



行銷服務



704個
服務據點



42,000個
無線上網熱點



100Mbps
寬頻涵蓋率
86%



2012 年
**最佳客戶
聯絡中心**



S 感動服務

中華電信重視對消費者的意見與服務品質，我們改變以往技術優勢心態，從消費者的角度出發，透過嚴謹的消費者服務標準，讓不論是直接面對消費者的服務門市、空中櫃檯、或是協助解決各項問題的客服專線、網站與企業互動的網路櫃檯及社群互動專區等，都能夠提供消費者全方位、高品質且具效率的服務。我們在全台設有704個服務據點，為了因應都市化人口大量聚集趨勢，2014年我們規劃將在六大都會區，再建置99個服務據點，並繼續改造既有服務中心及深耕社區，擴大服務範圍及能量，提供消費者更快速、便捷、貼心的服務。

中華電信服務中心及客服專線均通過國際標準驗證，在營業櫃台、空中櫃台及網路消費者服務三面一體的運作下，2013年中華電信參與由香港亞太顧客服務協會所舉辦的「亞太傑出顧客關係服務獎」，榮獲「2012年最佳客戶聯絡中心」的肯定，未來我們將持續精進內部作業流程、優化消費者關係，更積極學習國際客服營運管理、標竿經營模式。

實體通路的轉型與升級

- 持續建置增設門市，擴充通路服務能量：截至2013年底，全台灣直營門市有431家，特約門市有273家，共計已達704家。
- 設置專職「區輔導」：負責輔導店務行銷、經營管理等，並將門市營運績效納入評核，以加強門市營運效能。
- 建立門市客服品質自檢、查核與輔導機制：為提升臨櫃客服品質，門市會定期自行查核，並由地方營運處與分公司負責抽檢與輔導。

多元服務管道

項目	說明
文字 線上客服	基於即時通訊(Instant Message, IM)的普及，且能兼及服務聽語障人士，我們推出Web Chat方式的文字線上客服，目前服務範圍已涵蓋公司全部的業務。
網路社群	「中華電信Q博士粉絲團」，即時回應網友提問，主動提供FAQ、優惠方案等訊息，並蒐集消費者建議，提供相關單位參考。
網路 客服中心	為降低消費者親臨櫃台的交通往返不便，增加服務便捷性，持續增加網路客服DIY服務功能，針對重大事件即時提供自助服務功能。
手機版網路 客服中心	為日益增加的智慧型手機用戶，2013年6月提供手機版網路客服中心，將網路客服中心常用功能的操作介面優化成適合手機操作，手機用戶進入網路客服中心時，自助引導至手機版網路客服中心。
客服APP	2013年11月開始，我們在iOS及Android系統提供客服APP免費下載，讓消費者能隨時隨地使用APP進行自助服務。截至2013年底為止，已近6萬人下載，受理的服務量超過30萬件。

M 客服與資安管理

中華電信的產品與服務皆有提供說明使用規範，主動告知產品特性和應用資訊，並於設計時考量對消費者過度使用的影響、於行銷時提供善意的提醒。2013年並無相關違法健康安全、產品標示等相關法規的事件。

客服專線為求正確傳達約3,500件的相關產品資訊，在內部網頁中設置了「訊息收納專區」，做為產品訊息提供的共同管道，並設置專人審核訊息內容及時效，同步上傳客服資訊站，供所有客服中心與服務中心查詢，在消費者進線客服中心時，能完整告知消費者產品特性與相關優惠活動資訊。

此外，為了讓各服務據點的輔銷物陳列及作業管理能保有一致性，我們也訂定了「中華電信通路輔銷物管理作業要點」，與「中華電信通路輔銷物管理作業細則」，讓所有營運據點能提供消費者更良好的服務環境，維持企業專業優質形象及服務品質。

多元繳費管道與帳務管理

為方便消費者繳納費用，我們提供多元且方便的繳費方式，包括了：

1	櫃檯繳費(營業窗口、特約服務中心、便利商店、金融機構)	5	中華電信語音轉帳繳費【可繳納逾期帳單】
2	定期轉帳代繳	6	中華電信手機繳費【可繳納逾期帳單】
3	中華電信網際網路繳費【可繳納逾期帳單】	7	中華電信MOD繳費【可繳納逾期帳單】
4	金融機構電話語音系統轉帳繳費	8	自動櫃員機(ATM)繳費

