

# 【OGSM】 企業績效管理應用

## 7.x/8.x 版本功能應用簡介

「OGSM」應用，支援 a+PMD 7.4 以上版本

# 目錄

## Content

1. 何謂OGSM
2. 育睿a+PMD Suite
  - OGSM系統應用簡介

第 1 章

# 何謂OGSM

# OGSM簡介

**Objective 最終目的** 當我們成功時，我們看起來像什麼樣子？

團隊要達到的理想境界：用一段文字描述個人、單位、企業存在的價值，給予決策及執行的方向。

| Goal 1 具體目標<br>我們的具體目的地究竟在哪裡？   | Strategy 1-1 策略<br>是否描述清楚，讓大家對資源做出取捨？  | Measure 檢核<br>我們是否照著設定的小路標走，然後隨時檢查是否迷路？ |                                  |
|---|--|---|----------------------------------|
|   |  | Dashboard 衡量指標<br>衡量策略是否徹底被運用的檢核指標      | Plans 行動計畫<br>依照時間序列出負責單位、負責人、事項 |
| 可具體以數字和日期衡量的目標。<br>- 包含客觀數字、日期衡量。<br>- 符合SMART目標設定原則。<br>- 公式：動詞+名詞+時間。 | 決定選擇的資源，並規畫如何使用。<br>- 運用三大資源：人、錢、時間。<br>- 資源的「取捨」決定策略的方向。<br>- 起手語句：「透過...」。 | D1-1-1                                  | 負責單位/人 1<br>·時間/事項1<br>·時間/事項2   |
|   |  | D1-1-2                                  | 負責單位/人 2<br>·時間/事項1<br>·時間/事項2   |
|   |  | D1-1-3                                  | 負責單位/人 3<br>·時間/事項1<br>·時間/事項2   |

- **O**(Objective/最終目的)：企業願景，全公司全力以赴的最終目的。
- **G**(Goal/具體目標)：達成最終目的前，會先完成哪些具體成果(里程碑)；以**SMART原則**將目標化為實際作為，讓員工能**集中目標**且竭盡全力朝目標前進。
- **S**(Strategy/策略)：以三大資源「人、錢、時間」，進一步**設定出達到具體目標的手段方法**。
- **M**(Measure/檢核)：在**執行策略的過程中**，將過程切割成**小的指標**，透過設定小指標，讓執行者確定沒有走偏或走錯路徑。
  1. 衡量指標(Dashboard)：SMART原則
  2. 行動計畫(Plan)：實際的行動與步驟



資料來源：  
出版社：商業周刊  
書名：[OGSM打造高敏捷團隊](#)  
作者：張敏敏

# OGSM的基本精神

- **一頁企劃書**：最重要，最有價值的事、簡易上手，願景、目標、達成方法一頁展開，適合統合與釐清彼此的想法。
  - 由上而下瀑布式逐層展開，環環相扣的**策略落地**流程，具有貫穿力、對焦，上下一條心。
  - 元素之間**邏輯明確**，收斂與發散。
  - **給予方向感**：透過「最終目的」提供全員共識的清晰方向感；且在同一頁內呈現，使在前往目標的路上，能時時提醒「為何而戰」。
  - 適合**引導策略上的思考**，做資源的取捨與專注於最有效的策略上。
- 透過衡量指標(Dashboard)與執行要點(Action Plan)的一路展開，適時**檢核執行成效**，不斷確認現狀與理想的差距與修正。
  - 強調**SMART具體化衡量指標**，若真的找不出量化衡量指標，亦可用「日期」或「時間」當做檢視指標(關鍵期間+關鍵事項)。
  - 與其用截止時間，不如用時間區段來定義：明確知道何時運用資源。
  - **要求員工主動、隨時雙向溝通**，並願意提出高挑戰目標，以及過程中不斷修正調整。

