



行銷服務

策略Strategy

多元化的服務管道，提供消費者全方位、高品質且具效率的服務

管理Management

- 成立專業的技術服務團隊
- 營業櫃台導入SGS Qualicert國際服務品驗證
- 設置內部顧問師及輔導師，推動全區門市精緻化服務輔導
- 設立感動服務區

行動Action

- 推動門市客服品質三級自檢、查核與輔導機制
- 取得個人資訊管理系統驗證

回應Response

基地臺蓋與不蓋的難題

目標Target

讓客戶在中華電信都能找到最適合自己高品質的產品與服務

指標Indicator

GRI 一般消費者滿意度 **7.58**分

CHT 每百萬客戶客訴 **186**件





品牌管理

中華電信以專業、便捷與多元的資通訊服務及行銷創意，傳達穩健、創新及貼近消費者的品牌形象，在百家爭鳴的品牌行銷年代，累積「為了你，一直走在最前面」的品牌資產及核心價值，增加消費者品牌好感度與市佔率，為提供最佳數位生活而持續努力。

中華電信以集中式品牌架構兼顧獨立式品牌呈現，由總經理負責品牌的創設、管理及修正的指導，並與各分公司總經理溝通，遵循企業整體品牌策略，負責執行推動，並在授權範圍內靈活獨立使用，操作地域型專屬品牌。

品牌政策

採集中策略、兼顧個別領域發展需求。

品牌管理

由總公司負責全公司品牌策略擬訂、控制及調整；分公司則負責執行推動。

品牌架構

屬集中式品牌架構、兼顧獨立品牌呈現。

綿密實體通路服務

中華電信重視消費者聲音，在行銷推廣上，除了傳遞產品服務之技術特色，更從消費者角度出發，訂定嚴謹的行銷及服務標準，並且設置多元化的服務管道，提供消費者全方位、高品質且具效率的服務。

為了因應都市化人口大量聚集趨勢，2015年我們全區服務據點達到734家，並持續改造既有服務中心及深耕社區，擴大服務範圍及能量，提供消費者更便捷、貼心的服務。

中華電信的產品與服務於設計時即考量到若消費者過度使用的影響，銷售時客服人員皆會提供使用規範，並主動告知產品特性和應用資訊。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《通路輔銷物管理作業要點》與《通路輔銷物管理作業細則》，讓所有營運據點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。2015年無違反健康安全、產品標示等相關法規的事件。

產品服務數量

約3,422件

產品資訊平台－客服資訊站

內網建置「訊息收納專區」，專人審核訊息內容上傳資訊站，供所有客服中心與服務中心查詢

消費者進線

完整告知消費者產品特性與相關優惠活動資訊





良好的個資管理

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，以嚴謹的組織、管理系統及控管機制，確保消費者個資安全。2015年受處理疑似洩密申訴案件共計32件，較2014年44件下降27%，全年客服專線受理量0.0001%。客戶透過各種管道投訴疑似洩密申訴的案件，經調查皆無洩漏個資之事實。

組織

「資訊策略委員會」下增設「個資保護工作小組」

政策與程序

- 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
- 配合個資法，新增《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

管理系統

- 取得ISO 27001資安認證，並通過「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，是國內第一家達到NCC標準的行動電信業者
- 2013年行動客服專線率先通過BS 10012國際驗證
- 2015年客服專線全數取得BS 10012國際驗證，成為個資保護標竿企業

人員控管機制

- 將消費者基本資料列為「極機密」文件，所有申請書均存放專櫃並上鎖
- 從業人員須簽訂《維護營業秘密契約書》，直屬主管負連帶責任
- 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
- 員工透過資訊系統查詢客戶個人資料，留存查詢紀錄並由主管定期稽查

客服控管機制

- 風險：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
- 因應：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。萬一有個資外流狀況發生，客服中心按ISO 9001《疑似洩密案件處理作業程序書》進行妥善處理

