户体验管理工作的顺利进行。评分项目包括: 1、团队建设。	数字化用户体验管理团队的独立性与专业性,团队梯队体系的完善度以及相应的激励机制设计的科学性。(0~50分)	

表 A：用户体验管理成熟度评价指标体系及评分标准（续）

一级指标	二级指标	指标说明	评分项目	得分
A3 用户体验管理资源配置	B12 用户体验管理赋能与培训	用户体验管理应展开必要的知识与技能培训，以保证用户体验管理工作的顺利进行。评分项目包括：1、用户体验管理赋能体系。	组织开展用户体验管理赋能与培训体系的常态化程度，以及相关团队拥有用户体验职业资格证书的情况。（0~50分）	
	B13 用户体验管理资金	用户体验管理应设定专项的财务管理制度，包括但不限于资金预算、资金投入、资金审计等，以保证用户体验管理工作的顺利进行。评分项目包括：1、资金投入，2、财务管理制度。	资金投入量对于数字化用户体验管理系统需求的充分满足程度。（0~25分） 用户体验管理相关的财务管理制度的严谨性和科学性。（0~25分）	
	B14 用户体验管理设备	用户体验管理应投入必要的研究、设计以及管理设备或设施，以保证用户体验管理工作的顺利进行。评分项目包括：1、用户体验相关设备、设施或实验环境。	用户体验相关设备、设施或实验环境的完备性和创新性，对于支持用户体验的研究、设计及应用创新的支持程度。（0~50分）	
A4 用户体验管理生态圈	B15 用户体验管理业务集成运作	用户体验管理业务集成运作应建立专门的用户体验管理机构或部门，打破各职能部门、各层级间的合作壁垒，促进用户体验管理的协同。评分项目包括：1、用户体验管理机构或部门，2、部门负责机构。	用户体验管理机构或部门的专业性，集成与协调相关部门确保体验行动计划的协同落地的程度。（0~25分）用户体验管理机构由最高管理者亲自负责；机构或部门职能得到充分发挥。	

表 A.1: 用户体验管理成熟度评价指标体系及评分标准 (续)

一级指标	二级指标	指标说明	评分项目	得分
A4 用户体验管理生态圈	B15 用户体验管理业务集成运作	用户体验管理业务集成运作应建立专门的用户体验管理机构或部门，打破各职能部门、各层级间的合作壁垒，促进用户体验管理的协同。评分项目包括：1、用户体验管理机构或部门，2、部门负责机构。	用户体验管理机构是否由最高管理者亲自负责，或者该机构的负责领导层级。(0~25分)	
	B16 用户体验管理流程与方法的内部标准化	用户体验管理的流程与方法应实现内部标准化，形成组织内部的企业标准或管理条例，便于在组织内部推广与协作。评分项目包括：1、用户体验管理条例。	用于规范和统一组织内所有相关部门运用统一的知识体系、方法和流程开展用户体验管理工作的用户体验管理条例的完善度与科学性。(0~50分)	
	B17 与合作伙伴协同共享或建立用户体验管理的相关平台与机制	用户体验管理的外部协作应与合作伙伴建立或共享用户体验管理的相关平台或机制，推进用户体验管理相关资源、能力、业务的协同一体化，推动用户体验生态共同达成用户体验目标。评分项目包括：1、与合作伙伴建立或共享用户体验管理的相关平台或机制。	为广泛推进用户体验管理相关资源、能力、业务的在线化、平台化而建设的，与所有合作伙伴建立或共享用户体验管理的相关平台或机制的完备性与科学性。(0~50分)	

表 A.1: 用户体验管理成熟度评价指标体系及评分标准 (续)

一级指标	二级指标	指标说明	评分项目	得分
A4 用户体验管理生态圈	B18 用户体验管理流程与方法的外部协同	用户体验管理的流程与方法应与合作伙伴、供应商企业协作形成相关标准,包括但不限于团体标准、行业标准以及国家标准等,推动供应链企业之间用户体验信息交流和共同改进。评分项目包括:1、相关标准参与情况;2、推动合作伙伴、供应商之间的知识、经验与信息的交流与共同推广。	参与用户体验相关标准的起草的情况,以及(0~25分)	
			将用户体验管理知识、经验在所有合作伙伴、供应商企业复制推广,推动合作伙伴、供应商之间用户体验管理信息交流和共同改进的广泛程度。(0~25分)	
A5 用户体验管理效益	B19 用户体验管理战略目标完成度	用户体验战略目标完成度应能明确衡量用户体验管理战略目标及其行动计划的达成效果。评分项目包括:1、用户体验管理战略目标各项指标的达成情况及趋势。	用户体验管理战略目标的各项指标的达成情况,以及与往期相比呈现的变化趋势。(0~50分)	
	B20 满意度	满意度指标应包括客户忠诚度、客户满意度以及员工满意度等。评分项目包括:1、客户净推荐值(NPS)/客户满意度的达成情况及趋势,2、员工满意度的达成情况及趋势。	客户净推荐值(NPS)、客户满意度以及员工满意度的达成情况及与往期相比呈现的变化趋势。(0~25分)	
			员工满意度的达成情况及与往期相比呈现的变化趋势。(0~25分)	

参 考 文 献

- [1] GB/T 19012-2019 质量管理 顾客满意 组织处理投诉指南 (ISO 10002:2018, IDT)
 - [2] GB/T 19004-2020 质量管理 组织的质量 实现持续成功指南 (ISO 9004:2018, IDT)
 - [3] GB/T 19014-2019 质量管理 顾客满意 监视和测量指南 (ISO 10004:2018, IDT)
 - [4] ISO/TS 24082:2021 优质服务-致力于杰出顾客体验的优质服务设计
 - [5] GB/T 19000-2016 质量管理体系 基础和术语 (ISO 9000:2015, IDT)
-