

三、金融友善

普惠金融管理方針



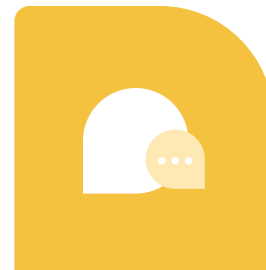
衝擊說明

實際

正面

經濟 & 人權

落實公平待客、妥善處理顧客客訴事項、普惠金融關懷、發展數位服務等，皆能夠為客戶帶來更高的服務滿意度，也形成善的正循環，呼應本公司的永續願景「CARE, world will be better!」。



行動

- 公平待客／金融友善服務教育訓練
- 客戶關懷方案
- 多元產品與服務之提供
- NPS 服務導入

政策與承諾



- 「公平待客原則」
- 「客訴處理準則」

目標



- 受理客戶客訴案件處理時程
- 客戶滿意度

評估機制



- 客戶申訴案件數減量
- 業務部門或員工績效考核，將根據客戶（訴）服務紀錄進行落實成果薪酬連結。

期望能從「心」滿足客戶的需求，是國泰投信作為以顧客為本的金融服務之最高指引。因此我們針對不同屬性客戶族群提供適合之服務、商品規劃，以及針對退休及高齡相關議題，我們啟動了高齡者之投資相關保護機制，並且提供多元管道服務之方式，如網站建置、相關應用其他金融科技等。並定期對員工舉辦金融友善教育訓練及對大眾提供理財教育或有關投資主題公益宣導。

公平待客與顧客體驗

公平待客組織與政策

為推動加強國泰投信公平待客企業文化，且確保與客戶往來業務中顧及客戶利益，從而鞏固客戶對本公司的信心及信任，國泰投信循集團對服務品質重視日益提升，於 2014 年成立「服務品質小組」，由總經理擔任小組召集人，接軌落實集團各項服務策略，2016 年訂定「公平待客原則」，由業務總處副總負責推動及督導、客戶服務部擔任專責部門，負起公司「公平待客原則」監督執行責任，將公平待客原則納入企業文化及整個工作團隊，同時納入公司內部控制及稽核制度，每年定期進行檢視與檢討，並向董事會報告執行成效，此年度無任何因服務客戶產生的歧視事件。

針對公平待客、消費者保護議題，本公司全員每年參與三小時以上教育訓練，2024 年課程 - 公平待客原則及金融防詐騙年度線上訓練，課程內容包含金融友善及身心障礙者權利公約（CRPD）等弱勢族群權益保障等，董事、負責人、高階經理人及員工全員完訓率 100% 且根據「公平待客原則」一酬金與業績衡平原則，業務部門或員工績效考核，將根據客戶（訴）服務紀錄進行落實成果薪酬連結。

國泰投信金融消費者保護大哉問？！

Q：刊登、播放廣告及進行業務招攬或營業促銷活動時，都有機制確保廣告內容之真實嗎，還是都誇大其辭？

根據中華民國證券投資信託暨顧問商業同業公會「會員及其銷售機構從事廣告及營業活動行為規範」—廣告招攬真實原則，公司所有廣告皆須經過主辦部門主管及法令遵循部、法務暨法令遵循處審核，確認該等資料內容無不當、不實陳述、誤導金融消費者、違反相關法令及主管機關所規定之管理辦法後，並向公會申報後，才能對外發佈，才會使用喔。

Q：簽署金融商品或服務合約前，有關該契約之重要內容，是否有機制確認可以讓客戶（包含年輕及高齡所有族群）充分瞭解之方式加以說明，並揭露其風險？

我們嚴謹的透過三面向基金銷售適合度評估包括：充分瞭解商品（KYP）、充分瞭解金融消費者（KYC）及 KYP 與 KYC 之適合度，以便客戶充分了解各式風險！

Q：對於高齡者商品購買，是否有提出相關的投資保護機制？

- 高齡客戶辦理開戶作業需填寫「受益人投資屬性評估調查表」，並依據高齡客戶評估項目，分為高齡客戶、弱勢高齡客戶。"六十五歲以上高齡客戶辦理開戶作業時，透過申請書件內容，讓高齡客戶知悉可能產生之風險。"
- 本公司每年就基金產品進行高齡金融消費者風險定期評估，並將金融商品風險等級評估結果通知相關部門，高齡客戶新增單筆或定期定額申購基金時，交易前會依客戶投資風險承受度與基金投資風險等級以系統配適控管，若客戶申購基金之投資風險等級為高風險（即 RR5），業務人員將於隔月回訪客戶以確認客戶交易有無異常情況。新產品則是於募集前進行高齡客戶之金融商品風險等級評估，並就評估結果新增控管。
- 對於高齡客戶—不二要原則：
 - 「不」主動推介高風險商品
 - 「要」進行高風險商品交易關懷提問
 - 「要」進行交易後回訪
- 建立高齡客戶交易監控態樣，包括鉅額資金或資產移轉、投資組合集中高風險商品、突然提高風險等級後購買高風險商品，定期執行交易監控措施，權責部門應辨識異常交易。

