供销合作社日用消费品超市

经营服务规范

（征求意见稿）

# 第一章 总则

一、为规范供销合作社日用消费品超市经营服务行为，提升经营管理水平和服务质量，树立文明规范服务形象，推进服务品牌建设，更好地满足消费者需要，根据国家相关法律法规、国家标准和行业规范，特制定此规范。

二、本规范规定了供销合作社日用消费品超市的定义和术语、超市经营、服务环境、业务流通、服务规范等内容。

三、本规范适用于供销合作社日用消费品超市、大型超市，以及其它以开架售货、集中收款、销售日常生活用品为特点的零售业态店铺，包括便利店、折扣店、仓储会员店等业态的店铺。

四、本规范所称供销合作社日用消费品超市、大型超市是指供销合作社出资兴办和入股参办，采取自选销售、开架售货、集中收款的方式，以销售日常生活用品、食品和生鲜食品等大众化商品为主，满足消费者日常生活需要的零售业态。定牌商品是指冠以超市商号和（或）注册商标，由超市自行生产加工或委托其它企业生产加工，其产品质量由超市负责的商品。

# 第二章 超市经营规范

**一、总体要求**

（一）符合当地商业网络建设规划。

（二）符合商品合理流向，交通便利，地质条件良好，原则上应位于居民住宅区、商业区、娱乐区、教育区、办公区等人流量较大的地区。

（三）具有与经营服务功能相适宜的经营场所。

（四）具有与超市运营相匹配的人员、资金、设施设备、技术、管理模式等资源。

（五）具有适用的管理信息系统。

**二、证照规范**

（一）证照齐全，并按规定悬挂。营业执照等需公示的经营证照，在显著位置悬挂、摆放；不需公示的经营证照应统一存放在指定位置。

（二）根据国家法律法规要求和所提供商品或服务特点，办理经营证照、资质及许可证明。如经营食品应办理《食品经营许可证》，经营烟草应办理《烟草专卖零售许可证》，食品加工现场应符合《中华人民共和国食品安全法》和食品生产卫生加工企业的相关规定，取得所在地区卫生行政部门颁发的《卫生许可证》。

**三、制度规范**

基本要求：制度完备，与服务消费者密切相关的制度在显著位置明示。

**（一）商品质量管理**

1.严格执行《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国价格法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等国家法律法规，确保商品质量安全、价格公道。

2.对商品流通实行过程控制，保证商品和服务质量。对商品进货、验收、上柜、销售等环节严格把关，确保不销售假冒伪劣及“三无”产品。

3.实行商品索证索票制度，应向供应商索要营业执照、生产许可证或准产证、商标注册证、产品合格证、质量认证等复印件。

4.建立并执行供应商准入、退出制度、商品可追溯制度和质量责任追究制度。

5.实行连锁经营、商品直供的，充分利用连锁经营体系、直供配送体系统一采购、统一管理的内在约束机制，严把商品质量安全关。

6.诚信规范经营，杜绝价格欺诈行为。严格执行国家关于物价管理的法律法规及政策，商品明码标价，一货一签，货签对位。

7.明示商品、服务相关信息。明示商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成份、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务等；明示服务的内容、方式、费用等有关信息。

8.定期对所经营商品进行盘点，确保不销售过期、变质商品。

9.建立主要负责人质量负责制，主要负责人为质量和安全的第一责任人。设立商品质量管理机构或人员，负责商品质量、食品安全等的管理。

10.建立商品质量承诺制度、服务承诺制度和投诉处理制度，设置并公布服务电话，设置意见簿，设有售后服务部门或人员，及时有效处理售后出现的商品质量问题。向消费者提供销售凭证，按照国家法律法规规定，承担修理、更换、退货等三包责任。