# OGSM 具貫穿力、對焦・上下連結一條心

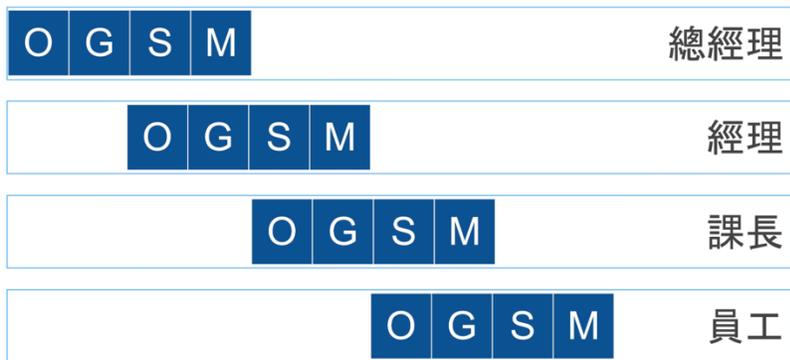
Objective 和 Strategy 是文字描述，Goal 和 Dashboard 是數字呈現，層級依此展開。

所謂的層級就是，**上一層級的 Strategy（策略）是下一層級人員的 Objective（最終目的）。**

**上一層級的 M-Dashboard（檢核中的衡量指標），是下一層級人員的 Goal（具體目標）。**

以此往下層層展開。請見下圖：

OGSM 層級示意圖



資料來源：[商業周刊》OGSM打造高敏捷團隊/張敏敏](#)

## 汽車電動鑰匙製造商OGSM內容

| Objective 最終目的: 提供使用者智能產品, 創造舒適生活 |                                     |  |
|-----------------------------------|-------------------------------------|--|
| Goal 具體目標                         | Strategy 策略                         | Measure 檢核   |
| 2019年 12月31日前, 完成3件新發明專利並導入商品     | 透過增加 <b>RD 預算</b> 投入資源, <b>強化產品</b> | <b>Dashboard 衡量指標</b><br>D1: 2018年6月30日前提撥新發明專利的專案預算1千萬元<br>D2: 2019年3月31日前完成3項新型專利研發並送出申請文件 |

資料來源：[商業周刊》OGSM打造高敏捷團隊/張敏敏](#)

第 2 章

# a+PMD Suite 系統 OGSM系統應用圖例

- OGSM關聯的系統功能應用
- OGSM層級應用：G「目標」及S「子目標」目標「承接」，及部屬目標的「分派」
- a+PMD Suite系統特色

# OGSM 考核表範例與系統應用

○》為組織年度目標(每一個人都相同)，可應用專案說明或區塊說明來達成揭露的目的。

| 專案資訊 / 考核表填寫說明             |                  | XX年度任務目標 |                                   |  |                     |    |                    |        |    |    |  |
|----------------------------|------------------|----------|-----------------------------------|--|---------------------|----|--------------------|--------|----|----|--|
| 每年營業額倍數成長；毛利率達 30%；ROA達10% |                  |          |                                   |  |                     |    |                    |        |    |    |  |
| 具體目標<br>Goal               | 關鍵策略<br>Strategy | %        | Measure<br>衡量                     |  |                     |    | 排程計畫               |        |    |    |  |
|                            |                  |          | 衡量指標<br>Dashboard                 |  | 行動計畫<br>Action Plan |    | Q1                 | Q2     | Q3 | Q4 |  |
| <b>G1目標</b>                | <b>G1_S1策略</b>   |          | <b>M《衡量標準》</b>                    |  | <b>M《行動計畫》</b>      | 預計 | <b>階段性目標《進度報告》</b> |        |    |    |  |
| G》「目標」                     | S》「子目標」          |          | M》可應用系統目標項目裡的文字區塊「衡量標準」、「行動計畫」展開。 |  |                     |    | 實際                 | 《績效筆記》 |    |    |  |
|                            | <b>G1_S2策略</b>   |          |                                   |  |                     | 預計 |                    |        |    |    |  |
|                            |                  |          |                                   |  |                     | 實際 |                    |        |    |    |  |

