

四、計畫摘要(請簡要說明每段不超過 100 字)

1. 團隊組成：

本計畫由溢康企業股份有限公司負責人林明月之子王士昕總經理擔任計畫主持人及接班任務，帶領公司團隊、德上科技股份有限公司、梵亞行銷有限公司及三甲科技股份有限公司共同執行。

2. 轉型目標設定：

透過雲端數位系統規劃與建置，推動儲水壓力桶產品線的數位管理，並與經銷商共享銷售客戶數據。藉由強化供應鏈上下游的鏈結來提升市場競爭力與顧客黏著度，帶領產業朝新市場開發或新通路拓展進行商模轉型。

3. 創新商模：

以本公司主力的儲水壓力桶產品線供應鏈上游物料管理出發，選定關鍵經銷商分享終端客戶安裝相關資訊，以創新的市場觀點來銷售本公司儲水桶產品，創新本業產品的商業行銷模式。

4. 運用之雲端與數位科技：

本計畫在顧客方面推動「最適化產品數位推薦及產品保固響應式平台」；在供應商方面規劃「庫存水位數位管理」；在經銷商方面建立「銷售數據共享」，來健全供應鏈上下游關係，帶動產業朝新市場和新通路拓展。

5. 概念驗證：

本計畫於 113 年 8 月 1 日至 8 月 25 日實施儲水壓力桶產品線的概念驗證，導入供應商庫存水位管理系統，並優化最適化產品推薦，透過產品保固響應式平台、經銷商數據共享與全球大數據關鍵字的機制，提升市場競爭力與顧客黏著度，帶領產業朝新市場、新通路拓展進行商模轉型。

6. 計畫執行重點及內容：

- 最適化產品數位推薦系統：根據消費者輸入的需求數據，藉由簡化的商品選擇過程，為消費者提供最合適的商品說明，讓消費者能快速得到更具價值且符合需求的信息和資源，從而提升用戶體驗，帶動銷售業績成長。
- 上游供應商庫存水位管理系統：整合數據、分析市場趨勢，隨時監控、分析和調整其庫存水位，從而更靈活地應對市場變化、降低庫存成本、提高客戶滿意度。
- 客戶產品保固響應式平台與經銷商銷售數據共享：與梵亞行銷軟件開發團隊和全球經銷商合作，部署 QR 碼掃描系統，啟動保固自動化，同時收集安裝、銷售數據以實現智慧化追蹤，並和經銷商共享有價值的產品使用數據。
- 全球大數據關鍵字行銷推廣：透過關鍵詞研究、內容優化、SEO 技術、性能追蹤與調整等做法，來提高溢康企業官網在全球搜索引擎中的可見度和排名，吸引更多目標客戶訪問網站。
- 資安防護規劃整備：資安設備防火牆建置、主機系統/網站弱點掃描、社交工程演練、資安教育訓練等。