實體通路轉型與升級

為強化服務品質，我們推動門市通路轉型升級計畫，期望讓消費者得到更快速便捷的服務，相關措施包括：

- 持續建置增設門市，擴充通路服務能量：截至2015年12月止，已成立167家增設服務中心，全台灣實體通路服務直營門市467家，特約門市267家，共計已達734家。
- 設置專職「區輔導」：主要負責增設門市店務經營管理、行銷績效等輔導，強化門市客服品質及經營管理效能。
- 建立門市客服品質三級自檢、查核與輔導機制：門市自行查檢、營運處輔導、抽檢門市，與分公司輔導、抽檢營運處門市，提升臨櫃客服品質。

精緻貼心服務

中華電信致力於服務品質精進與提升，2015年榮獲《遠見雜誌》第一線服務品質大調查之「五星服務獎」電信類第一名肯定。此外，中華電信客服人員賴毓珍小姐傾聽客戶需求，將客戶視為家人，提供貼心與優異服務，更榮獲《遠見雜誌》評選為「年度金牌服務人員」殊榮。

為提供給客戶更高效率、便捷的精緻服務，中華電信積極挑戰自我、追求卓越，秉持「以客為尊、視客如親」服務理念，修練各項電信業務專業職能，另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「誠心、用心、真心、耐心、貼心」五心服務！

服務據點/規模

全台設有 **15** 個客服中心，客服人員總數約 **3,900** 人。

多元服務項目

- 文字線上客服
- 網路社群-「中華電信Q博士粉絲團」
- 網路客服中心
- 手機版網路客服中心
- 客服App
- 簡訊客服

訓練及成果

年度	受訓總人次	受訓總時數 (小時)	平均受訓時數 (小時)
2013	9,690	216,431	22.3
2014	9,834	213,650	21.7
2015	7,838	166,960	21.3

精緻客服訓練

中華電信持續力推「以客為尊」的精緻化服務，為激發客服人員服務熱忱，強化服務理念，2015年，邀請陳蕙兒老師親授「魅力客服贏得顧客心研習班」。為鼓勵更多客服人員積極參與，本次課程除了在中華電信板橋學院、台中學院及高雄學院面授外，同步安排遠距連線課程，總計365人完成教育訓練。





客服之星表揚大會

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，建立中華電信優良服務之企業形象，我們每年針對客服人員獲得客戶讚許的案例，依內容情節給予不同等級之獎勵，並列入績效評核成績，獲選人員依評列之優良等級頒發等值獎品與獎座。此外，亦於內部網站成立「感動服務區」，記錄優良服務案例，供服務人員分享、學習及下載，達成見賢思齊的學習網絡。

遇見生命中對的客服人員

客戶謝小姐的手機每天都有些小狀況，不能正常運作，至手機直營維修據點仍無法解決，讓謝小姐感到十分苦惱，中華電信得知這個狀況，即由客服人員羅雯俐協處理。在與謝小姐聯絡的過程中，我們客服人員不時給予關心，歷經半個月的時間，終於找出關鍵問題，透過與手機工程師溝通後，解決了謝小姐的難題。

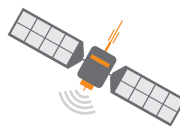
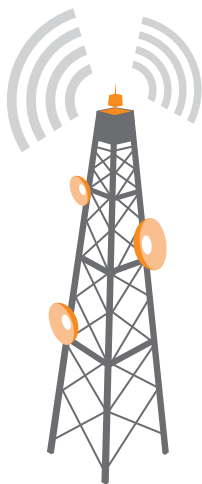
當手機可正常運作後，謝小姐激動地向客服人員說出「謝謝妳！終於遇到一個對的人，辛苦妳了！妳看看，這麼多人，在我要放棄的時候偏偏遇到妳，全世界只有妳能解決我的問題，真的好開心！」

事後，謝小姐到中華電信網頁留下對客服人員的表揚，希望可以對這位「生命中對的客服人員」給鼓勵與讚許。中華電信客服人員羅雯俐表示，因謝小姐與羅媽媽年紀相仿，「視客如親」為客服人員應具備的專業態度，能夠解決謝小姐的問題又獲得客戶的鼓勵，對她來說更是段美好的記憶與經驗。

