

出國報告（出國類別：開會）

出席「2023 機場服務品質論壇暨顧客
卓越高峰會」(2023 ACI ASQ FORUM
+Customer Experience Global
Summit)
報告書

服務機關：桃園國際機場股份有限公司

姓名職稱：巫佩珊 管理師(二)

黃湘婷 管理師(四)

鄭采瑜 管理師(四)

派赴國家：韓國仁川

出國期間：112年9月3日-112年9月9日

報告日期：112年11月9日

內容重點摘要表

報告名稱	出席 2023 ACI ASQ Customer Experience Global Summit
出國人員	巫佩珊 黃湘婷 鄭采瑜
出國國家	韓國
出國類別	開會
出國期間	112 年 9 月 3 日至 112 年 9 月 9 日
報告日期	112 年 11 月 9 日
關鍵詞	ASQ； Customer Experience Global Summit
報告摘要	

目次

壹、	目的	1
貳、	過程	1
一、	過程(會議為期 5 天，相關議程概要).....	1
二、	重點摘要如下：	9
(一)	ASQ training.....	9
(二)	機場旅客體驗認證 Airport Customer Experience Accreditation.....	13
(三)	ACI Executive Workshop Series: 設計顧客體驗.....	16
(四)	如何創造感動及積極的正向的體驗.....	16
(五)	成功的領導者在客戶體驗方面的主要特徵和特質是什麼？	18
(六)	仁川機場文化與藝術體驗.....	19
參、	心得及建議.....	23
一、	心得.....	23
(一)	機場服務品質由小地方做起.....	23
(二)	便捷的聯外交通.....	27
(三)	機場飲食及娛樂設施.....	29
(四)	多媒體螢幕的應用及互動體驗.....	32
(五)	提供旅客最即時的資訊.....	33
(六)	提供身障者更便捷、安全的服務.....	34
(七)	從旅客需求設置航廈設施.....	36
(八)	如何提升客戶體驗，創造品牌認知.....	38
二、	建議-發展智慧化及人文並重的特色機場.....	38
(一)	借鏡新加坡樟宜機場-打造浪漫的機場.....	38
(二)	和諧團結的經營團隊.....	39
(三)	推動機場投入 ACI ASQ 客戶體驗認證.....	39

壹、 目的

- 一、ACI/ ASQ 客戶體驗全球高峰會主為提升全球機場服務品質為主要研議課題，邀請航空產業之主管，了解各航空產業的發展願景及其機場顧客服務策略。每屆皆有超過 500 名機場高階主管、客戶體驗專業人士以及相關業務主管參與。從中研議提升客戶體驗產品、提升服務和技術的方式，展示各機場解決方案，以提升旅客服務體驗。機場服務品質 (ASQ) 計劃的獲獎者以及獲得客戶體驗認證(ASQ Airport Customer Experience Accreditation)的機場也將於會議中揭曉。
- 二、桃園機場為 ACI/ASQ 計畫參與會員機場，本次論壇提供 ASQ 最新調查制度更新說明與訓練及工具教學，2023 年亦為疫情後 ASQ 計畫首次辦理之國際大型論壇，希藉此與國際其他機場代表交流並了解 ASQ 客戶體驗認證(ASQ Airport Customer Experience Accreditation)辦理方式。

ASQ 全名為 Airport Service Quality 機場服務品質計畫，包含 Voice of the employee 員工心聲計畫以及 Voice of the customer 旅客心聲計畫，旅客心聲計畫包含 3 大項調查計畫及一項認證項目，分別為 Departures survey 出境調查、Arrivals survey 入境調查、Commercial survey 商業服務調查及 Airport customer experience accreditation 機場旅客體驗認證。出境調查(Departures survey)計畫會依地區組別以及機場規模組別表現最好的前 20%機場授予「最佳機場」獎項(桃園機場所屬的組別分別為「亞太地區」以及「4000 萬旅客級距」)，近年更是推出新的獎項別—最佳員工投入、最簡便機場旅程、最有趣機場以及最乾淨機場 4 種獎項，將各自以機場所在地區為組別，授予前 5%表現最好的機場獎項。

桃園機場目前參與的項目為出境調查(Departures survey)，主要係針對出境旅客的服務流程與各個服務節點的滿意度予以調查，訪查員經過受訓，取得 ACI 出境調查計畫訪查員訓練證書後才可對旅客進行問卷調查，問卷調查的地點受到嚴格規範，必須於該抽樣航班所在的候機室進行，每個候機室最多蒐集 10 份問卷，一次派出最多 2 位調查員，必須避免同行者或同旅行團旅客超過 1 人填寫問卷，蒐集問卷的過程必須完全由旅客依自己的解讀填寫(問卷有提供多種語言)，訪查員不得自行解釋或干涉問卷填寫。調查問卷內容以及如何抽樣、問卷採集方式以及問卷數都必須遵照 ACI 的規範進行，否則問卷結果可能不受 ACI 承認，導致整個季度的分數作廢甚至無法擁有得獎資格。

貳、 過程

- 一、過程-會議為期 5 天，相關議程概要如下：

- 4 September 2023 - ASQ Training and Workshop

11:00 Training on the new ASQ Reporting Portal

Get the most out of ASQ' s latest improvements and new features for a holistic approach to strategic planning.

- Valérie St-James-Senior Director Market Research and Customer Insights,ACI World
- Mona Hallaq Senior Manager Market Research, ACI World.

12:00 ACI Executive Workshop Series: Designing Guest Experience

Living the dream: A key perspective for building successful experiences around our guests.

1. Understand the Customer Experience model and the return on experience
 - Return on Investment (ROI) vs return on experience (ROX)
2. Learn how to design memorable customer experiences
3. Learn the fundamentals of design thinking and how it can create great guest experiences

■ 5 September 2023 - ASQ Forum

09:00 Welcome Remark

- Dimitri Coll-Senior Vice President Airport Experience and Training, ACI World.

09:20 Customer Experience (ASQ) News and Updates

Get the most out of ASQ' s latest improvements and new features for a holistic approach to strategic planning.

- Valérie St-James Senior Director Market Research and Customer Insights,ACI World
- Chris Birch Director, Guest Experience, San Francisco International Airport.

10:05 A holistic approach to quality

look at the role of quality assurance to go from passengers' feedback to your ASQ data.

- Arison Rajasingam Manager Quality Assurance,ACI World.

10:55 Sustainable Airport Design and Universal Access: Developing Positive and Meaningful Experiences for All Airport Users

- Inna Ratieva-Global Director Business Development, NACO.
- Kirk Goodlet-Senior Director, InterVISTAS Consulting Inc.

11:30 New Directions and Opportunities in Airport Customer Experience: Lessons from the 2022 Global Traveller Survey and Beyond

- Solomon Wong-President & CEO InterVISTAS Consulting Inc.
- Ramy Elsabee-Vice President Sales & Business Development, Global Major Projects,KONE Corporation.
- Jonathan Song-Global Director, Business Development, Plaza Premium Group.
- Shanti John-Business Development Director,Idemia.
- Adam Ekman Pedersen-Customer Experience & Airport Commerce Advisor NACO, Netherlands Airport Consultants.

13:30 How to delight your passengers - lessons learned from a technology partner

1. Will cover interesting lessons learned from passenger services implementations and operations in the past 10 years around the world
 2. Will address future technology trends and their impact on the passenger experience.
- Dimitri Coll-Senior Vice President Airport Experience and Training, ACI World.
 - Carl Rogers-Head of Strategy and Business Development APACAmadeus.

14:30 A holistic approach: Leveraging the ASQ Suite of Solutions for reaching new heights in airport excellence

- Steve Mayers, MBA, IAP, C.M.-Senior Airport Director, Marketing, Communications and Customer Experience, Hartsfield-Jackson Atlanta International Airport (ATL).

15:50 Practical examples of Airport Customer Experience Accreditation improvements & Airport Customer Experience Maturity Assessment

- Yoona Kwon-ASQ Manager, Customer Experience, ACI World
- Chad B. Kang-ASQ Manager, Customer Experience, ACI World
- HanByeol Jeong (Hans)-Manager, CX Innovation, Incheon International Airport Corporation.
- Abdulkadir Demirtaş-Customer Experience and Service Design Manager IGA Istanbul Airport.
- Steve Mayers-Senior Airport Director, Marketing, Communications and Customer Experience, Hartsfield-Jackson Atlanta International Airport (ATL).

■ 5 September 2023 - Customer Experience Global Summit Welcome Reception

- Luis Felipe de Oliveira Director General, ACI World.
- Hag Jae Lee President & CEO, Incheon International Airport Corporation.

■ 6 September 2023 - Day 1 Customer Experience Global Summit

07:30 Registration / Exhibition.