**（二）人力资源管理**

1.根据各经营服务项目的要求确定必要的岗位、明确岗位职责。

2.制定人才引进、录用、培育、考核等制度流程。

3.制定人员管理制度,规范职工行为。

4.制定人才培训计划，确保职工能力和资格符合岗位要求。

**（三）财务管理**

1.配备具有会计从业资格的专职或兼职会计人员。

2.严格执行国家财务制度和会计制度，依法进行财务管理和会计核算，编制财务会计报告。

3.建立财务管理制度，确保超市实施规范的财务结算、核算等。

4.加强资金管理，规范财务活动，公共管理费用收支合理，不违反国家财经管理纪律和制度。

5.提供真实可靠、内容完整的会计信息。

6.定期公布经费管理及收支情况，接受干部职工和上级单位的监督。

**（四）信息化管理**

建立销售信息、采购管理、供应商管理、进出货管理、财务管理、信息传递等信息系统，保证信息采集、处理、存储、传递的及时、有效。

**（五）安全管理**

1.配备专职安全管理人员。

2.建立和编制安全管理制度及应急预案，安全责任到人。

3.配备合格的防火、防盗、防汛等设备设施，并保持正常使用。

4.对消防设施、器材按规定每年至少全面检查一次，及时消除安全隐患，确保完好有效，检测记录或报告应当完整准确、存档备查。

5.定期组织开展对相关人员的安全培训和演练。

6.经营服务场所内严禁吸烟和使用明火，确保经营服务场所和人身安全。

**（六）卫生管理**

建立卫生管理制度，定期打扫，保证场内整洁、干净,做到“五洁”、“五无”卫生标准：

1.五洁：商品洁、墙壁洁、地面洁、货架货柜洁、服务设施洁。

2.五无：无死角、无杂物、无异味、无污渍、无蝇鼠。

3.生鲜商品加工和经营卫生管理

（1）生鲜食品加工区域的各类大型加工设备应随用随开随即清洁，完成一个批次的加工处理之后，应立即进行清理卫生工作，洗刷机器的外表，清除内部的残渣和血渍。配备大型生鲜设备(制冷设备和加工设备)的，应定期进行维护保养，对设备内部进行彻底清洁。

（2）生鲜商品加工和经营过程中应坚持低温、清洁、覆盖3C原则(COLD、CLEAN、COVER)，保证生鲜商品质量。

（3）生鲜区域当班员工(包括供应商促销人员)应保持工服清洁，头发、手和指甲清洁，不留长指甲。熟食和面点的销售人员应戴一次性口罩、帽子和一次性手套，上岗前要在专用洗手池洗手。

（4）店铺应定期对员工(包括供应商促销人员)进行卫生检查，并进行专项培训，建立完整的卫生检查记录。

（5）清洁工作中所使用的化学清洁用品和清洁工具应定点专项密封保管，避免污染食品、器具、工作台和工作环境。

（6）生鲜区应采取有效的驱蝇、驱虫、灭鼠措施，配备足够的消杀设备(灭蝇设备和紫外线杀菌设备)，并保证设备处于正常工作状态。定期进行防鼠和空气熏蒸等消杀工作。

# 第三章 服务环境规范

**一、外观形象**

（一）标识规范。按照中华全国供销合作总社印发的《中国供销合作社标识使用管理办法》和《中国供销合作社标识识别规范》要求，在外立面显著位置规范使用“中国供销合作社”标识。

（二）名称规范。经营服务场所外显著位置设有标明日用消费品超市名称的标牌、招牌，且保持整洁完整、安全牢固，有污迹、破损时应及时清洁更换，有松动等安全隐患时应及时加固。

（三）营业时间公告规范。经营服务场所外显著位置粘贴告知牌，醒目明示营业时间。因特殊情况需要临时调整营业时间的，应提前张贴告示。

（四）室外配套场所规范。室外秩序良好，地面卫生整洁，有与经营规模相应的停车位，车辆摆放有序。

（五）地方特色显明。外立面设计应具有地方特色，美观大方。

**二、内部环境**

（一）按照《中华人民共和国传染病防治法》《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国环境噪声污染防治法》《中华人民共和国消防法》等国家法律法规要求，保持经营场所安全卫生整洁。