我們重視消費者對於付費時的意見或異議，當發生爭議事件，在未查明責任歸屬前，除了暫緩執行催費及暫停通信外，我們也在客服專線成立話查小組，讓消費者隨時可進線諮詢案件處理進度。

我們秉持收費透明原則，如因出帳錯誤或因障礙衍生費用的問題，除了主動通知受影響的消費者外，並透過公司內部訊息通報平台將事件發生的緣由和處理方式發布給各客服專線，讓各專線服務人員了解，方能於消費者進線諮詢時可立即正確回答，降低客訴。

消費者個資保密

中華電信對個人資料的蒐集、處理或利用，都嚴守個資法規定，同時新增了「消費者個人資料蒐集告知條款」、「消費者個人資料申請暨處理回覆單」等文件，提供消費者查詢、閱覽其個人資料及製作複製本，停止行銷訊息之利用、退租及刪除其個人資料等保護功能。

因應新《個人資料保護法》，我們於既有「資訊策略委員會」下增設「個資保護工作小組」，訂定個資保護政策、管理規範、安全訓練與宣導計畫、流程分析與盤點計畫、風險評鑑計畫等等，並列為內部績效考核的項目。

為強化消費者資料保護，防杜資訊外洩或客服人員不當查閱資訊系統消費者資料，我們將消費者基本資料列為「極機密」文件，消費者申請書均存放專櫃並上鎖。從業人員都須簽訂「維護營業秘密契約書」，且直屬主管負連帶責任。若是委外業務涉及營業秘密者，受託機構及其工作人員也必須簽署相關保密協議。同時，為防止客服利用攜帶式資訊儲存設備，於作業區內儲存消費者資料，我們於2013年制訂「客服處作業中心攜帶式資訊儲存設備使用規範」，並列入作業中心業務宣導範圍，每半年全員宣導一次，留存紀錄備查。

為迅速受理及處理消費者申訴洩密案件，客服中心會按ISO 9001「疑似洩密案件處理作業程序書」來進行妥善處理。2013年受處理並已結案之疑似個資洩密申訴案件共計57件，較2012年下降21%，佔全年客服專線受理量0.0015%，但並未有經主管機關確認及裁罰的個資洩密情事發生。

領先業界的資訊安全管理認證

中華電信每年持續投資於強化資訊防護與管理，包括2007年取得ISO 27001資安認證；2010年啟動「擴大ISO 27001國際資安標準認證專案」；2011年通過「ISO 27001國際資訊安全管理系統」暨「NCC ISO 27011電信增項稽核」驗證作業，為國內第一家達到NCC標準的行動電信業者。

率先取得個人資訊管理系統驗證

中華電信行動專線客戶服務，已於2013年率先取得個人資訊管理系統(BS10012:2009 PIMS)驗證，為國內第一家通過驗證的電信業者，預計兩年內將擴及其他專線認證，成為個資保護標竿企業。

我們並針對全體4千多位客服人員，辦理8梯次的個資宣導及個資事故緊急應變教育訓練，讓大家了解個資的重要性以及如何進行防護。



A 確保服務品質






我們自2012年起，規劃5年內投資新台幣1,000億元，積極建設寬頻網路，創造數位匯流及創新服務發展利基，以行動具體響應政府「數位匯流發展方案」所設定，即「2015年光纖用戶達720萬戶、無線寬頻用戶達1,100萬戶」目標。

中華電信致力電信基礎設施及寬頻網路等建置，同時支持政府縮短數位落差策略，讓偏鄉民眾享受無差別醫療服務與教育資源。2013年順利超越目標，總共在190個偏遠地區積極建設寬頻網路，平均涵蓋率達84.4%，優於預期，於2014年初獲NCC頒發「推動偏鄉寬頻升速建設」獎。

2013年底，中華電信100Mbps寬頻家戶涵蓋率為86.42%，預估2014年中華電信100Mbps寬頻家戶涵蓋率將達90%。

註：1. 100Mbps寬頻家戶涵蓋率定義：以光纖或無線方式投落點涵蓋半徑400公尺，其設備均建設完成且備妥，若消費者申請可於1個月內提供服務的戶數／台灣家庭總戶數。