OGSM 層級應用 (目標上下承接)：

- 承接方式：
  - 部屬設定目標/子目標時，向上對應選擇係承接自哪個主管的G「目標」或S「子目標」；
  - 主管應用「分派」/「指派」，將主管的G「目標」或S「子目標」向下分給部屬承接。
  - 若要承接的是主管的M「衡量內容」及「行動方案」項目，可在目標各欄位上填入要承接的內容，然後選擇承接自主管該項M所在的S「子目標」。
- 承接內容檢視：可從主管的目標中點選「承接人數」的數字，即可看到承接人數及承接內容。

# Objective 願景、目的・專案的目的說明

**OGSM**  
績效期間：2023/01/01 ~ 2023/12/31  
承辦人：陳雅苓

主頁 目標進度

**目的說明**  
組織願景目標：結合創新科技，發展智慧家電網絡，成為家家戶戶信賴的生活小幫手。

**訊息公告**  
暫無介紹

**我的績效**

|      |                       |       |      |
|------|-----------------------|-------|------|
| 目標設定 | 2023/04/01~2023/04/30 | 修改審核中 | 檢視目標 |
|------|-----------------------|-------|------|

若大家的○都是一樣的，例如都是組織的願景目標，可以置入「目的說明」中，並加強顯示，讓大家明確知道這一連串的动作目的為何。

# Goal & Strategy 展開 · 目標與子目標

The screenshot displays the OGSM interface with the following details:

- Header:** OGSM 佔比: - | MBO
- Goal Section:**
  - Weight:** 50/100 權重
  - Goal ID:** G01 : 減少實體電話客服數量20%
  - Goal Name:** Goal (目標)
  - Item Type:** 自訂項目
  - Target Value:** 目標值 : <=320(通)
  - Content:** 內容 : 執行期間 : 1/1~12/31
  - Measurement Standard:** 衡量標準 : 實體客服數量減少 20% , 從每月平均400通到320通
- Sub-goal Section:**
  - Weight:** 50/50 權重
  - Sub-goal ID:** S01 : 透過和外部協力廠商合作建立24小時客服平台
  - Sub-goal Name:** Strategy(子目標)
  - Item Type:** 自訂項目
  - Content:** 內容 :
  - Measurement Standard:** 衡量標準 :
  - Indicator:** <日期指標>
  - Details:** D1 : 4/29 開會確定得到5家廠商的報價單。 D2 : 6/30確定最後入圍的2家。 D3 : 8/15確定合作廠商。 <績效指標> D4 : 8/1~8/31試行客戶平台且取得客戶淨推薦值75%以上。 D5 : 10/1正式上線。

透過二層式目標架構，展開G(目標)與對應的S(子目標)。

# 目標設定 · 新增「目標」

受評人 **林清水**  
數位暨數據發展資深副總經理

目標歸屬部門  
財務暨會計處

專案名稱  
OGSM

作業名稱  
目標設定  
到期日 2023/04/30

OGSM | 佔比：- | MBO

**50/100** **G01：減少實體電話客服數量20%**  
自訂項目  
目標值：<=320(通)  
內容：執行期間：1/1~12/31  
衡量標準：實體客服數量減少 20%，從每月平均400通到320通

**子目標**

**50/50** **S01：透過和外部協力廠商合作建立24小時客服平台**  
自訂項目 | 承接人數：1  
內容：  
衡量標準：  
<日期指標>  
D1：4/29 開會確定得到5家廠商的報價單。 D2：6/30確定最後入圍的2家。 D3：8/15確定合作廠商。

目標項目規劃狀況  
完成

OGSM  
2 項目標 (權重合計：100)

