

裕隆日產汽車股份有限公司

裕隆日產汽車股份有限公司

追求顧客滿意 創造企業繁榮 貢獻社會福祉

【公司簡介】裕隆日產汽車公司於2003年10月由裕隆汽車分割出來，目前主要股東為裕隆汽車公司以及日產汽車公司，主要業務包含負責NISSAN品牌在台灣除製造之外的汽車全價值鏈活動，並與日產汽車共同發展大陸事業，同時在台灣、大陸與東協區域內，參與日產R&D國際分工。

面對市場開放及國際化的趨勢，裕隆日產汽車持續在日產國際分工體系扮演重要角色，並積極創造符合華人品味的優勢車種，在設計、研發、行銷、服務等方面，皆以提供創新產品與服務為要務以提升顧客滿意和信賴，並藉此擴大經營績效，裕隆日產汽車，矢志成為兩岸汽車產業「產品創新」與「服務創新」的標竿企業。

2003年	
05月	裕隆與日產簽訂備忘錄
10月	分割基準日
2004年	
09月	大型房車 NISSAN TEANA 超越登場
10月	NISSAN全新形象旗艦店開幕
12月	裕隆日產股票掛牌上市
2005年	
03月	首創全國創新風雲會活動
09月	J.D. Power 非豪華車顧客服務滿意度 CSI No.1
11月	經濟部工業局主辦「TIPS智慧財產管理系統」認證通過
12月	Teana榮獲J.D. Power IQS Top 1
2006年	
05年	榮獲「企業社會責任獎」楷模獎(遠見雜誌)
06月	Tida房車榮獲上市
08月	榮獲2005年汽車外銷績優廠商「汽車製造廠對日輸出比例最高」獎項(經濟部工業局)

一、標準化事蹟

(一)公司內部標準化管理系統

裕隆日產汽車除承繼過去裕隆汽車時期便建立的標準化管理模式與經驗並重新取得認證(如ISO 9001與ISO 14001)，另考量新經營模式的需求，陸續導入資訊安全管理系統(ISMS)與智慧財產管理系統(TIPS)以強化對隱性資產(智慧資本)的應用及保護，同時，為輔助落實標準化管理系統，裕隆日產汽車建立各類資訊系統如標準化文件管理系統以提升執行效益。

透過標準化的管理方式，裕隆日產汽車所有事務及作業活動皆能依循明確的規範辦理，並藉此強化公司治理及降低經營風險。



(二)全價值鏈標準化管理系統

裕隆日產汽車除致力於自身標準化活動推行外，並努力運用中心廠的優勢推動涵蓋上下游協力體系在內之全產業價值鏈的標準化流程管理，推廣對象包含國內110家上游供應商以及下游11家經銷商共計超過230家營業據點，說明如下：

1. 供應商標準化管理：

除肯定協力體系推行各國際標準化管理（如ISO 9001、ISO14001、TS16949、QS9000等）的努力外，裕隆日產汽車亦輔導推行各項全球日產雷諾供應體系以及裕隆日產汽車自訂之管理標準如下：

- Alliance Supplier Evaluation Standard (ASES)：為日產汽車與雷諾汽車共同制訂之全球供應商評鑑標準，裕隆日產汽車亦依循此國際標準來評鑑供應商以與國際汽車供應市場接軌，評鑑包含品質保證系統與工廠生產技術力等2大項目。
- Alliance New Product Quality Procedure (ANPQP)：所有雷諾汽車/日產汽車體系的供應商需符合此管理流程，為了達成品質目標，零件從開發至量產為止的一貫的品質保證活動。

2. 經銷商標準化管理

- MAX Customer Satisfaction (MAX CS)：為裕隆日產汽車參仿Nissan Sales & Service Way (NSSW) 所制訂出符合國內經銷商服務需求的規範系統，包含銷售作業、服務作業、顧關作業等三個領域的顧客滿意標準作業。
- 感心服務：裕隆日產汽車於2003年起開始規劃並輔導經銷商執行之新顧客服務的標準化作業，其立案目的為1.重新界定服務基準 2.建構NISSAN服務文化 3.達成超越期待的顧客滿意。



- Total Ownership Experience (T.O.E.)：以「專業 信賴 禮遇」為目標的服務體系，將160項專業全面診斷、專業維修技師認證與五星級接待水準作為服務基礎，塑造以客戶為中心的理念，目的是建立超越產品本身，帶給車主專業信賴禮遇的全方位尊榮服務體驗。

(三)產業標準化活動

裕隆日產汽車亦積極參與各項產業標準制訂活動，以2006年為例，從1月至8月底止，共計參與政府機關及法人單位所召開舉辦之各類產品標準化審議會17場次，主辦單位涵蓋各級相關主管單位及其他車輛相關法人及工會組織，除協助各項國家標準制訂外，亦積極貢獻公司專業意見，以促進並提昇國內產業標準化活動的效益

(四)標準化產品

裕隆日產汽車所生產之各型車輛，均需通過內部嚴謹的品質檢驗與測試流程，並符合各項國家產品標準要求，以確保行車安全性及維護顧客最佳使用效益。



二、感言

國內汽車市場已由過去成長期進入成熟期，在高度競爭的市場環境下，如何維持並提升競爭優勢，一直是公司長期思考的目標。

裕隆日產汽車除承繼裕隆汽車50年的企業歷史與文化外，並融合日產汽車各項優異的內外部管理機制，在既有的基礎上，不斷進行創新與挑戰，同時透過標準化的建立，將創新成果持續的保留在內部流程，以作為下一個創新的基石。

裕隆日產汽車依營運需求導入各項對公司存在重大策略意義的標準化管理系統，同時，透過不斷地創新並將創新成果融合既有的產品、服務、與管理流程，並以PDCA制度化及結構化系統方式進行持續改善，藉以達到：

- 將員工及組織的記憶與知識以系統化/標準化方式進行保存；
- 縮短新人學習曲線；
- 保持活動及作業品質的平整化，有效降低操作疏失的變異風險；
- 提升整體產業鏈效益與價值

在「創新(I)、速度(S)、團隊(T)」的1ST優質企業文化與創新精神的帶動下，裕隆日產汽車將致力成為兩岸汽車產業「產品創新」與「服務創新」的標竿企業。