Q：對於提供之金融商品與服務，訂有定期檢視機制，以確保商品或服務之提供，對客戶係公平、合理，並降低客戶之申訴？

期望能從「心」滿足客戶的需求為我們的最高準則，但我們仍致力於降低客戶的申訴機率。因此根據國泰投信「客訴處理準則」，本公司定期於公司服務品質小組會議討論相關客訴問題及處理流程，以維護整體服務品質與效率，進而降低申訴問題發生。

Q：針對不同國籍的客戶，是否提供雙語或多國語言之服務？

於網站上我們建置中英文網頁提供客戶使用；客戶服務專線我們則提供中文／台語雙聲道，以供客戶來電詢問。

Q：對於客戶從事金融商品或服務之消費，是否已提供降低客戶端申辦作業時間與費用成本之相關措施？

我們建立多元且便捷的客服管道，包含電話、網路等方式，即時解決投資人的相關投資問題，或利用官網智能客服阿發，即時查找資訊，提供 IPO 申購服務等創意功能。免去客戶臨櫃所花費的時間及交通成本。

國泰投信定期每季召開由總經理、業務團隊、行銷團隊、客服團隊及後勤團隊主管們所組成之服務品質小組會議，針對近期推出之服務、產品及客戶意見，經過數據分析進行檢討，並提供公司產品研發、網站優化及服務精進參考。

Q：是否定期了解客戶之屬性與需求，並調整相關金融商品或服務之設計、行銷、通路及爭議處理？

根據國泰投信「公平待客原則」—商品或服務適合度原則，我們建立完善的瞭解金融消費者（KYC）制度，且為更全面提升客戶服務品質及客戶滿意度，國泰投信定期每季召開由總經理、業務團隊、行銷團隊、客服團隊及後勤團隊主管們所組成之服務品質小組會議，針對近期推出之服務、產品及客戶意見，經過數據分析進行檢討，並提供公司產品研發、產品會議、網站優化及服務精進參考。

多元服務與產品

台灣正面臨通貨膨脹、薪水凍漲、痛苦指數飆高的年代，投資人迫切的理財需求我們都聽到了。國泰投信致力成為跨世代的「財富推手，幸福御守」，因此多年來我們針對各個族群推出各種產品及服務，為投資人創造被動收入，享有財務自由，滿足各族群的各項需求。

投資懶人最佳幫手 「泰好投」服務



「泰好投」是國泰投信提供的自動化投資顧問服務，依據使用者設定的投資目的及風險承受度，透過電腦程式的演算法，提供自動化的投資組合建議，讓無暇兼顧工作與投資理財的上班族也能夠擁有「放置投資」的悠閒投資方式，逐步推疊屬於自己的財富神山。



積極型投資者最佳利器 「Easy 扣」、「加碼鑽」計畫



國泰投信推出的「Easy 扣計畫」則是將台灣貨幣市場型基金導入「定期買回」及「定期定額投資」的扣款機制，就是「先申購較穩健的債券型基金和貨幣型基金」當作母基金，每月透過自動轉換機制，定期定額從母基金扣款，轉投資到較積極的子基金，用以提升資金運用效率，分批布局有效降低風險，及資產配置最佳化。而「加碼鑽」計畫則根據市場狀況，每逢下跌至一定程度，就自動申購指定基金產品，讓積極型投指者可危機入市抓住財富契機。



退休需求的大眾 「泰享退」退休試算平台



為鼓勵國人及早規劃樂齡人生，國泰投信於 2024 年優化旗下「泰享退退休試算平台」，大幅簡化繁瑣的退休試算流程。使用者只需填寫性別、預計退休年齡、目前年齡、開始工作年齡、月薪與現有資產等基本資訊，系統便會自動帶入相關數據，並納入勞退與勞保計算公式，一站式計算專屬的退休實現率。

此外，平台也提供多檔國泰投信熱門基金與 ETF 的簡介，協助民眾補足退休財務缺口。只要點選感興趣的投資商品，系統便會根據試算結果，建議每月定期定額的投資金額，幫助使用者掌握與退休目標的距離，及早邁向理想的退休生活。