（二）营业区域统一布局，装饰环保，色彩搭配协调，环境宜人。

（三）经营场所灯光明亮，室内通风良好、保持空气新鲜。

（四）经营场所内部布局合理、组合紧凑，分区明确，动静分离、流程科学，设备摆放整齐、保持清洁。

（五）日用品、食品、生熟食品应分开摆放。散装食品的售卖应符合《散装食品卫生管理规范》的要求，用专用陈列柜或者网罩遮盖，以防来自购物环境的污染。

（六）货架、货位和通道合理布局。通道应符合卖场整体动线要求，营业面积小于200平方米的折扣店和便利店宽度应保持在0.9米以上，超市不少于1.5米，大型超市应在1.6米以上。通道应垂直平行交叉布局，保持各方向畅通。

（七）收银区域应设有足够的收银通道，每千平米卖场设有的收银台不少于5个。收银通道间的距离以能够同时过两辆购物车为宜。收银通道前的距离以能够同时过三辆购物车为宜。

（八）执行国家物价管理政策，所有商品都明码标价，按照物价部门式样规范使用商品价格标签。

（九）除特殊商品外，采用开架自选方式售货，所有商品明码标价，统一零售价格。商品标签要采用符合国家物价部门规定的式样，并标有“物价局监制”字样。所有电子秤计价包装或盒装食品标签必须有生产日期和保质期，标签表面保持干净、整洁、无错别字。

（十）经营场所内营业执照等相关证照、服务公约、便民措施、有关管理制度等张挂齐全，内容准确，用字规范。

（十一）经营场所内明示对销售的日用消费品实行质量承诺，公布服务内容及投诉电话。

（十二）在醒目位置设有明显的服务台、称重台、收银台及商品分类等标识。

（十三）加固店内悬挂、存放的必要物品，确保人身安全。

（十四）经营场所不乱堆乱放物品，不乱张贴广告、标语，及时清除过期广告，保持广告的时效性。

（十五）在醒目位置设有明显的消防疏散、安全警示标识。顾客出口与入口应有区分，并便于人员的疏散。出口处应有明显的指示标志。

（十六）店铺生鲜加工区应保持地面墙面整洁，高温和有异味产生的区域要保证足够的通风，地面无积水，下水道口定期进行消毒除臭处理。加工区域墙壁要用浅色、不吸潮、不渗漏、无毒材料覆涂，并用瓷砖或其他防腐材料装修墙裙，高度不低于1.5米。