**「目標」設定**

- + 新增
- 複製
- 加入職務目標
- 加入學習階段目標

# 目標設定 · 新增「子目標」

### 規劃績效目標

55/100 課級營業額  
權重 建議項目 承接人數：4 承接自：部級營業額

目標值：>=2000(萬)  
內容：承部級營運策略的年度營業額目標  
衡量標準：年度成交金額不低於2000萬

#### 子目標

30/55 客戶拜訪量  
權重 建議項目

目標值：>=125(家)  
內容：主動配合客戶的行為與步調，建立投契關係，打造良好關係。  
衡量標準：實際出訪客戶進行拜訪

25/55 應收帳款週款率  
權重 建議項目

目標值：>=80(%)  
內容：量化公司回收應收帳款的速度。  
衡量標準：應收帳款週轉率 = (營業收入 / 平均應收帳款) × 100%

#### 「子目標」設定

- + 新增
- 複製
- 加入職務目標
- 加入學習階段目標

#### 目標項目規劃狀況

完成

工作績效  
2 項目標 (權重合計：100)

# 在子目標中建立Measure的**衡量指標**

運用**子目標**欄位**展開Measure**。

## 基本資料

對應目標 **G01 : 減少實體電話客服數量20%**

目標項目名稱 S01 : 透過和外部協力廠商合作建立24小時客服平台

類別

承接自

項目類型 自訂項目

所屬區塊 **OGSM**

內容

衡量標準 <日期指標>

D1 : 4/29 開會確定得到5家廠商的報價單。

D2 : 6/30確定最後入圍的2家。

D3 : 8/15確定合作廠商。

<績效指標>

D4 : 8/1~8/31試行客戶平台且取得客戶淨推薦值75%以上。

D5 : 10/1正式上線。

權重 50

目標型態 質化型目標

1. 在「**衡量標準**」之處，可建立相應策略的**衡量指標**

年月

階段目標

2023/1

2023/2

2023/3

2023/4

2023/5

2023/6

2023/7

2023/8

2023/9

開會確定得到5家廠...

確定最後入圍的2家

確定合作廠商

試行客戶平台

2. 若衡量指標有**期間性**，在不同的時間點檢核的指標不同，也可將衡量指標建立在「**階段性目標**」《**績效進度報告**》內。

# 在子目標中建立Measure的行動計畫

## 執行期間

行動計畫 1/10 徵求5位廠商  
4/30 討論5張廠商報價單  
5/3完成第一次議價  
7/1確定最入圍的二家廠商  
7/31第二次議價  
8/15簽約並確定廠商  
8/1進行前測  
9/1-9/30 修正並再次調整流程  
11/1 第一次檢討會議  
12/1第二次檢討會議

3. 在子目標的「行動計畫」欄位可建立相應策略的行動計畫

最後更動者 林清水

最後更動日期 2023/04/24

## 年月

## 階段目標

|         |                          |
|---------|--------------------------|
| 2023/1  | 確認KOAs各單位定義              |
| 2023/2  | 製作KOAs劇本、製作流程與確認錄製人選     |
| 2023/3  | 錄製線上課程                   |
| 2023/4  | 字幕與所有後製完成                |
| 2023/5  | 主管完成20小時線上課程             |
| 2023/6  | 主管填寫完成KOAs表單、確認A級人才並完成簽核 |
| 2023/7  | 確認潛力人才IDP                |
| 2023/8  | 潛力人才IDP計劃執行              |
| 2023/9  | 潛力人才IDP計劃執行              |
| 2023/10 |                          |
| 2023/11 |                          |
| 2023/12 |                          |

4. 或將階段性目標展開的每個月規劃，做為行動方案排程計劃，規劃每個月的進程。

# 目標由上往下承接貫串 (1) · 部屬目標「分派」

**60/100** 權重 **G1: 建立潛力人才庫, 辨識A級人才較去年同期30人, 成長33%...**  
 自訂項目 承接人數: 0  
 目標值: >=40  
 內容:  
 衡量標準:

**子目標**

**40/60** 權重 **S1-1: 透過KSAOs盤點辨識A...**  
 承接人數: 2

內容:  
 衡量標準:

