

# 制胜战略 术语表



# 敬业的同事

## 战略

- **环保、健康与安全**  
对派克而言最重要的是确保每位团队成员每天可以平安地下班回家。派克亦致力于在全球负责任地运营，通过节约资源、减少废弃物和设计可持续的产品，保持社区的蓬勃生机。
- **企业家精神**  
创始人亚瑟·派克始建的企业家精神指引派克踏上了一条与众不同的创新和成长道路。如今，派克旨在重新激励这种精神，鼓励大家灵活应变，自主自治，能够探索和超越。
- **高绩效的团队和领导者**  
在派克，我们采用结构化的团队合作和协同决策的工作方式，组建高绩效团队来应用最贴近产品和客户的团队成员所具备的独特知识和视角。这种模式授权每个同事充分发挥自身的专长去解决问题、执行决策和改善公司。

## 衡量指标

- **零事故**  
打造一个“安全第一”的环境，不仅是公司的正确运营之道，而且最有成效。安全、生产力与盈利能力都是紧密相联的。
- **制胜战略所需的速度**  
制胜战略包含的若干战略，都旨在提高派克团队成员的任务执行速度，从而缩短派克响应客户需求或应对市场变化所需的时间。
- **主人翁意识：80%以上的员工参与高绩效团队**  
要建立一个充分体现企业家精神的体系，授权团队成员自行制定影响他们工作的决策，有赖于确保他们投入到高绩效团队中。派克的目标是实现 80% 或更高的员工参与率。

- **包容的环境**

派克致力于打造一个多元化和包容的团队，尊重和接受各位同事的不同观点。

- **敬业度指数 > 74%**

派克执行这些战略的成功与否取决于一支充分敬业的全球团队。派克全球员工敬业度调查中的问题是经过科学设计的，能够准确衡量敬业度。我们的目标是 **74%**或更高的敬业度，成为行业中的前**25%**。

# 卓越的客户体验

## 战略

- **准时交付优质解决方案**

派克通过高效的库存管理、反应迅速的制造和世界级供应链，可靠地交付产品、系统和所需的服务，来帮助客户解决问题，推动业务发展。

- **电子商务领导地位**

派克的客户越来越多的在多渠道的电子化环境中与派克进行互动。派克将持续不断地提高电子化能力、技术和流程，让客户比以往更便捷地利用派克无可匹敌的宽广的产品线、系统和知识。

- **方便客户**

派克需要为客户做好一切细节，让客户与我们合作更加便利，为客户创造非凡的体验。

## 衡量指标

- **98%以上的准时交货率**

作为战略合作伙伴，派克致力于准时交付订单。实现近乎完美的准时交货率是一项绝对要求，派克精确地管理库存和生产计划，做到始终如一的准时交付。

- **六西格玛质量**

每件带有派克标识的产品在出厂时必须达到最高的质量和可靠性标准。派克严格采用六西格玛工具改进流程，最大限度减少制造过程的差异，降低每百万产品退返件数量（RPPM）。

- **提高电子商务转换率**

客户通过电子化方式进行购买时，会进行一些关键行为，包括：收集产品信息，下载 CAD 文件，在线咨询，要求报价，完成购买。派克的成功将由引导客户逐一进入下一节点的能力来衡量。

- **一流的交付期和报价速度**

促进销售增长的一个核心元素是向客户展示：跟派克做生意很便利，因此将报价以及生产过程中的速度作为衡量公司绩效的关键指标。

- **推荐可能性 > 30**

推荐可能性是指在交易完成后，通过一个简短的调查从客户处得到重要反馈信息的一种衡量指标。其衡量的是推荐者（有正面体验客户的百分比）与批评者（有负面体验客户的百分比）之间的差值。派克的目标是推荐者减去批评者的得分差值大于 30。