客戶服務與客訴處理

為維護國泰投信客戶服務品質及配合個人資料保護權利行使，與符合金融消費者保護法規範，本公司於 2002 年訂立國泰投信「客訴處理準則」，並有客戶申訴受理專責單位 - 客戶服務部（客戶可透過客服電話 (02) 7713-3000、電子信箱、傳真或親臨公司等方式，真實具名向國泰投信陳述事由），於辦法中規定受理客戶客訴案件至遲 2—4 小時內需轉交單位處理，並且 3 個工作日內完成相關案件處理回覆，若發生金融消費評議案件時，依據金融消費者保護法相關規定辦理。2024 年客訴受理客訴案件總數共 26 件，皆已結案備查，本年度財團法人金融消費評議中心爭議案件為 0 件。

且為確保本公司同仁皆能有正確的處理客訴態度，經常派員參加相關教育訓練課程，且定期於公司服務品質小組會議討論相關客訴問題及處理流程，以維護整體服務品質與效率。本公司客戶服務部於每年第一季將客訴或爭議案，及重大客訴案提出檢討改善計畫呈報董事會。且權責部門將定期檢視客訴處理準則及配合相關意見辦理修訂作業。2024 年並配合辦理金管會為提升投信投顧業對消費爭議處理之效率與品質，再次審視風險導向之申訴處理機制、強化處理消費爭議案件之分工及權責並精進申訴處理流程等事項。

客戶關懷

2024 年客戶關懷方案			
對象	線上開戶未完成客戶 Call-out 關懷	線上開戶完成後申購狀況	書面開戶發送啟用密碼 call-out 關懷
成效	77% 有意願繼續開戶， 關懷客戶數：2,950 位	共 651 位客戶完成開戶：單 筆申購 64 位客戶下單、定期 (不) 定額共 29 人下單	關懷客戶數：1,591 位

國泰投信對高齡投資者，更是採取主動關懷政策，定期（頻率）針對 65 歲以上之高齡顧客，進行交易關懷電訪，透過問卷訪談，加強高齡者的投資保護機制。

高齡客戶回訪關懷				
項目	高齡客戶同一營業日買回超過 90% 以上之庫存部位	高齡客戶異動其 KYC 為積極型後，於兩週申購高風險商品	高齡客戶之基金庫存中，高風險商品之佔比達 70%（含）以上	弱勢高齡申購高風險基金之客戶
頻率	每天	每天	每天	每天
2024 年累積數	2,260 筆	228 筆	2 筆	68 筆

- 
 - 高齡客戶定義：年滿 65 歲
 - 弱勢高齡的定義：年滿 65 歲且（1）學歷在國中以下（2）具身心障礙證明或重大傷病證明

關懷弱勢高齡客戶申購贖回交易

贖回關懷

您好，我是國泰投信○○○，最近您向本公司辦理基金贖回，想跟您照會一下：

- ✓ 這次贖回基金，都是您自己決定的嗎？
- ✓ 是否清楚基金淨值會有波動情況？
- ✓ 關懷客戶：留意詐騙事件！

申購關懷

您好，我是國泰投信○○○，最近您向本公司辦理基金申購，想跟您照會一下：

- ✓ 這次申購基金，都是您自己決定的嗎？
- ✓ 是否清楚基金淨值會有波動情況？
- ✓ 關懷客戶：留意詐騙事件！

失智友善天使認證

失智症是一種疾病而不是正常的老化現象！

台灣已將步入超高齡社會，65 歲以上約每 12 人就有 1 位失智症者！因此「失智症」將成為重要的健康議題。失智症不僅會逐步喪失正常認知、記憶等功能，也會影響思考、語言、情緒，病程更是長達十年以上。失智症未來恐成為台灣人的共同日常，這表示失智症不再是新聞報導或是別人家的事，你和我，都有可能成為失智者或照顧者。

共同打造失智的友善環境 從「心」滿足

國泰投信秉持著從「心」滿足客戶的需求，除了發展永續商品外，也能夠提供最溫度的永續服務。因此在 2024 年主動加入衛生福利部國民健康署所倡導之【失智友善天使認證】，要求業務以及後勤同仁完成訓練認證，期許面對客戶的第一線同仁，成為對失智長者更加友善和體貼的「服務天使」。