- D1-1-1: 2/15完成製作線上課程的資料
- D1-1-2: 2/15-3/15錄製KSAOs線上課程 (TA: 經理人)
- D1-1-3: 3/15-4/10蒐集各事業單位經理對部屬的KSAOs表單
- D1-1-4: 4/15前簽核完成A級人才名單100人以上
- D1-1-5: 4/30前確認潛力人才IDP計畫
- D1-1-6: 5/1~8/31潛力人才IDP計畫執行完成

分派

點選 1 「分派」  
 即可進行績效  
 目標分派

SM 項目 佔比: - MBO

承接人數清單

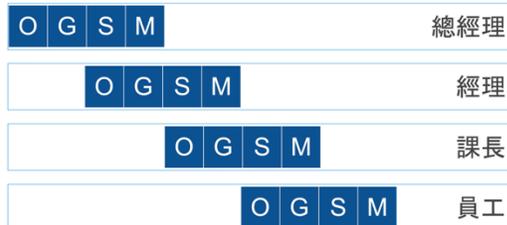
共 2 筆

| 受評人姓名 | 目標項目名稱               | 考核區塊    | 衡量標準  | 目標值      |
|-------|----------------------|---------|---|----------|
| 陳雅苓   | D1-1-4/5/6: 簽核完成A... | OGSM 項目 | <ul style="list-style-type: none"> <li>D1-1-4: 4/15前簽核完成A級人才名單50人以上</li> </ul>                                | >=50 (人) |
| 王晨揚   | D1-1-4/5/6: 簽核完成A... | OGSM 項目 | <ul style="list-style-type: none"> <li>D1-1-3: 3/15-4/10蒐集各事業單位經理對部屬的KSAOs表單</li> <li>D1-1-4: 4/15</li> </ul> | >=50 (人) |
| 合計    |                      |         |   | >=100人   |

目標分派, 應用效益:

- 適用於將主管目標往下展開的目標項目
- 加速目標的串連展開與管理

OGSM 層級示意圖



OGSM層級應用:

- 主管的Strategy/策略, 可為部屬的Objective /最終目的;
- 主管的M-Dashboard/檢核中的衡量指標, 也可做為部屬的Goal /具體目標。

目標分派, OGSM 應用:

- 主管可應用「分派」, 將主管的G「目標」及S「子目標」分派給部屬, 也可分派後改變目標內容, 只置入主管S「子目標」中的部份「衡量內容」及「行動方案」, 讓不同的部屬承接不同的M。
- 點選「承接人數」的數字, 即可看到承接人數及承接內容。

# 目標由上往下承接貫串（2） · 部屬目標「指派」

The screenshot displays a user interface for goal management. At the top left, there is a red-bordered button labeled '指派 (6)'. Below it, three goal planning cards are shown, each with a blue header '目標規劃' and a pencil icon in a circle. The first card is for '林冠宇', the second for '林台彥', and the third for '陳宜庭'. Each card contains the following information: '目標指派', '專案 : OGSM 2023專案', '作業 : 績效規劃作業', and '截止日期 2023/04/18'. The pencil icon in the first card is highlighted with a red box.

## 目標指派：

- 從《部屬》目標清單直接設定目標項目，並透過該目標係承接自哪個主管目標的選擇，建立上下串接關係。
- 方式：在指派功能中，選擇要指派的人員，直接點選修改目標規劃，新增要指派的項目即可。

