

# 客戶承諾

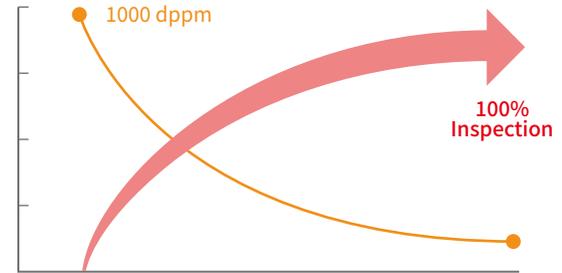
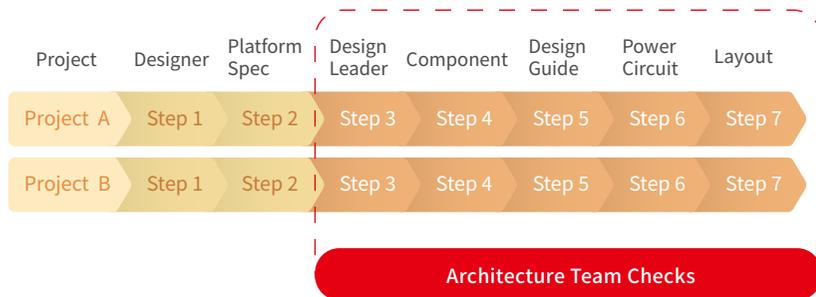
## IPC 創新與品質的標竿 Reliable Quality Remarkable Innovation

DFI 重視創新、強調品質，致力將此兩元素置於標竿水平之上，期許透過產品與服務，將創新與品質傳達給顧客，讓客戶從中獲得價值。



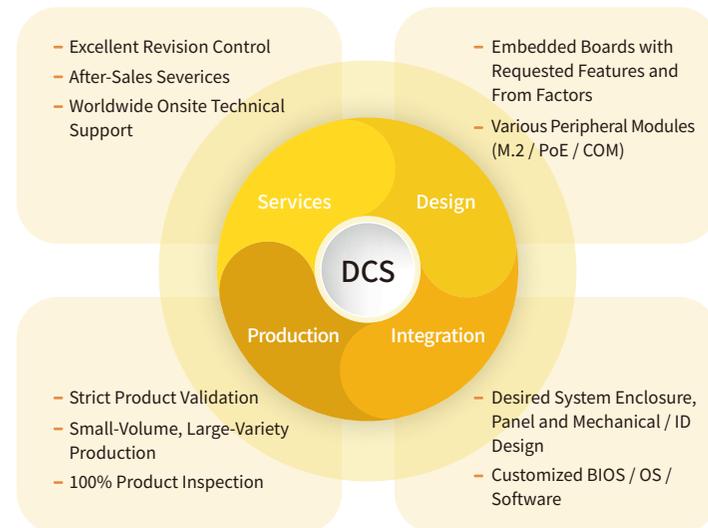
### 嚴格的產品測試，確保產品的完善與可靠性

友通的產品在開發過程中經過多次嚴苛的測試，以確保可靠度和耐久性。這些測試包括在設計階段對所有高速信號的綜合測試以及針對極端溫度、衝擊和振動等嚴格的耐久性測試，確保友通的產品即使在惡劣環境下也能夠穩定運作。



### 從設計到生產，100% 品質管理

友通實施全面品質管理（TQM），從設計到生產端，持續改善品質，達成並超越客戶期待。



**設計階段：**專責團隊負責測試與檢驗電路、機構和零組件，確保每個專案的設計和品質都具備一致的高品質。

**生產階段：**所有產品出貨前，須通過完整產品內部檢驗，大幅降低返修率與客戶額外的維修成本和時間。

### 經國際認證的製造中心與認證標準

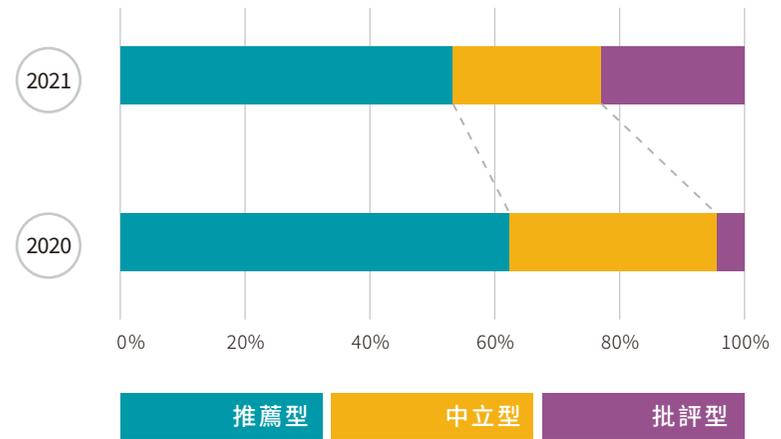
長年耕耘嵌入式領域，生產高品質產品一直是友通極為重視的核心理念。友通堅持產品必須符合監管標準和國際認證，以充分滿足客戶的需求。

Factory			Product			
ISO 9001	IPC J-STD-001*	TS16949				
ISO 14001	IPC-A-610*	ESD S20.20 2007				
ISO 13485	CCC China	(Suzhou Factory)				
IECQ QC 080000	Sony Green Partner					
OHSAS 18001						

### 2021 滿意程度調查概況



## NPS 2020 & 2021 淨推薦分數評分 近二年推薦客戶成長評比



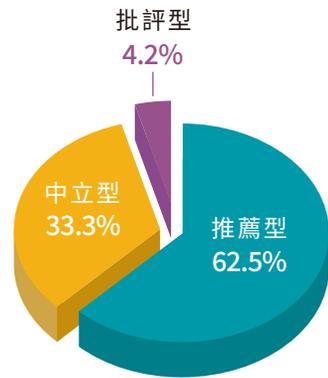
將 2021 年 NPS 調查與前一年對比，除了 CN 區均為推薦型客戶，其餘區域批評型客戶問卷回收數均提高

