

3.3 行銷標示

3.3.1 產品服務標示規範

重大議題管理：行銷與標示	
對於經濟、環境或人群的影響	▪ 提升企業信譽與品牌價值、降低交易糾紛 ▪ 創造新的產業與就業機會(認證、驗證、校正，和印刷等可能會因此發展創造經濟活絡) ▪ 保障消費者權益
管理政策與承諾	▪ 提升企業信譽與品牌價值、降低交易糾紛
管理單位	▪ 生產研發部
降低影響的實際行動	▪ 積極導入國際標準
2024 年執行成效	▪ 通過衛生福利部食品藥物管理署精準醫療分子檢測 (LDTS) 實驗室認證(共五項)與全國認證基金會 ISO 17025 認證(共二項)
確保行動有效的作法	▪ 定期執行內部稽核與訂立品保計畫，作為品質保證的具體措施

品質承諾與客戶信賴

威健實驗室致力於提供高品質的檢測服務，堅守採用標準原廠提供之試劑。主要原料來源為 Agilent、Pacbio、以及 Illumina 等國際領先生命科學美國大廠，確保所有試劑皆符合高品質要求。為進一步確保檢測方法的高度可信度與服務的精準性，威健公司嚴格依循衛生福利部食品藥物管理署精準醫療分子檢測 (LDTS) 實驗室認證與全國認證基金會 ISO 17025 認證法規要求，執行全面的方法分析確證。這項嚴謹的流程旨在驗證所有檢測方法的穩定性、準確性與再現性。透過這份堅持，我們確保客戶所獲得的每一份檢測結果都值得信賴。

國際認證與專業能力

為確保檢測結果的可靠性，威健實驗室已通過衛生福利部食品藥物管理署精準醫療分子檢測 (LDTS) 實驗室認證(共五項)與全國認證基金會 ISO 17025 認證(共二項)，這不僅是對我們專業能力的肯定，更是我們對客戶品質承諾的具體展現。我們嚴格遵循 ISO/IEC 17025:2017 與 ISO 15189:2012 的規範，建立「檢測結果發放與修改管制作業程序」，確保每一份送達客戶手中的報告都經過嚴

格的品質管控。



持續精進與客戶滿意

威健實驗室將持續精進我們的專業能力，並不斷優化我們的服務流程，以滿足客戶不斷變化的需求。在 2024 年度，本公司所有產品標示皆符合相關法規，無任何違規情事發生。我們深信，透過嚴謹的品質管理、專業的技術能力以及對客戶的承諾，我們能夠為客戶提供更優質、更可靠的檢測服務，並與客戶共同成長。

降低產生環境或社會衝擊

威健公司在提供服務的過程中，所使用的原料若涉及可能對環境或社會產生影響之物質，特別是環保署列管的對環境或人體健康有危害的化學物質(如三氯甲烷、甲醯胺)，我們皆遵循環保署毒性及關注化學物質管理法。除依法進行申請使用核可外，還依照規定定期通報使用狀況，並委請合格毒性有害事業廢棄物清運廠商進行檢測過程中所產生之事業廢棄物，以確保所有過程皆符合國家環保法規要求，並善盡企業的環境保護與社會責任。

同時本公司已將服務報告實施無紙化作業，所有檢測結果及相關數據將透過電子化形式提供。此舉不僅能大幅減少紙張消耗，更能避免產品實體清除所衍生的環境問題。

威健實驗室堅持以品質、專業、信賴的精神，致力於為客戶提供高品質的檢測服務。我們將持續努力，不斷提升我們的專業能力，並以更透明、更便捷的方式，為客戶提供更優質的服務體驗。

3.3.2 產品服務行銷宣傳

廣告行銷內部規範

本公司嚴格遵守廣告行銷內部規範，所有廣告與文宣均需符合以下要求：

- 標示規範：研究性產品或服務相關廣告需明確標示「Research Used Only」字樣，避免誤導消費者。
- 內容準確性：禁止使用誇大或不實的宣傳內容，所有技術數據與效能聲明需有實驗驗證資料。