2. 寬頻家戶涵蓋率旨在反應業者的服務供給面，在一定範圍內得以高於Ethernet或VDSL等技術的速率提供寬頻服務者均得計入，與現有用戶實際使用或潛在消費者可能使用的速率無關。

產品與服務	2013年服務績效	2014年服務目標
 HiNet 寬頻網路	455萬戶(60Mbps以上的寬頻用戶數達114萬戶，較2012年成長25.6%。)	60Mbps以上的寬頻用戶數增加60萬
 光世代	296萬用戶(較2012年成長8.7%)	300萬用戶
 MOD	124萬用戶(較2012年成長3.8%)	140萬用戶
 4G LTE 4G	規劃2014年開台	市佔率40%
 3G 行動上網	438萬用戶	500萬

擴建無線熱點

隨時隨地皆能連網，已成為現代人行動生活的需求與趨勢，隨著智慧型手機與平板電腦用戶快速成長，行動寬頻上網數據量呈倍數成長，我們於2012至2013年間，積極擴建行動網路基礎建設，2013年即採購超過數千座3G與4G基地台於全台各地區佈建，已有效擴大行動寬頻網路容量、傳輸速度以及覆蓋率。

另為提供更綿密的行動上網服務，累計至2013年底，我們打造42,000個Wi-Fi Hot Spot無線上網熱點、100處Wi-Fi Hot Zone無線上網熱區，預計至2014年底，無線上網熱點將擴充至50,000個。

我們的3G用戶數已超過817萬，為提供消費者更方便地暢遊3G及Wi-Fi網路，自2013年起，我們針對綁約型的iPhone行動裝置消費者正式啟動Wi-Fi自動認證功能(EAP-SIM)，毋須再輸入帳號與密碼即可自動登入中華電信Wi-Fi網路；而Android行動裝置消費者則可免費下載「CHT Wi-Fi」APP，消費者只要透過APP一次性帳號與密碼設定後，即可自動登入中華電信Wi-Fi網路，提供消費者更流暢、便利的行動上網體驗。

為使民眾能有更便利，2013年我們更配合特定節日擴建熱點，例如：元旦各縣市跨年建置約150個熱點、新竹國慶煙火建置67個熱點等，全年投入擴建支出超過四百萬元。

災害通信無孤島

我們汲取過去救災經驗，加強建置偏遠地區中繼傳輸多路由、無線備援路由、備用電力增加容量，將備援電池效能提升至72小時以上，讓偏遠地區不會因天災停電時，失去與外界的聯繫。

為了強化災害應變，我們每年均辦理網路及設備的調度及搶修演練，增加防災搶救的嫻熟度，並針對行動電話基地台制定妥善備援計畫，即基地台採分散收容，當任一系統基地台的電路、電力中斷或設備故障時，鄰近的基地台仍能維持運作，讓服務不中斷。

當不幸發生天然災害而導致通信中斷時，我們會視受災區環境狀況，提供小型微波、衛星或移動型基地台，保持災區與外界的通信。在蘇花公路等單一進出的特殊封閉地形，則提供複式基地台服務區涵蓋，即使某一基地台因天災發生損毀，其配對的基地台仍能使服務區維持正常通信，成功在近兩年的重大意外事件中發揮極大功效，確保災區通信不致中斷。

