

四、計畫摘要(請簡要說明每段不超過 100 字)

1. 團隊組成：(如由接班人 000 帶領成立 00 部門/小組為數據治理團隊與 xxxSI 公司共同執行)

目前葳錦公司擁有數位化人力多分散於業務部、管理課、生管組、研發課等單位共 7 人，由二代預計接班人業務部余漢文經理擔任本計畫主持人，帶領上述各部相關人員為數據治理、IT 技術、OT 技術及流程管理之團隊組成，與邁世通、眾至資訊、金屬中心、資策會等 SI 公司共同執行。

2. 轉型目標設定：(說明轉型動機(解決問題或滿足需求)、轉型方向，並設定願景與目標)

轉型動機：客製產品經驗傳承不易、報價/下單/設計繪圖等前置作業耗時、業務/客服人力不足。

轉型方向：客製標準模組化、線上估價、AI 客服、iIoT 雲端監控。

計畫願景：厚植台灣工業淨水處理產業領導地位，成為國際級淨水處理服務平台。

轉型目標：數位化核心產品、建構傳承機制、初步商模 POC 驗證。

3. 創新商模：(選定關鍵目標客戶，以新市場或新通路來說明新商模，至少須包含價值主張及其因應之關鍵活動)

新商模價值主張旨在成為“**全球純淨水專家服務**”，透過代理商、經銷商及服務商等**關鍵目標客戶**之在地展示店與提供服務，開拓**線上即時估價、雲端設備監控**等 2 處新平台通路來接觸更多潛在客戶，進行品牌行銷/廣宣/參展、產品銷售、客製化生產、標準模組盤點彙整、AI 客戶服務導入、IoT 控制盒推廣、經銷代理培訓等因應之關鍵活動，將從現行(AS IS)「**客製化製造**」商業模式轉變成未來(TO BE)「**雲端平台製造服務**」商業模式。

4. 運用之雲端與數位科技：(包含 SCM、CRM、資訊系統及廠內設備現況，並詳述供應鏈管理及客戶關係管理串聯之業者名稱及家數)

供應商管理(SCM)：運用 ERP 採購管理系統的供應商資料，進行庫存警示與請購、比價、議價、採購與進貨之流程。

客戶關係管理(CRM)：除使用 LINE、FB 社群平台與客戶互動、支援之外，並以 AI 客服中心和 iIoT 雲端監控平台提供線上 Q&A 回應、學習淨水知識和技能以及設備警示、耗材更換提醒的監控。

資訊系統與廠內設備：使用 ERP 系統管理已交易廠商的訂單，使用 NAS 存放過往開發、設計與製造的設備/系統圖檔、流程、規範、BOM 表等資料，使用 Google Sites 製作與存放各部門協作表單。

客戶關係管理串聯業者：串聯水淨科技公司、康碩企業社、惠普企業、全球淨水、樂城清水節能等 5 家客戶，使用線上即時估價平台、AI 客服中心。

5. 概念驗證：(於 xx 時間挑一個產品線、一個營業部門或一個通路據點等進行概念驗證，驗證成效為 000)

共 3 項概念驗證(POC)

D1. 線上即時估價平台概念驗證：113 年 6 月 3 日~113 年 6 月 28 日

驗證成效：降低業務部與客戶估價來往時間與人力損耗，簡易版約可縮短 7 天估價報價時效。

D2. AI 客服中心概念驗證：113 年 6 月 17 日~113 年 7 月 19 日

驗證成效：減少電話客服的時間與人力接洽的損耗，此簡易版約可節省 1/5 客服人力、時間。

D3. iIoT 雲端監控服務平台概念驗證：113 年 7 月 20 日~113 年 8 月 2 日

驗證成效：線上監控水質、通知更換濾芯/維護設備，取代 1 人力定期巡檢或抄表之費時費工。

6. 計畫執行重點及內容：

規劃建置線上估價、AI 客服、iIoT 雲端監控，與標準模組化核心產品、水專家知識資料庫及商業決策戰情室等雲端創新應用工具，藉由數位轉型與智慧升級以營運 ROTEK 淨水「**雲端平台製造服務**」之新商模，建構二代接班傳承之轉型策略藍圖，提早做好接班傳承之布局準備，重塑 ROTEK「**全球服務便利、快速**」新價值。

填表說明：

1. 本摘要得於政府相關網站上公開發佈。

2. 請重點條列、簡要說明為原則。

3. 工業局或執行單位得對獲補助業者追蹤相關效益。