

永續議題目標與績效

 重大主題

 達成

 未達成

管理目的	關鍵績效指標	2024 年目標	2024 年績效	狀態	2025 年目標	2029 年目標
 客戶關係管理 管理方針：透過客戶滿意度調查與申訴機制，洞察客戶期待與需求，精準回覆客戶意見，提供客戶優良品質及多元服務方案，攜手創造與客戶雙贏局面 評量機制：藉由客戶滿意度問卷調查及客戶回饋系統，以此訂定並執行改善計畫以提升客戶滿意度						
致力客戶滿意是我們的核心目標與價值，提供專業的服務及優質的產品，滿足客戶多元需求與具市場競爭力的產品	客戶滿意度分數	客戶滿意度分數達 84 分	客戶滿意度為 87.1 分		客戶滿意度分數達 85.2 分	客戶滿意度分數達 85.8 分
	產品零召回	0 產品召回	0 產品召回		0 產品召回	0 產品召回
 永續供應鏈 管理方針：制定永續採購政策，推動供應商環境、社會績效評估與稽核，避免採購衝突礦產以降低營運風險，並提高整體供應鏈韌性，與供應商共同持續成長 評量機制：每年度統計各地採購金額，對供應商進行 CMRT^{註1} 與 SSAQ 調查，依據調查結果展開評核及追蹤缺失改善，以確認各項指標達成度與完成率						
攜手供應商共同打造保護環境、重視社會責任、落實勞工人權、營造健康與安全的永續供應鏈	支持在地供應商與當地採購	全球當地採購達 41%	全球當地採購比例為 41%		全球當地採購達 42%	全球當地採購達 50%
	目標供應商完成無衝突礦產	目標供應商 100% 完成無衝突礦產	100% 完成無衝突礦產		目標供應商 100% 完成無衝突礦產	目標供應商 100% 完成無衝突礦產
	第一階供應商完成 SSAQ 比例	第一階供應商完成 SSAQ 比例達 75%	完成 SSAQ 比例為 76%		第一階供應商完成 SSAQ 達 75%	第一階供應商完成 SSAQ 達 75%

註：

1. CMRT, Conflict Minerals Reporting Template 衝突礦產報告模板