

消費者暨客戶權益保護政策執行情形

本公司主要交易型態為 B to B (企業經營者對企業經營者)，非直接面對最終消費者，為善盡對客戶的權益保障，並建立重視消費者保護之企業文化，本公司嚴格遵循 ISO 9001 品質管理系統及相關國際準則與法規，致力於提供安全、合規且透明的產品與服務。為保障消費者權益，特制定以下政策與申訴機制，以強化客戶關係管理並確保服務品質，並保護消費者。

一、顧客健康與安全

本公司所有產品皆依據國際標準及銷售市場相關法規設計、生產與檢驗，確保產品安全與品質。依循 ROHS 生效原則，就產品不得含有鉛、鎘、汞、六價鉻、多溴聯苯及多溴二苯醚等六項有害物質，本公司積極推動綠色生產及採購，實現於製程，且已經配合主要客戶提出符合無有害物質之產品。

二、商品行銷與標示要求

本公司產品遵循法令、主管機關規範及客戶要求，且產品包裝亦符合相關標示規範，以善盡製造業者責任。行銷活動及產品標示皆遵循誠信原則，不誤導、不隱瞞，確保資訊公開透明。所有宣傳資料、包裝及標示均符合國際及地方法規要求，保障消費者知情權。

三、申訴保障與管道

為保障消費者或客戶權益，本公司建立多元申訴管道及完善的申訴程序以公平、合理有效的方式處理顧客或客戶申訴之案件：

(1) 多元申訴管道包括：原專責服務窗口、客服專線、客戶溝通 / 客訴信箱 (sales@zcom.com.tw)、客戶溝通網址(www.zcom.com.tw)及書面申訴(郵寄公司登記地址)。

(2) 申訴程序：

受理：客戶透過上述管道提出申訴。

處理：相關部門於 30 個工作日內進行調查並回覆申訴人處理方式。

回覆：將處理結果回覆申訴人。

追蹤：定期追蹤改善進度，並將處理結果納入內部檢討。

(3) 如申訴人不接受本公司處理結果或本公司逾期末處理且經申訴人通知後 30 日內仍置之不理，申訴人仍得循各法律管道進行救濟。

四、持續溝通與改善

本公司定期進行顧客滿意度調查，作為服務品質與產品改善依據。

114 年度具體實施如下：

一、客戶關係與溝通

1. 溝通機制：本公司透過不定期的會議、拜訪，與客戶建立穩固的合作夥伴關係。以及每季的績效檢討與稽核，旨在使雙方在短期、中期與長期永續發展目標上，達成一致並產生合作綜效。
2. 專責服務：本公司設置專責服務窗口提供資訊以滿足下游客戶、終端客戶或公部門之要求。同時配合客戶的永續發展計畫，執行必要的活動、調查、確認、相關資料收集及稽核。

二、客戶滿意度與意見回饋

1. 滿意度調查：本公司設有「客戶滿意度調查作業程序」，鼓勵客戶透過意見反饋或與同業比較，提供對本公司產品及服務之滿意度評估。
2. 回饋處理：對於客戶的具體回覆，本公司將進行追蹤與回覆，並由相關權責部門進行改善。同時我們將分析彙整相關數據，提交高階經營者，作為中長期營運計畫參考依據。
3. 2025 年客戶滿意度調查結果：共完成 5 份，平均分數 92 分。

三、客戶抱怨與申訴

1. 客訴處理：除透過專責服務窗口及「客戶溝通網址」進行溝通外，本公司亦訂有「客戶抱怨管理程序」，要求相關部門在接獲客訴後，儘速分析原因並回覆客戶。
2. 申訴管道：本公司重視客戶意見，由業務與行銷管理部門負責客戶服務、意見接收與改善。另建置「客戶溝通 / 客訴信箱」，確保客戶能透過電子郵件反應意見或進行申訴。

客戶溝通網址：www.zcom.com.tw

客訴專線：(03) 577-7364#230

客戶溝通 / 客訴信箱：sales@zcom.com.tw