

目錄

董事長的話

關於國泰金控

01 永續治理與策略

02 永續金融

03 氣候

04 健康

05 培力

06 永續營運管理

07 附錄

6.6.3 優化服務體驗，滿足客戶需求

• 以 NPS 檢視服務節點，有效提升服務體驗

國泰自 2016 年起導入淨推薦值 (NPS)，檢視客戶服務歷程，於重要接觸點即時掌握客戶反饋，經質量分析與跨部門溝通協作，持續精進客戶服務體驗。

	NPS 架構佈建	2021 重點突破
國泰人壽	依線上及線下的客戶體驗旅程設立共 15 個服務節點，並藉由自動化監控儀表板及客戶回應管理後台，定期檢視 NPS 變化及擬定優化客戶體驗策略，於每季服務品質會議追蹤跨部室合作成效，提升服務品質。	增加數位體驗與業務員的熟識度是提升 NPS 的重點，兩者相輔相成，將是公司全通路體驗無斷點的重點；而 rNPS 自 2020 年 16.6 成長到 2021 年的 21.1，顯示整體服務表現獲得客戶的支持與推薦。2021 年底委託外部專業顧問，持續更新客戶體驗地圖，藉此優化節點佈建，解析 NPS 體驗關鍵要素，以再提升整體 NPS 分數。
國泰世華銀行	客服中心針對每日來電客戶進行 tNPS 調查，並對問卷回饋、來電原因及往來產品進行相關性分析，探索客戶體驗缺口，每月呈報相關單位，積極建構更貼近客戶需求的服務策略。此外，設有「數位平台 NPS 客戶意見蒐集機制」，透過 NPS 佈局，搭配客戶訪談或易用性測試，協助平台體驗設計更貼近用戶需求與期待。	客服中心 tNPS 2021 年度為 62.4，相較 2020 年度 61.4，提升 1.0，整體服務獲得客戶支持與推薦。網銀 APP 在 2021 年度的 rNPS 為 40，較 2020 年提升 2 分；批評者的佔比也由 2020 年的 15.5%，下降至 2021 年的 14.7%，此結果顯示數位平台的服務優化受到客戶的肯定與推薦。與國內競品相比，國泰客戶對網銀 App 的推薦程度也持續位居榜首。
國泰產險	佈建線上、線下共 27 個節點，除每日透過 NPS 意見管理後台及視覺化報表即時掌握客戶聲音外，更透過每季定期會議與跨部門溝通合作，嘗試還原各節點客戶體驗原貌，找出核心問題及可能的方案，持續優化客戶服務體驗。	2021 年數位通路新增 2 項節點，分數維持穩定；實體通路於個人險理賠結案及營業櫃台分數維持穩定、客服進線分數上升 6 分，tNPS 分數穩定；另 rNPS 得分有所提升，充分體現客戶對國泰產險整體服務的支持與推薦。
國泰綜合證券	藉由盤點客戶服務歷程，建置 6 個 NPS 服務節點施測，客戶完成服務體驗後隔日即發送 NPS 問卷，針對客戶於 NPS 問卷上反應之建議，由客服人員主動外撥，實際了解每位客戶在每個服務節點的使用狀況，並透過跨部門溝通合作，持續優化客戶服務體驗。	2021 年 tNPS 新增 2 服務節點（股票匯出與證券銷戶），線上（8 個節點）與線下（4 個節點）並進，完成建置 T+1 智能語音交割款通知，透過與客戶持續互動回饋，各項節點滿意度持續穩健上升。
國泰投信	透過滿意度結合 NPS 調查活動，蒐集客戶對公司品牌、產品及服務各面向建議或意見，並由調查結果進行有效反饋，提供客戶不斷精進的服務體驗。	2021 年 NPS 滿意度調查 62 分，較 2020 年成長 16% 以上，顯示客戶對國泰投信在產品與服務上的努力，有高度認同與肯定。

• 智能客服阿發再升級，創造人機合作穩健服務

國泰金控數位數據暨科技發展中心協同各子公司，結合業務流程、真人客服與用戶真實對話經驗，以「智能雙腦」打造新一代智能客服「阿發」—除了透過「FAQ 大腦」回答用戶常見的疑難雜症，也藉由「NLU 大腦」處理較為複雜、語意不清的問題。2020 年「阿發」的應用場景從國泰世華銀行、國泰人壽拓展至國泰產險、國泰證券與國泰投信，也讓國泰金控成為全台首家提供集團全場景智能客服的金融機構。

新一代「阿發」於國泰產險、國泰證券與國泰投信通路上線後，佔總客服比例持續攀升，其中證券高達 9 成，產險、投信皆達到 5 成，用戶滿意度高達 4.8 顆星（滿分 5 顆星）；此外，「阿發」在國泰世華銀行與國泰人壽數位通路的單月平均進線人次也已突破 100 萬人次，進線量佔總客服比例超過 6 成以上。未來國泰會規劃更多元的應用面向，讓全集團用戶都能享受更個人化的主動式服務，也讓「阿發」從智能客服逐步邁向全方位智能助理。

• 智能客服中心讓客戶體驗再升級 台灣唯一獲國際肯定

國泰人壽致力打造全新「智能客服中心」，於 2020 年即推出「智能語音服務」，2021 年更推出「智能工作台」，加速客戶問題解決時間。當保戶於電話線上時，「智能工作台」主動顯示客戶個人資訊和其過去與公司互動軌跡，讓客服人員預先掌握客戶樣態，快速擬定解決方案；更透過大數據資料分析，預測客戶來電問題，主動帶出回應內容，提升整體客戶服務效率，提供更流暢的客戶體驗。此外，我們也重視新客戶經營，於「智能客服中心」導入「外撥機器人」服務，當客戶進行投保時，針對新投保客戶主動外撥，關心服務狀況，並提供後續解決問題的管道，讓客戶輕鬆管理自己的保單。

國泰人壽連續 5 年榮獲由 The Stevie Awards 主辦的「美國史蒂夫銷售及客戶服務大獎 (The Stevie Awards For Sales & Customer Service)」，過去除獲得「最佳客服中心」、「客戶服務部門」與「創新客戶服務獎」、「最佳科技應用」等殊榮，此次更獲得「傑出客戶服務培訓」國際認可，成為近兩年臺灣唯一獲獎金融業。