

客戶服務

2011-05 榮獲《讀者文摘》「信譽品牌」電話服務(固網或行動)金獎，為連續第八年獲消費者票選肯定

2011-05 台灣大哥大於《數位時代》雜誌全國第一個「數位服務力大調查」中，勇奪「2011數位服務標竿企業」資訊通路及通訊產業首獎殊榮，電信業第一

2010-12 「台灣大哥大match行動生活中心」榮獲99資訊月傑出資訊應用暨產品獎

2010-10 《壹週刊》第七屆「服務第壹大獎」行動電話&固網通訊第一名暨3C賣場通訊第一名，唯一奪得雙料冠軍的最大贏家

2010-03 資策會「ICT Best Choice資訊精品票選活動」MVPN行動分機第二名殊榮

2009-10 《壹周刊》第六屆「服務第壹大獎」行動電話/固網通訊第二名、3C賣場通訊第三名，再度以電信業者之姿勇奪3C通路賣場大獎，也是唯一囊括兩類大獎的企業

2009-09 台灣大電訊獲財團法人資訊工業策進會「2009年企業上網滿意度大調查」整體滿意度最高肯定

2009-03 台灣大哥大、台灣大電訊獲得資訊工業策進會「IT Best Choice」之企業行動增值服務Push、mail、MVPN行動分機及MPLS VPN建置與服務三獎項肯定

台灣大哥大全方位滿足行動生活需求，不斷推陳出新提供多樣化資費選擇及增值服務，更精心推出省錢專案，透過系統輔助篩選特定名單，在用戶進線時，人員可適時推廣特惠方案，讓用戶以輕鬆費用，自在享受精質服務。

5.1 客戶服務機制

「真心關懷客戶」是台灣大哥大的核心理念，提供最佳的服務使用經驗，支持客戶追求想要的生活方式。我們致力於提供卓越服務、國際級的資訊安全保護、優質的通訊品質、創新的產品與服務。並定期以不同的市調形式，追蹤了解客戶的需求及對我們的建議，並提供全年無休之優質客服專線。

• 掌握客戶進線關鍵 **30** 秒，
提供最佳服務經驗

• 完整資訊安全防護，遍及 **200** 多個流程 **80** 多個系統

5.1.1 導入新措施，具體提升服務品質

(1) 智慧型服務平台、提升時效

2009年導入智慧型服務平台，透過系統分析客戶行為及使用經驗，預測可能進線原因，串連內部平台資源迅速提示人員，全面提昇服務效能，快速解決客戶問題。

(2) 行動達人、智慧指南

為使用戶享受優質及便利的行動生活，在實體門市設置行動達人，與客戶面對面講解操作流程，此外服務專線設立行動網小組，全年無休提供服務，另官方網站上備有多款智慧型手機操作指南，讓喜愛DIY的用戶透過自助式服務界面取得相關訊息。

(3) 建立透明化申訴管道

為提升客戶滿意度並落實服務至上理念，結合全台門市及服務專線與網站服務，以完整及標準化的客訴處理流程提供專人專責服務。我們將客戶回饋的意見轉送相關單位尋求因應及改善之道，由權責單位訂定標準及處理時效，定期監督執行效率及成果，落實產品改善及強化服務流程。

我們透過內部專責單位與委託外部單位等方式進行滿意度調查，調查主題包含通話品質、費率、帳單、門市服務、電話客服、增值服務、網站等七大面向，除可充份了解整體電信市場用戶對各電信業者的整體及各項滿意度外，亦可得知自身相較於其他業者之表現，除內部檢討評估外，同時做為公司持續成長之動力。台灣大哥大2010年整體滿意度的平均分數為3.7分，略高於2009年3.6分。

2009-2010年客戶滿意度調查結果

	2009	2010
客戶滿意度重要指標	3.6	3.7
通話品質滿意度	3.7	3.7
電話客服滿意度	4.2	4.3
門市服務滿意度	4.0	4.1

註：滿意度評分採五分法：非常滿意、滿意、普通、不滿意、非常不滿意，分別以滿意度分數5、4、3、2、1表示，各項滿意度數據為該年度最新調查結果。

5.2 客戶滿意度

持續運用各種市場調查工具（例如：電話訪問、網路調查、焦點群體座談會等），以追蹤檢討改進客戶滿意度，每年詳細規劃各式調查專案，調查對象從全市場到特定用戶，定期了解顧客的需求與想法，並根據調查結果擬定改善計畫或經營策略，以期全面性提升用戶的滿意度。其中針對整體消費者滿意度的調查每年舉辦兩次，充分凸顯對消費者意見及滿意度之重視。

5.3 資訊安全

從用戶踏入全省myfone門市辦理各項行動電話業務開始，至每個月收到的行動電話帳單，或撥打免費客服專線從事資費變動、出國漫遊設定等項目，每一個牽涉到用戶個人資料的環結，都在專業的資訊安全相關管理系統及服務人員保護之下，得到最安全、嚴密的保障，用戶均能放心使用我們的各項服務。

我們於2004年推動資訊安全管理制度，並於2006年取得全球第一張ISO 27001資訊安全管理系統驗證；同時於2007年獲頒台灣第一屆「資安貢獻獎」，是電信業者中唯一得獎的企業；並於2008及2011年通過ISO 27001資訊安全管理系統三年全面重審驗證，在保障用戶資訊安全的努力及成效上備受肯定。

