花仙子的消費者服務

第二十二條之一 等級：進階

資料來源：2015年花仙子企業社會責任報告書

*為了加強對客戶的服務，對其所提出之合理需求能快速有效的獲得解決，並採取適當的對策，以提高客戶對公司之滿意度。花仙子公司每年10月會以各通路營業額前四~五名者為調查對象(軍公教通路為全聯社)，以紙本問卷調查的方式，進行滿意度調查。2015年共發出15張問卷，回收15份(皆為有效問卷)。*

**企業概述**

花仙子公司自1983年創立以來，始終以「便利新科技，智慧好生活」為公司不斷努力的方向及理念。多年來花仙子公司堅持此一理念，不斷地研發新產品、精進改良現有商品，以貼心的設計、高品質的原料以及精緻的產品包裝，來滿足消費者生活上的需求，因此贏得了消費者的肯定及信賴，使得花仙子公司年年持續茁壯！花仙子公司深信「產品就是公司最佳的代言人」，消費者的口碑及肯定是最大的收獲；在競爭日益激烈且市場全球化的浪潮之下，將持續深耕經營日用化學消費品市場，並積極朝向在 Air Care 及 Home Care 領域，成為「亞洲華人第一品牌」之目標邁進！

■ 主要產品及服務項目：

花仙子芳香系列、去味大師消臭系列、克潮靈除濕系列、驅塵氏除塵系列、潔霜清潔系列、茶樹莊園洗劑系列、代理康寧餐具系列、好神拖清潔用具系列

**案例描述**

滿意度調查：為了加強對客戶的服務，對其所提出之合理需求能快速有效的獲得解決，並採取適當的對策，以提高客戶對公司之滿意度。花仙子每年10月會以各通路營業額前四~五名者為調查對象(軍公教通路為全聯社)，以紙本問卷調查的方式，進行滿意度調查。2015年共發出15張問卷，回收15份(皆為有效問卷)。

消費者申訴機制：1. 080服務專線：在商品外包裝及網站上都提供專線號碼(共2線)。在上班時間，由專人負責回應；在非上班時間，則採答錄機制，讓消費者可以留言提供他們的需求。2. 官網留言機制：在商品包裝上另提供官網網址，以供消費者及客戶查詢相關訊息，或者留言聯繫。3. 加強e化的消費者服務：更新官網消費者Q&A，讓消費者可以直接上網查詢常見的問題與解答；積極經營驅塵氏臉書，更直接與消費者互動，主動提供分享更多清潔工具訊息，更直接迅速回應消費者可能的問題。4. 2015處理成果：2015年共處理10,237通消費者電話，屬於消費者抱怨為1,072通，佔總來電數約10%，未來期望透過包裝說明、網路Q&A更新及產品改善，可以逐漸降低抱怨

比例。