確保服務品質

為提供更「廣」的無線電波涵蓋、更「優」的行動通信品質，中華電信近年繼續辦理4G行動通信系統「量」的擴充與「質」的提升，並持續引進新技術（如Carrier Aggregation及Voice over LTE），搭配1800/900MHz高低頻段基地臺，由點、線、面構成綿密的網路涵蓋，以提供更廣泛、更優質的行動寬頻網路服務。

此外，為因應數位匯流與智慧數位新生活之需求，中華電信亦推出300Mbps光纖高速上網服務，滿足用戶各種高速上網及寬頻應用服務快速發展需求，引領台灣正式由M時代進入G時代。



寬頻網路建設目標

建置年度2012年-2016年

投入金額 1,000億



響應政府「數位匯流發展方案」設定，即「2015年光纖用戶達720萬戶、無線寬頻用戶達1,100萬戶」目標已達成





擴建無線熱點

截至2015年底，我們已建置超過55,000個公眾Wi-Fi無線上網熱點(Hotspot)，提供民眾品質穩定、頻寬大且綿密無障礙的Wi-Fi無線上網服務。

同時，我們也配合政府政策，積極推動全民免費無線上網服務，以合理租用Wi-Fi收費方案及強固的用戶認證平台，配合全台無休的維運監控系統，讓政府經營免費無線上網服務熱點遍布全國；在社會參與部份，我們配合各縣市政府活動及特定節日，擴建熱點提供民眾上網服務，如元旦跨年建置約215個熱點、台中燈會257個熱點等活動，全年投入擴建支出超過855萬元。

Wi-Fi熱點，悠遊北捷

為滿足社會大眾對通信便利之要求與期望，中華電信除了在台北捷運站遍設公用電話，亦與台北捷運公司簽訂租賃契約，在公用電話上裝設Wi-Fi，提升上網服務品質，服務大量往來乘客及觀光客。

目前台北捷運117停靠站，總計裝設公用電話826具，其中附加Wi-Fi 282路，2015年，捷運公話Wi-Fi使用人次達2,500萬人，次數約4,500萬次，成效卓越。



確保消費者滿意

為了確保所有消費者需求都能夠儘量被滿足，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，我們也固定接受國家通訊傳播委員會(National Communications Commission, 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%	98.32%
行動電話通話中斷率	≤3%	2G:0.79% 3G:0.28%
數據通信接取服務封包遺失率	≤3%	0.0166%



註：統計期間2015.01.01-12.31

消費者服務滿意度調查

我們透過不同類型的滿意度調查，就各項業務內容，找出消費者最關心的問題與期待，做為未來改善方向之參考。

調查後我們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。

2015年服務滿意度調查結果

	空中櫃檯	客服處人工問訪	4.60分	(滿分為5分)
		機器自動問訪	4.60分	(滿分為5分)
		問卷調查(委託中華大學執行)	7.78分	(滿分為10分)
	大企業客戶		9.35分	
	中小企業客戶	委託外部市調機構執行	8.17分	(滿分為10分)
	一般消費者		7.58分	

我們每年都會針對各項調查結果，將「重要度-表現度分析(Importance-Performance Analysis, IPA)」落於「需加強改善區(第IV象限：高重要度與低滿意度)」之項目，交由各相關單位進一步分析原因、研擬具體改善措施，並於一季後追蹤各項改善措施辦理情形。

客服專線關鍵績效指標

中華電信空中櫃檯各專線於2011年通過「ISO 10002:2004客訴管理系統」認證，為國內首家取得相關認證之電信業者。我們將顧客投訴視為企業持續改善的契機，以顧客的反應為基礎，對於客戶的申訴意見，設定於3個工作日內必須處理完畢，持續提升服務品質。

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。另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改善措施，在有效機制控管下，2015年NCC所發布的「通訊消費申訴監理報告」，中華電信客戶申訴比例為業界最低。



