



客戶關懷



客戶關懷

本行秉持「服務 效率 創新」之經營理念，以客戶為尊，提供友善金融服務，建置客戶申訴管道，保障客戶權益；透過綿密的營業網絡及暢通無礙的溝通管道，傾聽、瞭解客戶的意見及建議，不斷追求金融商品發展與改善服務客戶作業流程，以提升服務品質，盡力貼近及滿足每一位客戶的需求，為客戶的託付，創造更多的價值。

數位 / 行動化服務

GRI : 203-2

金融科技（FinTech）在全球金融業掀起一股破壞式的創新浪潮，為提升客戶體驗滿意度並打造創新的金融服務模式，本行承諾以人性化為出發點，積極投入發展數位/行動化之創新服務，提供不限時間、不限地域、符合人性需求且多樣化之金融服務。

本行依金管會公布之金融科技發展策略白皮書，規劃以 2020 年為期涵蓋金融服務、創新研發、人才培育、風險管理、基礎建設五大構面的發展趨勢，相關執行成果如下：

五大構面	本行執行成果
金融服務	持續優化境內電子支付、境外電子支付、個人網路銀行、個人行動網銀 APP、金融卡雲支付、行動支付及臺灣 Pay QR Code 等服務，提升客戶交易之便利性。
創新研發	本行至 2017 年 12 月底止共有 28 項專利申請已獲智慧財產局核准，其他專利主管機關仍繼續審核中。
人才培育	持續利用線上教育訓練、實體教育訓練，舉辦數位金融講座，增進全行員工金融科技（FinTech）相關知識，以提升本行員工之專業知識。
風險管理	持續落實控制資安風險，保護客戶個人資料，達到永續經營的目標。
基礎建設	規劃建置新一代全媒體（Omni Channel）客服平臺系統，藉由整合虛實通路，擴增多媒體客戶服務管道，並預留未來擴增智能科技服務之接口，以提供客戶多元、快速且符合科技潮流的個人化服務。



顧客權益

GRI：102-2、416-1、416-2、417-1

為建立重視金融消費者保護之企業文化，以公平待客原則為本行企業文化之核心，並本著公平合理、平等互惠及誠信原則，落實保障金融消費者權益。關於顧客申訴及爭議處理機制，本行訂有「彰化銀行金融消費者保護政策」、「彰化銀行金融消費者保護作業要點」及「彰化銀行消費者申訴處理要點」，提供顧客暢通之申訴管道，使本行可迅速處理顧客意見，以提升顧客滿意度，俾利企業永續發展。

項目	運作情形
益機制	<ol style="list-style-type: none"> 1. 本行於商品契約中針對重要內容，以顯著字體敘明，俾客戶充分知悉權利義務相關約定。 2. 訂有中、英文版「蒐集、處理及利用個人資料告知事項」。 3. 各項服務收費標準公告於本行官方網站。
友善金融服務措施	<p>本行實施友善金融服務措施，其相關內容，請至本行官方網站無障礙網頁查詢，網址為 https://www.bankchb.com/。</p>
客戶申訴機制	<ol style="list-style-type: none"> 1. 申訴管道 本行於商品契約中列示金融消費者因本行所提供之金融商品或服務所生紛爭之處理及申訴之管道；並設有 24 小時全年無休之客戶服務專線、網頁、電子信箱等各種公開之管道，隨時提供客戶諮詢服務與受理申訴或反映意見。 彰化銀行申訴管道： (1) 本行營業據點設置有免付費回郵「顧客意見表」，供客戶表達意見。 (2) 電話 <ul style="list-style-type: none"> ● 各地區市話請撥：412-2222 按 9 轉接專人（以市話計費） ● 手機請撥：(02) 412-2222 按 9 轉接專人 ● 免付費服務專線：0800-365-889 按 9 轉接專人 (3) 網路 <ul style="list-style-type: none"> ● 本行官方網站客服中心 ● Web Call Me ● 提供 E-mail 客戶留言溝通管道，由系統指派線上客服人員回電或於營業時間經由 E-mail 回復。 2. 客戶申訴之處理 <ol style="list-style-type: none"> (1) 本行於接獲客戶申訴後，均即時交由業務權責單位妥適處理，以保護金融消費者權益。 (2) 為確實降低金融消費爭議事件之發生，提升服務品質，本行定期檢視金融消費爭議事件之類型及處理情形，彙整分析消費爭議之事由及發生原因，並由業務權責單位研擬改善措施，俾隨時檢討改進，使金融消費者之權益獲得完善之保障。