（十七）超过1000平方米以上的店铺，应设有客用卫生间、广播室和客用电话设施。

**三、设施设备**

（一）货柜货架。配备充足适宜的货柜货架。

（二）经营服务器具。配备有使用条码识读的收款机、购物车(筐）等必要的经营服务器具。

（三）计量器具。配备检验合格、未超过检定周期的计量器具。

（四）信息化设备。配备电脑等必要的信息化设备，建立商品经营过程全记录、过程可追溯的信息管理系统。

（五）通风照明设备。配电系统和照明系统完善，满足需要；排气、排污、排油烟等空气调节系统设置合理，达到环保要求。

（六）安全应急设备。配备合格的防火、防汛等消防安全防护设施，配有完备的电子监控系统和其他防盗设施。配备电力应急设备，在出入口、紧急通道、购物主要通道装置应急灯。

（七）食品安全设施。配有相应的货架和冰箱、冷柜、加热等保温保鲜设备和防蝇防鼠等卫生防护器械。

1.冷冻食品应配备冷冻库（柜），其温度应低于-18°C。

2.生鲜肉类、乳制品、豆制品应配备冷藏库（柜），其温度在-2°C～5°C之间。

3.热保温熟食品应配备保温柜，其温度在60°C以上。

4.熟食制品加工场地的布置应符合卫生部门的有关要求，散装熟食制品等冷荤应在专间加工，并符合相应的卫生规定。

5.销售熟食卤味等散装直接入口食品应设封闭式专用出售间或加盖加罩，并使用售货工具。

6.鲜活水产品应配备蓄养池。

7.生鲜果蔬应配备果蔬陈列架。

（八）现场加工设备

1.现场加工设备应满足所加工产品的需要，并符合国家有关质量标准，确保安全、卫生。

2.鲜活水产品加工应配备操作台、清洗水池等设备。

3.畜禽产品加工要按照原料和半成品进行工作区域划分，工作台和加工器具要专管专用，避免病菌交叉污染。

4.豆制品加工应配备电磨机等成套专用设备。

5.面包、糕点加工应配备烘烤箱、打蛋机、醒发箱、搅拌机、包装设备等。

（九）检测设施设备

销售生鲜食品应设立食品安全检测室，并开展蔬菜农药残留、二氧化硫、甲醛、吊白块等项目的检测，并应有专人负责检测工作和建立检测台帐，或可委托具有资格的专门检测机构进行检测。

# 第四章 业务流程规范

# 一、进货

（一）加强进货管理，确保货源渠道正规，采购、入库规范有序，台账、票据、货款登记等手续齐全并保存一定期限。

（二）注重商品质量，择优选择进货渠道，加强对供货商的资信考察。落实商品索证制度，采购商品要有合法性证明文件，包括营业执照、生产许可证或准产证、商标注册证、产品合格证、质量认证等。畜禽类商品应来源于非疫区。

（三）对由实行连锁经营或由固定供货渠道进货的，进货时应根据现有库存、订货周期、正常销售预期、促销活动开展或季节变化等情况做好进货计划，及时报送配货申请，货到时验货；对自购商品要落实索证制度，严把进货质量关。

（四）新品订货应充分考虑销售预期和最小订货数量以及陈列需要，避免积压或缺货；新品到货后应及时验收并打印商品价签，商品信息及价格经系统扫码确认无误后方可以上架、销售。

（五）对蔬菜、水果、生鲜及食品、酒水饮料等商品依据保质期长短分批进货，保证质量和安全。

（六）快餐食品、日配品的订货要严格控制每日采购的数量。

（七）对容易腐烂和不易保管的食品，采购数量不得超过冷藏柜中尚能存储的剩余容积。

（八）采购和使用的食品加工辅料和添加剂应符合国家的有关标准。

（九）烟草订货按照烟草公司的有关规定，采取电话访销或网上订货的方式进行。

# 二、收货

（一）超市应指定专人进行收货，并及时在系统中做验收操作，超市负责人对收货过程进行监督与核对。

（二）卸货与收货作业均须在指定区域内进行，分类卸货，按标准验收。

（三）收货过程应迅速、准确，据实填制相关单据，验收无误后及时入库或上架销售，并及时在系统中做验收操作。

（四）收货时如出现信息不符、质量问题、单据问题等异常情况，超市应按程序及时上报，填报相关单据。

（五）收货作业中如有退货，应先退后收。

# 三、储存

有条件的超市可设仓库或商品储存区域。

（一）明确人员负责储存商品的保管、码放和盘点，执行商品出入库管理制度和流程，确保账物相符。单据填写规范准确，按时汇总装订，在保管期内妥善保管。

（二）牢固树立安全意识，配备必要的通风、防火、防盗、防毒等安全防护设施。

（三）作业现场整洁，各种标识规范清晰。库房货架应统一编号并按商品大类进行陈列存放；货架标签、货品标签应醒目朝外、按序编号。

（四）装卸货物不得扔摔、撞击、挤压。所有商品不得落地存放。

（五）商品分区分类存放，库存的商品应隔墙离地，并按先进先出、生熟分开的原则存放。堆码整齐有序，墙距、顶距、灯距、柱距、垛距等符合要求。注意堆放高度、防止压坏商品。

（六）货箱应按照货品有效期的先后，由上至下、由左至右、由外至内摆放。商品出库时，应严格遵循“先进先出”原则。

（七）生鲜商品应优先入库，冷链食品脱冷链不得超过30分钟。冷库的货架、地面及各种商品包装箱和容器应保持清洁，不留异味，没有异常的积水和结冰。有专人定时检查贮存冷库(柜)温度。库存生鲜品应保留必要的间隔和回风空间。