# 目標由上往下承接貫串（2） · 部屬目標「指派」（續）

**基本資料**

目標項目名稱 \* G01 : 2022/7/31前與外部協力廠商合作建立24HR客服平台

類別 選擇

承接自 S01 : 透過和外部協力廠商合作建立24小時客服平台 ×

項目類型 自訂項目

所屬區塊 \* OGSM ×

內容

衡量標準

權重 \* 50

主管的G「目標」與S「子目標」

- G01 : 減少實體電話客服數量20%
- S01 : 透過和外部協力廠商合作建立24小時客服平台
- G02:客戶滿意度提升到97分

- 在設定G時，可選擇該G是承接自主管的哪個G「目標」或S「子目標」此例是承接自主管的策略S「子目標」。
- 若僅是承接S下的某個M，可將M的內容設在目標的相應欄位，然後選擇承接自該M所屬的S「子目標」

# 員工目標設定 · 也可關聯承接主管目標

**新增目標項目**

**基本資料**

目標項目名稱 \* 年度關鍵人才盤點

類別 選擇

承接自 選擇

項目類型 目標項目

所屬區塊 \* OGSM 項目 \*

內容

衡量標準

權重 \*

目標型態  質化型目標  量化型目標

**選擇上層主管目標**

目標項目清單

| 執行 | 目標來源 | 主管  | 目標項目名稱                          |
|----|------|-----|---------------------------------|
| 選擇 | 主管   | 林清水 | G2: 2022/3起, 每季至少               |
| 選擇 | 主管   | 林清水 | S2-1: 整合客戶提出的問                  |
| 選擇 | 主管   | 林清水 | S2-2: 透過智慧軟硬體平                  |
| 選擇 | 主管   | 林清水 | S2-3: 透過外部顧問團隊                  |
| 選擇 | 主管   | 林清水 | G1: 建立潛力人才庫, 辨識A級人才較去... 績效工作目標 |
| 選擇 | 主管   | 林清水 | S1-1: 透過KASOs盤點辨識A級人才 績效工作目標    |
| 選擇 | 主管   | 林清水 | S1-2: 透過獎勵方案                    |

員工在設定目標時，可將該目標選擇 **關聯承接主管目標**。

# 目標承接地圖 · 目標關聯檢視更全面清楚



G

S/M

- 部屬的G (若其有建「子目標」, 可再展S/M)
- 此例是部屬承接了S下的一個M。若於說定之時, 即規範部屬均承接主管M為目標, 在此就可檢視M被承接的狀況。

# 績效儀表板 · 主管查看績效進度

主頁  
任務  
**儀錶板**  
查詢  
設定

aEnrich » aEnrich » 個人中心 » 儀錶板

### 績效進度

子目標

- G2 : 2022/3起，每季至少... 無法量化 承接狀態 --
- G1 : 建立潛力人才庫，辨... /40(人) 承接狀態 --

子目標 S1-1 : 透過KASOs盤點辨識A級人才 /100(人) 0%

承接狀態 40/100(人) 40% M

承接狀態

- 王晨揚 D1-1-4/5/6 : 簽核完成A級人... 19 / 50(人) 38%
- 陳雅苓 D1-1-4/5/6 : 簽核完成A級人... 21 / 50(人) 42%

S1-2 : 透過獎勵方案

因部屬均承接了主管的M，此時就可一目瞭然看主管M被執行的成果。

# 績效進度報告填寫

搜尋績效進度報告

發送催填通知

已選取 0 筆

員工編號： 姓名：

1030101 李冠宇

可查詢與檢視績效進度報告完成狀態與內容。

系統研發部(K6... 高級工程師 是 完成

檢視總體績效報告

< 2020 >

JAN FEB MAR APR

檢視 檢視 檢視 檢視

檢視2020年3月績效進度報告

完成 已發佈

| 考核區塊   | 區塊類型   | 比重(%) |
|--------|--------|-------|
| 工作目標規劃 | 目標項目評核 | 30    |
| 一般員工行為 | 行為評核   | 40    |