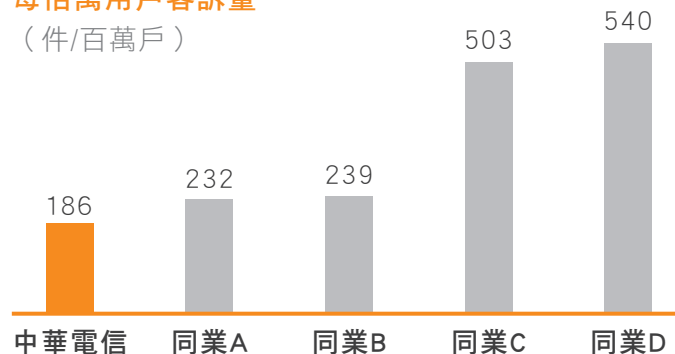
KPI	2013	2014	2015
20秒內人員應答率	78.4%	74.0%	78.5%
服務滿意度 (滿分5分)	4.59	4.60	4.61

中華電信平均客訴量最低

根據國家通訊傳播委員會的2015年行動通訊客訴量統計資料，若以每百萬名用戶的客訴量計算，中華電信的客訴案件數為同業最低。

未來我們將持續強化服務品質，思考簡化業務受理流程，提供消費者便利性，讓所有消費者需求，都能在中華電信獲得專業、便利有品質的服務。

每佰萬用戶客訴量
(件/百萬戶)



通訊無孤島

我們吸取過去救災經驗，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。

應變機制

每年執行網路及設備的調度及搶修演練，並針對行動電話基地臺制定妥善備援計畫，即基地臺採分散收容，當任一系統基地臺的電路、電力中斷或設備故障時，鄰近的基地臺仍能維持運作，讓服務不中斷。

災害發生

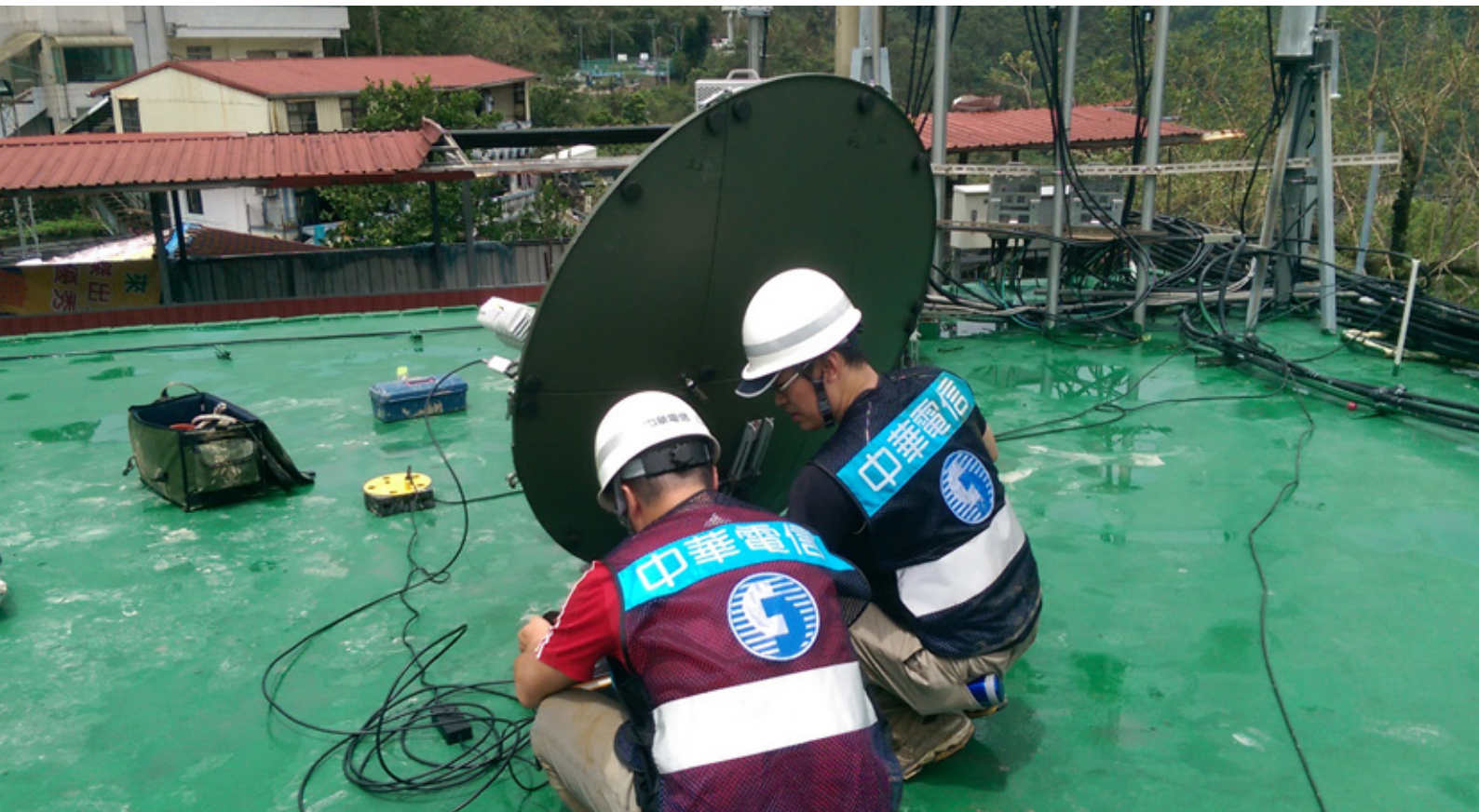
若不幸發生天災導致通信中斷，我們會視受災區環境狀況，提供小型微波、衛星或移動型基地臺，讓災區能夠持續保持與外界的通信。