- 合規性審查：所有行銷材料需經法務與專業團隊審核，確保符合《廣告法》及相關法規要求。

廣告文宣審核流程

行銷宣傳內容的審核流程如下：

- 初審階段：業務部主管負責檢視內容是否符合公司內部規範與法規要求。
- 專業審查：涉及技術數據的內容需經研發部門確認準確性。
- 法務審核：最終由法務團隊核對是否符合廣告法與相關法規。
- 版本控制：通過審核後，建立版本紀錄並統一發布。

2024 年度合規情況

本年度公司嚴格遵守產品行銷相關法規，未發生任何違反《廣告法》或其他法規的事件。所有行銷活動均依據內部審核流程執行，確保內容準確性與消費者權益保護。

3.2.2 客戶關係管理

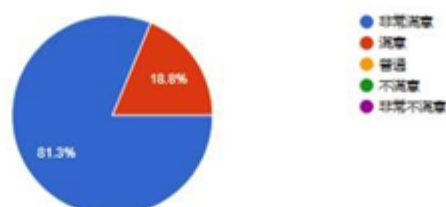
1. 客戶服務

- 客訴處理：
 - 設立顧客管理小組，專責接收、處理及回覆客戶訴怨。
 - 提供多元申訴管道 (到訪、來函、來電免付費電話：0809-072-222 等)。
 - 制定詳細的調查與分析流程，以釐清客訴原因並採取相應措施。
 - 針對客訴結果進行分類，若為實驗室疏失則啟動不符合管制程序，並進行矯正與預防措施。
 - 設有複檢機制，以確保檢驗結果之準確性。
 - 針對客訴案件進行紀錄與追蹤，並定期彙整分析，作為改進參考。
 - 2024 共計 6 件客訴事件(學術單位 1 件、醫事單位 3 件、民間企業 2 件)，在經由威健同仁調查釐清客訴原因並採取相應措施後，皆得到客戶接受且能理解的結果。
- 客戶意見收集：
 - 除上述客訴處理外，實驗室亦重視客戶之回饋，並建立多元管道收集客戶意見之機制。
 - 鼓勵客戶透過各種管道 (如電話、郵件、拜訪等) 反應意見，並即時處理客戶訴怨。
 - 針對收集到的意見 (包含客訴、回饋與滿意度調查等)，進行分析與討論，以了解客戶需求與期望。作為改進檢測服務、提升客戶滿意度之參考依據。
 - 根據 2024 年滿意度調查結果，客戶回饋總體滿意度達 100%滿意 (81.3%非常滿意)。同時 100%受訪客戶相信威健是值得信賴的公司，顯示顧客是可以放心委託威健進行檢測服務。

服務滿意程度問卷

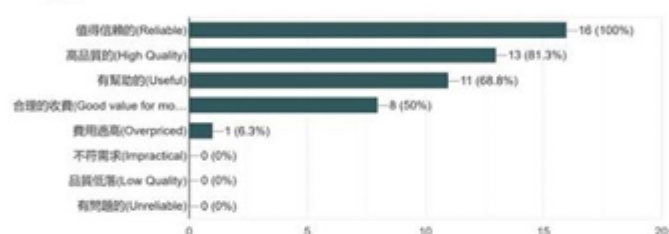
Q7. 整體而言，本次服務是否讓您覺得滿意?

16 則回應



Q8. 您會選擇何種描述來形容威健的服務?(可複選)

16 則回應



- 客戶參訪

- 在對其他顧客資訊保密的前提之下，提供顧客或其代表協助進入實驗室區域，以澄清顧客要求，及見證或參觀測試工作的執行。
- 2024 年參訪記錄共計 2 件(學術單位 1 件、醫事單位 1 件)

2. 管理審查會議

- 定期召開：

- 實驗室每年定期召開管理審查會議，檢討品質管理系統之有效性，並討論各項議題，包含客戶回饋、滿意度調查結果、客訴案件等。

- 討論議題：

- 檢討品質指標之達成率，並訂立新年度之品質指標與品質目標。
- 審查品保計畫之執行情況，並於會中訂立新年度之品保計畫。
- 討論顧客意見調查結果，並作為改進參考。
- 檢討客訴案件之處理情況，並作為改進參考。
- 聽取合作廠商或評鑑單位之回饋，並作為改進參考。

- 決策與行動：

- 。針對討論結果，制定相應之決策與行動方案，以持續提升品質管理系統之有效性，並提升客戶滿意度。

3. 產品品質與客戶關係流程圖