- **客户评价表**

客户评价表是从客户的角度来衡量一个公司的绩效表现。如果解决某个问题可以更好地服务到某个客户，它就能使整个公司的流程得到改进。

# 盈利性增长

## 战略

- **市场为导向的创新**

派克的战略是与其产品和技术的最终用户合作，实现以市场为导向的创新。通过理解尚未得到满足的客户需求，派克将产生最佳的创新灵感。

- **系统解决方案**

凭借最广泛的运动与控制技术，派克的核心优势之一是提供高效、可靠、高性能的系统以帮助客户提高生产率和盈利能力，以及简化其供应链。派克的目标之一就是 40% 的收入来自于系统销售。

- **强大的分销网络**

派克的最大资产之一是其世界级的分销渠道。派克期望通过持续致力于在新兴市场的渠道扩展，和平衡在工业销售中分销和直销的比重，来实现长期增长

- **提高份额**

面对要增加营收的挑战，一个重要方法是提高份额，包括关键客户和目标市场。

- **工程专业技能**

为了实现其财务绩效目标并给世界带来积极影响，派克在全球各地的业务点都需要有合适的工程专业技能组合，以及有高度积极性和创造力的工程师。

## 衡量指标

- **有机增长 150 bps > 市场**

派克的目标是实现每年有机增长比市场高 150 bps，这既考虑到终端市场增长的自然波动，又强调了派克必须提高份额、跑赢市场。

- **20%以上市场份额**

派克将在 1200 亿美元的运动与控制技术市场中力争 20%的份额。

- **每个运营集团均是 #1、#2**

派克的七个运营集团均通过有机增长、并购和服务增长在各自的领域里努力树立领导地位。

- **发展分销和服务**

从全球范围来看，工业销售组合中的直销和分销应该各占一半，这样一个均衡的组合将更有助于实现健康的利润率和未来增长。派克将改进其服务平台，利用技术帮助客户提高盈利能力，降低成本，缩短停工时间。

- **提高新产品与系统销售额**

派克工程师以客户的反馈信息为指导，不断发掘新方法，减轻派克产品和系统的重量，提高其性能和效率。

# 财务绩效

## 战略

- **化繁为简**  
重点关注领域包括：降低营收结构的复杂性，优化组织架构和流程，整合事业部，减少官僚作风。化繁为简可以提高速度，降低成本，促进增长。
- **精益企业**  
近年来，派克做了很大的努力将精益原则应用到整个制造过程中。目前，派克正在整个企业范围内将精益理念延伸至非制造领域，以进一步降低成本，提高生产力和盈利能力。
- **战略供应链**  
派克通过世界一流的供应链管理已经建立起竞争优势，利用采购能力在购买中获得最佳价值。公司力争维系一个高度一体化的供应链，持续减少供应商数量，以建立与关键合作伙伴的高价值关系。
- **价值定价**  
定价对每家公司的长期增长产生着巨大影响。派克采用行业领先的定价方法，基于创造出的显著价值，以最优的价格为客户提供高品质的产品和系统。

## 衡量指标

- **前 25% 多元化工业制造商**  
派克的首要目标是在一系列的财务指标排名中，均名列同行业公司前 25%。
- **同比增长**  
同比增长的四项关键财务指标与驱动股东总回报率息息相关。每股收益（EPS）和息税前利润（EBIT）是公司层面的衡量指标。现金流和事业部净收益（DNE）是事业部层面的衡量指标

- **17% 营业收入**

派克旨在实现 17% 的营业收入，这与公司在其同行中位居前列的目标相一致。

- **21.4% 净资产回报率**

派克的净资产回报率（RONA）计划是一项给团队成员的独特的年度激励，用于促进销售增长，增加利润，妥善管理资产。在事业部层面实现 21.4% 的净资产回报率，将使派克公司的投资资本回报率(ROIC)达到 17%。

- **17% 投资资本回报率**

税后投资资本回报率（ROIC）是一项企业层面的衡量指标，用于判断派克是否有效地分配投资资本来实现收益，与股东总回报之间密切相关。