

客戶體驗



自1933年成立以來，
我們一直秉承著以客為本
的宗旨

自1933年成立以來，我們一直秉承著以客為本的宗旨，致力提供卓越的客戶服務，並在言行當中實踐本行的核心價值，從而獲得客戶信賴及支持。我們的核心價值包括：我們重視不同意見、我們同心事成、我們敢於承擔及我們做得到。

目前，恒生主要以香港客戶為服務對象。我們在營運中結合創新與誠信，旨在為客戶提供優質服務。

客戶滿意度及評價

我們通過焦點小組、問卷調查、淨推薦值、建議表格和熱線電話積極收集意見，以提升我們的產品及服務質素。我們亦透過神秘顧客計劃監察前線員工的服務水準，並與本地市場基準對比，以確立自身優勢並樹立最佳常規。

我們密切監察市場發展，以識別新興趨勢並物色機會，同時確保我們提供的產品及服務能滿足客戶需求。我們的數碼平台支援客戶廣泛的網上交易活動，並提供資料以助他們作出決策。

根據專門評估全港八家主要銀行客戶滿意度的《Banking Industry Monitoring Study》年度調查結果，本行在過去五年一直表現出色。

我們亦榮獲以下獎譽：

- 《亞洲資產管理雜誌》「Best of the Best Awards 2023」之「香港最佳ESG指數供應商」
- 《亞洲資產管理雜誌》「Best of the Best Awards 2023」之「香港最創新指數」
- 《亞洲銀行家》評選之「香港最佳支付銀行」
- 《亞洲銀行家》- Best API Initiative, Frictionless Transaction Awards 2023
- 《亞洲銀行家》之「香港最佳流動銀行服務」大獎
- 香港管理專業協會之「傑出品牌營銷獎」
- 《環球金融雜誌》評選之「香港最安全銀行」
- 香港中小型企業總商會之「中小企業最佳拍檔獎」
- 《亞洲投資人》之「香港年度最佳基金公司」大獎

客戶意見收集機制及投訴處理程序

我們的投訴處理程序旨在確保客戶意見得到一致、獨立及有效的處理。我們的投訴處理團隊致力在七天內向客戶確認收悉意見或投訴，並盡早解決投訴事宜。

客戶體驗

若有關事宜須作進一步調查，團隊致力在30天內作出回覆。所有須採取補救措施的問題將呈交至本行予以解決。所有客戶投訴必須得到公平、一致和及時的處理，務求讓本行服務得到完善。

高層管理人員會定期審閱客戶的建議、讚揚和投訴，並向員工轉達相關意見，以改善客戶服務質素，並鼓勵實踐業內最佳常規。2023年，我們一共接獲11,304宗投訴。截至2023年12月31日，98%的投訴個案已得到解決。

為持續改善本行客戶的服務體驗，我們致力簡化客戶投訴個案的調查程序，並縮短調查和回覆所需的時間。



客戶公平原則

我們根據客戶需求及其對本行產品及服務的了解和風險偏好，提供多元化的個人銀行和理財產品及服務。我們致力秉持因時制宜和因人制宜的原則，以適當的方式為客戶提供合時宜的產品及服務。我們相信，道德及公平的待客方針是支撐業務可持續發展的基石。

我們提供財務狀況檢查服務，以幫助客戶更了解其財務需求。客戶可在客戶經理的協助下，釐清各自的財務目標並評估其財務健康。

我們恪守本行的營商價值，以一視同仁和公平的態度對待同事和客戶。2023年，全體員工均已接受有關本行價值及行為操守原則的強制性培訓。

我們推出名為「發展客戶關係 (Developing Customer Relationships)」的學習課程，旨在裝備我們的前線員工，確保他們具備必要的技能和思維方式，在服務過程中時刻遵守以客為尊的原則。該課程採納「參與、發現、推薦或檢討、行動和服務」的銷售模式，以確保我們公平待客。

本行致力為我們的客戶正確處事。我們在文化聲明中為員工制訂的文化及行為標準足可印證這一點，該聲明每年由董事會和風險委員會檢討及批准。具體而言，本行的行為守則確保我們為客戶提供公平服務，

並且不會破壞金融市場的有序和透明運作。該守則包含一系列關鍵範疇和必要目標，以確保本行所作出的承諾得以兌現。

本行受香港《銀行營運守則》及滙豐集團的《環球原則》及《職能指導手冊》規管。我們的外部通訊及宣傳廣告提供清晰、透明和持平的資訊，並符合香港金管局、證券及期貨事務監察委員會及香港銀行公會的相关要求。

我們的內部資源網站「品牌中心」專門協助員工了解本行的品牌指引，並正確使用品牌標識。市場推廣部亦會提供意見，以確保我們並無違反或侵犯任何第三方的知識產權、專利及相關權益。

2023年，我們並無發現任何違反市場傳播相關法規及自願性準則的個案。

客戶安全

妥善管理室內空氣質素和通風系統，是本行履行其職場健康和安全的責任的重要關鍵。為確保本行辦公室和分行的室內空氣質素達至香港政府環保署頒布的管理指引所規定的「良好」級別，我們定期清洗空氣過濾設備，並量度相關空氣質素水平，以監察及改善室內空氣質素。