（八）库房中应设立专门的残损商品区域，对储存商品要经常清点、检查，对包装破损、鼓包和保质期将近或已过的商品要及时清理，确保商品质量。

# 四、陈列

（一）除特殊商品外，一般采用开架自选等方式售货。陈列设施（货架）应稳固安全、密度适中，商品码放整齐稳妥。

（二）商品陈列应科学规范，美观醒目，堆放整齐，搭配有序，做到易见、易选、易取、易放。

（三）商品陈列实行一货一签，明码标价，货签对位。

（四）货架商品应陈列丰满，保证前排商品不留空位，出现空缺应及时按照“前进式”陈列要求补货。

（五）货架商品应正面面向顾客，外包装顶端与上层隔板之间要留有适当的距离（3－5厘米），方便取放；儿童用品陈列于较低位置。

（六）商品根据特性分区分类摆放。食品、生鲜商品应与其它商品分柜陈列；熟食设专柜、专间，专人负责，规范操作；药品、烟草等特殊商品在专柜陈列。

（七）水产品陈列冰台应有足够的碎冰，随时检查冰墙质量，及时补充碎冰，以确保水产品保鲜温度。

（八）果蔬商品按照先进先出原则进行商品陈列，并控制陈列量，以免产品压伤。必要时对水果和蔬菜进行保鲜和补水处理，延长蔬果产品的货架周期。切片果蔬应用保鲜膜进行包装。

（九）畜禽类商品应经过预冷排酸处理，蛋类商品不得与肉类商品同库贮存，以避免病菌交叉感染。冷柜中散装陈列的畜禽类肉品应采用托盘陈列，不宜直接在冰块上陈列，避免融化的冰水降低肉品质量。冷柜中散装陈列的畜禽类肉品和调理制品要经常翻动，以保持商品透气，防止肉品变色和调理制品表面干燥脱水。卖场内禁止现场宰杀活禽。

（十）根据顾客购物动向合理划分热点区域、中性区域和冷点区域，结合各地特点做好商品陈列和促销。体积大、分量重、低毛利的商品宜陈列在货架下层；较小的商品宜陈列于上层；高毛利商品、冲动型消费品、自有品牌商品，应放置在货架的黄金陈列线位置；推荐品、促销品和畅销品原则上陈列在端架上。

（十一）定期检查商品的外包装和保质期，过期商品及时下架，按先进先出原则陈列。

（十二）根据商品销售规律和需要及时补货陈列。可采取“四三三”方式，早晨开店时陈列全部品项，数量为当日预计销售的40%；中午再补充30%的陈列量；下午再补充30%的陈列量等。