### 工作目標規劃

績效進度報告清單

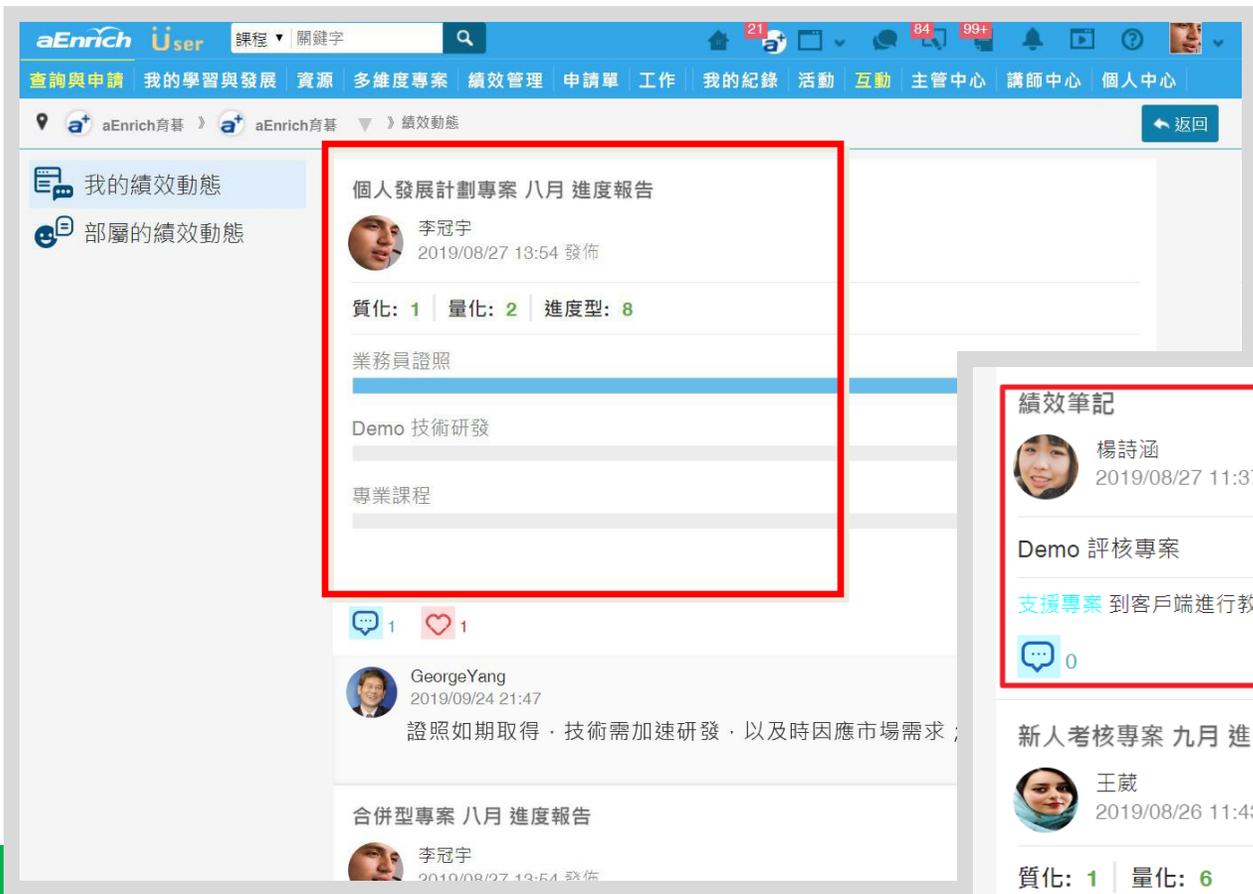
| 目標項目          | 階段目標 | 目標值       | 實績值    | 達成率 | 實際率 |
|---------------|------|-----------|--------|-----|-----|
| 相關業務進度掌控與成效追蹤 |      |           |        |     |     |
| 客戶滿意度         |      | >=70 (%)  | (%)    |     |     |
| Demo 技術研發     |      | >=100 (%) | 100(%) | 100 |     |
| PMP認證         |      | >=100 (%) | 100(%) | 100 |     |
| 專案管理          |      |           |        |     |     |