08:30 Opening Plenary / Welcome Address

- Hag Jae Lee-President & CEO, Incheon International Airport Corporation.
- Won Kug Baek-Vice Minister, Ministry of Land, Infrastructure and Transport
- Aimen Al Hosni-CEO, Oman Airports Management Company, Chair of ACI World Governing Board

- Stefano Baronci-Director General,ACI Asia-Pacific.
- Luis Felipe de Oliveira-Director General,ACI World.

09:15 Do we have clients or guests?

We set the relationship and the expectation from the start. Not just for our customers, but for our teams and structures. With a perspective from entertainment, Luc discusses some critical questions that shape great experiences, and rules that set the stage for it.

- Luc Mayrand VP Creative Portfolio Executive,Walt Disney Imagineering.

10:00 CEO panel on the leadership-required to instill a customer centric culture.

The importance of establishing a culture of service within airport organizations, the role of airport leaders, the importance of staff and other stakeholder engagement, and sharing experiences and examples.

- Michael J. Bell-Senior Client Partner, Aviation & Aerospace, Korn Ferry International
- Candace McGraw-WGB Vice Chair, CEO, Cincinnati/Northern Kentucky International Airport .
- Habiba Laklalech-General Manager,Moroccan Airports Authority (ONDA)
- Kadri Samsunlu-Chief Executive Officer,iGA Istanbul Airport.
- Balram Bheodari-General Manager,Hartsfield-Jackson Atlanta International Airport.

11:10 Networking Break

11:55 What are the main characteristics & traits of a successful leader on customer experience?

Debrief about the High Potential Trait Indicator (HPTI) measuring six traits that have all been shown to significantly correlate with success and

performance in senior leadership roles. The participant to the summit will be invited to complete the HPTI assessment before the summit.

14:00 How IT is contributing to driving changes in customer experience

- Elena Avila-Executive Vice President, Airport IT & Airline Operations Amadeus.
- Damon Wong Senior Vice President, Changi Airport Group.

14:30 How to create a positive experience with emotions and ambiance?

How does it take to create a feel-good moment?

16:15 Discover how airports won the ‘Most Dedicated Staff ‘ Award in 2022” .

- Fabiola Pfauser-Vice President Product Management, Munich International Airport.
- Ivan Bassato-Chief Aviation Officer, Aeroporti di Roma SpA.
- Ramón Miró-President & CEO, Quito International Airport.
- Zach Sundquist-Assistant Airport Director, Portland International Jetport.
- Hao Ling-Vice President, Beijing Daxing International Airport.

20:00 ASQ Awards and Customer Experience Accreditation Gala

■ 7 September 2023 - Day 2 Customer Experience Global Summit

08:00 Registration / Exhibition

09:00 People don’ t take trips, trips take people

Imagine a future where the space in the mobility service can serve a versatile role so the personal experience is not limited by the space but seamlessly connected and evolve. What if there were more convenient and faster mobility services that connect all the cities than airplanes? How can

customers use their time more efficiently and effectively and have a better experience during their journey? In the era of hyper-personalization, the existing airports may need to be transformed into a place for all kinds of intercity transportation and various experiences.

- Chul-Bae Lee-Executive Vice President, Customer eXperience Center , LG Electronics

09:45 Improve the customer experience by moving from touchpoints to journey

This session offered in partnership with World Aviation Conference (WAC).

The World Aviation Conference (WAC), an annual conference hosted by Incheon Airport, was initiated in 2016 to communicate on sustainable growth of the airport industry with opinion leaders in the aviation sector all around the world. This collaborative session between the ACI Customer Experience Global Summit 2023 and WAC will share the efforts of the entire airport community to improve the passenger journey. The customer journey begins way before the interaction with the airport. It means paying attention to the complete, end-to-end experience that customers have with an airport from their perspective.

- Chris Birch Director, Guest Experience, San Francisco International Airport
- Seung Bok Kim Senior Vice President, Airport Customer Service Department, Korean Air.
- Jonathan Song Global Director, Business Development, Plaza Premium Group
- Deborah Flint President & CEO, Toronto Pearson International Airport
- Bum-Ho Kim Vice President of Future Business Division, Incheon International Airport Corporation.
- Jason Lim Identity Management Capability Manager, Transportation Security Agency.

11:30 With the passenger experience priority-oriented, establish an objective service evaluation mechanism

Learn what are the advantages and challenges in managing quality of service with the many airport members that are part of the CCAA.

- Li Xiaomei-Secretary General, China Civil Airports Association.

11:45 How to manage Customer Experience from the point of view of Airport Groups and Airport Associations?

Learn what are the tools, benefits and advantages for Airport Groups and Airport Associations to incorporate customer experience performance in airport operations

- Antoine Rostworowski Senior Vice President, Programmes and Commercial Services, ACI World.
- James Goodwin Chief Executive Officer, Australian Airport Association.
- Candemir Akyidiz Airports Director, TAV Airports Holding.
- Patrine Tay Marketing Business Development Director, VINCI Concessions Asia-Pacific.
- Yara Wehbe General Manager of Customer Experience, Matarat Holdings.

14:00 The Future of Customer Experience

What can we learn from others in customer experience?

- Roelof-Jan (RJ)-Steenstra President & CEO Ports Toronto / Billy Bishop Toronto City Airport .
- Bob Kwik-Worldwide Head of AirportsAmazon Web Services (AWS).
- Dr. Sascha Brozek-Senior Vice President, Kone Corporation.
- Mark Angela-Chief Business Development Officer & CEO, India.

15:00 Revenue Generation & Travel Retail

How can airports maximize their commercial revenues?

- Dermott Davitt-President & Co-Owner, The Moodie Davitt Report.
- Sujata Kumar Suri-Strategy and Development, Doha Airports.
- Younghoon Kim-Executive Vice president of Sales Division, The Shilla Duty Free.
- Svetlana Simeonova-Vice-Chair of ACI World Airports' Non-Aeronautical Revenues and Activities, Head of Commercial, Fraport Bulgaria.
- Sountou Bousso-Chief Executive Officer, Lagardere Travel Retail West Africa.

16:00 Closing Remarks and Handover Session for the 2024 Summit

- Luis Felipe de Oliveira-Director General, ACI World.
- Balram Bheodari-General Manager, Hartsfield-Jackson Atlanta International Airport .
- Steve Mayers-Senior-Airport Director, Marketing, Communications and Customer Experience, Hartsfield-Jackson Atlanta .International Airport (ATL).

■ 8 September 2023 - Tours

09:30 Art & Culture ICN - Airport Tour

1. Passenger Terminal 1

Discover new values of Incheon Airport with Art & Culture.

2. Smart ICN - Airport Tour

Discover new values of Incheon Airport with Art & Culture.

For the airport security clearance, accurate information is necessary

二、重點摘要如下：

(一) ASQ training

由ACI開發的分析工具—ASQ reporting portal 提供ASQ Departures survey 計畫參與機場每季出境問卷調查紀錄及分數統計，因為此工具是近1年才開發完成，僅從2022年的資料開始收錄。由於參與ASQ計畫本公司與ACI簽訂保密協定，所有ASQ相關數據及資料不得公開，因此凡所涉之相關資料皆以密件方式呈現。此次的ASQ training 即是針對此分析工具進行教學：