公司全力支持！

達成業務部門完訓率 92.3%、
後勤部門完成訓 91.7%

總完訓人數 **95** / 全公司人數



S T E E P

● 詐騙防治宣導

國泰投信盡力發揮企業之永續影響力，對內持續向公司內部利害關係人宣導防詐知識，保護金融消費者之權利。

2024 年國泰投信防詐行動

行動	績效	章節
高齡客戶回訪關懷	2024 年共完成 2,558 筆高齡客戶電話關懷電訪	第三章永續金融／客戶關懷
智能助理阿發推出防詐功能	提供 129 次防詐宣導服務	第五張 策略藍圖 健康／財務健康／專業智能服務／數位智能助理服務—阿發
資安威脅情資蒐集及管理 (ISAC) 及反詐戰警專案	2024 年透過該機制，成功偵測 1310 筆風險資訊（並成功下架 1141 筆風險資訊）	第二章永續經營／4. 資訊安全
防詐講座	共舉辦 2 場 Y 世代基礎財金教育／防詐騙講座、及 25 場責任投資／防詐宣導推廣課程	第五張 策略藍圖 健康／財務健康／金融理財教育／線上線下各類講座
果陀劇場《我在詐騙公司上班》舞台劇	提供員工福利優惠欣賞果陀劇場《我在詐騙公司上班》舞台劇，增加防詐意識 1 場	
資安新聞報	提供防詐知識提醒同仁警覺，共發送 12 篇	

● 優化客戶體驗



國泰投信自 2018 年導入外部機構調查淨推薦值（Net Promoter Score, NPS），檢視客戶服務歷程，於重要接觸點即時掌握客戶反饋，深入了解客戶對於服務與產品的需求和期望，同時透過即時回饋機制解決客戶問題及痛點，滿足客戶線上／線下服務，提高客戶黏著度、滿意度，持續優化客戶服務體驗。2024 年委請外部機構進行調查，發放 25,625 份問卷中共回收 6,852 份有效問卷，填答率達 26.7%，問卷調查結果整體滿意度分數仍舊維持佳績，顯示客戶持續肯定，將繼續努力維護良好互動關係，滿足客戶潛在需求。並且設定 2023 年擴大範疇，將電子交易平台（國泰 e 家人）導入 NPS 以評估並提升數位服務滿意度。2024 年客戶滿意度調查為 89.89 分。

金融科技與創新

承襲集團數位轉型的大力推動，「What if we could」勇於變革的精神，在面對百萬級的基金受益人數的成長下，努力打造各項便利的數位服務，例如 ETF 電子帳單申辦平台、阿發智能助理、電子交易平台、行動應用程式 APP、自動化投資平台等，各項服務皆在同業間具領導地位，並屢屢獲得投資人與機構的各項肯定，持續為客戶創造卓越價值。

金融科技與創新之產品與服務請詳見本報告書 第五章 - 策略藍圖 - 健康 二、財務健康章節 第 107 頁

金融友善關懷

國泰投信在金融友善服務上分別以金融教育、提供各式金融解決方案、提升金融服務品質三大面向深耕，並且遵循主管機關對於高齡者之投資保護機制，協助其掌握財富主導權，守護資產，目標成為客戶財產的最佳守護者、台灣普惠金融標竿企業。國泰投信致力推動普羅大眾的金融教育，避免因為金融知識不足，導致財產的減損，影響生活品質，2024 年共計舉辦超過 70 場講座，參與人次超過 14,000 人，亦自製理財教育影片、PODCAST 共 74 支，累積觀看次數超過 54.78 萬次。泰享退休試算平台全年觸及人次約 18.1 萬人，而大樹下學投資粉絲團人數已超過 4.9 萬名，積極提升大眾金融素養、擴大影響力。

我們致力於提升金融包容性，積極保護資源較不足的金融弱勢族群，避免其資產減損，增強其財務韌性使其成長茁壯。自 2024 年起永續策略藍圖針對防詐、金融弱勢保護設定具體的目標，如對高齡族群申購金融商品，100% 實施售後電訪友善措施之關懷度（聯繫率）、主動去電實施各項識詐防詐及阻詐措施宣導接觸 3 萬人次等目標，以此降低客戶被詐騙風險，防詐教育及宣導，積極守護客戶財產安全，成為客戶資產的最佳守門員。

在社會關懷層面，透過「Fun 幸福社」定期與各社福團體就不同面向議題，舉辦愛心公益活動鼓勵同仁參與志工服務，透過鼓勵公司全員走入社區、將服務觸角深入社會各角落，盼以實際關懷行動創造企業與社會共榮、共享的夥伴關係，以達永續互惠之願景。

金融友善關懷請詳見本報告書 第五章 - 策略藍圖 - 健康 二、財務健康—金融教育章節 第 110 頁