（十三）理货时，做好商品的上架、下架、清洁、效期管理、缺货登记、盘点等工作，定期盘点，账货相符。

# 五、现场加工

（一）现场从事食品加工，应持有相关部门发放的《营业执照》和《卫生许可证》。

（二）熟食制作和加工过程应有严格的卫生管理制度，熟食凉菜制作和蛋糕裱花应配备专用加工间。

（三）加工设备应每日清洁、消毒。

（四）加工原料、辅料、添加剂和包装材料应符合卫生部门的有关规定。

（五）现场加工人员应持有卫生部门发放的健康证，并且穿戴应符合现场加工有关卫生要求。

（六）加工食品应符合卫生部门等的有关规定。

# 六、定牌商品

（一）定牌加工生产应符合相应的法律法规以及卫生、质监、工商等部门的有关要求。

（二）应对定牌商品的开发、生产、销售进行全过程监督和管理。

（三）应对委托加工生产的产品的生产日期、数量、生产单位、质量状况进行详细地记录，确保产品质量、安全等问题可追溯。

（四）定牌商品应有产品标准，并依法备案。

（五）定牌商品的产品标签应符合有关法律、法规和强制性标准的规定。

（六）自行生产加工定牌商品，应有与产品品种、产量相适应的原料处理、加工包装、贮存等厂房或场所，并应配备产品质量检验设施设备。

（七）定牌商品的实物内在质量应采取日常部分指标检验和定期全部指标检验，产品质量不合格的不得进入销售渠道。

# 六、电子商务

（一）营业执照的经营范围包含电子商务服务内容。

（二）有1名及以上工作人员具备开展电子商务购销业务的知识技能。

（三）配备相应的信息设备、电子商务设备等必需的网络软硬件设施，如连接互联网的电脑、手机等。

（四）依托超市实体店开展网上商城、社区团购、微商销售等网络销售及线下配送等，实现线上线下融合发展。

（五）电商平台（网上商城）业务流程

1.筛选上线商品。按照有关标准筛选拟上线商品，提交上线申请，经电商平台（网上商城）负责人审核后确定。

2.制作商品详情网页。准备商品相关材料，提交至电商平台（网上商城）。按照产品展示要求、风格及标准，电商平台（网上商城）业务员统一制作产品详情网页。必要时，指派专人采集商品照片等材料。