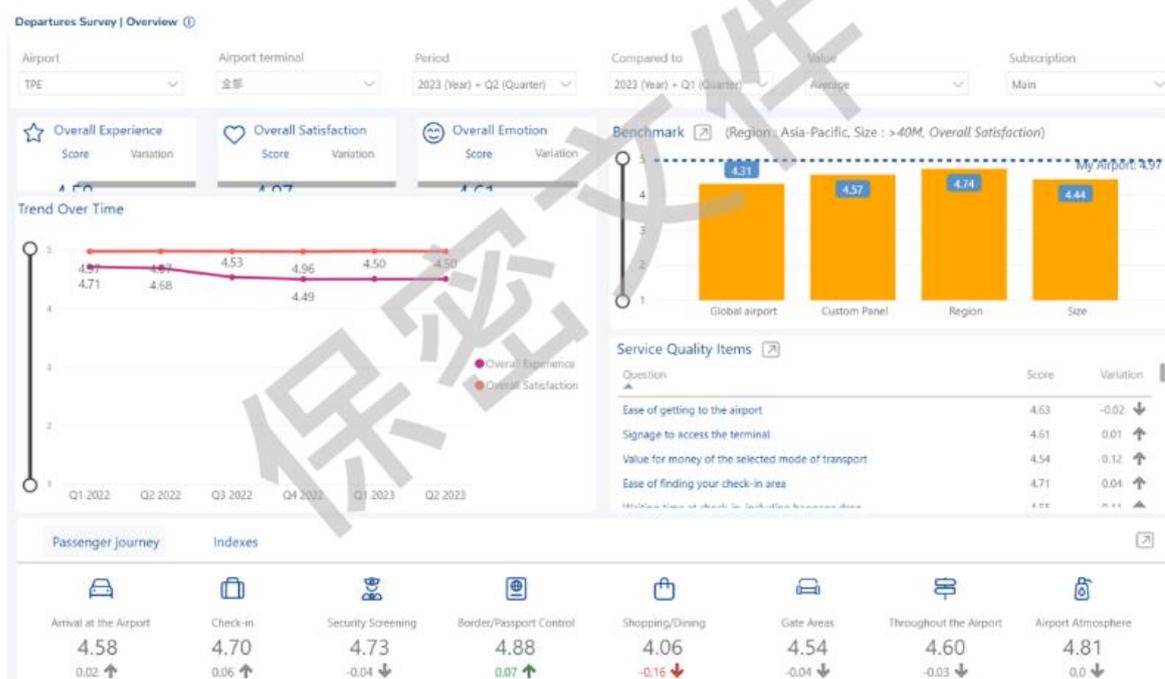
1. 登錄 ASQ reporting portal 後，即可看到登錄者所屬機場，如果登錄者為機場集團，系統亦會自動將機場集團底下所屬機場列出，由使用者自行篩選想要看的機場。
2. 篩選器可選擇資料呈現的期間，例如此次訓練後正逢 ASQ 第二季資料統計結束並收錄至系統，即可看到桃園機場 2023 年第二季的問卷結果，並請可以選擇欲比較的期間，此次操作即以 2023 年第二季與第一季進行比較。
3. 畫面左上角即呈現篩選期間的調查結果，分為整體體驗、整體滿意度及整體感受三項分數。趨勢圖則自 2022 年第一季開始呈現至最新一季的體驗及滿意度分數。最下列一排則是 ASQ 調查出境流程中的 8 大項目各自的分數，並標示出與上一期比較分數的變化。
4. 右上角為桃園機場第二季分數與全球參與機場/亞太區參與機場/4000 萬旅客級距以上參與機場這 3 組類別的整體滿意度平均分數比較，此次結果顯示，桃園機場 2023 年第二季分數 4.97 分較全球平均 4.31、亞太區 4.74 及 4 千萬旅客級距 4.44 分這三個組別為高。
5. 右下角則顯示出境流程中的 8 大服務項目與 3 大指標所組成的 31 個服務品質項目各自分數為何。ASQ 出境流程的 8 大項目分別為：

- (1) 抵達機場
- (2) 報到
- (3) 安檢
- (4) 證照查驗
- (5) 購物/餐飲
- (6) 候機室
- (7) 機場流程
- (8) 機場氛圍

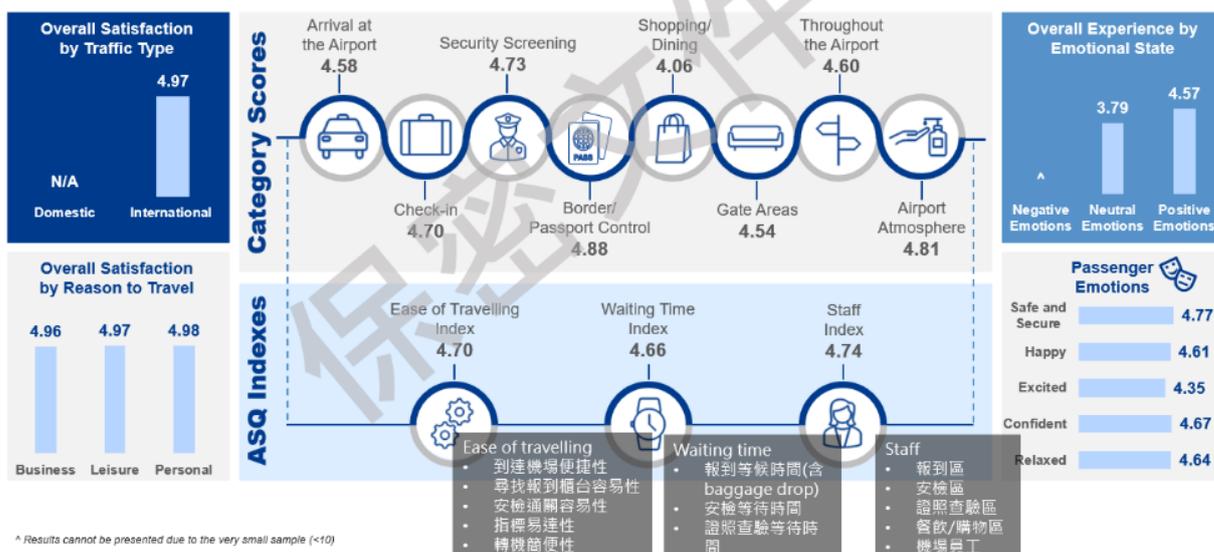
ASQ 3 大指標分別為：

- (1) 行程便捷性指標
- (2) 等待時間指標

(3) 員工指標



2023 Q2



在全球參與機場中，我們可以看到 31 個服務品質項目各自的全球平均分數以及桃園機場排名，分數高於平均者以綠色呈現，分數與平均相近者以黑色呈現，分數低於平均者以紅色呈現。以 2023 年第二季為例，桃園機場整體滿意度為 4.97 分(全球平均分數為 4.31)，全球排名 42 名(共 319 個機場)，餐飲為桃園機場唯一呈現黑色的項目(3.93 分，115 名)，其餘表現皆優於平均，排名最高的項目為證照查驗等待時間，排名 37 名 4.89 分，排名最低的項目為航廈步行距離，排名 117 名 4.42 分，但分數高於全球平均 4.22 分；整體來看，全球的購物/餐飲項目分數偏低，除了員工指

標，其餘平均分數皆不及 4 分，充電區是否充足以及休閒娛樂設施也是屬於全球分數

2023 Q2 全球參與機場											
Overall Experience	Overall Satisfaction	Arrival at the Airport	Check-in	Security Screening	Border/ Passport Control	Shopping/ Dining	Gate Areas	Throughout the Airport		Airport Atmosphere	
Total 4.50 ASQ GLOBAL: 4.18 RANK 81 / 319	4.97 ASQ GLOBAL: 4.31 RANK 42 / 319	4.63 ASQ GLOBAL: 4.39 RANK 84 / 319	4.71 ASQ GLOBAL: 4.49 RANK 72 / 319	4.79 ASQ GLOBAL: 4.38 RANK 58 / 319	4.89 ASQ GLOBAL: 4.31 RANK 37 / 251	3.93 ASQ GLOBAL: 3.96 RANK 115 / 319	4.53 ASQ GLOBAL: 4.08 RANK 78 / 319	4.68 ASQ GLOBAL: 4.32 RANK 73 / 319	4.60 ASQ GLOBAL: 4.01 RANK 61 / 319	4.85 ASQ GLOBAL: 4.30 RANK 59 / 319	
Overall Emotional Score	4.96 ASQ GLOBAL: 4.26 RANK 45 / 316	4.61 ASQ GLOBAL: 4.34 RANK 74 / 319	4.55 ASQ GLOBAL: 4.37 RANK 82 / 319	4.65 ASQ GLOBAL: 4.32 RANK 67 / 319	4.88 ASQ GLOBAL: 4.32 RANK 38 / 257	3.89 ASQ GLOBAL: 3.61 RANK 86 / 319	4.55 ASQ GLOBAL: 4.13 RANK 81 / 319	4.70 ASQ GLOBAL: 4.27 RANK 68 / 319	4.28 ASQ GLOBAL: 3.94 RANK 62 / 319	4.83 ASQ GLOBAL: 4.29 RANK 64 / 319	
Total 4.61 ASQ GLOBAL: 4.25 RANK 68 / 319	4.97 ASQ GLOBAL: 4.26 RANK 42 / 319	4.54 ASQ GLOBAL: 4.11 RANK 72 / 319	4.84 ASQ GLOBAL: 4.49 RANK 65 / 319	4.75 ASQ GLOBAL: 4.35 RANK 69 / 319		4.11 ASQ GLOBAL: 3.86 RANK 77 / 319		4.42 ASQ GLOBAL: 4.22 RANK 117 / 319	4.13 ASQ GLOBAL: 3.80 RANK 74 / 319	4.75 ASQ GLOBAL: 4.22 RANK 70 / 319	
						4.06 ASQ GLOBAL: 3.65 RANK 90 / 319		4.64 ASQ GLOBAL: 4.11 RANK 114 / 319	4.67 ASQ GLOBAL: 4.22 RANK 74 / 319		
						4.48 ASQ GLOBAL: 4.17 RANK 78 / 319		4.74 ASQ GLOBAL: 4.38 RANK 70 / 319	4.72 ASQ GLOBAL: 4.19 RANK 69 / 319		