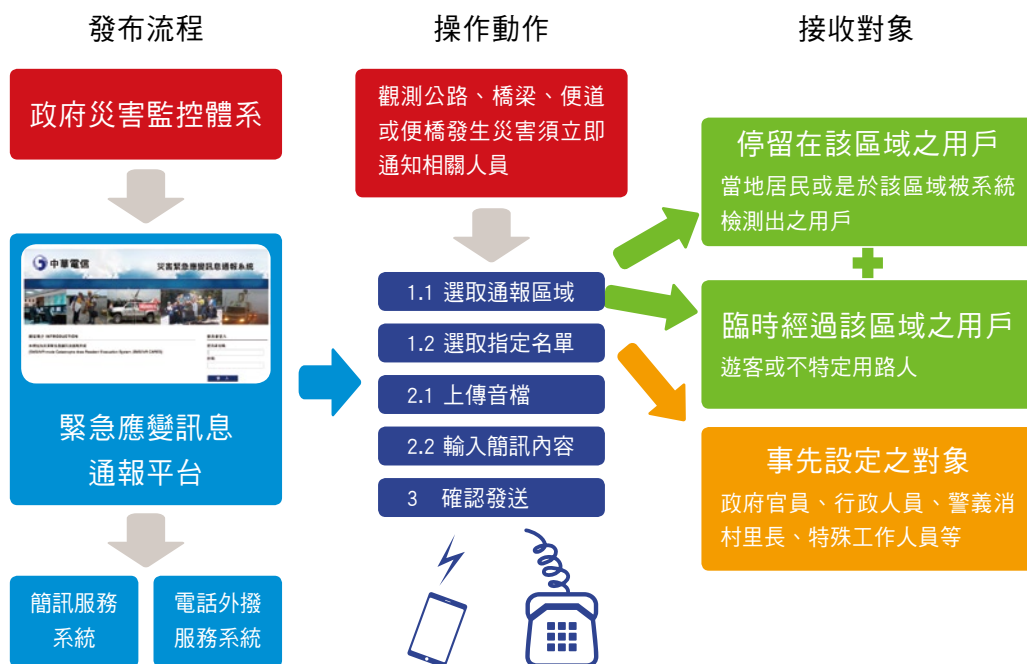
災害通報系統升級

由中華電信自行研發的「災害緊急應變訊息通報系統」，2013年總共發布65萬餘則災害示警簡訊，成功扮演災害資訊預防及通報者的角色，力求將災害的影響降到最低程度。

中華電信協助公路總局，在道路坍方、土石流、積雪、意外等公路災害的發生前、後，針對特定區域道路，用發送簡訊方式，主動通知用路人車安全及交通資訊，受到政府與民眾高度的肯定。

2013年我們亦協助台電公司，針對全台核能電廠周圍，依照村里、不同半徑，規劃市話語音通報的服務。萬一核電廠發生事故，除了可以立即以簡訊通知民眾外，周邊住家的市話也會同時收到語音的通知。相關政府單位亦針對水庫下游、土石流區域、低窪易淹水地區，規劃了數百個特定災害潛勢區域，一旦發生警戒告警狀況時，可立即發布特定區域告警簡訊，迅速地通知民眾及早準備、保障人民生命財產安全。

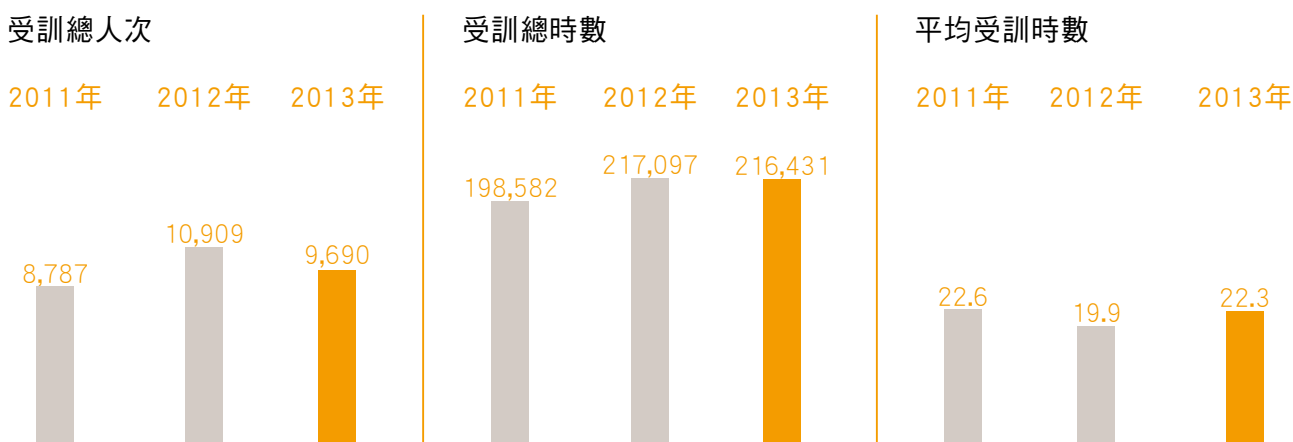
此外，新創的「低頻無線時頻傳播系統」具快速、低廉、不怕停電、不佔用公眾通信系統資源且系統涵蓋可及於全國的特性，特別適合用於氣象預警、土石流警戒等災害緊急應變通報。



