



關於本報告書

關鍵指標與肯定

經營者的話

關於環球晶圓

1 永續管理

2 治理與營運

3 創新與服務

3.1 創新管理

3.2 產品品質

3.3 客戶服務

3.4 永續供應鏈與管理

4 永續環境

5 人才發展與社會共融

6 職業健康與安全

附錄

3.3 客戶服務

環球晶圓視客戶為最珍貴的資產與成長夥伴。我們不僅專注於提升營運績效、強化核心價值、追求先進技術與穩定品質，更致力於提供全方位客戶服務，建立長期穩固的合作關係，攜手共創繁榮，實現永續經營與社會經濟價值。本公司於「誠信經營作業程序及行為指南」第十四條訂有防範產品或服務損害利害關係人之權益、健康、安全，以及確保產品合規之相關規範。此外，行銷單位制定「客戶訴願管理流程」，與客戶間保持良好之溝通管道，並對產品與服務提供透明且有效之客訴處理程序。

客戶滿意度及申訴機制

客戶的信任與支持，是環球晶圓成為全球前三大晶圓廠的重要關鍵。因此，我們將客戶服務視為核心任務，每年透過問卷調查與電話訪問，針對營收前 20 大客戶及潛在重點客戶進行客戶滿意度調查，深入傾聽需求，找出改善方向，持續提升服務品質。

滿意度調查涵蓋整體印象、業務服務、產品品質及新產品開發。根據客戶回饋，業務團隊與內部團隊攜手擬訂改善計畫，並與客戶密切討論，以確保每項回應皆能轉化為具體行動，達成卓越服務與客戶滿意的最高標準。

2024 年，在環球晶圓各團隊的共同努力下，客戶滿意度調查回收率達 100%。在「產品品質」與「新產品開發」兩大評比中，整體表現均高於公司所設定的目標，表示環球晶圓仍獲得絕大多數客戶的高度認可。

未來，環球晶圓將持續精進，不斷提升客戶滿意度，致力成為客戶在科技創新旅程中最值得信賴的夥伴。

環球晶圓並建立一套系統化的客戶召回管理機制，用來處理因產品缺陷、服務問題或其他原因導致需要召回產品的情況。這套機制的目標是快速、有效地解決問題，主動通知客人以降低對客戶的影響，同時維護品牌信譽和法規合規性。環球晶圓於 2024 年無任何終端客戶產品召回案件。

客戶回饋是企業與客戶之間的重要橋樑，有助於了解客戶需求、改善產品與服務，並提升客戶滿意度與忠誠度。與客戶間的溝通應該快速、清晰、具體、易於執行，並根據不同客戶的習慣選擇合適的管道。有效的回饋管理機制更是可以幫助企業快速調整策略，提升競爭力。

客戶回饋的收集方式有定期的客戶會議、不定期的客戶拜訪、客戶定期給予的評核結果與年度的客戶滿意度調查。所有回饋的資料統一於每月的管理審查會議中呈報，並於會議中提出積極之改善行動，以期與客戶同步成長，維持良好的合作關係。