偏低的項目。

亞太地區分組中，桃園機場整體滿意度排名為 42 名(共 98 個機場)，表現優於平均的項目主要為證照查驗及機場分為兩大項，排名最高的項目為證照查驗等待時間，排名 35 名；餐飲/購物及候機室兩大項目表現低於平均，排名最低的項目為餐飲(第 75 名)。從亞太地區分組的各項平均分數來看，31 個項目中每項平均分數皆高於 4 分，可以推斷得出亞太地區的各項服務表現係優於其他地區。

2023 Q2 亞太地區											
Overall Experience	Overall Satisfaction	Arrival at the Airport	Check-in	Security Screening	Border/ Passport Control	Shopping/ Dining	Gate Areas	Throughout the Airport		Airport Atmosphere	
Total 4.50 AP: 4.62 RANK 69 / 98	4.97 AP: 4.74 RANK 42 / 98	4.63 AP: 4.70 RANK 67 / 98	4.71 AP: 4.73 RANK 64 / 98	4.79 AP: 4.78 RANK 56 / 98	4.89 AP: 4.64 RANK 35 / 70	3.93 AP: 4.52 RANK 75 / 98	4.53 AP: 4.63 RANK 71 / 98	4.68 AP: 4.68 RANK 66 / 98	4.60 AP: 4.49 RANK 55 / 98	4.85 AP: 4.72 RANK 58 / 98	
Overall Emotional Score	4.96 AP: 4.72 RANK 45 / 97	4.61 AP: 4.67 RANK 63 / 98	4.55 AP: 4.66 RANK 63 / 98	4.65 AP: 4.64 RANK 60 / 98	4.88 AP: 4.64 RANK 36 / 75	3.89 AP: 4.36 RANK 71 / 98	4.55 AP: 4.66 RANK 72 / 98	4.70 AP: 4.64 RANK 57 / 98	4.28 AP: 4.52 RANK 69 / 98	4.83 AP: 4.73 RANK 63 / 98	
Total 4.61 AP: 4.63 RANK 63 / 98	4.97 AP: 4.70 RANK 42 / 97	4.54 AP: 4.61 RANK 65 / 98	4.84 AP: 4.76 RANK 52 / 98	4.75 AP: 4.71 RANK 55 / 98		4.11 AP: 4.49 RANK 72 / 98		4.42 AP: 4.61 RANK 71 / 98	4.13 AP: 4.44 RANK 64 / 98	4.75 AP: 4.69 RANK 67 / 98	
						4.06 AP: 4.38 RANK 65 / 98		4.64 AP: 4.52 RANK 37 / 64	4.67 AP: 4.67 RANK 70 / 98		
						4.48 AP: 4.63 RANK 68 / 98		4.74 AP: 4.72 RANK 66 / 98	4.72 AP: 4.69 RANK 68 / 98		

4000 萬旅客機場級距中，桃園機場整體滿意度排名為 14 名(共 39 個機場)，排名最高的項目為報到櫃台人員服務、證照查驗等待時間以及證照查驗人員服務，排名皆為 14 名；餐飲/購物項目表現接近平均，排名最低的項目為餐飲(第 23 名)。

2023 Q2
4千萬旅客級距

Overall Experience	Overall Satisfaction	Arrival at the Airport	Check-in	Security Screening	Border/ Passport Control	Shopping/ Dining	Gate Areas	Throughout the Airport	Airport Atmosphere	
Total 4.50 >40M: 4.30 RANK 17 / 39	Total 4.97 >40M: 4.44 RANK 14 / 39	Ease of getting to the airport 4.63 >40M: 4.50 RANK 16 / 39	Ease of finding check-in area 4.71 >40M: 4.57 RANK 16 / 39	Ease in security screening 4.79 >40M: 4.51 RANK 15 / 39	Waiting time: Border/ passport control 4.89 >40M: 4.51 RANK 14 / 36	Restaurants/bars/cafés 3.93 >40M: 4.24 RANK 23 / 39	Comfort of waiting at gate areas 4.53 >40M: 4.28 RANK 17 / 39	Ease of finding way 4.68 >40M: 4.41 RANK 16 / 39	Wi-Fi service quality 4.60 >40M: 4.32 RANK 16 / 39	Health safety 4.85 >40M: 4.45 RANK 16 / 39
Overall Emotional Score	Business 4.96 >40M: 4.36 RANK 13 / 38	Signage to access terminal 4.61 >40M: 4.51 RANK 17 / 39	Waiting time: Check-in 4.55 >40M: 4.50 RANK 17 / 39	Waiting time: Security screening 4.65 >40M: 4.43 RANK 17 / 39	Courtesy & helpfulness: Border/ passport control staff 4.88 >40M: 4.54 RANK 14 / 36	VFM: Restaurants/bars/cafés 3.89 >40M: 3.89 RANK 19 / 39	Availability of seats at gate areas 4.55 >40M: 4.31 RANK 18 / 39	Availability of flight info. 4.70 >40M: 4.42 RANK 16 / 39	Availability of charging station 4.28 >40M: 4.25 RANK 19 / 39	Cleanliness 4.83 >40M: 4.44 RANK 17 / 39
Total 4.61 >40M: 4.35 RANK 14 / 39	Leisure 4.97 >40M: 4.38 RANK 13 / 38	VFM: Transport 4.54 >40M: 4.33 RANK 16 / 39	Courtesy & helpfulness: Check-in staff 4.84 >40M: 4.54 RANK 14 / 39	Courtesy & helpfulness: Security staff 4.75 >40M: 4.50 RANK 16 / 39	Shops 4.11 >40M: 4.21 RANK 29 / 39		Walking distance inside terminal 4.42 >40M: 4.15 RANK 16 / 39	Entertainment & leisure options 4.13 >40M: 4.24 RANK 16 / 39	Ambience 4.75 >40M: 4.40 RANK 17 / 39	
	Personal 4.98 >40M: 4.53 RANK 13 / 39				VFM: Shops 4.06 >40M: 3.97 RANK 17 / 39		Ease of making connection 4.64 >40M: 4.10 RANK 15 / 38	Availability of washrooms 4.67 >40M: 4.39 RANK 17 / 39		
					Courtesy & helpfulness: Shopping and dining staff 4.48 >40M: 4.35 RANK 17 / 39		Courtesy & helpfulness: Airport staff 4.74 >40M: 4.49 RANK 17 / 39	Cleanliness of washrooms 4.72 >40M: 4.34 RANK 16 / 39		

從桃園機場第二季 352 個調查樣本中，旅客最重視的 5 個項目分別是(1)安檢流程的簡便性 (2)指標方便性 (3)機場 Wi-Fi 品質 (4)報到櫃台指標易達性 (5)報到流程時間，其中以安檢流程簡便性的滿意度最高。

2023 Q2 機場旅客最重視的前五大項目



(二) 機場旅客體驗認證 Airport Customer Experience Accreditation

機場旅客體驗認證是 ACI ASQ 計畫項下的子項計畫，有鑑於機場事業不斷的創新與競爭，了解並創造旅客體驗已變成營運者邁向成功的重要因子，機場所提供的服務已經不僅限於提供航空飛行旅客起降的場所。旅客體驗不僅僅是我們該如何滿足旅客的需求與期望，更深一層的是如何讓旅客感知他們與機場經營者甚至整個機場社群的互動。

此計畫旨在協助機場於旅客體驗這方面提供 360 度的全面檢視，並帶領參與機場在旅客服務面不斷追求卓越，並建立機場旅客體驗模型，包含了解旅

客、策略、量測、營運改善、治理、機場文化、服務設計與創新、機場共同協作 8 大面向。機場的旅客體驗總共分為五個等級，等級一為最初級，等級五為最高級，第一級需要包含了解旅客、策略、量測 3 大面向的作為，第二級又增加了營運改善、治理、機場文化 3 大面向，第三級則加入了服務設計與創新面向，第四級及第五級則須包含所有 8 大面向的作為兩個等級的差異在於第五級對此 8 大面向的審查條件須更為嚴謹。



參與認證之機場須從等級一開始逐級申請，每一次認證有效期為 12 個月，在認證失效前可申請更新認證(維持同一等級)或者升級(但須具備該等級所需條件)，等級一到等級三主要採書面審核，主辦方可能會要求補充資料或派員進行實地訪查，等級四級等級五則是需經歷主辦方派員實地訪查的程序。

取得認證的機場可以使用 ACI 的認證標章刊登在名片及機場網頁做為宣傳，宣揚該機場服務品質獲得國際認可，由於認證效期為 12 個月，每一年都比需申請，除了警惕經營者須維持現有的服務水準不能退步，也能提升機場內所有提供服務的利害關係人之間的凝聚力，一起為提升服務水準而努力。今年大會統計，總共有 89 個機場已經參與此項認證計畫，亞太地區為參與機場數最多的地區，獲得等級五認證的機場僅有一個—韓國仁川國際機場，亦是全球第一個獲得 5 級認證的機場(2022 年)，今年則是誕生了全球第二個獲得 5 級認證的機場—基多(Quito)國際機場，成為了拉丁美洲地區第一個獲得 5 級認證的機場。