R 重視消費者聲音

我們長期致力於服務品質精進與提升，運用「學習型組織」學理為核心，規劃全方位的客戶服務價值網路，並建置整合性客服資訊系統，透過團隊學習相互激勵，建立共同的服務理念，鼓勵員工創新思維，創造更優質的服務品質與客戶價值。

中華電信全台有15個客服中心，負責網路櫃檯及Call center的消費者服務，客服人員總數將近3,900人。為了能即時解答消費者的疑問，並提供優質的服務，每年我們均投入相當多的資源開課，針對中華電信業務、職涯及溝通技巧等各面向做完善的訓練，以期給消費者最好的體驗。



推動精緻服務

中華電信積極挑戰自我、追求卓越，就是要提供客戶更高效率、便捷的精緻服務，朝著「最有價值與最值得信賴的資通訊公司」目標邁進！我們秉持以客為尊、視客如親的服務理念，修練各項電信業務專業智能，提供客戶「誠心、用心、真心、耐心、貼心」的五心服務。包括：

- 專業技術服務：重視新科技設備帶來消費者新的需求，特別成立專業的技術服務團隊，例如智慧型手機達人線上直接導引，提供即時性客製化的優質服務。
- 服務品質驗證：全台的營業櫃台，我們除了推動SGS Qualicert國際服務品質驗證外，特延聘顧問公司協助推動精緻化服務，及神秘客自我查核客服品質機制，持續檢討改善服務品質弱項，獲得消費者的信任與滿意，並榮獲2013年<天下雜誌>「金牌服務大賞 - 電信業第一名」殊榮。
- 營業櫃台服務標準：設置專職內部顧問師及輔導師，推動全區精緻化服務輔導，有效引導服務人員掌握與消費者接觸的關鍵時刻，提供熱忱、親切專業的服務。
- 感動服務區：為激勵服務人員發揮熱誠與專業知能，發自內心誠懇地服務消費者，進而超越消費者的期待，我們於內部網站成立「感動服務區」，以記錄優良服務案例，供服務人員分享、學習及下載。

客服專線每萬客戶客訴量

項目	2011年	2012年	2013年
固網(件)	0.97	0.81	0.61
行動(件)	2.53	1.95	1.55
數據(件)	1.27	1.27	0.88

客服專線關鍵績效指標

KPI	2011年	2012年	2013年
20秒內人員應答率	77.9%	84.1%	78.4%
服務滿意度(滿分5分)	4.57	4.58	4.59
首通電話結案率	79.0%	78.4%	77.9%

完善客訴處理

中華電信對於客戶的申訴意見，規劃在3個工作日內必須處理完畢，同時為提供消費者完整滿意的客訴處理程序，空中櫃台各專線已於2011年5月通過ISO 10002:2004，有關品質管理—顧客滿意—組織處理客訴指南的國際標準認證，是國內電信業界首家取得認證的電信服務業。

除了客服專線外，消費者也可經由公司官網，或經獲董事長授權的中華電信總機(02-2344-6789)直接向「首長室助理人員」申訴，我們受理客訴案件後，會交由客訴處理小組討論，以急件處理消費者問題，消費者可以隨時進線詢問處理進度，客訴小組也會向消費者回報案件處理進度。

為加強消費者的滿意度，我們與相關單位合作，建立有效的潛在客訴偵測及相關預防措施，並建置「行動通訊不良」與「固網寬頻障礙監管」機制，降低重複性客訴案件。在有效機制控管下，在2013年NCC所發布的「通訊消費申訴監理報告」中，中華電信客訴改善幅度居電信業者之冠。

為消費者保留亡父珍貴照片回憶

某日晚間十點，金融業退休的謝小姐，因為擔憂離世父親存放在無名網站的照片，隨著無名網站而消逝無蹤，焦急萬分地向中華電信客服尋求協助：「照片是過逝父親所留下，我一張都不想要遺失！」

當天擔任第二線支援服務的賴毓珍，在聆聽謝小姐的傾訴後，馬上了解事情的重要性，安撫她的情緒後，才細心地一步一步提供指導。服務的過程中，處處可感受謝小姐對父親滿滿的思念與不捨，令賴毓珍想起從小與她相依為命的奶奶。雖然只是短短的接觸，但內心早已將謝小姐當作是自己家人來看待。