3.商品定价。根据商品线下价格、线上指导价以及线上基准补贴价等综合因素确定商品线上价格。

4.商品上架。在电商平台（网上商城）网页导入商品信息，上线展示销售。

5.制定推广策略。根据线下销量确定线上销售预期，并制定销售推广策略。

6.下达订单。顾客在线上商城下达订单，电商平台（网上商城）在后台创建销售订单，完成每个订单信息的系统录入等工作。

7.生成交货单，开具发票。仓库库存查询确认后填写发货单和开票申请，财务开具客户发票。

8.发货。仓库管理员组织发货（包括商品和发票），完成物流交接处理。

9.顾客确认收货。

# 七、垃圾处理

（一）每天产生的垃圾要在非食品销售区域内定点暂放，并及时进行清理。

（二）存放垃圾时，应在垃圾桶内套垃圾袋，并加盖密闭，防止招引飞虫和污染其他食品和器具。

（三）垃圾暂存地周围应保持清洁，定期做好清洁和消毒。

（四）生鲜商品的所有废料废品要进行破碎处理，严禁将过期或变质生鲜商品再次包装销售。

# 第五章 职工服务标准

# 一、职业道德

（一）遵章守纪，诚信经营

（二）服务三农，便民利民

（三）爱岗敬业，合作奉献

（四）服从大局，忠于组织

（五）尊重他人，协同高效

（六）勤俭节约，稳健经营

（七）持续学习，务实创新

（八）严于律己，清正廉洁

（九）关心公益，回报社会

# 二、服务要求

（一）真诚服务。热情接待客户，语言文明，耐心解答顾客疑问，塑造以诚待人、以情动人的服务形象。

（二）文明服务。坚持微笑服务，态度亲切，提倡使用普通话，做到“来有迎声，问有答声，走有送声”。

（三）规范服务。严格按照相关制度规章及操作流程，规范经营服务行为。

（四）品牌服务。树立品牌服务意识，努力提高业务技能和综合素质，为消费者提供优质特色服务。

（五）优先服务。当顾客出现时，上岗职工应暂时放下手头工作迎接服务顾客。

# 三、岗位要求

（一）具有良好的职业道德和诚信记录。

（二）认同供销合作社文化。

（三）具有健康的身体状况及充沛的工作精力。经营食品、副食品的职工，持有当地卫生主管部门的健康证明并定期进行健康检查。

（四）职工经过岗位培训，具备与其岗位相适应的业务知识和技术水平，具有初中以上文化程度。

（五）管理人员具有经营现代化商业企业的基本知识和超市经营管理能力。

（六）具有基本的商品知识和操作技巧。

（七）具有良好的语言表达和沟通能力。

（八）具有良好的服务意识和推销技能。

# 四、仪表仪容

（一）着装整洁，穿戴规范

基本要求。超市职工上岗时服装干净、整洁、合身，无污迹、无破损。帽子扣戴端正，衣裤拉链到位，不卷袖口、裤腿，不穿拖鞋。

着装整洁。职工应保持服装整洁合体，有条件的超市可统一着装。职工工装由中华全国供销合作总社统一规定式样，各单位根据需要制作。

示牌服务。超市职工上岗须佩戴规范胸牌，胸牌佩戴在左胸前。职工胸牌由中华全国供销合作总社统一规定式样，由各单位制作，并按标准佩带。

（二）仪容端庄、服饰得当

面容清洁，男员工经常修面，不留胡须，无大鬓角，女员工化淡妆，不化浓妆，饰物得当。

发型美观大方，经常梳理，保持清洁，不剪、不染怪发，不戴墨镜。男性职工发脚不过耳，后不过领，女员工除露耳短发外，长发应以发髻系于后脑或用黑色发结束起。

手部保持清洁，不留长指甲，女员工不染彩甲。

保持口腔无异味，牙齿无污垢。

勤洗澡，勤换衣，身上无异味。

（三）举止规范、动作标准

站姿正直平稳，眼神自然，注视顾客，精神饱满，落落大方。不叉腰，不抱胸，不插兜、不斜倚它物，不搂肩搭背。

坐姿端正挺直，双肩平正，两臂自然弯曲，两手自然摆放。不前俯后仰、不东倒西歪，不跷腿抖腿。

行姿稳重协调，抬头挺胸，行走路线保持一条直线，步幅适度，速度均匀。

# 五、语言文明

（一）服务语言要以普通话为主；如遇使用方言顾客，要以普通话首问，可根据顾客回答情况调整用语。

（二）用语准确，称呼恰当，问候亲切，语气诚恳，语调自然平和。

（三）使用文明服务用语。经常使用“您好”、“请”、“谢谢”、“劳驾”、“不必客气”、“很抱歉”、“请原谅”、“没关系”、“欢迎您下次再来”、“再见”等基本文明礼貌语。

（四）文明礼貌“六声”。做到来有迎声，走有送声，问有答声，不明白有解释声，受表扬有感谢声，不满意有道歉声。

（五）杜绝服务忌语。不得使用讥讽、嘲笑、挖苦、催促、埋怨等语言语气。不得使用不负责任的、歧视性的、污辱性语言。顾客有疑问或不满时应耐心解释说明，不引发争执，不能出现粗俗和鲁莽言行。

# 六、礼貌待客

（一）主动热情，周到耐心，态度谦和、尊敬顾客，严格执行服务规范与服务流程。

（二）顾客有困难，热心帮助；顾客有疑问，细心解答；顾客有意见，专心听取；顾客有误会，耐心解释;对无法立即处理的事项，记录并答复客户。

（三）对待顾客，一视同仁，不轻视、不怠慢、不讽刺、不轻薄。

**七、纪律规范**

（一）按时上下班，不迟到、不早退、不旷工。

（二）上班时间不串岗、脱岗、睡岗，未经允许不离班，上班期间不私自会客，不做与工作无关的事。

（三）事假、病假、离职等申请，需遵守劳动法律法规及单位管理要求。

（四）服从工作安排，听从指挥。

（五）不在经营服务场所吸烟，不饮酒上班。

# 第六章 职工服务规范

# 一、售前准备

（一）正式营业前按超市规定时间上班，做好营业准备。

（二）按公司规定着装并配戴好胸牌，确保服装规范、仪容整洁、仪表大方。

（三）上岗时保持精神饱满，情绪平稳。

（四）检查商品的丰满度，商品应摆放整齐、美观，促销商品摆放到位,便于顾客选购。

（五）检查商品的价格标签，备好必要的售货、收银用具（票据、商品包装物）等。

（六）打扫室内外环境，做到环境卫生。

（七）上岗前五分钟应完成上述准备工作。

（八）开始营业时，全体员工应各自就位，做好迎接顾客的准备。

# 二、售中服务

（一）顾客进入服务区，应主动招呼，微笑相迎，热情接待，适时适度。

（二）服务过程中，态度亲切，与顾客进行友善的目光接触；语言举止得当，站立、行走时，应礼让顾客；要做到成交与否一样，金额大小一样。

（三）营业时间，主动开展现场巡视，关注顾客及所辖区域商品等动态变化。没有顾客时，应整理柜台货架，研究陈列方法，商品结构和商品知识等。当顾客出现时，应暂时放下手头的工作迎接服务顾客。