由於越來越多機場參與其中，此項認證在不久的將來或許將轉變為機場界的趨勢，再加上 ACI ASQ 的計畫項目中本機場參與的 Departures survey 計畫裡面所獲得的機場排名級評比分數不得公開，大眾難以參與桃園機場在旅客服務上面的轉變，因次希望能推動桃園機場參與機場旅客體驗認證(Airport Customer Experience Accreditation)，讓大眾一起見證桃園機場在旅客服務方面從等級一達到等級五的升級過程。

Level 1	了解旅客	獲取旅客心聲，了解旅客體驗過程中的每刻感受，並傳達給機場員工
	策略	定義、傳遞並施行機場的旅客體驗策略，此策略必須是要對旅客體驗有實質的貢獻
	量測	量化並傳遞旅客體驗倡議對旅客滿意度、員工投入及機場財務面的影響
Level 2	營運改善	藉由改善流程、啟動改善專案及定義服務水準來提升顧客滿意度
	治理	明確將責任義務分派予專人及委員會，以管理機場旅客服務的轉型
	機場文化	藉由員工訓練及提升認知等來培養員工投入，使員工能傳遞更好的服務給旅客
Level 3	服務設計與創新	定義並施行可超越旅客期望的創新服務與體驗
Level 4 Level 5	機場共同協作	機場所有利害關係人投入參與，透過協作平台來傳遞更好的旅客體驗

	Practices					Advanced practices and outstanding outcome				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
AIRPORT COMMUNITY COLLABORATION				●	●					
SERVICE DESIGN/ INNOVATION			●	●	●					
AIRPORT CULTURE		●	●	●	●					
GOVERNANCE		●	●	●	●					
OPERATIONAL IMPROVEMENT		●	●	●	●					
MEASUREMENT	●	●	●	●	●					
STRATEGY	●	●	●	●	●					
CUSTOMER UNDERSTANDING	●	●	●	●	●					

(三) ACI Executive Workshop Series: 設計顧客體驗(Designing Guest Experience)

與談人：

- ◆ Luc Mayrand-VP Creative Portfolio Executive, Walt Disney Imagineering
- ◆ Dimitri Coll-Senior Vice President Airport, Experience and Training ACI World.

1. 旅客服務就是人與人的連結

迪士尼樂園期待所有進入園區的旅客皆可保持並增加在園區中正向的體驗。事實上，完成一次很好的體驗，是由所有人群合作創造發展出來的，如何以人性化的方式，將人與人之間聯繫起來是一個主要課題。

2. 創建一個以旅客為中心的服務文化

對於迪士尼樂園而言，提升旅客服務是一個不斷發展的過程，旅客正在不斷改變，迪士尼也藉由不斷的提升，以求給旅客更好的體驗。市場一直在改變，隨之而來的就是以不斷的反饋調整以滿足旅客要求。例如：食物的提供是就是一項重要且龐雜的任務，依據旅客意見，進而改變我們提供的飲食的口味或是種類，讓每份食物越來越有具特色且在地化，以此提升顧客滿意度；另一個例子，當迪士尼把孩子視為園區的發展重心，和他們一起拍照或遊戲，這已經滿足了孩子的夢想，而迪士尼也因為顧客的反饋，變得越來越有特色跟人文化。瞭解如何改變觀點，創建一個以客戶為中心的組織文化，就像迪士尼團隊內有關鍵績效指標人員、創意人員以及業務開發人員，他們不一定完全獨立，而是很多業務交叉執行，團隊成員一起緊密地完成園區工作，積極創造潛在的基本價值。當旅客來到迪士尼樂園，確保他們可以從中得到一切的價值，這是團隊的核心價值。

當越來越多的旅客進入到園區，排除和改善旅客問題，以維持良好旅客感受並愉快地完成旅程，是迪士尼團隊最在意的。雖然增加園區容納人數，有助於門票銷售提升，但是考量任何場域的容納數量都是有限制，團隊積極的從中規劃和建設，期待在增加旅客人數同時，仍然使旅客保持著非常好體驗，一直是迪士尼團隊努力的目標。

(四) 如何創造感動及積極的正向的體驗

How to create a positive experience with emotions and ambiance?

與談人：

- ◆ Mikael Charpin-DG and Producer, Moment Factory
- ◆ Sunny Yoon-Executive Director, Incheon International Airport Corporation
- ◆ Lee Seow Hiang-CEO, Changi Airport Group
- ◆ Wing Yeung-General Terminal Operations Manager, Airport Authority Hong Kong
- ◆ Dr. Jan-Henrik Andersso-Chief Commercial Officer and Chief Security Officer, Munich Airport

1. 以科技掌握趨勢脈動

眾多航空業夥伴正在使用科技來掌握趨勢脈動，隨著越來越多的用戶透過行動裝置尋找需要的訊息，例如：以定位來確保維護設施位置、以互動裝置來告知旅客所在位置及相關交通訊息以及機器人指引旅客動線等。旅行便利性和舒適性提升，成為旅客需求機場服務的關鍵驅動因素，而智慧化設施裝置所帶來的流量及附加效果，除提升旅客於旅行的容易度，亦增加機場收入和廣告機會。



2. 創造機場吸引力

藝術裝置信息有效減少旅客壓力和焦慮、等待、焦慮情緒反應，藉由各式藝術和數位體驗的具體分數來提高旅客良好印象，並增加了他們對機場設施設置的良好印象，以吸引新的旅客並保持現有旅客再光臨的意願。



3.財務平衡的機場發展

機場在創造強大的吸引力後，可提升機場運量，亦使機場收入增加，並提升客戶滿意度，因此，機場如何於維持財務平衡中發展，創造本身獨特性，增加吸引力是非常重要的環。

(五) 成功的領導者在客戶體驗方面的主要特徵和特質是什麼？

What are the main characteristics & traits of a successful leader on customer experience?

與談人:

◆ Dr. Luke Treglown-Had of Data Science, Thomas International Airport.

1.創造及凝聚企業文化

管理由幾百人組成的工作團隊，確保其能發揮最大效益，其中關鍵點是創造及凝聚企業文化，形成一個強大的組織，這對經營管理而言，是個嶄新且獨特的挑戰，甚至相較機場實體建設，更為需要時間養成。要凝聚企業文化，需要仔細傾聽使用者意見，明確企業定位，創造並更新企業文化，然後深入經營並發揮企業文化帶來的效益。

2.家鄉機場

最近航空產業推動”家鄉機場”一詞，在機場建設後完成，機場公司將實現一系列管理目標以完善機場經營，就像旅客是房子的主人，而機場公司便是這間房子的管家，盡力完善房子規劃管理並達成房主的期待。新加坡樟宜機場進行了一系列

的建設和人文培養，期能完善機場優先事項，使自己與使命願景和價值觀保持一致。

3. 勞動力短缺的挑戰

當下許多機場的營運面臨著很多勞動力挑戰，伊斯坦堡機場為使勞動力供應充足，同步邀請員工的家人和朋友一起加入機場工作行列。有利於發展既有建設及營運的同時，使國人認可機場各項策略及建設。

4. 提升服務滿意度

滿意度驅動因素，Thomas 機場與航空公司運營商合作購物活動，例如：試行在線訂購的食品和飲料，每月運行服務並在該項上獲得旅客及國人良好評價，當運營商直接提供旅客服務時，同時也與來自其他地區的旅客交流並回饋予機場公司，例如：對於機場服務或是機場設施使用的便利性等，這使得 Thomas 機場可以注意到營運細節的改善。

(六) 仁川機場文化與藝術體驗

由此次大會主辦機場—韓國仁川機場提供的文化與藝術體驗導覽，帶領參與者體驗仁川機場如何將韓國當地文化特色與在地藝術家的作品融入到仁川機場的旅客體驗流程中。由於仁川機場是全球第一個獲得等級 5 旅客體驗認證的機場，因此透過此次的導覽，提供了各機場與會代表在如何提升旅客體驗方面一個很好的示範。

