

天下雜誌數位轉型HR的思考

數位科技如何給力

Agenda

- 數位轉型「轉」什麼？
- 數位轉型起手式：C-SOP Model
- 天下HR運用數位科技的思考

數位轉型

數位轉型3個改變

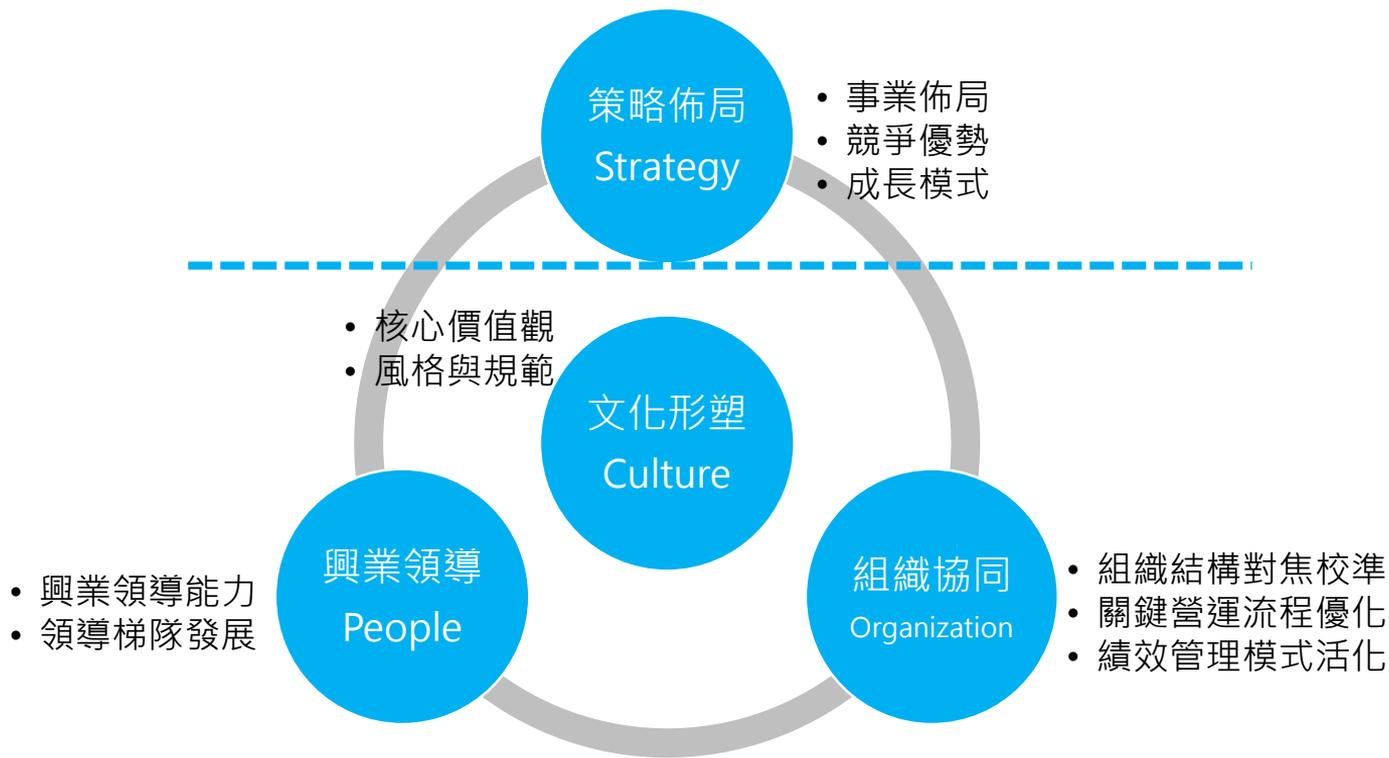
- 從產品思惟到用戶思惟
- 追求效率和創新能力的營運流程
- 業務模式再造

數位轉型領頭羊6大特色

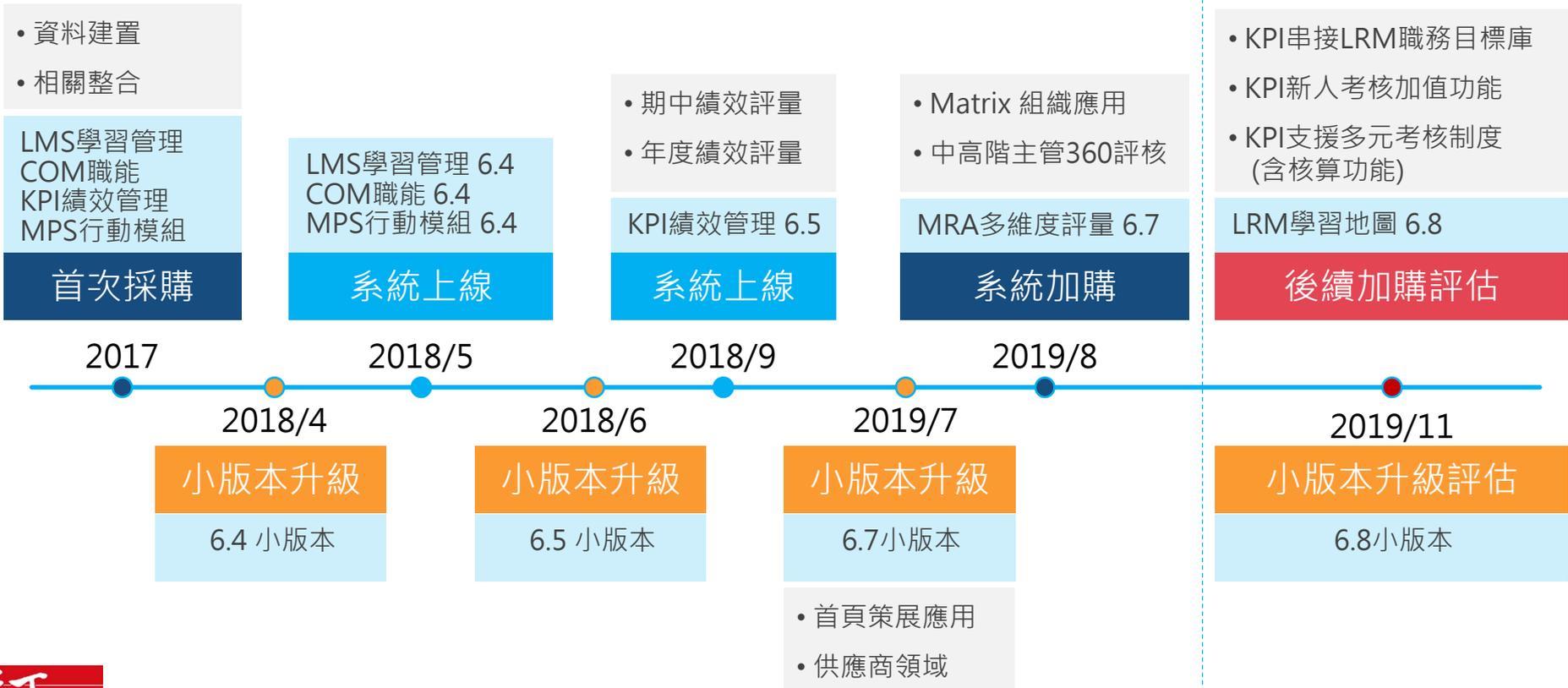
- 營收至少1/3來自數位產品與服務
- 新產品與服務營收提升約27%
- 淨利率提升約33%
- 生產力提升約30%
- 成本成功降低約33%
- 客戶滿意度、忠誠度與留存度提升約33%

(天下雜誌2019 2000大調查-微軟、IDC)

企業轉型的C-SOP Model



天下雜誌集團導入育碁a+HRD 6.x歷程



重新定義成功指標-KPI也要轉型

	創新比例	顧客擁戴	數據資本	業務運作	工作和員工支持
財務 KPI	2020年，為數位轉型分配的預算，約佔公司總預算40%	未來3年，每年為客戶增加20%的利潤	2019年，以「平台策略」出發驅動的數據相關IT投資，佔總IT投資逾25%	2020年，數位轉型產品或服務類型商品，達成50%市佔目標	50%行政人員薪資用在數位目標管理(MBOs)
業務 KPI	批准執行的創新專案，2020年達40%	2019年，能提高NPS(客戶滿意調查淨推薦分數)達50/100	平台相關收入佔總營收比重，未來5年每年增加10%	未來3年，每年推出一款新的數位轉型產品或服務	3年內，因應需求的知識性工作時間，每年增加10%
經營 KPI	公司為數位轉型的投入，未來3年每年失敗率低於10%	未營利商品一年內能提升50%顧客互動	3年內，新的應用程式界面(APIs)能減少數據去的與分享的支出約50%	未來3年，每年提升自主修正的百分比約10%	未來3年，每年將10%的重複性工作流程改由AI負責