特殊案例

針對蘇花公路等單一進出的特殊封閉地形，則提供複式基地臺服務區涵蓋，即使某一基地臺因天災發生損毀，其配對的基地臺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。

偏遠地區建置再生能源基地臺

中華電信於宜蘭地區、新竹地區、基隆壽山及新北地區等十處偏遠地區，建設1~2kWp太陽能模組光電板於基地臺，其系統於正常時期可提供無污染潔淨能源，減少能源消耗降低排碳量，遇天災台電供電中斷時亦可供給基地臺緊急聯絡通信所需之電力。





災害通報 安全升級

由中華電信自行研發的「災害緊急應變訊息通報系統」，2015年總共發布21萬餘則災害示警簡訊，成功扮演災害訊資預防及通報者的角色，期望透過即時資訊傳播，能將災害的影響降到最低。

我們另協助公路總局，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，以發送簡訊方式，主動通知用路人行車安全及交通資訊，受到政府與民眾高度的肯定。

民安1號災防演習

協助新北市政府辦理「民安1號災防演習」，對演習區域發布約16,000餘則行動簡訊。針對水庫下游、土石流區域、低窪易淹水地區，規劃數百個特定災害潛示區域，一旦發生警戒告警狀況時，可立即發布特定區域告警簡訊，讓民眾能即早進行防災準備。

2015年核安第21號演習

配合行政院原子能委員會進行「核安第21號演習」，並配合台電於各核能發電廠進行定期演練，對於企業社會責任不遺餘力。

風災補償與優惠 降低用戶負擔

2015年因蘇迪勒颱風襲台，導致中華電信客戶之市內電話、網路連線或MOD服務連續阻斷，我們按各項服務營業規章、契約條款等相關規定，主動辦理費用扣減，維護消費者權益，經統計，蘇迪勒風災補償設備數共5,133筆，補償金額共1,916仟元。

此外，為了讓烏來地區受災客戶能儘速重建家園，針對該地區受災客戶另實施相關優惠措施：

- 市內網路、各類專線、寬頻、HiNet上網費及MOD等業務，至修復日，依各業務障礙相關規定減收或免收全月月租費，並延後帳單催收及停話。
- 受災戶申請市話、寬頻（ADSL及光世代）、HiNet、MOD等業務移機、指定轉接及載答服務免收相關移設、異動費。
- 受災客戶向中華電信租用之話機、寬頻數據機及機上盒等通信設備，予以免費更換。