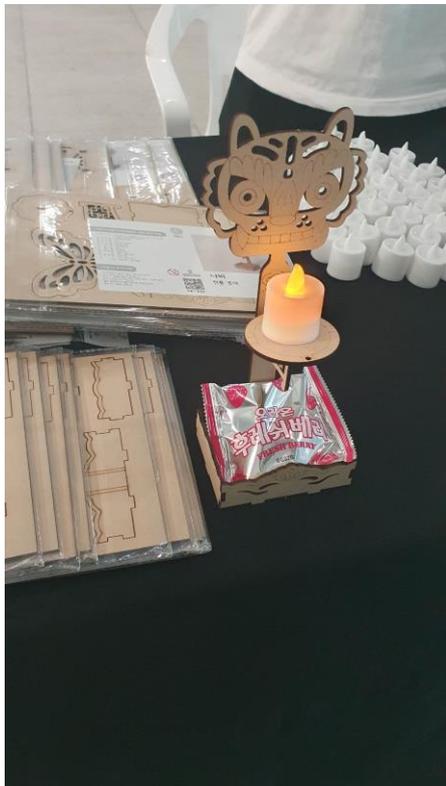
為了讓機場旅客每次來訪機場都有不同的感受與體驗，仁川機場在機場內各區舉辦的主題展示、藝術布景、裝飾都必須在一定時間內替換，展期通常以最常不超過 3 個月原則，且常與政府、各類型的藝術協會合作舉辦展覽，由協會提供展示品及投保，仁川機場提供場地，承辦人需考量藝術品及展示空間的特性進行場地布置，以保留產品的原創並達到展示空間的視覺協調效果。

此次到訪仁川機場，正逢該機場舉辦為期兩周的文化藝術節，展場為第一航廈機場地鐵站體二樓，由畫廊協會的參與畫廊提供展覽品，展覽品為各畫廊所配合的韓國藝術家畫作或多媒體藝術品，並由畫廊為各自展出的藝術品進行投保，如果遊客想購買展出的作品，可向該作品合作的藝廊接洽購買，但在展覽期間不會出售。一樓另外有一獨立空間為韓國文化局推廣韓國的當代藝術及傳統文化所用，該空間為多媒體藝術展區，同時可以讓遊客坐著休息、欣賞美麗的多美體動畫設計，該區域為確保為推廣文化所用，並無任何商業活動或廣告露出。地鐵站的旅客服務中心也提供多媒體互動裝置，互動機台提供多種韓國黑白照片年代的場景及韓國現有的古韓風建築景點，遊客可選擇喜歡的背景拍照，當穿著現代風的遊客進入到黑白照片年代的韓國生活街景，讓體驗者有種穿越時空的特殊體驗，拍攝出來的成果也會

自動投放到一旁的螢幕，並讓遊客輸入照片寄送的電子郵件地址供旅客留存。



航廈內在管制區外及管制區內亦有多處文化體驗的場所，一二航廈管制區及衛星廊廳內除了可以看到多幅畫作、藝術品以及多媒體藝術屏幕，也會有多個傳統文化展示空間及手做體驗館，讓登機及轉機旅客可以悠閒地度過等待班機的時間。由韓國文化遺產協會規劃的傳統舞蹈表演也會在固定時間演出，表演者穿著傳統服裝在登機門跳舞及表演傳統武術，並在後機門停留，讓旅客有機會與穿著傳統服飾的表演者合照。



管制區外的文化體驗較具特色的部分在於第二航廈頂樓夾層設計了以韓國傳統建築為主題的文化體驗區，韓式風格的大門及涼亭區作為旅客休憩的場所，可讓旅客拍照、用餐、或躺或坐的休息，並連接美食區，讓旅客在餐廳用餐的同時也能感受到濃濃的韓式風格。

入境大廳一處設有航廈主舞台可供各種活動使用，背板為直達航廈樓頂的多媒體展示螢幕(3面展示)，此螢幕內平常播放的是藝術家的多媒體作品以及商業形象廣告，播放內容可以適時的更換，除了讓當地藝術家有更多名揚國際的展示平台之外，也作為航廈內部裝飾的一部分，讓旅客每次來都有新鮮感。舞台前方設有水池及仁川機場 2005 年到 2014 年獲得 ACI ASQ(機場服務品質)的榮譽獎項做成的牌匾。



仁川機場設置了這麼的多文化體驗區，而各個體驗區所在地點又極為分散，為了讓旅客在每次到訪仁川機場時能取得最新的文化體驗訊息，航廈內設置了密集的互動式螢幕，裡面除了提供機場設施指引、餐飲購物資訊、聯外交通之外，還有機場藝術類別的資訊可供查詢，裡面提供了仁川機場現有的展示空間及文藝作品的介紹，並標示作品所在的展示地點，讓有興趣的旅客可以前往探索。



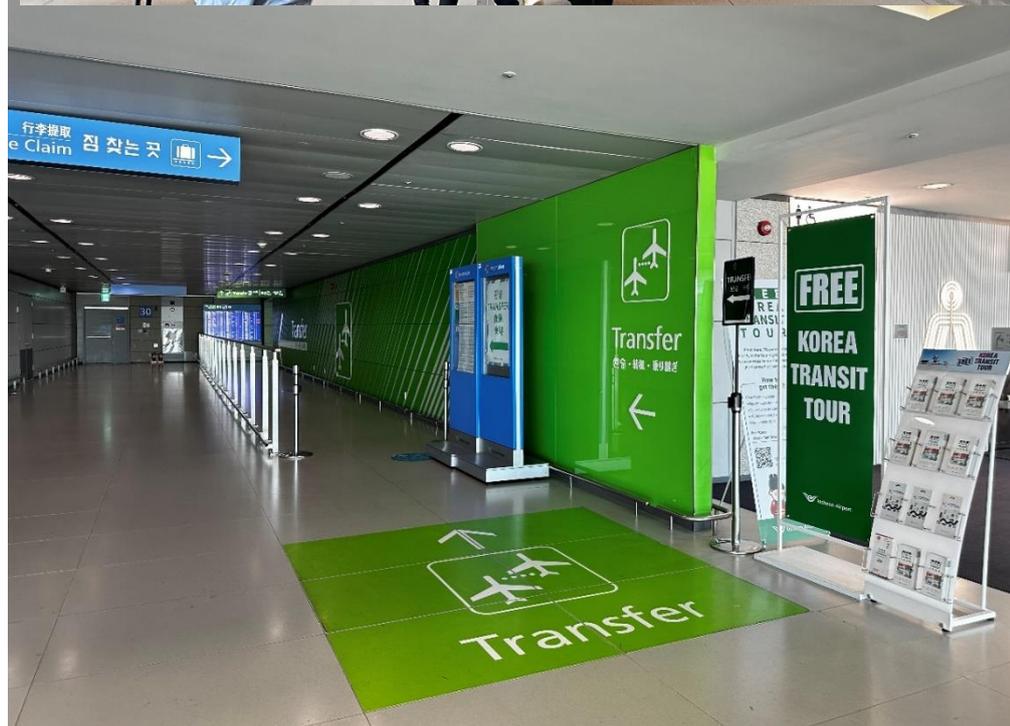
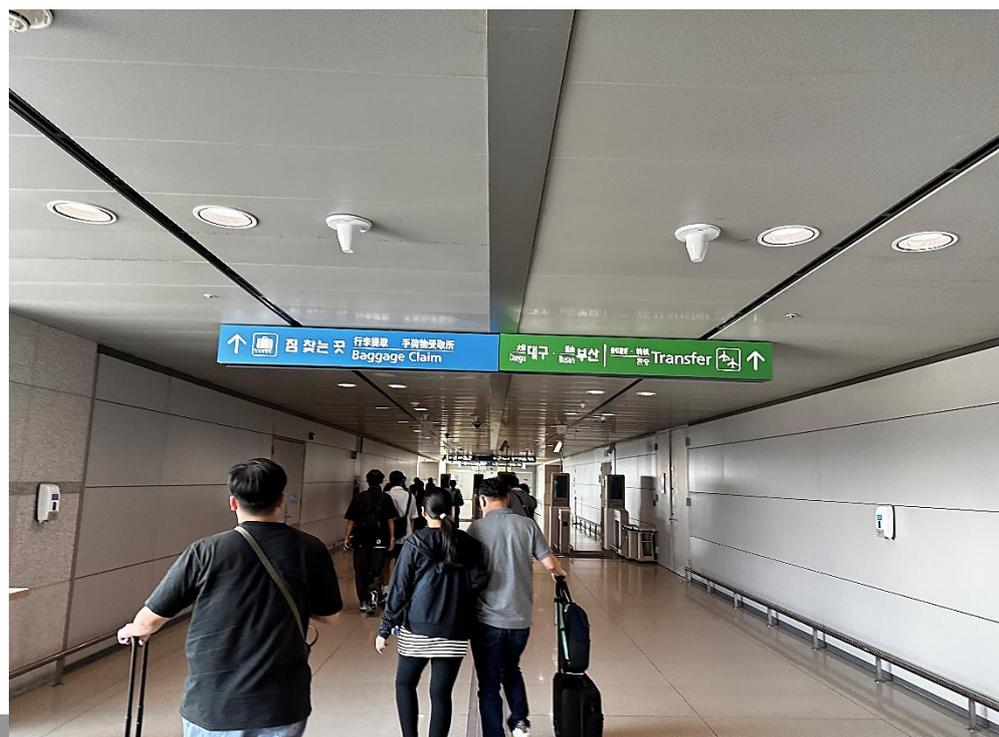
參、心得及建議