在引導操作時，聽到電話另一頭傳來謝小姐咳嗽的聲音，賴毓珍心想「謝小姐深夜抱著病痛，也想快處理好這個問題，一定是十分焦急。」在完成備份設定後，忍不住關心的向謝小姐說「请您先好好休息，讓感冒的身體快點復原，後續只要等待系統自動完成就可以了。」謝小姐連聲道謝，並感謝的說「妳的聲音很有安定的作用，讓我感覺到很安心，來台北一定要讓我請妳吃飯！」



減輕民眾對電磁波的疑慮

WHO等世界組織的研究報告皆指出，並無明確科學證據顯示電磁波會對健康造成影響，但考量到客戶的擔憂，中華電信仍嚴格地遵循主管機關訂定的安全標準，以符合安全規範的設備進行行動通信系統建置，像是我們採購的行動通訊產品，電磁波能量比吸收率(Specific Absorption Rate, SAR)均符合NCC所訂定之限制；此外，我們每年均提供50萬贊助獨立機構研究電磁波對健康與安全的影響。

中華電信在建置基地台站點時，會評估該區域人口數量、人潮聚集度、電波涵蓋範圍、客訴量及周遭既有基地台容量等因素，並考量當地民情對基地台的接受度、透過管委會或里長取得周遭居民同意；待覓得適合站點後，會將擬裝設基地台之相關資料，呈報NCC辦理證照審驗及會勘，俟審驗完成後才安裝設備；基地台正式開台前，會依規定進行緊急電話測試，並進行路測以驗證設備功能及涵蓋範圍。我們行動電話基地台的電磁波輻射值不但符合且遠低於政府公告之標準。

此外，為減少整體基地台站點數量以及降低對民眾之視覺衝擊，2013年NCC正式通過「行動通信網路業務基地台設置使用管理辦法修正」，將基地台防護設施納入基地台附屬電信設施，使基地台美化設施合法化；同年，立法院也通過「將公有建物或土地釋出設置基地台，納入績效考核並每年公佈」，將有助於增加通訊品質，也能逐步降低基地台設置在民用住宅的比例。

2012年起，我們與其他行動同業委請電信產業發展協會於Facebook成立「通訊讓愛無時差」粉絲專頁，配合產業形象CF、網路宣導等活動同步在線上與粉絲互動，且不定期舉辦線上活動，維持專頁活絡並潛移默化宣導基地台電磁波正確觀念。2013年，中華電信配合電信產業發展協會於台東、花蓮、台中與高雄，巡迴舉辦四場「認識行動通訊電磁波」媒體座談會，由三位教授接力解說電磁波原理。另配合NCC中區監理處，在南投市公所與草屯鎮公所舉辦2場行動通訊電磁波宣導講習活動，深入地方村里宣導正確知識，避免民眾無謂的恐慌。

對於網路系統及業務營運，我們也提供專門的申訴管道，若民眾對電磁波環境有疑慮，可免費申請專業量測，2013年度本公司共完成221件電磁波量測案件。

防制詐騙

中華電信自2007年起協助政府成立165反詐騙諮詢專線，配合警政機關防制詐騙。2013年平均每月投入約8名客服人力，協同刑事警察局承接平日的第一線業務。並建置「防制詐騙停斷話作業處理系統」，配合檢警調偵防作業所需，提供疑似詐騙電話資料與協助即時偵辦作業，平均每月投入約3名客服人力，配合警政機關即時停斷話。




兒少健康上網

中華電信自我要求業務的拓展，是架構在安全健康的社會使命上，兒童青少年隨著成長使用網路接收資訊，在網路世界學習與生活，也是我們關注的重點。為了在資訊接觸愈來愈便利的生活中，讓經常與網路生活在一起的兒童，能夠有安全的上網環境，我們推出時間管理與色情網站把關的機制，讓家長可以藉由科技來管理兒童使用的資訊，讓我們的下一代少一份網路的傷害，多更多網路安全的保護。

2013年4月配合新北市主辦的「一起來新北童Love會 - 兒童安全動體驗」活動，宣導兒童健康上網，運用網路安全問券、遊戲等互動，為了讓大眾了解兒童安全的重要性，為兒童守護，一起營造讓兒童安全無虞、快樂健康安全成長的天堂。