項目	運作情形
執行情形	<p>本行於 2017 年度無發生侵犯隱私權或損害客戶資料之申訴事件，惟有因金融商品與服務違反主管機關之法令規定而遭受裁罰之情事。</p>

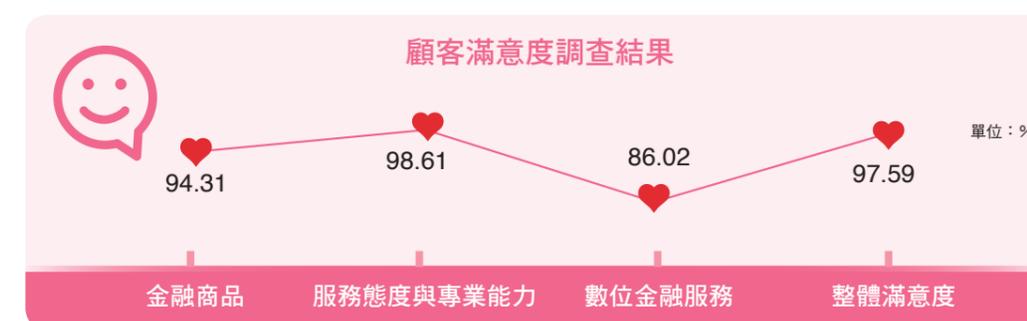
顧客滿意度

一、顧客滿意度調查

為提升本行服務品質，本行就國內 185 家營業單位，以 2017 年度為基準，調查期間為 2018 年 1 月 1 日起至 2018 年 1 月 31 日止，調查對象為與本行往來一年以上之臨櫃客戶，分別就金融商品滿意度、服務態度及專業能力、數位金融服務及整體滿意度四大面向，進行 2017 年度客戶滿意度問卷調查。

二、調查結果

本行 2017 年度客戶滿意度問卷調查，總計有 6,959 位臨櫃客戶回覆問卷，有效問卷達 100%，調查結果顯示，本行以「服務態度及專業能力」之滿意度 98.61% 為最高，整體服務滿意度達 97.59% 次之，金融商品滿意度為 94.31%，數位金融服務滿意度 86.02% 居末，顯見本行在數位金融服務仍有改進空間。



三、展望未來

本行將持續精進專業服務，提升服務品質及優化作業流程，以顧客體驗為核心，提供安全、穩定、快速的金融服務，希望藉由令顧客滿意的服務，贏得顧客的信任與肯定。



交易安全

GRI：418-1

一、個人資料保護

(一) 個人資料保護政策

為落實個人資料檔案之安全維護與管理，本行配合「個人資料保護法」及「金融監督管理委員會指定非公務機關個人資料檔案安全維護辦法」之修正，訂有「彰化銀行個人資料管理規範」、「彰化銀行個人資料檔案安全維護計畫」，秉持尊重顧客權益，發揮善良管理人之注意義務，貫徹對個人資料之保護，以保障顧客個人資料之安全。

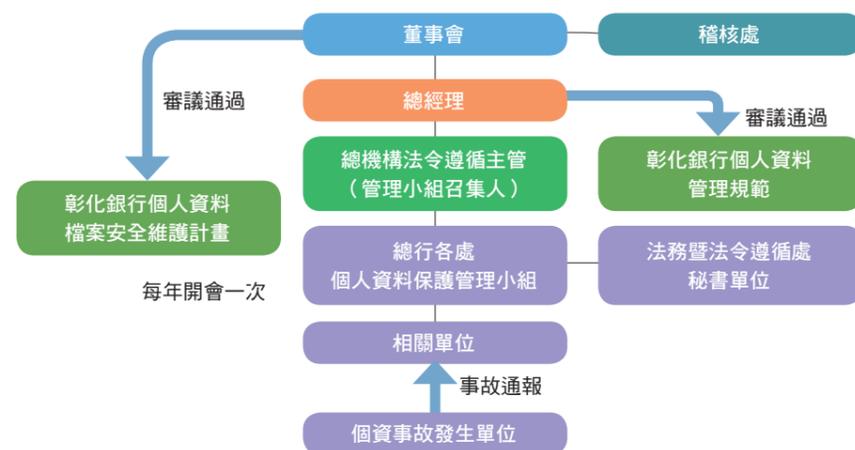
(二) 專案查核

本行業已依規於 2017 年 9 月 22 日將會計師就 2016 年度個人資料保護機制專案查核之查核結果及確信報告提報第 25 屆第 4 次董事會，並於 2017 年 9 月 29 日報送金管會備查。

