

2. 非量化效益(請依結案當年實際產生效益狀況填寫)

無

四、計畫摘要(請簡要說明每段不超過 100 字)

1. 團隊組成：接班人魏名宏總經理帶領成立數據治理團隊與傳陽顧問公司共同執行。
2. 轉型目標設定：
 - (1) 轉型動機增加銷售廣度(新增電商通路)與提升客戶服務和資訊安全。
 - (2) 轉型方向朝向數位化發展，包括推出官網電商，搭配線上客訴與產品規格說明、fitting APP 和雲端備份系統。
 - (3) 願景：期望成為行業標準的領先者。
 - (4) 目標：提高產品銷售的觸及率，提高資訊安全。
3. 創新商模：
 - (1) 新商模：台灣地區新增 B2C 通路，B2B 線上下單銷售模式
 - (2) 價值主張：
 - A. 開發 Fitting APP
 - B. 服務價值：網站經營讓產品銷售無死角
 - (3) 關鍵活動：
 - A. 物料採購 & 供應鏈透過系統雲端化管理
 - B. 客戶訂單雲端化、串接外部物流系統、以及內部倉儲與庫存管理
 - C. 客戶服務：線上售後服務、客訴處理雲端化
4. 運用之雲端與數位科技：

公司運用雲端與數位科技提升 SCM、CRM 和資訊系統效率。供應鏈管理平台整合供應商訂單、品檢和評鑑資料，提升交期回覆及對帳效率。CRM 則通過雲端線上購物平台和即時回饋系統，提高客戶服務品質。廠內資訊設備現況包含防火牆、防毒軟體和雲端備份，保障資訊安全。
5. 概念驗證：

透過線上購物平台、金流物流、供應商管理、倉庫管理等流程,提供即時看板以掌控供應商進度和庫存狀況。這個新商模與內部系統管理流程可以滿足消費者、車店的即時需求,同時提高供應鏈的效率和透明度,是一個值得進一步發展的概念。
6. 計畫執行重點及內容：制定數位轉型策略，設立明確目標與藍圖；加強企業內部數據治理，提升決策效率；投入雲端技術，提升資訊系統的安全性與靈活性；結合虛擬通路搭配 Fitting APP，提供線上購物服務與精準的產品量測；並規劃經費、人力及查核點，確保計畫的順利執行和成果驗證。

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。