

朗新科技集团股份有限公司

客户关系管理政策

朗新科技集团股份有限公司（以下简称“公司”或“朗新科技”）始终坚持以客户为中心，致力于为客户提供稳定、可靠、高质量的产品与服务。本计划旨在明确公司在客户关系管理、客户服务、投诉反馈和持续改进方面的责任与要求，规范客户沟通、诉求受理、问题处理和服务优化流程，持续提升客户满意度和客户信任。

一、适用范围

本计划适用于朗新科技集团及纳入集团管理范围内的产品、平台、项目交付、运营服务、客户支持和售后管理活动，覆盖政企客户、能源客户、运营商客户、互联网渠道客户、终端用户及其他服务对象。

1. 客户服务/运营部门负责投诉受理、服务过程记录、客户满意度调查和服务质量复盘。
2. 产品、研发、交付、运维部门负责将客户反馈纳入缺陷修复、产品迭代和服务优化。
3. 市场/销售/客户成功团队负责客户关系维护、关键客户访谈和需求识别。
4. 合规、信息安全和隐私保护相关部门负责涉及数据安全、隐私、服务合规事项的专业支持。
5. 管理层定期审阅客户服务质量、重大投诉、客户流失风险和改进计划进展。

二、客户支持与反馈渠道

公司建立多渠道客户支持体系，确保客户能够便利地提交咨询、建议、投诉、隐私请求和服务改进意见。渠道包括但不限于 400 客服热线、在线客服或工单平台、客户经理或项目经理、邮件、合同约定的服务窗口、现场沟通、客户满意度调研、微信/支付宝等互联网渠道反馈入口及监管或第三方投诉平台。

1. 对于平台型服务，建立 7x24 监控和故障预警机制，重大异常由运维团队按事件等级通知客户并启动恢复流程。
2. 对于项目交付和长期运营客户，建立定期回访机制，记录客户关注的问题、改进建议和潜在续约风险。
3. 对于残障人士、老年用户或其他需要额外支持的客户群体，提供人工服务转接、简明说明、远程协助、必要时的现场协助和无障碍反馈入口。
4. 对于涉及个人信息、支付、账户安全或业务连续性的投诉，按高优先级纳入安全、隐私或应急响应流程。

三、投诉处理闭环

1. 受理登记：所有投诉和重大反馈统一记录来源、客户类型、涉及产品/服务、时间、诉求、影响范围和证据材料。
2. 分级分类：按照影响程度、合规风险、客户影响范围、是否涉及信息安全或隐私事件进行分类分级。
3. 调查分析：责任部门在规定时限内核查事实，必要时组织产品、研发、运维、合规和客户经理联合分析根因。
4. 反馈处理：向客户说明受理状态、预计处理路径和阶段性进展。具体响应时限、解决时限和升级时限由责任部门按服务等级协议或内部制度确认后披露。
5. 整改优化：对重复性投诉和重大投诉建立整改项，纳入产品缺陷库、流程优化清单或客户服务改进行动计划。
6. 关闭复盘：投诉关闭前确认客户反馈，重大或典型问题形成复盘报告，用于培训、质量管理和产品路线图优化。

四、客户反馈进入产品和服务改进

客户反馈不得停留在单次处理层面。公司应建立从客户声音到产品和服务改进的闭环，将客户满意度调查、投诉根因、关键客户访谈、系统监控、运营数据和市场反馈纳入统一改进池。

1. 产品部门定期评审高频客户需求和投诉根因，形成版本迭代建议或功能优化计划。
2. 研发和运维部门对服务稳定性、故障恢复、数据准确性、响应速度等问题设定整改责任人与完成时限。
3. 客户服务部门跟踪投诉关闭率、重复投诉率、平均响应时间、平均恢复时间、客户满意度和客户流失风险。
4. 重大客户反馈和系统性问题纳入管理层例会或专项会议，作为服务质量目标和资源投入的重要依据。

五、目标、指标与披露

1. 公司应逐步披露客户关系管理相关指标。已披露或可形成的指标包括客户满意度、投诉率、投诉处理率、平均响应时间、平均恢复时间、当天完成率、重大投诉数量、重复投诉率和客户反馈驱动的改进项目数量。
2. 年度目标建议由责任部门结合历史表现和服务等级协议确认，例如客户满意度目标、投诉响应率、投诉关闭率和重大投诉复盘率。目标值在未经业务确认前不得写成既成事实。