

# 打造數位微學習數位轉型案



## 問題 聚焦

- 資策會既有客群以雙北與桃園為主。其他縣市也存在需求，但前往個別地區開課不符效益。
- 目前提供的企業教育訓練模式，難以符合中小企業對成本效益的期待。若能善用數位產品低變動成本的特性，可望成為開拓中小企業教育訓練市場的敲門磚。
- 實體課程的價格與知識含量高，故客群年齡層偏高，集中在35-50歲左右。目前初入社會的Z世代，屬於「數位原生」族群，對線上課程的需求與接受度均較高。
- 線上課程市場日益蓬勃發展。依據資策會調查，台灣近年的「知識付費」市場逐年成長。其中Z世代為重要的潛力市場，其購買線上錄播教學比例超越買書進修，且偏好職場技能相關內容。



## 策略方法

- 為提供數位時代在職人士更便利的教育訓練，並開創資策會實體培訓服務外的第二曲線，資策會聚焦自身的核心能量，鎖定「產業分析」、「市場研究」、「思考法」等跨產業職場共通內隱能力，導入「微學習」(micro-learning)易學易懂的理念，重新設計輕薄短小的數位內容，並規劃授權制與訂閱制之雙商業模式營運，一來降低坊間講師備課成本，增強或補充其他訓練方式之不足；二來期能為企業節省30%的基礎職能教育訓練成本。



## 成功關鍵

- 建立資策會的數位微課程製作能量，採用ADDIE的方法論，發展企業訂閱與授權雙商業模式，協助企業重新檢視數位學習，促成教育訓練的數位轉型。



## 成果效益

- 積極拓展民間管顧公司或教育機構合作，資策會扮演第三方角色。業師獲授權使用資策會的數位內容後，可搭配實體課程融合講授，形成「混成彈性學習」，降低講師備課成本，增強或補充其他訓練方式之不足。
- 聚焦推廣數位課程企業訂閱制，輔導員工在職自主學習，期能為企業節省30%的基礎職能教育訓練成本。
- 把微學習的製作能量轉為客製化服務，協助企業重新檢視數位學習，促成教育訓練的數位轉型。



中文官網



數位轉型學堂