減輕民眾對電磁波的疑慮

包括WHO等世界組織在內，目前相關研究報告均無明確科學證據顯示，電磁波會對人體健康造成影響。但基於預警原則及回應客戶之疑慮，中華電信仍嚴格地遵循主管機關訂定之安全標準來進行行動通信系統建置。

中華電信所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，我們每年也贊助50萬元，提供台灣電磁產學聯盟研究電磁波對健康與安全的影響。

中華電信2015年與基地臺相關之裁罰或行政處分共計20件，罰款達新台幣780萬元。原因亦產生於消費者要求「收訊品質良好」，又對「基地臺可能影響健康」有疑慮，為求保障消費者通訊權益，另在基地臺設置點難尋之情況下，我們針對基地臺不同設置階段，採取不同對應措施，力求符合法規之規範。

溝通評估階段

- 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臺容量等因素，並考量當地民情對基地臺的接受度。在透過管委會或里長取得周遭居民同意後，依據《中華電信行動通信分公司行動電話基地臺房地租賃作業要點》辦理租賃建物土地設置基地臺。



架設階段

- 將擬裝設基地臺之相關資料，呈報NCC辦理證照審驗及會勘，俟審驗完成後才安裝設備。



開臺前

- 依規定進行緊急電話測試，通過NCC參照國際非游離輻射防護委員會(ICNIRP)規範之站台審驗量測，進行路測驗證設備功能及涵蓋範圍。
- 目前中華電信基地臺實測之電磁波功率密度均符合規範標準。



降低環境衝擊及視覺美化

- 為環境整體規劃且避免天線雜亂影響美觀，將會同各電信公司以共構方式辦理，以共同設計發包，降低對環境之衝擊且可增進有限空間之使用效益。
- 依據《動通信網路業務基地臺設置使用管理辦法》，進行基地臺天線美化，2015年已達60%。
- 立法院通過《推動公有建物及土地設置基地臺績效評量原則》，有助於增加通訊品質。

與電信產業發展協會密切合作，宣導正確電磁波觀念

- 配合NCC與全臺19個縣市政府辦理電磁波宣導座談會19場；完成269件免費電磁波量測案件，測量結果基地臺電磁波功率密度均符合規範標準。
- 透過地方辦理活動，發放電磁波宣導品及手冊，以提供正確知識，引導民眾認識電磁波議題。
- 2015年於北區辦理第一線工程人員教育訓練座談會，加強其面對抗爭民眾的溝通技巧，並持續舉辦電磁波宣導及宣導短片的推播。



電信服務與推廣

詐騙防制措施

我們在2007年協助政府成立165反詐騙諮詢專線，配合警政機關進行詐騙防制行動，為社會大眾看管財產安全。

投入資源

- 每月投入約9名客服人力，協同刑事警察局承接週一至週五第一線業務。
- 防制詐騙停斷話作業處理系統：提供疑似詐騙電話資料與協助即時偵辦作業，每月投入約3名客服人力。

詐騙防制

- 2013年起新增小額付款雙向簡訊認證機制。
- 2014年新增雙向簡訊內容增加防騙警語。

成效說明

- 總進線電話量達208,099通，受理轉介民眾詐欺被害案件16,320件。
- 協助警政署刑事警察局執行停斷話共730門，成功攔截受害案件共905件。

數位與您－降低網路負面影響

摒除電信服務可能產生的負面影響，才能讓消費者無後顧之憂的使用我們的服務。我們持續推動降低網路負面影響的措施，包括：「兒少健康上網」傳達正確上網的態度及推出「上網時間管理服務」與「色情守門員」等服務。除了善用本業長才外，我們也透過贊助支持相關單位推廣網路安全，2015年贊助5萬元予台灣原住民族文化推廣協會刊登網路安全廣告。

垃圾信件管理

使用HiNet信箱的消費者可免費使用webmail服務，透過一次性選擇設定，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，責付網際網路服務提供者(ISP)管理義務。

色情資訊隔離

提供HiNet 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。

中華電信基地臺架設類型

基地臺系統	獨立基地臺	共享基地臺
4G	9.0%	91%
3G	6.8%	93.2%
2G	30.5%	69.5%

註：均在既有建物上建置使用。