一、心得

(一) 機場服務品質由小地方做起

1. 整齊及系統化的標誌

機場身為國門，旅客來自全球各地，整齊系統化的標誌對旅客而言，不僅使旅客便於機場通行，更是對該地印象的第一次評比。仁川機場於標誌規劃上整齊且系統化，即使第一次到仁川機場，也能順利的展開韓國旅行。

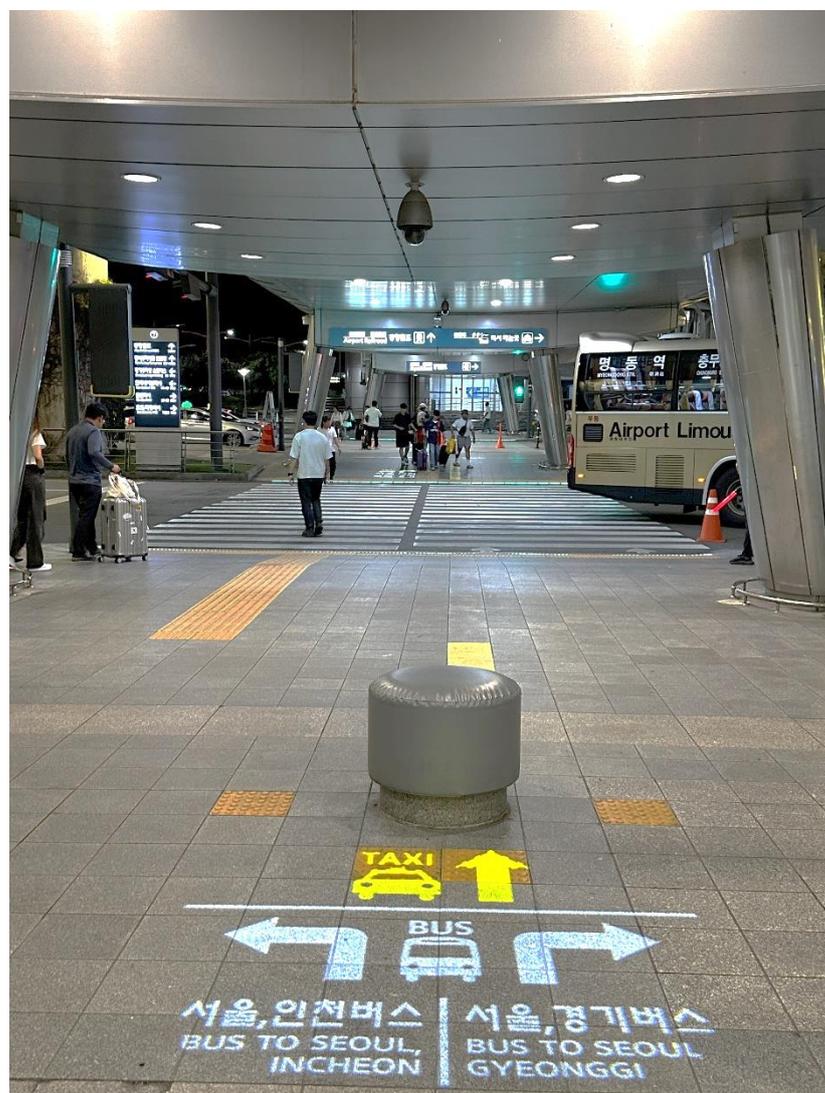




(二) 便捷的聯外交通

仁川機場結合各種大眾運輸工具，例如：捷運、高鐵、公車、計程車和各種接駁車，協助旅客可以在韓國便利且自由的購物、觀光及品嚐美食，即使住宿於機場園區內，也能毫不費力的往返於市區或景點。

旅客可透過自助購票機自行購買巴士票券，在巴士等候區提供售票櫃檯，自動購票機服務亦可解決後疫情時代人力招募不足狀況。





(三) 機場飲食及娛樂設施

仁川機場內設置各國餐飲以符合旅客要求，並設有各種文化推廣或與科技結合的娛樂設施，免費提供給旅客體驗，在機場內也能不無聊的等待。







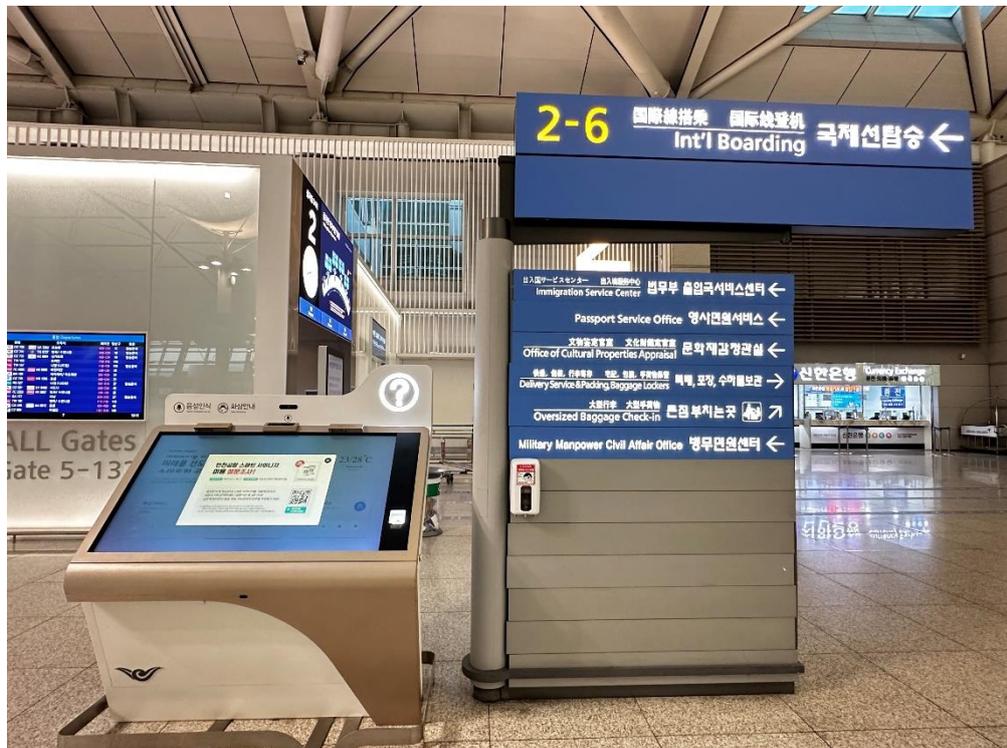
(四) 多媒體螢幕的應用及互動體驗

在機場這個環境中，唯一不變的就是變，每天服務的眾多旅客中有些已經對當地機場非常熟悉，有些可能是第一次來或這甚至一生只來這一次，我們要如何讓所有的旅客覺得既新奇又有趣，除了航廈原有的硬體設計及裝潢外，透過多媒體螢幕播放具有設計感的動畫或廣告也是更新航廈內部裝潢的一種方式，還可以結合機場標誌系統作為額外的標誌指引，暨具有應用上的彈性還非常環保。旅客亦可投過大螢幕拍攝機場即時影像攝影，與同行的家人或旅伴留下美好的回憶，作為旅程完美的終止線。



(五) 提供旅客最即時的資訊

當旅客到達一個陌生的機場環境時並不會想到要去下載機場 APP 或去追蹤訂閱該機場的社群媒體，如何讓旅客取得他們想要的資訊或吸引旅客探索機場、提升機場體驗便是每個機場在提供旅客服務上的差異，對機場來說，在航廈內設置互動式的資訊螢幕並不少見，但仁川機場將機場內好吃、好玩、好看的地方都收納在這個裝置裡面並且設置密集，裏頭都是最新最正確的資訊，他同時做到了提供旅客有幫助的正確資訊，並延伸了旅客休閒娛樂體驗。如果說提供旅客正確資訊是機場該拿的基本分，如何吸引旅客前去探索並體驗機場文化便是對機場大大的加分，因為這部分可能遠遠超乎旅客原有的預期，超出預期就能產生深刻印象及好感度。