(三) 教育訓練

舉辦 2017 年個人資料管理制度宣導與注意事項數位課程，共計 5,892 人次參加。

(四) 個人資料保護執行情序



本行個人資料保護執行情序圖

(五) 運作情形

為與國際標準接軌，本行持續推動 BS10012 個人資訊管理制度 (PIMS)，以提升資訊安全，保護客戶資料。

二、資訊安全機制

(一) 資訊安全政策

為強化資訊安全管理，確保資訊的機密性、完整性、可用性，維持資訊設備（包括電腦軟、硬體及週邊設施）與網路系統之可靠性，及加強本行員工對資訊安全之認知，避免上述資源受任何因素之干擾、破壞、入侵或任何不利之行為與企圖，訂定本行資訊安全政策。

(二) 資訊安全管理架構

為有效推行資訊安全內部控制，本行採行三道防線之管理架構：第一道防線由全行各單位、資訊處負責執行資訊安全作業，第二道防線由風險管理處負責監控管理資訊安全政策之執行情形及其衍生之資安風險，第三道防線為稽核處檢查作業。



資訊安全內部控制管理架構

(三) 運作情形

為與國際標準接軌，本行導入資訊安全管理制度 ISO27001：2013 並持續辦理複審認證；每年持續以 PDCA 管理循環（計畫－執行－檢查－改善）推動資訊安全管理制度，納入新技術、新產品及業務流程變更可能會產生新的資訊安全議題，並應用於資訊安全控管程序及作業面，以確保資訊符合可用性、完整性及機密性的要求，使本行資訊系統風險控管更臻於完善。



資訊安全 PDCA 管理循環

三、執行成效

本行於 2017 年度無發生侵犯隱私權或損害客戶資料之申訴事件。



綠色金融

一、綠色金融商品

綠色能源設備

- 太陽光電設備設置貸款
- 與桃園市政府合作推展綠能產業專案貸款
- 機器設備升級貸款
- 民營事業污染防治設備低利貸款
- 購置綠能機車貸款

普惠金融

- 電子化繳費稅處理平臺
- NCCNET 信用卡小額支付平臺
- QR Code 消費扣款收單服務

綠色保險商品

- Usage-Based Insurance 駕駛行為計費保險保單
- 健康管理保單

二、執行成果

本行統籌主辦太陽能電池製造廠茂迪股份有限公司 48 億元聯貸案及元晶太陽能科技股份有限公司 12.5 億元聯貸案，積極配合政府推行國內太陽能內需政策，及促進產業發展。



挑戰與因應－因應 BANK3.0 之社群媒體發展

數位 3.0 的商業模式，強調數位能力是銀行的核心競爭能力，並以網路行銷作為主要行銷策略，在社群網站線上與顧客即時互動，以客戶需求為導向，而分行則轉化為支援性功能。《Digital Bank》書中就強調，社群媒體與技術改變的不僅是引入新的通路技術，更是建立新的業務模式和經營理念，貫穿銀行的整個價值鏈。

本行 2017 年度社群媒體發展，重點如下：

- 透過本行社群網站 Facebook【彰化銀行 柴寶旺旺來】粉絲團強化社群行銷動能並提升本行社群凝聚力。2017 年舉辦「分行美食獵人」、「第一屆彰銀形象大使選拔」等大型活動，除創造網路聲量，塑造本行清新活潑之品牌形象外，FB 粉絲人數於票選期間增加 10,105 人，至 2017 年底正式突破 7 萬人，有效提升社群關注度。
- 本行為多角化經營社群，2017 年正式開立本行 YouTube 頻道、Instagram 帳號，並陸續製作「彰銀微信支付 值得您託付」2D 短片、「彰銀報哩哉—五分埔分行歡慶五週年」、「彰銀摘星計劃—頒獎典禮看這裡」等活動回顧影片，採取通訊社群平臺、社交社群平臺和傳統通路三管齊下的行銷策略。



- 本行 2017 年於行動網銀推出【閱讀生活－彰銀行動網雜誌任你讀】服務，提供臺灣地區財經時事類、商業企管類、電腦 / 語言學習類、美食旅遊類、生活休閒類及經典品味六大類當期雜誌內容，共 65 種期刊，並聚合 15 大媒體之財經類即時新聞。藉由強化附加價值，提升個人行動網銀使用率。截至 2017 年底止，不重複使用人數總計達 15,302 人。
- 本行近期將成立 LINE 官方帳號，規劃於業務連結（Business Connect）建置線上貸款、信用卡申辦、智能客服、好康優惠、行動網銀及匯率查詢六大功能，積極開拓授信、存匯、信用卡等客戶，增加營收來源並強化本行社群媒體品牌行銷動能，提升本行金融商品行銷綜效。