為保障用戶的權益，強化用戶個人資料之保護，本公司資安認證範圍從資訊技術（IT）單位擴及整個客戶資訊服務流程，舉凡門號申裝、開通與異動、帳務處理、詐欺防制、客戶服務等各項環節，多達200多項流程、80多個系統，個人資料都受到妥善的保護，從每個「顧客接觸點」，確實履行對客戶的資訊安全承諾，且不自限於目前成就，仍持續視資訊安全防護需要逐步擴充既有範圍。

在決定資安管理系統範圍時，我們以下圖標示的策略層次，由上往下，逐層評估討論，以確保資安管理範圍，符合公司關懷客戶之願景與承諾。



資安管理系統評估策略圖

在建立資訊安全管理系統架構後，為收持續改善之效，設有資訊安全小組，各單位配置有資安委員、維護負責人員，透過緊急通報的組織架構，迅速鑑別資安危害與事故，並採取當矯正與預防措施。

此外，每半年定期進行內部稽核作業，以獨立及客觀的評估確保作業確實遵守資訊安全政策。為持續維持資安控制點的有效性，並避免內部稽核流於形式，於每次內稽均加入不同手法以及因應資安發展趨勢，新增稽核重點，並集合各領域稽核員專業背景，期使資安內稽作業更加活化。

為使資安作業能有標準化衡量指標，以為定期檢討、持續改善機制運作需要，本公司內部制定資安KPI（關鍵績效指標）定期衡量作業成效，並透過客戶資料隱碼、資訊傳遞加密或密碼保護等措施，預防資安事件發生，另再經由系統資料存取紀錄調查，以確保內部未有不當存取客戶資料之行為。

5.4 弱勢族群優惠方案

針對身心障礙者、年長者等有別於一般用戶之特殊族群需求，特別規劃優惠方案，以妥善照顧其需求，如2009年6月提出「新身心障礙與聽語障用戶專屬優惠方案」，內容除延續固定則數的網內外免費簡訊外，每月再加贈30分鐘的影像通話，增進其溝通便利性。

針對銀髮族，於2008年起提供多種月租費半價之方案，更規畫在2011年3月起，搭配前述方案的「銀髮安心機」，其配有超大鍵盤、超大鈴聲、超大字幕、超長待機時間且兼顧老人安全考量的功能設計，如手機頂端有手電筒按鍵，長輩可用於暗處照明，避免跌倒等意外發生；萬一發生緊急事故，按下背面的SOS緊急求救鍵3秒，可即時聯絡上家人。

高齡化已是台灣社會不可避免的趨勢，未來我們也將持續運用核心技術與服務，為長輩提供更友善的通訊環境。

5.5 資費透明揭露

詳盡揭露產品及服務訊息，代表公司對於「信譽品牌」的重視。台灣大哥大推出創新型產品與服務時，資費內容均經主管機關核准，並依法於實施日前公告之，在媒體、公司網站及各營業據點所銷售的物品充分揭露費率內容。

此外，消費者申辦服務時，門市同仁均會詳細解說資費內容，並依消費者需要推薦合適的資費方案；申辦成功後亦會提供方案同意書及資費簡介等書面資料供用戶備查。另外，在每月寄送給用戶的對帳單中，各項收費均依類別，清楚列示服務名稱、月租費、計費方式與使用期間。力求詳盡確實地將方案內容傳達給用戶。

5.6 創新服務

針對市場主流之智慧型手機等相關手持行動裝置，持續開發多元化服務及豐富軟體商店，包括整合智慧型手機多家作業系統的軟體商店match Market；提供全方位圖文並茂的生活潮流影音資訊，創造手機上網新視野的MoFun頻道；整合線上書櫃、劃線註記、群組功能、獨家有聲書及閱讀金回饋等多樣功能的myBook；遺失手機協尋與資料備份的「手機保鏢」軟體與通話來電管理的「來電管家」等智慧應用軟體。

在數位匯流與雲端服務上，我們推出聯網電視服務、「myPhoto大相簿」、「ezPeer」等產品，用戶透過單一帳號即可登錄到手機、電腦、平板電腦與電視四個螢幕，隨時隨地取得想要的照片、影像、音樂等內容，這是國內雲端技術首度應用在家庭（home）中，不同於目前電信業雲端技術以企業應用為主。

另針對企業用戶，我們提供全球資安預警通報、即時監控、弱點掃瞄等資安管理服務，整合客戶端的資安設備，協助企業主輕鬆打造完整資安防護網以及提供用戶監控、自動報修等服務之主動網管系統。

未來，持續開發滿足用戶需求的多樣化數位匯流服務，包括橫跨行動通訊、固網、寬頻上網及有線電視「四合一」平台、雲端服務、聯網數位電視與物聯網（Machine to Machine, M2M）等，期待帶給家庭及個人用戶無縫感的使用體驗，並引領用戶邁向數位智慧生活，成為數位電信的領航企業。

5.7 淨化成人資訊，保護青少兒

除持續與白絲帶關懷協會共同推動青少兒資訊素養與網路安全教育外，我們於2004年率先呼籲6家電信業者，共同發起淨化成人資訊增值服務內容聲明行動，並公告台灣大哥大「成人服務自律規範」，禁止各種色情裸露、暴力之圖片、影音、卡通，服務上線前皆經審核，並予以管理與稽核，若發現違反規範之內容提供商，將要求立即改善，情節嚴重者，將終止合作關係。

此外，我們同時推出管理機制與色情防護功能，在2009年提供父母可主動關閉成人服務、避免兒少接觸不當訊息的管理機制，讓門號擁有人為家中孩童申辦手機門號時，禁止使用與購買成人服務。