(六) 提供身障者更便捷、安全的服務

1. 仁川機場於航廈道路臨時下車處，提供身障者專屬停車位，亦有設置服務電話，於行人號誌燈處，設置提醒警示音及導盲磚，提升身障旅客安全度。

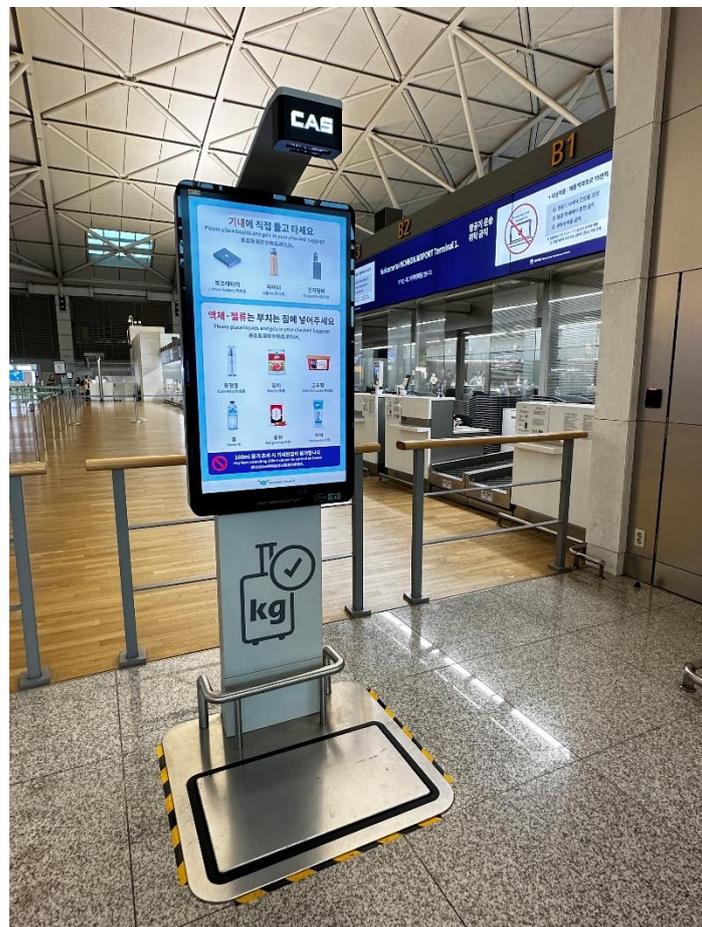


2. 仁川機場於航廈提供身障電動輪椅充電服務亦可同時進行電子設備充電



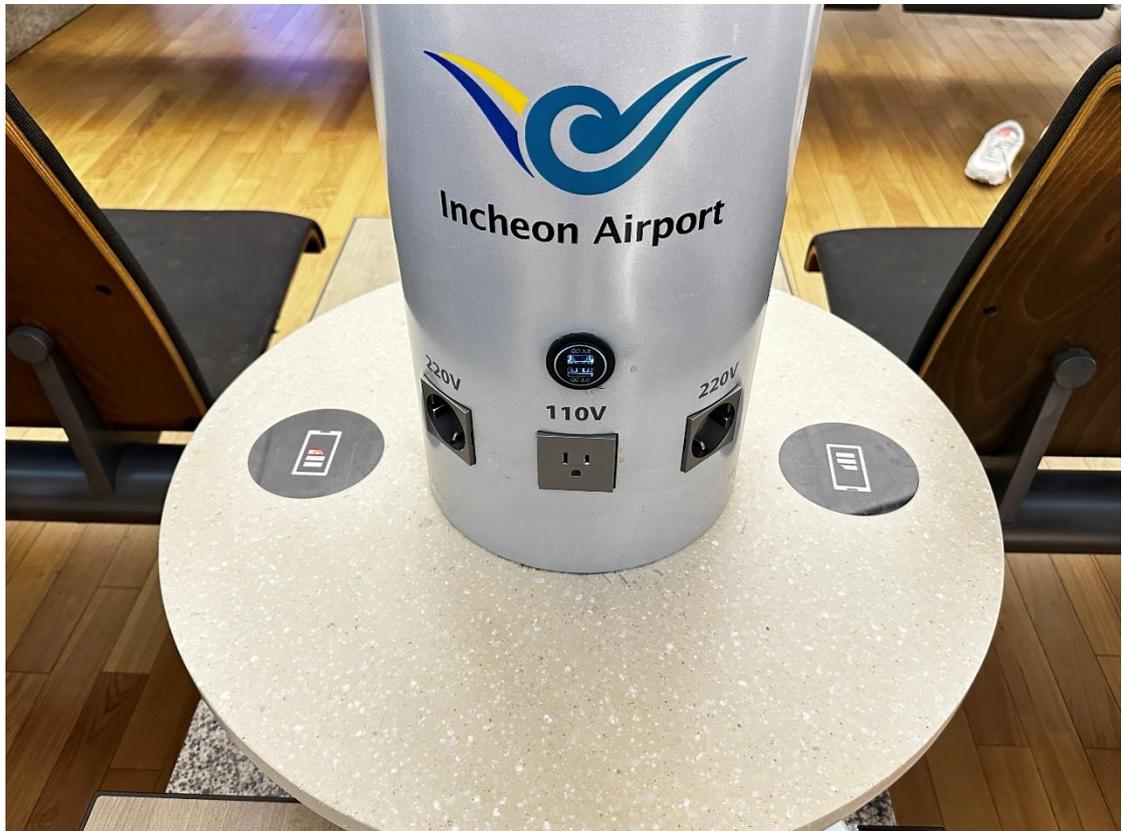
(七) 從旅客需求設置航廈設施

1. 行李秤重及整理區域，可避免旅客於地上攤開行李箱整理，致影響旅客動線。並於行李秤重機處清楚標示不可攜帶之危險物品及相關宣導。



2. 提供旅客等候區充電裝置及環境美化

現代化電子設備規格種類繁多，盡可能符合大眾需求，並於等候區設置電子螢幕提供廣告、球賽或是造景等，舒緩旅客等候緊張、焦慮的心情。



(八) 如何提升客戶體驗，創造品牌認知

創造品牌認知，提供旅行者獨特的體驗，對於旅客、員工體驗不斷的發展、滿足不斷變化的需求，亦提升客戶滿意度，以客戶為中心等於增加收入。不同的機場不同的文化，對於來到機場的旅客提供什麼樣的互動等同提供良好的記憶及時光。

香港機場提到為了創造機場體驗，建造了 270 度鳥瞰的長廊，使旅客有獨特的感受。透過旅客的拍照分享旅程並藉由社群媒體記憶的一部分，亦為歷史的見證，實現最深層的使命。

樟宜機場副總裁提到，在 covid-19 期間失去了 80%的體驗大使，雖然失去了人力，但是機場繼續在營運，如何找對的方法去改善，以透過使用平板及數據化去蒐集。舉例來說超過 30%的轉機客需要飲食、買東西，如何能成為一個吸引點，是需要去吸考的，所有的旅客不完全一樣，剛開始對於新技術有所恐懼，但是技術能幫助消除能力的限制。樟宜機場的 APP 提供起降、行李狀態、機場服務商店、目的地天氣預報會主動發布，但也不要多，會引起反感，提供自動化改變了機場體驗。

從情感的連結，打造體驗價值，例如：安檢人員嶄露微笑，舒緩緊張環境、邀請殘疾人士至機場體驗無障礙設施。並非所有旅客都會至免稅商店進行消費，所以必須創造帶給旅客們情感的正向體驗。或是創造”目的地”，提供周末家庭出遊的”回憶製造之體驗”，像是樟宜機場的星耀樟宜、或是麥卡倫機場旁拉斯維加斯等休閒設施，讓機場也是民眾能聚集在一起享受美食、提供情感交流、購物體驗的服務設施。

二、 建議-發展智慧化及人文並重的特色機場

(一) 借鏡新加坡樟宜機場-打造浪漫的機場

新加坡樟宜機場表示他們正在打造一個浪漫的機場，他們觀察到在高度智慧化設施之後，太多的機械化及電腦化，使得人與人的之間交流減少。爰此，建議機場營運應創造並提高人與人之間的接觸機會為目標，使機場的氛圍兼顧旅行便利性及旅客感受，打造平衡的智慧化及人文並重的機場，方能展現機場特色，使旅客賓至如歸。

(二) 和諧團結的經營團隊

有鑑於仁川機場設置包含機場管理、機場建設、行銷及各種專門活動部門，對於機場事務皆有專門人員應對處理，其中人員 2-3 年輪調一次，以求增加員工對機場的了解、培養多面向人力及員工向心力。桃園機場事務具備各面向發展，為使員工更具備專業知能及機場事務處理技能，建議可參考仁川機場制度規劃。

(三) 推動機場投入 ACI ASQ 客戶體驗認證

藉由機場申請客戶體驗認證的過程中凝聚機場內部各單位的向心力，使桃園機場升級為最高服務品質機場的共同目標而努力，透過每一年重新申請認證的過程，也督促所有的單位，桃園機場在服務品質方面是不容鬆懈與退步的，取得等級認證則是對機場內所有利害關係人的用心投入最好的回報，也是做為大家共同努力的實質勳章，同時也建議可以提供獎勵制度，以激勵所有的利害關係人積極提升桃園機場的整體服務品質。