（四）顾客在浏览或挑选商品时，应目视关注，眼神应该自然、温和，不干扰、影响顾客的购买欲望和行为。

（五）对不同年龄段的顾客，注重贴切到位，对老弱病残孕者，注重便捷、便利，提供人性化关怀服务。对不同性格、信仰注重礼节恰当。

（六）了解服务场所总体布局，熟悉所辖区域各种商品特点、性能、用途、使用方法和价格。如遇询问，应详细介绍、如实周到、适时适度、当好参谋，不推诿敷衍、含糊其辞、心不在焉、虚假误导。如遇一时难答问题，应做好记录，与顾客约定联系方式，做好后续答复处理，或请店长出面解答。

（七）为顾客导购时，应面带微笑，走在顾客前方，行走速度应适合顾客的步速，配合相应手势，热情导购，诚实推介，有问必答，尊重顾客意愿，不诱购，不劝购。

（八）展示商品时，应使商品正对顾客，采用适当方式展示商品的性能、特点、外观等。递拿商品时要安全接放，不扔不摔，贵重、易碎物品要主动提示顾客。

（九）推介商品时，应态度和蔼，据实介绍商品的价格、性能、产地、质量保证和售后服务。认真接受顾客询问，耐心解答各类问题，不生拉硬拽，强买强卖。

（十）对可试穿、试听、试看、试测的商品，应热情提供、指导顾客验看商品的外观和内在质量，耐心协助顾客调试商品，核对商品的配件。

（十一）对需包装、包扎的商品，应在顾客购物付款后主动提供相关的辅助服务。

# 三、收银服务

（一）明示各类银行卡、微信、支付宝等结算方法。不得拒收现金。

（二）收银员熟悉掌握各种结算的操作方法。

（三）收款找零迅速准确。收银员向顾客唱收唱找，唱验唱付，当面点清，双手递交。

（四）认真核对商品价格、钱款和票据真伪，确保所收钱款安全。

（五）提醒顾客清点余额，拿好银行卡、手机、所购商品及随身物品，然后礼貌道别。

（六）有序开展收银服务，不同时收找两位及以上顾客钱款，以免出现差错。

（七）根据需要如实开具发票。

# 四、售后服务

（一）设立专门机构、专职人员负责售后服务工作。

（二）在超市显著位置设立服务和投诉电话，制定并执行客户投诉的处理程序和要求，建立受理客户的投诉通道。

（三）积极配合市场监管、商务、消协等部门处理好消费者投诉，确保消费者利益。

（四）向顾客提供销售凭证等，按照国家法律法规规定和质量承诺约定，承担修理、更换、退货等三包责任和约定的商品质量责任。

（五）处理退换货时要以礼相待、认真倾听、详细询问、妥善处理、做好记录，做到不推诿、不冷淡、不刁难。

（六）对确有问题的商品，超市应实行先行赔付，先满足顾客合理要求，后追索生产企业责任；对需通过调查核实或检测程序解决的问题，应在规定期限内完成或明确答复顾客；对需通过有偿服务解决的问题，应明码标价，告知在前，有诺必践。

（七）建立服务监督制度，定期对顾客进行满意度抽样调查，征询对超市服务的意见，记录在案，并制定解决办法。

（八）对重大质量安全事故，建立有效的应急处理机制。

**五、公共关系管理规范**

（一）加强与市场监管、商务等部门的协调、沟通，处理好公共关系，确保经营服务顺利进行。

（二）依托县级供销合作社联合社，争取政策支持，承担政府任务，承接政府购买服务，改善经营环境。

（三）积极配合、自觉接受市场监管、商务等部门的监督检查,处理好消费者投诉。

**六、客户管理规范**

（一）建立客户档案，由专人登记并妥善保管。

（二）及时收集消费者的意见和建议，了解客户需求和购买意向等信息，根据消费者需求和市场动态组织适销对路的商品。

（三）主动联系采购大户，定期回访、重点服务，建立稳定的服务关系，做好工作纪录。

（四）注意培育新客户，开辟潜在市场。