降低網路負面影響

屏除電信服務可能產生的負面影響，才能讓消費者使用我們的服務沒有後顧之憂，除了確保兒少健康上網行動外，我們亦採取下列降低網路負面影響的措施，包括：

 垃圾信件管理	使用HiNet信箱的消費者可免費使用webmail服務，經由簡單之一次性選擇設定，決定往後是否將疑似垃圾郵件予以直接刪除。我們也持續關注《濫發商業電子郵件管理條例》草案中，責付網際網路服務提供者(ISP)管理義務。
 色情資訊隔離	提供K12信箱強制隔離、HiNet色情守門員、行動上網色情警衛，讓兒童及青少年遠離有害身心健康的網站。
 使用時間控制	「HiNet上網時間管理服務」及手機「3G放心講」方案，讓父母親能有效掌握孩童使用手機及上網情形。

T 確保消費者滿意

為了確保消費者需求都能夠被滿足，並持續提升服務品質，中華電信服務中心、消費者服務專線及裝機查修服務，每年都會辦理消費者滿意度調查，力求即時改善服務品質。除了固定委託市調公司進行消費者滿意度調查外，我們也固定接受NCC的通信業務服務品質調查，各項實績值均明顯優於NCC規範的標準。

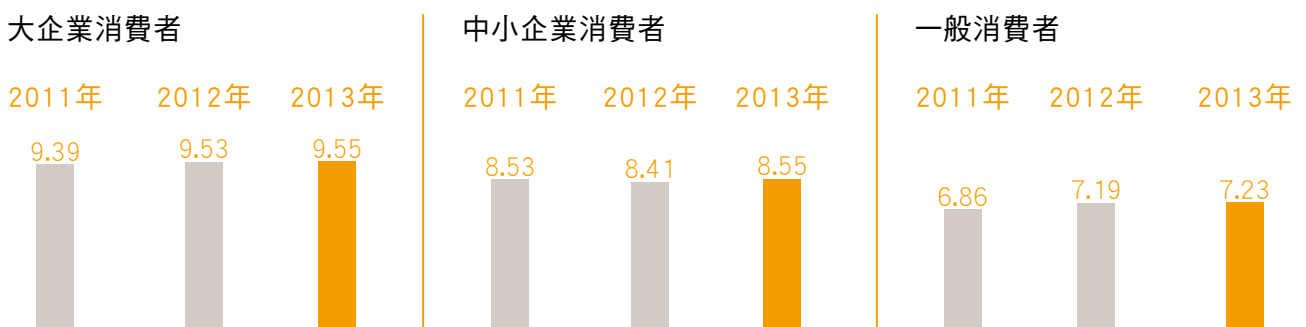
項目	目標	實績
市話接續完成率	≥ 95.6%	99.88%
行動電話通話中斷率	≤ 3%	2G 0.780% 3G 0.372%
數據通信接取服務封包遺失率	≤ 3%	0.004%

「企業消費者」及「一般消費者」滿意度調查

為瞭解各項服務的滿意度，及對中華電信企業形象、品牌價值與服務品質的認知，我們每年委請外部市調公司，就「一般消費者」、「中小企業消費者」及「大企業消費者」進行消費者服務滿意度調查，就各項業務內容，找出消費者最關心的問題與期待，做為未來努力的參考。

我們會透過消費者意見處理系統，將消費者意見及建議，即時傳達給產品或業務單位人員，包括風險管理部門及公關部門，同時每月定期由產品單位高層，與客服單位召開檢討會議，務求滿足消費者期待。2013年各項滿意度調查結果分數均高於2012年，成果備受肯定。

滿意度調查(滿分10分)



空中櫃台消費者服務滿意度調查

我們透過三種方式，進行空中櫃台消費者服務滿意度調查，我們將第一種與第二種方式所得的結果，整合成一項關鍵績效指標(KPI)，滿意度以五分制計算，2013年調查結果為4.59分，滿意度備受消費者肯定。第三種方式則為單獨關鍵績效指標(KPI)，滿意度以十分制計算，2013年為7.2分，未來我們會再推動各項滿意度措施，來強化消費者服務品質。

第一種	客服處以人工外撥消費者進行，原則上消費者進線後3-7天進行問訪。
第二種	機器自動問訪，原則上為消費者進線客服中心後30分鐘內進行回撥問訪，全程無人為介入。
第三種	年度調查，則委託中華大學以寄送問卷方式執行。