- 0-6 分 > (批評者) 佔了整體問卷 **22.6%** (2020 : 4.17%)
- 7-8 分 > (中立者) 佔了整體問卷 **24.2%** (2020 : 33.33%)
- 9-10 分 > (推薦者) 佔了整體問卷 **53.2%** (2020 : 62.5%)

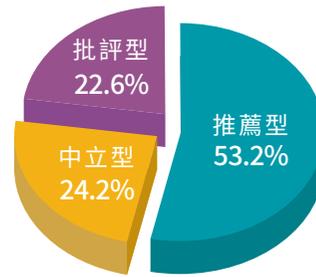
**NPS=(推薦者 - 批評者) \* 100= 30.6 分 (2020: 58.3 分)**

近二年推薦客戶成長評比

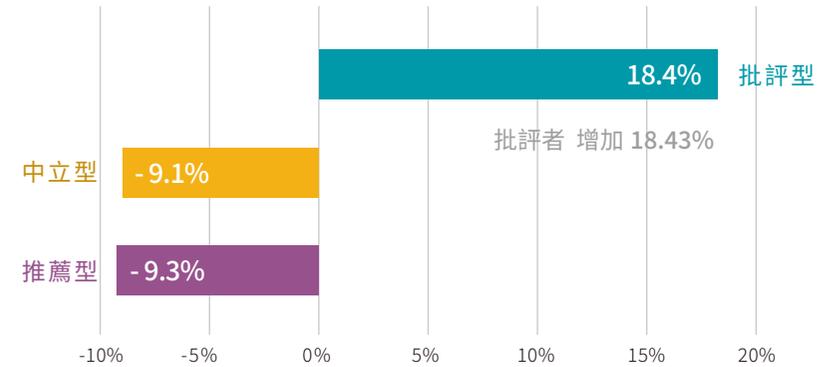
**NPS**  
2020 & 2021  
淨推薦分數評分



2020 客戶分佈類型



2021 客戶分佈類型



2021 各類型客戶增減變化

將 2021 年 NPS 調查與前一年對比，除了所有 CN 區客戶均為推薦型，其餘區域批評型客戶問卷回收數均提高：

- 0-6 分 > ( 批評者 ) 佔了整體問卷 22.6% (2020 : 4.17%)
  - 7-8 分 > ( 中立者 ) 佔了整體問卷 24.2% (2020 : 33.33%)
  - 9-10 分 > ( 推薦者 ) 佔了整體問卷 53.2% (2020 : 62.5%)
- NPS=( 推薦者 - 批評者 ) \*100= 30.6 分 (2020: 58.3 分)

整體而言，2021 年批評型客戶增加幅度比去年多出近 18%，細看各區 0~6 分的客戶問卷建議推測主因應為缺料問題未見改善，連帶客戶滿意度下降 ( 以下摘錄部分區域客戶針對缺料問題的回饋 )：

- EU 區：一再發生交貨延遲問題，延遲 6-7 次讓人無法接受
- AP 區：無預警缺料導致交期遙遙無期
- JP 區：能理解缺貨狀況不可避免，但 DFI 卻未提出任何改進方案
- CN 區：建議透明化產品生產的狀況
- AE 區：因為延期訂單迫使我的顧客要在其他地方買劣質產品

## 客戶滿意度調查

1. 為了解各層級客戶對本公司所提供的產品、服務之滿意程度，以加強改善而符合顧客需求和提昇顧客滿意度。
2. 實施頻率原則：每年一次，調查時間原則上為每年 12 月。
3. 改善矯正措施：針對客戶反應之【不滿意】之回饋事項，滿意度調查綜合分析表統計之總和 10% 以上，客戶滿意度調查缺失矯正報告，業務單位並可分析客戶滿意及需求趨勢，於公司管理審查會議中提出，檢討是否符合公司的品質政策，並可提出討論。

## 客戶關係管理 ( 客戶滿意度、客戶信息保護 )

1. 2021 KPI：無客戶資料洩露、失竊或遺失客戶資料的事件。
2. 無發現上列事項，持續與集團針對全球個資法的修正追蹤並作需應對之準備。
3. 達成率：100%

## 客戶智慧財產管理 - 客戶財產之識別及查證

### 客戶硬體財產

1. 列表管理，填寫『個別客戶財產管理表』及『全部客戶財產管理總表』。
2. 對於屬生產用料之材料提供則依『客戶供應品管制作業程序』予以控管。
3. 對於客戶硬體財產，依客戶財產編碼原則“客戶簡稱 -Project 簡稱 -XXX”以此編列控管。

### 客戶軟體財產

1. 客戶提供之文件或檔案資料轉予工程或研發部門作鑑別與測試使用，並於放行時由文管中心 DCC 部門予以分發並紀錄管制。
2. 其他：專利權、著作權、商標權、電路布局權、營業秘密...等無形智慧資產。

## 客戶智慧財產管理 - 客戶財產之移轉及保護



- 當此硬體或軟體財產有損壞或不適用等情事時，則由以上二單位管理。
- 對於客戶提供之財產，除非經客戶同意，否則不得擅自提供給其他客戶參考或外流。如有需要提供給供應商，需要求供應商簽署 NDA(Non-Disclosure Agreement)，並於管理不編列存檔。
- 對於客戶供應品本公司列為機密，員工恪守自己守密義務，不得洩漏。