# 績效進度報告 · 方便主管及時追蹤與協助

| 查閱總體績效報告    |      |                   |      |         |     |     |      |
|-------------|------|-------------------|------|---------|-----|-----|------|
| 新客戶數        |      |                   |      |         |     |     |      |
| 總達成率 27.78% |      |                   |      |         |     |     |      |
| 報告年月        | 階段目標 | 實際執行狀況            | 差異說明 | 目標值     | 實績值 | 達成率 | 填寫狀態 |
| 2016/6      | 拜訪新客 | 新客決定自行開發自己公司需要的產品 |      | >=1 (家) | 0   | 0   | 完成   |
| 2016/7      | 拜訪新客 |                   |      | >=1 (家) | 2   | 200 | 完成   |
| 2016/8      | 拜訪新客 |                   |      | >=1 (家) | 0   | 0   | 完成   |
| 2016/9      | 拜訪新客 |                   |      | >=1 (家) | 1   | 100 | 完成   |
| 2016/10     | 拜訪新客 |                   |      | >=1 (家) | 1   | 100 | 完成   |
| 2016/11     | 拜訪新客 |                   |      | >=1 (家) | 1   | 100 | 完成   |
| 2016/12     | 拜訪新客 |                   |      | >=1 (家) | 1   | 100 | 完成   |

- 「**量化目標**」：系統可自動計算判斷，並提醒目前的進度落後與否
- **主管**可追蹤人員的績效表現狀況，**即時發現問題**，**即時處理**

# 績效動態 · 主管給予即時有效的回饋



支援「行動裝置」  
 主管與部屬可以即時討論與回饋  
 互動記錄完整保留在系統供檢視



# 單一介面 · 資訊完整串聯、透明

主管可查閱受評者的**相關訓練/績效等紀錄**，以參考規劃員工最適合的承接項目

**查詢訓練紀錄**

| 面授總計 | 線上總計 | 課程總計 |
|------|------|------|
|      |      |      |

**查詢績效紀錄**

| 專案名稱        | 績效期間                    | 目的說明  | 作業名稱         | 績效總評          |
|-------------|-------------------------|---|--------------|---------------|
| 評核專案(申訴+面談) | 2019/08/01 ~ 2021/12/31 | 訂定全球行銷事業處 <b>員工設定績效目標</b> ，並以其績效評核結果作為績效表現依據。 | 期中檢討1(非強制面談) |               |
| 評核專案(申訴+面談) | 2019/08/01 ~ 2021/12/31 | 訂定全球行銷事業處 <b>員工設定績效目標</b> ，並以其績效評核結果作為績效表現依據。 | 期中檢討2        |               |
| 核算專案        | 2019/07/01 ~ 2019/07/31 | 請各位主管依照部屬上半年的目標                               | 核算作業         | 實際評核表 81.39/甲 |

**查詢總體績效報告**

KPI OKR

### 客戶續約金額900萬

總達成率

| 報告年月   | 階段目標 | 實際執行狀況                   | 差異說明 | 目標值 | 實績值 | 達成率 |
|--------|------|--------------------------|------|-----|-----|-----|
| 2020/1 |      |                          |      |     |     |     |
| 2020/2 |      |                          |      |     |     |     |
| 2020/3 |      | 本季執行符合市場預期<br>認知，故均能順利執行 | 無    |     | 900 |     |
| 2020/4 |      |                          |      |     |     |     |

初評: admin

自評: Lee Sara 2021/11/03 17:43



## 產品需求單

歡迎立即線上填寫  
我們將儘速為您服務！



育碁官網



a+HCM產品



客戶證言



台北 總公司  
電話：02-2517-8080  
地址：台北市大安區建國南路二段276號10F

台南 辦公室  
電話：06-2378103 分機 721  
地址：台南市東區東門路2段297號6樓之1

**New ! 2023/7/17 擴大遷入 !**